

Logistiikan amk-opiskelijoiden asiakasprofiili

Jyväskylän Ammattikorkeakoulu

Petteri Gustafsson

Opinnäytetyö
Helmikuu 2020
Tekniikan ala
Insinööri (AMK), logistiikka

Tekijä(t) Gustafsson, Petteri	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä helmikuu 2020
	Sivumäärä 65	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Logistiikan amk-opiskelijoiden asiakasprofiili Jyväskylän ammattikorkeakoulu		
Tutkinto-ohjelma Tekniikan ala, Logistiikka		
Työn ohjaaja(t) Sami Kantanen, Petri Vauhkonen		
Toimeksiantaja(t) Jyväskylän ammattikorkeakoulu		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, millainen on Jyväskylän ammattikorkeakoulun logistiikan suomenkielisen tutkinto-ohjelman valinnut opiskelija. Toimeksiantajana toimi Jyväskylän ammattikorkeakoulu, jolla oli tarve selvittää miksi opiskelijat ovat valinneet logistiikan koulutuksen ja Jyväskylän ammattikorkeakoulun. Opetus- ja kulttuuriministeriön korkeakoulutuksen ja tutkimuksen visio 2030 lisää tulevaisuudessa oppilaitosten välistä kilpailua opiskelijoista ja Jyväskylän ammattikorkeakoululla huomattiin olevan tarve markkinoida logistiikan koulutusta paremmin, jotta tavoitetaan uudet potentiaaliset oppilaat. Työn tuloksena oli tarkoitus muodostaa logistiikan ammattikorkeakouluopiskelijan asiakasprofiili markkinointia varten.</p> <p>Asiakasprofilointia ennen suoritettiin tutkimus, jossa käytettiin määrällistä tutkimusotetta. Aineistonhankintamenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta. Kysely lähetettiin 235 logistiikan opiskelijalle ja kyselyyn osallistui 62 opiskelijaa. Kyselyn teemoina olivat demografiset tiedot, syyt logistiikan opintojen ja oppilaitoksen valintaan sekä vapaa-aika ja sosiaalinen media. Analysoinnin avulla kyselyn tuloksista etsittiin opiskelijoita yhdistäviä tekijöitä, joista muodostettiin asiakasprofiileja esittelemään opiskelijoita kuvaavia ominaisuuksia.</p> <p>Kyselyn tuloksista selvisi, että opiskelijoita yhdistäviä tekijöitä ovat koulutustausta sekä logistiikan työkokemus. Logistiikan opintojen valintaperusteina olivat logistiikan kiinnostavuus, aiempi työkokemus ja hyvät työllisyysnäköymät. Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijat olivat valinneet sijainnin, hyvän maineen ja laadukkaan opetuksen perusteella.</p> <p>Tuloksien pohjalta muodostettiin logistiikkainsinööriopiskelijan asiakasprofiili sekä viisi alaprofiilia: logistiikan jatko-opiskelija, ylioppilas, kuljettaja, varastotyöntekijä ja naisopiskelija.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Asiakasprofiili, asiakastuntemus, kvantitatiivinen tutkimus, kyselytutkimus		
Muut tiedot Liitteenä kyselylomake, 9 sivua		

Author(s) Gustafsson, Petteri	Type of publication Bachelor's thesis	Date February 2020 Language of publication: Finnish
	Number of pages 65	Permission for web publication: x
Title of publication Consumer profile for a logistics engineer student JAMK University of Applied Sciences		
Degree programme Degree Programme in Logistics		
Supervisor(s) Kantanen, Sami &, Vauhkonen, Petri		
Assigned by JAMK University of Applied Sciences		
Abstract <p>The aim of the thesis was to study what kind of a person is logistics student at JAMK University of Applied Sciences. The assignor of the thesis was JAMK University of Applied Sciences that had a need to determine why the students have chosen logistic engineering studies and JAMK University of Applied Sciences. The ministry of Education and Culture has a vision for higher education and research in 2030 which will increase competition between schools. JAMK University of Applied Sciences wants to improve their marketing for logistics education. The aim of the study was to create a customer profile for a logistics student which will be used for marketing.</p> <p>A quantitative survey was conducted for customer profiling. The data collection method was a survey. The survey was sent to 235 students 62 of which answered. The themes of the survey were demographic information, reasons to choose logistics and JAMK University of Applied Sciences, free time hobbies and social media. The goal in analyzing was to determine common factors that could be used as descriptions of the students for the customer profiles.</p> <p>The results of the survey revealed that common factors were education background and work history. The students had chosen logistics because of previous work history, logistics interests them and work opportunities are good. The students had chosen JAMK because of the location, good reputation and good quality of the lessons.</p> <p>Based on the results a consumer profile for logistics student was created. Also, five smaller profiles were created: a logistics graduate student, a secondary school graduate, a driver, a warehouse worker and a female student.</p>		
Keywords/tags (subjects) Customer profile, customer knowledge, quantitative approach, survey		
Miscellaneous A questionnaire, 9 pages		

Sisältö

1	Johdanto	4
2	Tutkimusasetelma	5
2.1	Tutkimusongelma ja tutkimusote	5
2.2	Tutkimusmenetelmät	6
2.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	7
2.4	Tutkimuksen kohderyhmä.....	8
3	Logistiikan korkeakoulutus Suomessa	9
3.1	Korkeakoulutus Suomessa	10
3.2	Logistiikan ammattikorkeakoulutus Suomessa.....	12
4	Asiakasprofiili markkinointia varten.....	14
4.1	Kuluttajien asiakaskäyttäytyminen	15
4.2	Segmentointi	17
4.3	Asiakasprofiilit	20
5	Tutkimuksen toteutus.....	22
5.1	Kyselylomakkeen laatiminen.....	23
5.2	Kyselyn toteuttaminen	24
6	Tutkimuksen tulokset	25
6.1	Millainen on tyypillinen logistiikan opiskelija	26
6.2	Syitä logistiikan insinööriopintojen ja oppilaitoksen valintaan.....	29
6.3	Vapaa-aika ja sosiaalinen media	33
7	Johtopäätökset ja asiakasprofiilit.....	36
7.1	Logistiikkainsinööriopiskelijoiden asiakasprofiilit	37
7.1.1	Ylioppilas.....	38
7.1.2	Logistiikan jatko-opiskelija.....	39
7.1.3	Kuljettaja.....	40
7.1.4	Varastotyöntekijä	41
7.1.5	Naisopiskelija	42
7.1.6	Logistiikkainsinööriopiskelija	43

	2
8 Pohdinta.....	44
8.1 Jatkotutkimusehdotus.....	48
8.2 Markkinointikeinoehdotus.....	49
Lähteet	51
Liitteet.....	53
Liite 1. Kyselylomake.....	54

Kuviot

Kuvio 1. Opintojen rahoittaminen	29
Kuvio 2. Sosiaalisen median kanavat.....	34
Kuvio 3. Television ohjelmatarjonta	35
Kuvio 4. Suoratoistopalvelut.....	35
Kuvio 5. Ylioppilaan profiili	38
Kuvio 6. Logistiikan jatko-opiskelijan profiili	39
Kuvio 7. Kuljettajan profiili	40
Kuvio 8. Varastotyöntekijän profiili	41
Kuvio 9. Naisopiskelijan profiili.....	42
Kuvio 10. Logistiikkainsinööriopiskelijan profiili.....	43

Taulukot

Taulukko 1. Läsnäolevien oppilaiden määrät 2019	13
Taulukko 2. Valmistuneiden oppilaiden määrät 2019.....	14
Taulukko 3. Opiskelijoiden sukupuoli	26
Taulukko 4. Opiskelijoiden ikäjakauma	26
Taulukko 5. Opiskelijoiden kotikaupungit	27
Taulukko 6. Opiskelijoiden koulutustausta.....	27
Taulukko 7. Opiskelijoiden siviilisäätö	28
Taulukko 8. Opiskelijoiden asumismuoto.....	28

Taulukko 9. Logistiikan koulutustausta	29
Taulukko 10. Logistiikan työhistoria	30
Taulukko 11. Opintojen valintatekijät	30
Taulukko 12. Oppilaitoksen valintatekijät	31
Taulukko 13. Opiskelupaikan hakeminen	31
Taulukko 14. Logistiikan suuntautumisvaihtoehdot	32
Taulukko 15. Logistiikan työtehtävät.....	32
Taulukko 16. Yrittäjyys.....	33
Taulukko 17. Harrastukset	33
Taulukko 18. Sosiaalisen median seurattavat	34

1 Johdanto

Opinnäytetyön taustalla on Opetus- ja kulttuuriministeriön Korkeakoulutus ja tutkimus visio 2030, jonka yhtenä tavoitteena on, että vuonna 2030 nuorista yli 50 % olisi suorittanut korkeakoulututkinnon. Vision teemoja valmistelemassa ovat olleet opetus- ja kulttuuriministeriö, korkeakoulujen johto, henkilöstö ja opiskelijat sekä tutkimuslaitokset ja sidosryhmät. Visiolinjausten tuottamiseen, arviointiin ja jatkojalustamiseen järjestettiin verkkoseminaareja, työpajoja sekä aivoriihiä, joihin oli kutsuttu korkeakoulujen henkilöstöä, opiskelijoita sekä keskeisiä sidosryhmiä. (minedu.fi)

Opetus- ja kulttuuriministeriön tutkimus visio 2030 myötä koulutustarjonta tulee lisääntymään mikä lisää koulujen välistä kilpailua opiskelijoista ja tarvetta markkinoida tarjolla olevaa koulutusta paremmin. Jyväskylän ammattikorkeakoululla on huomattu olevan tarve kehittää logistiikan insinööritutkinnon koulutusohjelman markkinointia, jotta tavoitettaisiin paremmin logistiikasta kiinnostuneet henkilöt ja saataisiin heidät hakemaan opiskelupaikkaa Jyväskylän ammattikorkeakoulusta. Markkinoinnin kehittäminen on päätetty aloittaa selvittämällä suomenkielisen logistiikkainsinööritutkinnon ammattikorkeakouluopiskelijan asiakasprofiili opinnäytetyön avulla.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää Jyväskylän Ammattikorkeakoulun suomenkielisen logistiikkainsinöörin tutkinto-ohjelman asiakasprofiili. Tutkimus tapahtuu opiskelijoille tehtävän kyselytutkimuksen avulla ja oppilailta saatujen tietojen perusteella muodostetaan logistiikan tutkinto-ohjelmaan hakeutuvien asiakasprofiili.

Opinnäytetyössä tutkittavana on ainoastaan suomenkielinen logistiikkainsinöörin koulutusohjelma ja englanninkielinen logistiikkainsinöörin tutkinto-ohjelma rajataan tämän työn ulkopuolelle. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat Jyväskylän ammattikorkeakoulussa logistiikkaa opiskelevat henkilöt. Logistiikan opinnoista kiinnostuneet henkilöt, joilla ei ole opiskelupaikkaa jäävät tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Opinnäytetyössä pääpaino on Logistiikan ammattikorkeakouluopinnoissa ja muuta logistiikan korkeakoulutusta tarkastellaan vain yleisellä tasolla. Markkinoinnin osalta työn viitekehyksen rajaus on asiakasprofiiliin muodostamiseen asti. Koulutuksen markki-

nointi tutkimuksessa muodostetun asiakasprofiilin avulla jätetään tämän työn ulkopuolelle.

Asiakasprofiilia Jyväskylän ammattikorkeakoulu voi käyttää apuna suomenkielisen logistiikkainsinöörin tutkinto-ohjelman markkinointia suunniteltaessa, jotta markkinointia pystyttäisiin kohdentamaan tehokkaammin ja tavoitettaisiin paremmin uudet potentiaaliset oppilaat. Aikaisemmin Jyväskylän ammattikorkeakoululla ei ole ollut asiakasprofiilia logistiikkainsinööriopiskelijoista, joten opinnäytetyöstä oppilaitos saa uutta hyödyllistä tietoa käytettäväksi toiminnan ja markkinoinnin kehittämisessä.

Opinnäytetyön tilaajana on Jyväskylän Ammattikorkeakoulu ja sen on tarkoitus valmistua kevään 2020 aikana. Opinnäytetyön ohjaajina toimivat logistiikan koulutuspäällikkö Sami Kantanen sekä lehtori Petri Vauhkonen. Opinnäytetyölle aikataulu määräytyi Keski-Suomen TE-toimistolta, koska aloitin opintojen suorittamisen loppuun jäätyäni työttömäksi tammikuussa 2020 ja työttömyysetuudella opiskelulle on määritelty suoritettava opintopistemäärä jokaista tukikuukautta kohti. Minun tapauksessani suoritettavia opintoja oli jäljellä yhteensä 20 opintopistettä mikä opiskelujaksiksi muutettuna on neljä kuukautta. Tiukan aikataulun vuoksi tutkimukseen on valittava tutkimusmenetelmät siten, että tarvittavat tulokset saadaan aikaiseksi. Jyväskylän ammattikorkeakoulun puolesta tämän opinnäytetyön tekemiseen olisi ollut mahdollista käyttää enemmän aikaa.

2 Tutkimusasetelma

2.1 Tutkimusongelma ja tutkimusote

Tutkimusongelmana opinnäytetyössä on Jyväskylän Ammattikorkeakoulun logistiikkainsinöörin tutkinnon asiakasprofiilin muodostaminen. Tutkimuskysymykset joihin opinnäytetyössä etsitään vastauksia ovat: Mitä yhteistä on logistiikkainsinööriopiskelijoilla? Minkä takia henkilö on valinnut logistiikan opinnot? Minkä takia henkilö on valinnut Jyväskylän ammattikorkeakoulun? Mitä henkilöt tekevät vapaa-ajalla? Mistä

asioista henkilö on kiinnostunut? Miten henkilö käyttää sosiaalista mediaa? Tutkimusote on kvantitatiivinen, jotta käytettävissä olevan ajan puitteissa saadaan mahdollisimman suuri joukko opiskelijoita otettua mukaan tutkimukseen ja asiakasprofiili edustamaan Jyväskylän ammattikorkeakoulun suomenkielisen logistiikkainsinööritutkinnon opiskelijoita.

2.2 Tutkimusmenetelmät

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta käytetään apuna, kun selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Tutkimus vastaa kysymyksiin: mikä, missä, paljonko ja kuinka usein? Tutkimuksen edellytyksenä on riittävän suuri ja edustava otos. Aineiston keruu suoritetaan yleensä standardoitujen tutkimuslomakkeiden avulla, jossa vastausvaihtoehdot ovat valmiina. Asiat kuvataan numeeristen suureiden avulla ja selvityksessä on usein mukana myös eri asioiden väliset riippuvuudet ja tutkittavassa ilmiössä tapahtuneet muutokset. Tutkimuksen avulla pystytään kartoittamaan olemassa oleva tilanne, mutta asioiden syitä ei pystytä riittävästi selvittämään. (tilastollinentutkimus.fi)

Tässä opinnäytetyössä käytetään aineistonhankintamenetelmänä opiskelijoille tehtävää kyselytutkimusta. Opinnäytetyön tiukan aikataulun takia valitsin aineistonhankintamenetelmäksi kyselytutkimuksen, koska sen avulla tutkimukseen saadaan tehokkaasti otettua mukaan mahdollisimman suuri määrä opiskelijoita käyttämällä yhtä kyselylomaketta. Kyselyn toteuttamiseen käytetään Webropol-ohjelmaa, koska se tarjoaa hyvän tietoturvan ja oppilaitoksen kautta on mahdollista saada tarvittaessa käyttäjätukea. Kyselytutkimuksessa käsitellään henkilötiedoiksi luettavia tietoja, joten tietoturvan on oltava kunnossa, ettei kyselyyn osallistuvien henkilöiden antamia tietoja joudu ulkopuolisten henkilöiden käsiin. Webropolin etuihin voidaan lukea myös helppokäyttöisyys, ohjelman suomenkielisyys sekä kattavat käyttöohjeet.

Kyselytutkimuksen vahvuutena on, että sen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto lähettämällä kyselylomake suurelle joukolle ihmisiä ja myös maantieteellinen alue voi olla laaja. Kyselyn tekijä ei vaikuta olemuksellaan, eikä läsnäolollaan vastauksiin ja vastaajan on mahdollista valita itselleen sopivin vastaamisajankohta. Kysely-

lomakkeen ansiosta kysymykset ovat kaikille samat ja kysymyksiä voi olla melko paljon sekä apuna voidaan käyttää tarvittaessa havaintomateriaalia. Haastattelututkimuksiin verrattuna kyselyn kustannukset ovat edullisemmat ja kyselyn voi ääritapauksissa suunnitella sekä toteuttaa yksi ainoa henkilö. (Isoviita, Lahtinen 1998, 67)

Kyselytutkimuksen heikkouksena on, että kerättyä aineistoa pidetään tavallisimmin pinnallisena ja tutkimuksia teoreettisesti vaatimattomina. Vastaajien vastauksista ei ole mahdollista varmistua ovatko he vastanneet kysymyksiin huolellisesti ja rehellisesti. Kyselyssä annetut vastausvaihtoehdot voivat aiheuttaa väärinymmärryksiä ja eikä tiedetä kuinka hyvin vastaajat ovat olleet perillä aihealueesta tai kuinka hyvin he ovat perehtyneet asiaan, josta esitettiin kysymyksiä. Hyvän lomakkeen laatiminen vie aikaa ja tutkijalta vaaditaan monenlaista tietoa ja taitoa. Joissain tapauksissa kato (vastaamattomuus) voi nousta suureksi. (Hirsjärvi, Remes, Saravaara, 1997, 190)

2.3 Tutkimuksen luotettavuus

Kyselytutkimuksen valinta aineistonhankintamenetelmäksi mahdollistaa suuren joukon henkilöitä ottamisen mukaan tutkimukseen ja kerätyillä tiedoilla muodostettu asiakasprofiili edustaa valittua kohderyhmää eli Jyväskylän ammattikorkeakoulun suomenkielisen logistiikkainsinööritutkinnon opiskelijoita. Kyselytutkimuksen heikkoutena on, ettei sen avulla saada kovin syvällisiä vastauksia, joten välttämättä tutkimuksella ei saada tarkkoja vastauksia tutkimuskysymyksiin.

Tutkimuksen ulkopuolelle jäävät englanninkielisen logistiikkainsinöörin tutkinto-ohjelmaan valinneet sekä logistiikan opinnoista kiinnostuneet henkilöt, jotka ovat ilman opiskelupaikkaa, joten tällä tutkimuksella ei saada kokonaisvaltaista vastausta siihen millaiset henkilöt ovat kiinnostuneet logistiikkainsinöörin opinnoista.

Aikaisempaa kokemusta kyselytutkimuksen tekemisestä tai asiakasprofiilin muodostamisesta minulla ei ole, joten tämän opinnäytetyön tekeminen on koko ajan uuden oppimista ja uusien asioiden soveltamista. Aikaisempi kokemus helpottaisi erityisesti kyselylomakkeen laatimisessa, koska silloin olisi entuudestaan käsitys, miten kysymykset ja vastausvaihtoehdot kannattaa muotoilla, jotta saadaan aikaan parhaat

tulokset. Aiemmin tehtyihin asiakasprofiileihin liittyviin tutkimuksiin ja kyselyihin tutustuminen on yksi keino, jonka avulla pyrin saamaan ideoita siitä kuinka hyvä kyselytutkimus ja asiakasprofiili kannattaa rakentaa.

Jos tutkimuksen tekemiseen olisi ollut käytettävissä enemmän aikaa olisin kyselytutkimuksen rinnalle ottanut vielä toisen aineistohankintamenetelmän esimerkiksi haastattelun. Haastattelujen avulla vastauksiin saataisiin lisää syvyyttä ja mukaan olisi ollut mahdollista ottaa myös koulun ulkopuolelta henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneet logistiikkainsinöörin opinnoista. Työn tuloksena saatu asiakasprofiili olisi vastannut todennäköisesti paremmin tutkimuskysymyksiin, mutta näin laajan tutkimuksen tekeminen vaatisi huomattavasti enemmän aikaa. Samalla pitäisi myös pohtia, että saadaanko laajemmalla tutkimuksella niin paljon parempia tuloksia aikaan, jotta sen toteuttaminen olisi järkevää.

2.4 Tutkimuksen kohderyhmä

Opinnäytetyön kohderyhmänä ovat kaikki Jyväskylän ammattikorkeakoulun logistiikkainsinöörin suomenkielisen tutkinto-ohjelman valinneet opiskelijat. Englanninkielisen logistiikkainsinöörin tutkinto-ohjelman opiskelijat jäävät tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Tutkimukseen osallistuvat henkilöt ovat yli 18-vuotiaita ja suorittaneet vähintään ylioppilastutkinnon tai ammatillisen tutkinnon. Opiskelupaikan Jyväskylän ammattikorkeakoulussa henkilöt ovat saaneet joko suorittamalla ammattikorkeakoulun valintakokeen hyväksytysti tai aiempi hyvä koulumenestys lukiossa tai ammatillisessa oppilaitoksessa on mahdollistanut opiskelupaikan todistusvalinnan kautta. Kyselyyn mukaan otettavien oppilaiden lukumäärä on 235 henkilöä ja he ovat viideltä eri aloitusryhmältä. Mukaan otettavien aloitusryhmien tunnuksat ovat: TLS15S1, TLS16S1, TLS17S1, TLS18S1 ja TLS 19S1.

3 Logistiikan korkeakoulutus Suomessa

Suomessa opetus- ja kulttuuriministeriö (OKM) vastaa kehittämisestä ja kansainvälisestä yhteistyöstä koskien koulutus-, tiede-, kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikkaa. Ministeriön toimialaan kuuluvia asioita ovat varhaiskasvatus, koulutus, opintotuki, tiede, taide ja kulttuuri, tekijänoikeus, liikunta, nuorisotyö, kirjastot sekä kirkollisasiat. (minedu.fi)

Suomessa perusopetus on yhdeksän vuotta kestävä maksuton yhtenäiskoulu. Opetus tapahtuu lähikoulussa tai soveltuvassa paikassa siten, että koulumatkat ovat oppilaille mahdollisimman turvallisia ja lyhyitä. Tarpeen vaatiessa oppilaalla on oikeus saada tukea oppimiseen ja koulunkäyntiin. Perusopetukseen voi liittyä myös vuoden mittainen vapaaehtoinen lisäopetus, jota kutsutaan 10. luokaksi. Suoritettuaan peruskoulun oppimäärän oppilas on suorittanut oppivelvollisuutensa. Peruskoulun suorittamisesta ei saa tutkintoa, mutta se antaa kelpoisuuden hakeutua peruskoulun jälkeiseen koulutukseen. (minedu.fi)

Valtio ja kunnat vastaavat perusopetuksen järjestämisestä ja valtio osallistuu perusopetuksen aiheuttamiin kustannuksiin maksamalla opetuksen järjestäjälle valtionosuutta, joka tapahtuu kunnan peruspalveluiden valtionosuudesta annetun lain mukaisesti. Aluehallintovirastojen tehtävä on antaa neuvontaa muun muassa oppilaan oikeusturvaa koskevista asioista. Opetus- ja kulttuuriministeriön tehtäviin kuuluvat koulutuspoliittisten linjauksien ja koulutusta koskevan lainsäädännön sekä koulutusta koskevien valtion talousarvioesityksien ja valtioneuvoston päätösten valmistelu. (minedu.fi)

Lukiokoulutuksesta opiskelija saa laaja-alaisen yleissivistyksen ja antaa valmiudet opiskella yliopistoissa, ammattikorkeakoulussa sekä lukion oppimäärään perustuvassa ammatillisessa koulutuksessa. Lukio-opintojen päätteeksi oppilas suorittaa valtakunnallisen ylioppilastutkinnon. Lukio-opetus tapahtuu kurssimuotoisesti eikä opetusta ole sidottu vuosiluokkiin. Lukioon voivat hakea henkilöt, jotka ovat suorittaneet perusopetuksen oppimäärän tai vastaavan aiemman oppimäärän. Opiskelijaksi on mahdollista ottaa myös henkilö, jolla katsotaan olevan muuten riittävät edellytykset

suorittua opinnoista. Lukio-opintojen suorittaminen on mahdollista päivälukiossa, aikuislukiossa, etälukiossa sekä eräissä kansanopistoissa. Nuorille tarkoitettuun lukiokoulutukseen haku tapahtuu sähköisen yhteishakujärjestelmän kautta. Lukiot valitsevat opiskelijansa aikaisemman opintomenestyksen perusteella. Aikuisille suunnattuun lukiokoulutukseen hakeutuminen tapahtuu suoraan oppilaitoksen kautta. Opetus lukiossa on opiskelijalle maksutonta, mutta aineopinnoista ja ylioppilastutkinnon kokeista voidaan kuitenkin periä maksuja. Oppikirjojen ja -materiaalin hankkimisen joutuu oppilas suorittamaan omakustanteisesti. Päätoimiseen lukio-opiskeluun on mahdollista saada opintotukea. (minedu.fi)

Ammatillinen koulutus on juuri perusopetuksen päättäneille nuorille sekä muille henkilöille, jotka ovat vailla ammatillisesti suuntautunutta tutkintoa. Ammatillinen koulutus järjestetään ammatillisissa oppilaitoksissa ja koulutuksen järjestäjä päättää koulutuksen sisällöstä ja toteuttamisesta tutkintojen ja koulutuksen perusteita noudattaen. Koulutuksen järjestäminen tapahtuu erilaisissa oppimisympäristöissä kuten esimerkiksi oppilaitoksen luokkahuoneissa, työpajoissa, työmailla, työpaikoilla ja digitaalisessa oppimisympäristössä. Haku ammatilliseen koulutukseen tapahtuu pääasiassa jatkuvan haun kautta. Keväisin järjestetään valtakunnallinen yhteishaku, joka on ensisijaisesti tarkoitettu peruskoulunsa päättävälle ja vailla ammatillista tutkintoa oleville henkilöille. (minedu.fi)

Ammatilliseen koulutukseen liittyvän lainsäädännön valmistelun sekä toimialan ohjauksen ja valvomisen hoitaa opetus- ja kulttuuriministeriö. Koulutuksen järjestämistä varten tarvittavan ammatillisen tutkintojen ja koulutuksen järjestämisluvan myöntää opetus- ja kulttuuriministeriö. Ammatillisen koulutuksesta vastaamaan on opetus- ja kulttuuriministeriössä ammatillisen koulutuksen osasto. (minedu.fi)

3.1 Korkeakoulutus Suomessa

Suomessa opetus- ja kulttuuriministeriön hallinnonalalla on 22 osakeyhtiömuotoista ammattikorkeakoulua ja näiden lisäksi Ahvenanmaalla toimii Högskolan på Åland sekä sisäministeriön alaisuudessa toimiva Poliisiammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulut ovat pääosin monialaisia ja alueellisia korkeakouluja, joiden toiminnassa

korostuvia tekijöitä ovat yhteys työelämään ja alueelliseen kehittämiseen. Tehtävänä korkeakouluilla on antaa työelämän ja sen kehittämisen vaatimuksiin, tutkimukseen ja taiteellisiin lähtökohtiin perustuvaa korkeakouluopetusta ammatillisia asiantuntija-tehtäviä varten. Lisäksi ammattikorkeakoulut harjoittavat tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa sekä taiteellista toimintaa, jonka tarkoituksena on palvella opetusta sekä työelämää, tukea aluekehitystä sekä uudistaa alueen elinkeinorakennetta. Ammattikorkeakouluille on annettu laaja autonomia sekä opetuksen ja tutkimuksen vapaus. Ammattikorkeakoulutoiminta edellyttää valtioneuvoston myöntämää toimilupaa ja ammattikorkeakoulut ovat itsenäisiä oikeushenkilöitä, jotka päättävät itse sisäiseen hallintoon kuuluvista asioista. (minedu.fi)

Suomessa opetus- ja kulttuuriministeriön hallinnonalalla on 13 yliopistoa. Näistä kaksi on säätiölain mukaisia säätiöitä ja muut ovat julkisoikeudellisia laitoksia. Maanpuolustuskorkeakoulu toimii puolustushallinnon alaisuudessa ja siellä suoritetaan sotilasalan korkeakoulututkinnot. Yliopistojen perustehtävinä on tieteellisen tutkimuksen harjoittaminen ja antaa siihen perustuvaa ylintä opetusta. Yliopistojen tarkoituksena on edistää elinikäistä oppimista, toimia vuorovaikutuksessa yhteiskunnan kanssa sekä edistää tutkimustulosten ja taiteellisen toiminnan yhteiskunnallista vaikuttavuutta. Tieteen, taiteen ja ylimmän opetuksen vapauden turvaamiseksi yliopistoilla on itsehallinto ja ne ovat itsenäisiä oikeushenkilöitä, jolla on sisäiseen hallintoon kuuluvien asioiden päätöksenteko-oikeus. Yliopistokeskukset täydentävät Suomen yliopistokenttää alueilla, joissa ei ole omaa yliopistoa sekä kokoavat alueillaan olevan yliopistollisen toiminnan. Yliopistojen kanssa yhteistyötä tekevät usein myös alueen ammattikorkeakoulut, kunnat ja maakuntaliitto. (minedu.fi)

Suomessa opetus- ja kulttuuriministeriön toimialalla tieteeseen liittyviä tehtäviä hoitavat sen alaisuudessa toimivat virastot ja laitokset, tieteen yhteistyöorganisaatiot ja asiantuntijaelimet, jotka ovat opetus- ja kulttuuriministeriön tai valtioneuvoston asettamia. Opetus- ja kulttuuriministeriön tulosohjauksen alle kuuluvat Suomen Akatemia, Kansallisarkisto, Kotimaisten kielten keskus sekä varastokirjasto. (minedu.fi)

3.2 Logistiikan ammattikorkeakoulutus Suomessa

Suomenkielisen logistiikkainsinöörin tutkinnon voi suorittaa Suomessa seuraavissa ammattikorkeakouluissa: Jyväskylän Ammattikorkeakoulu, Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulussa ja Satakunnan Ammattikorkeakoulussa. Liikennealan Amk-insinöörin tutkinto on mahdollista Suomessa suorittaa ainoastaan Hämeen Ammattikorkeakoulussa. (ammattikorkeakouluopinnot.fi)

Logistiikkainsinöörin tutkinnon suorittaneella henkilöllä on pätevyys toimia esimerkiksi työnjohtotehtävissä kuljetusyrityksen eri osastoilla. Teknisen osaamisen lisäksi esimiestöissä korostuvat ihmissuhdetaidot. Valmistunut logistiikkainsinööri voi myös työllistyä suunnittelu-, kehittämis- ja asiantuntijatehtäviin. Opintojen laajuus on 240 opintopistettä ja niihin kuuluu muun muassa logistiikan ja logistiikan johtamisen opintoja, kuljetukseen, materiaalinkäsittelyyn ja varastointiin liittyviä opintoja, logistisen ketjun hallintaa sekä yritystalouden opintoja. Näiden lisäksi opintoihin kuuluu myös työharjoittelua ja lopuksi tehtävä opinnäytetyö. Logistiikkainsinöörin tutkinnon suorittaminen vie yleensä 4 vuotta. (kuljetusala.com)

Jyväskylän ammattikorkeakoulussa (Jamk) opiskelee yhteensä 8500 opiskelijaa ja vuosittain valmistuneita on yhteensä 1500. Opiskelijoita on yli 70 eri maasta. Yksiköitä ovat ammatillinen opettajakorkeakoulu, hyvinvointiyksikkö, liiketoimintayksikkö ja teknologiayksikkö. Toimipisteitä Jyväskylän ammattikorkeakoululla on eri puolilla Jyväskylää sekä Saarijärvellä Tarvaalassa. Logistiikan opiskelu tapahtuu Jyväskylässä Rajakadun pääkampuksella. Jyväskylän ammattikorkeakoulu tarjoaa korkeakoulututkintoon johtavaa koulutusta, avoimia ammattikorkeakouluopintoja, ammatillista opettajakoulutusta sekä täydennyskoulutusta. (jamk.fi)

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa (Xamk) opiskelee yhteensä 9400 opiskelijaa ja vuosittain valmistuu yhteensä 1700 opiskelijaa. Opiskelijoita on yli 44 eri maasta. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu profiloi itsensä hyvinvoinnin, teknologian ja luovan talouden korkeakouluksi. Oppilaitokset sijaitsevat Kotkassa, Kouvolassa, Mikkelissä ja Savonlinnassa. Logistiikan opiskelu tapahtuu Kotkan kampuksella.

Vuonna 2017 Kymenlaakson ja Mikkelin ammattikorkeakoulut fuusioituivat Kaakkois-Suomen ammattikorkeakouluksi. (xamk.fi)

Satakunnan ammattikorkeakoulussa (Samk) opiskelee yhteensä 6000 opiskelijaa ja vuosittain valmistuu yhteensä 1062 opiskelijaa. Opiskelijoita on yli 60 eri maasta. Oppilaitokset sijaitsevat Raumalla, Porissa, Huittisissa sekä Kankaanpäässä. Satakunnan ammattikorkeakoulu tarjoaa tekniikan, liiketalouden ja sosiaali- ja terveysalan koulutusta ja tutkimusta. Logistiikan opiskelu tapahtuu Rauman kampuksella. (samk.fi)

Hämeen ammattikorkeakoulussa (Hamk) opiskelee yhteensä 7363 opiskelijaa ja vuosittain valmistuu yhteensä 1220 opiskelijaa. Hämeen ammattikorkeakoulun kampuksien sijaintipaikat ovat Hämeenlinna, Evo, Forssa, Lepaa, Mustiala, Riihimäki ja Valkeakoki. Liikennealan opiskelu tapahtuu Riihimäen kampuksella. Hämeen ammattikorkeakoulu tarjoaa Luonnonvara-alan, opetusalan, sosiaali- ja terveysalan, tekniikan- ja liikenteen ja liiketoiminnan koulutusta sekä täydennyskoulutusta. (hamk.fi)

Opiskelijamäärien perusteella Suomen suurin logistiikkainsinööriä kouluttava ammattikorkeakoulu sijaitsee Jyväskylässä. (ks. taulukko 1) Vuonna 2019 kaikista valmistuneista logistiikkainsinööreistä yli 50 % suoritti opintonsa Jyväskylän ammattikorkeakoulussa (ks. taulukko 2). Xamk ja Hamk ovat opiskelijamäärissä sekä valmistuneissa hyvin lähellä toisiaan ja Samk on logistiikan opetusta tarjoavista ammattikorkeakouluista lukujen perusteella pienin.

Taulukko 1. Läsnäolevien oppilaiden määrät 2019

Oppilaitos	Opiskelijamäärä	Osuus (%)
Jamk	582	47,2
Xamk	249	20,2
Samk	165	13,4
Hamk	237	19,2
Yhteensä	1233	100

(vipunen.fi)

Taulukko 2. Valmistuneiden oppilaiden määrät 2019

Oppilaitos	Valmistuneet	Osuus (%)
Jamk	114	54,3
Xamk	45	21,4
Samk	18	8,6
Hamk	33	15,7
Yhteensä	210	100

(vipunen.fi)

Logistiikan alan tradenomin tutkinnon voi suorittaa Suomessa seuraavissa ammattikorkeakouluissa: Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu, Lahden Ammattikorkeakoulu ja Turun Ammattikorkeakoulu. Koulutusohjelman nimi on liiketoiminnan logistiikka ja laajuudeltaan 210 opintopisteen koulutusohjelma sisältää noin 40 opintopistettä logistiikan opintoja. (kuljetusala.com)

Teknillisissä korkeakouluissa ja yliopistoissa on mahdollista suorittaa diplomi-insinöörin ja maisterin tutkinto. Kolmen vuoden työkokemuksen omaava logistiikkainsinööri voi hakea opiskelemaan ylemmän ammattikorkeakoulun tutkintoa. Koulutus on tarkoitettu laajentamaan logistiikkainsinöörin valmiuksia työelämän johto-, suunnittelu- ja kehitystehtävissä. Logistiikan ylempi ammattikorkeakoulututkinto on laajuudeltaan 60 opintopistettä ja opiskelu suoritetaan monimuoto-opiskeluna työn ohessa. (kuljetusala.com)

4 Asiakasprofiili markkinointia varten

Markkinoinnin lähtökohtana on asiakas ja markkinoivan yrityksen ensi askel päämääriinsä pääsemiseksi on tuntee asiakkaiden käyttäytyminen ja analysoida päätöksenteko sekä ostoprosessi. Asiakaskäyttäytyminen ohjaa muun muassa sitä millä perusteilla valintoja tehdään, mitä, mistä ja miten ostetaan sekä millaiset asiat vaikuttavat asiakastyytyvyyteen. Asiakaskäyttäytyminen toimii perustana asiakasryhmittelylle eli segmentoinnille. Asiakkaiden käyttäytymistä ohjaavina tekijöinä ovat ulkopuoliset ärsykkeet ja kuluttajien henkilökohtaiset ominaisuudet. Jotta yritys saa aikaan toimivia ja haluttuja tuotteita on sen tunnettava ostajansa: miten he elävät, mitä he arvos-

tavat, mitä he tarvitsevat ja miten he ostavat. Näiden tietojen pohjalta yritys valitsee kohderyhmänsä ja suunnittelee toteuttamiskelpoiset markkinointitoimenpiteet. (Bergström 2015)

4.1 Kuluttajien asiakaskäyttäytyminen

Yksilön ostohalun laukaisevana tekijänä ovat tarpeet ja niitä ohjaavat motiivit. Kuluttajan erilaiset ominaisuudet ja markkinoivien yritysten toiminta muovaavat tarpeita ja motiiveja. Markkinoilla oleviin tarpeisiin vastaaminen on yrityksen olemassaolon ja menestymisen edellytys. (Bergström 2015)

Yksittäisten kuluttajien asiakaskäyttäytymiseen ja siitä seuraavaan ostopäätöksen tekemiseen vaikuttavat monet tekijät. Käyttäytymistä ohjaavina tekijöitä ovat yksilön elinpiiri, maailman tilanne, ympäröivä yhteiskunta sekä markkinoivien yritysten toimenpiteet. Kuluttajien henkilökohtaiset ominaisuudet ovat myös ohjaamassa ostohalua ja ostokykyä. Väestötekijät eli demografiset tekijät tarkoittavat yksilöiden ominaisuuksia, joista moni on helposti selvitettävissä ja ne ovat markkinoiden kartoituksen peruslähtökohta. Tärkeimpiä näistä demografisista tekijöistä ovat:

- ikä ja ikärakenne
- sukupuoli
- siviilisäätty
- asuinpaikka ja asumismuoto
- perheen elinvaihe ja koko
- maan sisäinen liikkuvuus, maastamuutto sekä maahanmuutto
- tulot, käytettävissä oleva varallisuus, kulutus ja tuotteiden omistus
- kieli
- uskonto ja rotu

(Bergström 2015)

Kuluttajan psykologiset tekijät ovat yksilön sisäisiä tekijöitä eli persoonallisia tarpeita, tapoja, kykyjä ja toimintamuotoja. Nämä tekijät heijastuvat myös ostamiseen, mutta psykologisia tekijöitä ei voida täysin erottaa sosiaalisista tekijöistä, koska muiden

ihmisten kanssa vuorovaikutuksessa oleminen muovaa käyttäytymistä. Psykologisia tekijöitä ovat:

- tarpeet ja tunteet
- motiivit
- arvot ja asenteet
- persoonallisuus ja elämäntyyli
- oppiminen, muistaminen ja havaitseminen
- innovatiivisuus, ostamisen merkitys
-

(Bergström 2015)

Sosiaalisten tekijöiden merkitystä tarkastellessa tutkitaan kuluttajan toimintaa sosiaalisissa ryhmissä ja kuinka viiteryhmät vaikuttavat asiakkaan ostamiseen ja päätöksentekoon. Sosiaalisia tekijöitä apuna käyttäen voidaan helposti mitata mihin ryhmiin henkilö kuuluu ja mikä on hänen sosiaaliluokkansa. Vaikeasti mitattavaa tietoa miten eri ryhmät vaikuttavat henkilöön ja hänen ostovalintoihinsa. Viiteryhmillä tarkoitetaan sellaisia ryhmiä, johon jokainen yksilö haluaa samaistua. Viiteryhmiä on hyvin monenlaisia ja laajimmillaan viiteryhmä voi olla esimerkiksi suomalaiset, jossa kulttuurista opitaan tuotevalintoja ohjaavia suhtautumistapoja ja toimintamuotoja. Jäsenryhmät ovat ryhmiä, joissa nimensä mukaisesti ollaan jäsenenä ja tällainen ryhmä voi olla primäärinen tai sekundaarinen. Primäärisellä jäsenryhmällä jäsenten väliset suhteet ovat kiinteät esimerkkinä tällaisesta ryhmästä on perhe. Sekundäärisen jäsenryhmän kaikki jäsenet eivät välttämättä tapaa toisiaan esimerkiksi tällainen ryhmä on ammattiliitot. Ihanneryhmät ovat ryhmiä, joiden jäsenyyttä ihmiset tavoittelevat esimerkiksi tällainen ryhmä on urheiluseurat. Viiteryhmä voi olla myös yksittäinen henkilö esimerkiksi urheilija, johon halutaan samaistua. Negatiiviset viiteryhmät ovat ryhmiä, joihin ei haluta kuulua ja niitä vieroksutaan. Sosiaalisia tekijöitä ovat:

- Perhe
- Ystävät, työporukka, sosiaaliset yhteisöt
- idolit
- sosiaaliluokka
- kulttuuri ja alakulttuurit

(Bergström 2015)

4.2 Segmentointi

Segmentointi tarkoittaa erilaisten asiakasryhmien etsimistä ja valitsemista markkinointia varten. Segmentoinnin lähtökohtana toimivat asiakkaiden erilaiset arvostukset ja tarpeet sekä heidän erilaiset tapansa toimia markkinoilla. Kaikkia tarpeita yritys ei pysty tyydyttämään, joten se pyrkii löytämään yritykselle sopivimmat asiakasryhmät. Asiakasryhmät valitaan siten, että asiakasymmärrystä hyödyntäen niiden arvostukset ja tarpeet pystytään tyydyttämään kilpailijoita paremmin ja kannattavasti. Segmentti tarkoittaa asiakasryhmää, johon kuuluvilla kuluttajilla on vähintään yksi ostamiseen liittyvä yhteinen piirre. (Bergström 2015)

Segmentoinnin lähtökohtana on tunnistaa ja valita erilaiset asiakasryhmät. Asiakasryhmistä yrityksen on löydettävä sellaiset, jotka eroavat toisistaan sen suhteen, miten ja millä perusteilla ostetaan. Mahdollisista kohderyhmistä yrityksen on valittava suosiollisimmat, koska kaikkea kaikille-malli ei ole nykyään järkevä tapa markkinoida. Lisäksi erilaisista segmenteistä yrityksen on valittava muutama tai pelkästään yksi, koska yrityksen resurssit eivät riitä monen segmentin erilaisten tarpeiden palveleminen kilpailukykyisesti. (Bergström 2015)

Segmentoinnissa on aina kyse valinnasta eikä tehty valinta ole sattuman tulosta. Liikeidea määritellessä yritys tekee ensimmäisen segmentin valinnan ja seuraavat valinnat yritys tekee asiakassuhteiden syvyyden ja eri tilanteiden perusteella. Jos yritys ei ole valinnut kohderyhmäänsä on hyvin todennäköisestä, että harva ostaja valitsee markkinoitavan tuotteen. Yrityksen tekemä valinta merkitsee sen rohkeutta luopua isosta joukosta potentiaalisia asiakkaita. Ainoastaan luopumalla jostain potentiaalisista asiakasryhmistä resurssit saadaan riittämään markkinointilohkoihin, joiden vuoksi yrityksen menestys tullaan rakentamaan. Yrittäjät eivät usein huomaa, että useat markkinointiin liittyvät ongelmat johtuvat segmentoinnista tai sen puutteesta aiheutuvasta liian suuresta ja heterogeenisestä asiakasjoukosta. Vajavainen segmentointi aiheuttaa sen, ettei tuotekehitys ja muut markkinointitoimet onnistu tyydyttävästi. (Bergström 2015)

Tarkasti tehtyä segmentointia puoltavia tekijöitä ovat:

- Markkinointiresurssien rajallisuus
- Markkinoinnin panos-tuotossuhteen tehokkuus
- Viestinnän puhuttelevuus
- Yrityksen ja tuotteen puhuttelevuus

Segmentointi ei ole pelkästään kohderyhmien määrittelemistä vaan se on prosessi, joka sisältää markkinoiden tutkimisen, ostokäyttäytymisen selvittämisen, kohderyhmien valinnan sekä asiakasryhmien tarpeiden mukaan tehdyn markkinointiohjelman.

1. Kysynnän ja asiakaskäyttäytymisen tutkimus
 - Kysynnän analysointi ja miten potentiaalisen ostajat käyttäytyvät
 - Asiakaskäyttäytymisen taustatekijöiden selvitys ja segmentointikriteerien valinta
 - Markkinoiden pilkkominen segmentteihin: A) perussegmentointi B) asiakaskäyttäytymiseen perustuva segmentointi
2. Valitaan kohderyhmät
 - Segmentointistrategian valinta
 - Tavoiteltavien segmenttien valinta
3. Markkinointitoimenpiteiden kohdentaminen
 - Yritys tai tuote asemoidaan markkinoille suhteessa kilpailijoihin
 - Jokaiselle segmentille suunnitellaan omat markkinointitoimenpiteet
 - Markkinointitoimenpiteiden toteutus ja onnistumisen seuranta

(Bergström 2015)

Arvioitaessa kysyntää selvitetään markkinoilla olevien ostajien toiveista ja tarpeista mitkä ovat niiden yhteneväisyydet ja erilaisuudet. Kysyntä voi olla hyvin samanlaista ja ostajien tarpeet tietyllä alalla tai alueella hyvin samantyyppisiä. Tällaisessa tilanteessa yrityksen pitäisi pystyä tyydyttämään tarpeet mahdollisimman hyvin ja olla kilpailijoihin nähden ylivoimainen esimerkiksi panostamalla tuotteen erilaisuuteen. Ostajien tarpeet voivat olla hyvin erilaisia, mutta alalla voidaan havaita olevan ryhmiä, joiden sisällä tarpeet ovat samanlaiset. Tämän tiedon perusteella ostajista voidaan muodosta eri segmenttejä ja yrityksen pitäisi pystyä tyydyttämään tiettyjen segmenttien tarpeet paremmin kuin kilpailijat. Välillä kysyntä voi olla epäyhteneväistä eikä ostajien välille löydy yhteisiä tekijöitä, jonka seurauksena yrityksen markkinointitoimenpiteet ovat tehottomia eikä resurssit mahdollista useiden eri versioiden tekemistä tuotteista ja markkinointitoimenpiteistä. Tämän vuoksi yritykset pyrkivät

aina löytämään joitakin perusteita eri segmenttien muodostamiselle. Äärimmilleen vietyinä segmentointi on räätälöintiä kunkin asiakkaan tarpeisiin. (Bergström 2015)

Kysyntää ja ostokäyttäytymisen piirteitä analysoitaessa yritys etsii piirteitä, jotka selittävät alan kysyntää. Näiden tekijöiden perusteella yritys valitsee järkevät kriteerit erilaisten segmenttien muodostamiseen, ja yrityksen on päätettävä mitkä ovat milloinkin sen toiminnan kannalta olennaisimmat segmentointikriteerit. Käytettävien kriteerien on tärkeää selittää ostokäyttäytymiseen liittyviä eroja eri kohderyhmien välillä. Mahdollisia kriteerejä segmentoinnille on olemassa paljon ja niitä pystytään luokittelemaan useilla eri tavoilla. Esimerkkinä urheiluliikettä perustettaessa segmentointikriteereinä voitaisiin käyttää ikää, sukupuolta, elämänvaihetta, persoonallisuutta, harrastuksia, asuinpaikkaa ja asiakassuhteen luonnetta. Harvoin yritykselle on mahdollista segmentoida markkinat yhden muuttujan perusteella. (Bergström 2015)

Kohderyhmien määrittäminen tehdään useamman samaan aikaan vaikuttavan tekijän perusteella ja usein yhdistetään kovia ja pehmeitä tekijöitä. Tuloksena on ryhmiä, jotka ovat asiakaskäyttäytymiseltään mahdollisimman yhtenäisiä ja jokaiselle pystytään suunnittelemaan omat markkinointitoimenpiteet. Ikä tai sukupuoli hyvin harvoin demograafisina tekijöinä riittävät kuvaamaan segmenttien ostokäyttäytymistä ja tämän vuoksi mukaan on otettava muitakin tekijöitä kuten esimerkiksi asenteet, persoonallisuus ja asiakassuhde. (Bergström 2015)

Ostamiseen vaikuttavien tekijöiden tutkimisen ja niistä järkevien segmentointiperusteiden valinnan jälkeen yritys jakaa kokonaismarkkinat kriteerien mukaisesti erillisiin segmentteihin. Yrityksen muodostamat segmentit rakentuvat kahdessa vaiheessa: ensin rakennetaan perus- eli liikeideasegmentointi ja tämän jälkeen asiakassuhde-segmentointi. Liikeideasegmentointi perustuu hyvin usein pääasiassa koviin segmentointikriteereihin ja niiden perusteella määritetään tuotetarjoama sekä muut osateki-jät. Perusegmentoinnissa on olennaista, että kohderyhmän käyttötarpeet ja ostokäyttäytymisen piirteet ohjaavat toimintaa. Tarkka segmenttien kuvaaminen on tärkeää, koska se antaa paremmat lähtökohdat markkinointiratkaisuille kuten esimerkiksi viestinnälle. (Bergström 2015)

Asiakassuhdesegmentoinnissa ryhmittelyn lähtökohtina ovat ostamisen merkitys sekä asiakassuhde. Asiakkaiden ryhmittely tapahtuu asiakassuhteen syvyyden mukaan sekä esimerkiksi asiakkaan ostamien tuoteryhmien mukaan ja kuinka uskollinen asiakas on. Asiakassuhdesegmentoinnin taustalla oleva oivallus on se, että nykyinen asiakas on helpompi saada ostamaan kuin ostamaton henkilö saada tekemään ensihankinta. Panos-tuotossuhteelta nykyisille asiakkaille markkinointi on edullisempaa kuin kuluttajille, jotka eivät vielä ole asiakkaita. Asiakassuhdesegmentoinnin tavoitteena on saada aikaan tuloksellisia asiakassuhteita. Asiakassuhteen perusluokittelussa käytetään luokitusta:

- Ei vielä asiakas
- Satunnainen ja pienasiakas
- Suurasiakas, kanta- ja avainasiakas

Ostamisen motiiveja hyödynnettäessä segmentoinnissa puhutaan hyötysegmentoinnista ja segmentoinnissa ostajat ryhmitellään sen mukaan mitä erilaisia hyötyjä tai arvoa he odottavat tuotteelta. Kuluttajien odotukset voivat liittyä esimerkiksi tehokkuuteen ja taloudellisuuteen, kun organisaatioiden odotukset voivat olla nopeus ja toimitusvarmuus. Molempien odotukset voivat olla hyvää palvelua, josta ollaan valmiita maksamaan. Liitettäessä hyötynäkökohtiin mukaan demografisia tekijöitä on yrityksellä käytettävissä laaja määrä tietoa segmentoinnin pohjaksi. (Bergström 2015)

4.3 Asiakasprofiilit

Asiakasprofiililla tarkoitetaan kuvitteellista henkilöä, joka edustaa yrityksen asiakasta tai potentiaalista asiakasta. Asiakasprofiili on tarkasti kuvattu henkilö ja se edustaa koko kohderyhmää. Samalla asiakasprofiili toimii työkaluna, jonka avulla yrityksen markkinointitiimi pystyy tehostamaan toimintaansa. (kanava.to)

Asiakasprofiilit ovat keskeinen menetelmä, jota käytetään asiakastutkimuksista kerätyn asiakastiedon kiteyttämiseen ja esittämiseen. Tutkimuksessa esiin nousseet toimintamallit ja toiminnan motiivit kiteytyvät asiakasprofiileissa. Asiakastutkimuksessa yksittäinenkin löydös havaitusta toimintamallista voi olla merkittävä, mutta suuremman ryhmän toteuttama toimintamalli on kuitenkin vielä tärkeämpi havaita. Suu-

remmasta ryhmästä havaittua toimintamallia voidaan käyttää perustana, kun lähde-
tään rakentamaan ratkaisuja ja palveluja. (Tuulaniemi, 2013, 154-156)

Asiakasprofilointi pohjautuu moniin arvonrakentumismalleihin ja sitä apuna käyttäen
voidaan luoda vaihtoehtoisia malleja ja mitata niiden potentiaalista arvoa ennen kuin
palvelu viedään markkinoille. Määrällisen profiloinnin avulla palvelusta saadaan kriit-
tistä tietoa mikä helpottaa päätöksen tekoa siitä mitkä ideat hylätään ja mitkä pide-
tään mukana. (Tuulaniemi, 2013, 154-156)

Jokaisella ihmisellä on hallitseva käyttäytymisprofiili, joka yleensä vaikuttaa heidän
toimintaansa ja tehtyihin valintoihin suhteessa määrättyyn tarjoamaan. Tietyissä
tilanteissa ja olosuhteissa jokin piilevistä käyttäytymismalleista ottaa helposti vallan
pääpainotuksesta huolimatta. Suunnitelmallinen kuluttaja voi muuttua toimimaan
mielihyvän mukaan tai tehokas kuluttaja voi muuttua varovaiseksi. Kun suunnittelijat
oppivat ymmärtämään erilaisia käyttäytymisprofiileja ja niiden taustalla olevia arvos-
tuksia, tavoitteita ja merkityksiä luodaan edellytykset asiakaskokemukselle, joka vas-
taa asiakkaan piileviin tarpeisiin, puhuttelee ja luo lojaliteettia sekä muuttaa asiakas-
käyttäytymistä liiketoiminnallisten tavoitteiden ja mittareiden kannalta mielekkää-
seen suuntaan. (Tuulaniemi, 2013, 154-156)

Asiakastutkimuksissa saadut tiedot ja löydökset käyttäytymismalleista, toiminnan
motiiveista, hallitsevista arvoista sekä toimintaa ohjaavista peloista sekä esteistä ti-
ivistetään asiakasprofiileihin ja tuloksena saadaan asiakasryhmän kuvaus. Asiakaspro-
fiileissa asiakkaiden arvonmuodostus voidaan tiivistää muotoon, jonka avulla voidaan
ohjata konkreettista suunnittelua ja helpottaa ymmärtämään kenelle palveluita kehi-
tetään ja minkä takia. (Tuulaniemi, 2013, 154-156)

Asiakkaiden arvonmuodostuksen ymmärtäminen on yrityksille lähtökohta, jonka
avulla luodaan erinomaisia asiakaskokemuksia. Hyvin rakennetut asiakasprofiilit ovat
toimivia suunnittelutyökaluja, jota voidaan käyttää ideointiin, päätöksentekoon ja
palvelukonseptointiin. Asiakasprofiilien kautta palveluita voidaan profiloida, kohden-
taa ja tehdä helpommin saavutettaviksi. Lisäksi asiakasprofiilit auttavat suunnitelta-
essa viestintää kohderyhmille. Suunnittelijalle asiakasprofiili on hyödyllinen työkalu,

jota apuna käyttäen uutta toimintoa, yksittäistä kontaktipistettä tai koko palvelukemusta voidaan katsoa aina eri näkökulmista. (Tuulaniemi, 2013, 154-156)

5 Tutkimuksen toteutus

Tässä osiossa kerrotaan yksityiskohtaisesti logistiikkainsinööriopiskelijoille suoritettavan kyselytutkimuksen vaiheista aina valmistelussa toteutukseen asti. Kyselytutkimuksen valmistelu aloitettiin tutkimusluvan hakemisella ja aineistohallintasuunnitelman laatimisella.

Ennen kyselytutkimuksen suorittamista tarvitsee hakea Jyväskylän ammattikorkeakoululta tutkimuslupa. Tutkimuslupa edellytetään aina Jyväskylän ammattikorkeakoulua tai sen opiskelijoita ja henkilökuntaa koskeviin tutkimushankkeisiin, jotka vaativat tiedon luovuttamista. Tutkimuksesta on oltava hyötyä Jyväskylän ammattikorkeakoululle ja se tulisi tehdä yhteistyössä henkilöstön kanssa. Tutkimusluvan hakeminen tapahtuu lomakkeen avulla ja käsittelyaika hakemukselle on noin kaksi viikkoa. (jamk.fi)

Aineistohallintasuunnitelma laaditaan, jotta varmistutaan opinnäytetyön noudattavan hyvää tieteellistä käytäntöä. Suunnitelman tarkoituksena on huolehtia siitä, ettei kerätty tutkimusaineisto ei vaarannu missään kohtaa. Myös kerätyn aineiston jatkokäyttö on oltava myöhemmin mahdollista. Aineistohallintasuunnitelma kuvaa kuinka tutkimusaineistoa kerätään, käytetään, säilytetään, arkistoidaan sekä jatkokäytetään. Jyväskylän ammattikorkeakoulussa tehtävät aineistohallintasuunnitelmat luodaan TUULI-aineistohallintasuunnitelmatyökalulla. (jamk.fi)

Tutkimusluvan liitteeksi laadittiin lisäksi tietosuojaseloste, koska kyselytutkimuksessa tullaan käsittelemään henkilötiedoiksi luettavia tietoja ja näitä taustatietoja yhdistelemällä on mahdollista tunnistaa kyselyyn vastannut henkilö. Tietosuojaselostetta varten on Jyväskylän ammattikorkeakoulun internet-sivuilla valmis pohja, joka täytettiin ja lisättiin mukaan tutkimuslupahakemuksen liitteeksi.

5.1 Kyselylomakkeen laatiminen

Kyselylomakkeen laatiminen aloitettiin kokoamalla kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja ensin Word-tiedostoon, koska ohjelma on entuudestaan tuttu sekä kyselylomakkeen valmistuessa tarvittaessa muokkaaminen on nopeaa ja helppoa. Kyselylomakkeen rakentaminen aloitettiin keskiviikkona 11.3.2020 ja opinnäytetyön ohjaajien kanssa sovittiin kyselylomakkeen olevan valmis torstaina 2.4.2020 eli aikaa oli käytettävissä tähän työvaiheeseen yhteensä 22 päivää.

Kysymykset ovat jaettu lomakkeella kolmeen eri aihepiiriin: demograafiset tiedot, logistiikan opiskelu ja työ sekä vapaa-aika. Ensimmäisenä päivänä kyselylomakkeen kysymyksissä hahmottui noin puolet ja seuraavan parin viikon ajan uusia kysymyksiä lisättiin säännöllisesti sitä mukaa, kun opinnäytetyön raportin viitekehystä kirjoitettaessa uusia ideoita kysymyksille ilmaantui. Kyselylomakkeelle tuli sekä valmiilla vastausvaihtoehdoilla olevia sekä avoimella vastauskentällä olevia kysymyksiä. Osaan vastausvaihtoehdoista lisättiin vielä avoin vastauskenttä mukaan, jotta kyselyyn vastaajalta saadaan asiaan tarkentavia tietoja. Asetuksista laitettiin näihin avoimiin tarkentaviin kenttiin vastaaminen pakolliseksi, jotta vastaajalta saadaan varmasti tarkentava vastaus kysymykseen. Muuten kyselylomakkeella ei käytetty pakollista vastaamista kaikkiin kysymyksiin. Tähän päädyttiin sillä perusteella, että kaikkien kysymysten ollessa pakollisia vastaaja jättää helposti hankalan kysymyksen osuessa kohdalle koko vastaamisen kesken, koska ei pysty etenemään seuraavaan kysymykseen. Kyselyn tuloksia tarkastettaessa on otettava tämä huomioon ja tarvittaessa hylättävä lomakkeet, joista uupuu vastauksia.

Webropoliiin kyselylomakkeen rakentaminen aloitettiin maanantaina 30.3.2020 ja työn helpottamiseksi tulostettiin Wordiin hahmoteltu kyselylomake paperille, koska kotona työskenneltäessä ei ollut käytettävissä useampaa näyttöä. Näin toimimalla kyselyn rakentaminen Webropoliiin onnistui sujuvasti. Webropol ei ollut entuudestaan tuttu ja kyselyä rakentaessa ohjelmaa käytettiin ensimmäisen kerran. Ohjelman käyttö osoittautui helpoksi ja suomen kieli sekä selkeä käyttöopas auttoivat pääsemään nopeasti liikkeelle. Tarvittaessa käytettävissä olisi ollut Webropolin tekninen tuki. Keskiviikkona 1.4.2020 kysely oli webropolissa valmis ja ohjaavien opettajien

kanssa käytiin kysely läpi palaverissa torstaina 2.4.2020. Palaverissa löytyi korjattavaa sekä muutama kysymys päätettiin poistaa kokonaan. Samalla myös ilmaantui ideoita muutamalle uudelle kysymykselle. Kyselylomakkeeseen sovitut korjaukset tehtiin loppuviikon aikana, jotta kysely pystyttiin julkaisemaan aikataulun mukaisesti maanantaina 6.4.2020. Lopulliseen kyselylomakkeen versioon kysymyksiä tuli yhteensä 39 kappaletta (ks. liite 1). Avoimella vastauskentällä olevia kysymyksiä oli 10 kappaletta ja valmiiksi määritellyillä vastausvaihtoehdoilla olevia kysymyksiä oli 29 kappaletta.

5.2 Kyselyn toteuttaminen

Kyselytutkimukselle sovittu julkaisupäivä oli maanantaina 6.4.2020 ja vastaamisaikaa oli perjantaihin 17.4.2020 asti. Pääsiäinen osui vastausajan keskelle, mikä todennäköisesti on vaikuttanut jonkin verran vastausmääriin ihmisten ollessa useamman päivän poissa opiskelun parista. Pääsiäisen jälkeen tiistaina 14.4.2020 oli aika muistuttaa sähköpostiviestillä opiskelijoita kyselystä, jotta mahdollisimman moni saataisiin osallistumaan. Perjantaina 17.4.2020 aamupäivällä vielä toisen kerran muistutettiin sähköpostiviestillä kyselyyn osallistumisesta ja samalla kiitettiin kaikkia osallistuneita. Molemmat muistutuskerrat kannatti tehdä, koska kummallakin kerralla uusia vastauksia kyselyyn tuli yli kymmenen kappaletta.

Julkaisua varten tiedusteltiin opiskelijapalveluista logistiikan opiskelijoiden sähköpostiosoitteita keskiviikkona 1.4.2020 ja vastauksena saatiin tieto, että kyselyn lähettämiseen voidaan käyttää opiskelijaryhmien jakelulistoja sähköpostissa. Jokaisen opiskelijan sähköpostiosoitteen sisältävään listaan verrattuna tämä on helpompi ja tehokkaampi tapa lähettää kysely.

Maanantaina aamulla 6.4.2020 aloitettiin kyselyn julkaiseminen. Ensimmäinen julkaisuyritys epäonnistui siltä osin, että webropolin kautta lähetetty henkilökohtainen vastaamislinkki ei toiminutkaan suunnitellusti, koska lähettämässä käytettiin sähköpostin jakelulistoja. Käytetty menetelmä olisi vaatinut toimiakseen jokaisen opiskelijan sähköpostiosoitteen lisäämisen lähetysvaiheessa. Käytettävissä ei ollut listaa

opiskelijoiden sähköpostisoitteista ja niiden hankkiminen tässä kohtaa olisi viivästyttänyt kyselyn julkaisua, joten ongelmaan täytyi löytää muu ratkaisu.

Ratkaisuna ongelmaan oli julkaisutavan vaihtaminen internet-linkiksi ja kysely saatiin julkaistua onnistuneesti. Tällä menetelmällä kutsun lähetys osallistumaan kyselyyn tapahtuivat sähköpostin välityksellä. Sähköpostiin vastauslinkin lisäksi kirjoitettiin lyhyt saateviesti, jotta viestin lukija ymmärtäisi minkä takia ja mihin tarkoitukseen kyselyä ollaan tekemässä. Kyselyn vastausaika oli myös kerrottu sähköpostissa, jotta jokainen henkilö pystyy valitsemaan itselleen mieluisan hetken vastata kyselyyn.

6 Tutkimuksen tulokset

Kysely lähetettiin 235 henkilölle ja siihen vastasi 62 henkilöä, joten palautusprosentiksi muodostui 26,4%. Kyselyn tuloksille suoritettua tarkistuksessa löydettiin 33 lomaketta, jotka sisälsivät puuttuvia vastauksia. Puutteellisesti vastatuista lomakkeista päätettiin hylätä 8 kappaletta ja kaikki hylätyt lomakkeet olivat mieshenkilöiden vastaamia. Hylkäämisen syynä oli suuri määrä puuttuvia vastauksia. Puutteita sisältävistä lomakkeista mukaan hyväksyttiin 25 kappaletta. Lomakkeista 18 kappaleesta uupui yksi vastaus ja 7 kappaleesta kaksi vastausta. Hyväksymisen perusteena oli lomakkeiden sisältämien vastauksien hyvä laatu, vaikka puuttuvia vastauksia lomakkeista löytyikin. Kysely suoritettiin anonymisti minkä seurauksena jälkikäteen puuttuvien vastauksien karhuaminen ei ollut mahdollista. Hylättyjen lomakkeiden poiston jälkeen kyselyn vastausprosentiksi tuli 22,9%.

Tässä osiossa esitettäviin kyselyn tuloksiin valittiin olennaisimmat kysymykset ja niillä saadut vastaukset. Kyselylomakkeella oli yhteensä 39 kysymystä eikä jokaisen kysymyksen tuloksien esittämistä raportissa katsottu järkeväksi. Tulokset ovat jaettu kolmen teeman alle kuten oli myös kyselylomakkeessa. Ensimmäinen teema esittelee demografisten kysymyksiä tuloksia. Toisen teeman tulokset avaavat syitä logistiikan insinööriopintojen ja oppilaitoksen valintaan. Kolmannen teeman tulokset keskittyvät opiskelijan vapaa-aikaan ja sosiaalisen median käyttöön. Tuloksien esittely tapahtuu taulukoiden, kuvioiden ja havainnollistavan tekstin avulla.

Tutkimuksen tuloksien analysointimenetelmiksi valittiin aineiston rakennetta kuvaavat tunnusluvut, ristiintaulukointi sekä riippuvuusanalysointi, koska opinnäytetyön tutkimusongelma rajoittuu ilmiön kuvaamiseen.

6.1 Millainen on tyypillinen logistiikan opiskelija

Kyselyyn vastanneista opiskelijoista enemmistö oli miehiä 72% ja noin joka neljäs vastaajista oli naisia 28% (ks. taulukko 3). Muuta sukupuolta edustavia henkilöitä ei ollut vastaajien joukossa.

Taulukko 3. Opiskelijoiden sukupuoli

	N	54 %
Mies	39	72
Nainen	15	28
Muu	0	0
	54	100

Vastaajien suurimman ikäluokan muodostivat 18-24 vuotiaat opiskelijat 65% (ks. taulukko 4). Toiseksi suurin ikäluokka olivat 25-33 vuotiaat 33% ja vastaajien joukossa oli myös 35-44 vuotiaita 2%. Yli 45-vuotiaita ei ollut kyselyyn osallistuneiden joukossa.

Taulukko 4. Opiskelijoiden ikäjakauma

	Sukupuoli ja ikäluokka		
	Mies 39 %	Nainen 15 %	Kaikki 54 %
18-24	64	67	65
25-34	33	33	33
35-44	3	0	2
45 tai yli	0	0	0
Yht.	100	100	100

Vastaajat ovat kotoisin 28 eri kaupungista tai kunnasta ympäri Suomen. Vastaajien kotikaupungeista eteläisin on Vantaa ja pohjoisin Oulu. Eniten vastaajia oli kotoisin

Jyväskylästä 20% (ks. taulukko 5). Toiseksi eniten vastaajia oli kotoisin Kokkolasta 7,4% ja kolmanneksi eniten Tampereelta. 5,6%.

Taulukko 5. Opiskelijoiden kotikaupungit

Kotikaupunki	vastaajia	%
Jyväskylä	11	20
Kokkola	4	7,4
Tampere	3	5,6

Vastaajista yli puolet olivat koulutusasteeltaan ylioppilaita 61% (ks. taulukko 6). Ammatillisen tutkinnon suorittaneita oli toiseksi eniten 35%. Alemman korkeakoulututkinnon ja yliopistotutkinnon suorittaneita oli molempia 2% vastaajista. Ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneita ei ollut vastaajien joukossa. Naisten kohdalla ylioppilastutkinto on ollut selvästi ammatillista tutkintoa suositumpi. Miesten kohdalla näiden kahden tutkinnon suorittaneiden välinen ero on huomattavasti pienempi.

Taulukko 6. Opiskelijoiden koulutustausta

Sukupuoli ja koulutus

	Mies	Nainen	Kaikki
	39	15	54
	%	%	%
Ylioppilas	59	67	61
Ammatillinen tutkinto	38	27	35
Alempi korkeakoulututkinto	0	7	2
Ylempi korkeakoulututkinto	0	0	0
Yliopistotutkinto	3	0	2
Yht.	100	101	100

Vastaajista yli puolet 54% ilmoittaa siviilisäädyn sinkun (ks. taulukko 7). Avoliitossa eläviä on vastaajista 24% ja seurustelevia 20%. Avioliitossa eläviä löytyy vain miespuolisista vastaajista. Naisista noin joka kolmas ilmoittaa seurustelevansa, kun miesten kohdalla seurustelevia on joka kuudes vastaajista.

Taulukko 7. Opiskelijoiden siviilisäät

Sukupuoli ja siviilisäät			
	Mies	Nainen	Kaikki
	39	15	54
	%	%	%
Sinkku	54	47	52
Seurustelee	15	33	20
Avoliitto	26	20	24
Avoliitto	5	0	4
En halua kertoa	0	0	0
Yht.	100	100	100

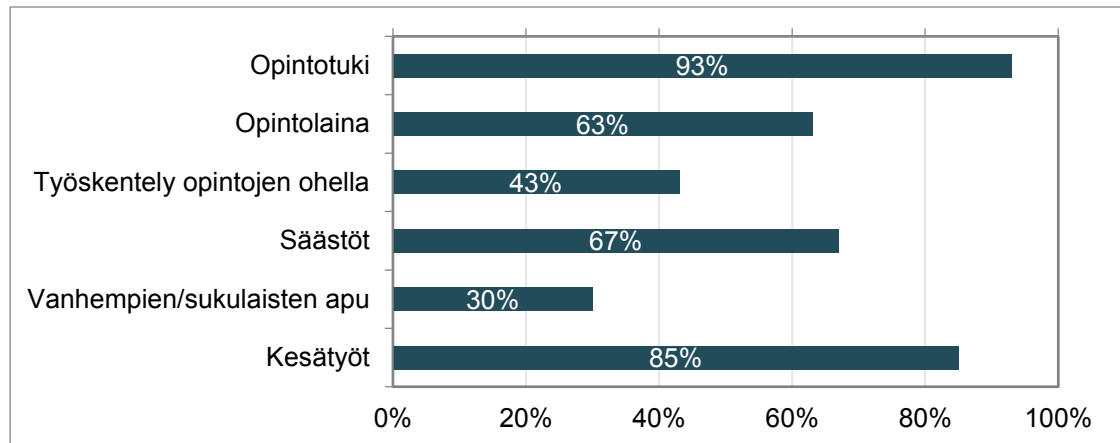
Suurin osa vastaajista ilmoitti asumismuodokseen vuokra-asunnon 89% (ks. taulukko 8). Omistus- ja asumisoikeusasuntoja oli vain pienellä osalla vastaajista. Vastaajista ainoastaan naiset ilmoittivat asumismuodokseen opiskelija-asunnon 7%. Vanhempien luona asuvia opiskelijoita ei ollut vastaajien joukossa.

Taulukko 8. Opiskelijoiden asumismuoto

Sukupuoli ja asumismuoto			
	Mies	Nainen	Kaikki
	39	15	54
	%	%	%
Vuokra-asunto	92	80	89
Omistusasunto	5	7	6
Asumisoikeusasunto	3	7	3
Opiskelija-asunto	0	7	2
Asun vanhempien luona	0	0	0
Yht.	100	100	100

Vastaajilta kysyttiin miten he rahoittavat opinnot ja pyydettiin valitsemaan kaikki sopivat vaihtoehdot. Vastaajista suurin osa 93% rahoittaa opintonsa opintotuen avul-

la. (ks. kuvio 1). Toiseksi suosituin tulonlähde ovat kesätyöt 85% ja kolmanneksi suosituin ovat säästöt 67%. Opintolainaa nostavat 63% vastaajista ja miesten kohdalla opintolaina on selvästi suosittu rahoitustapa kuin naisilla. Opiskelijen ohella työskentelee alle puolet vastaajista 43%. Noin joka kolmas mies ja noin joka viides nainen saavat vanhemmiltaan tai sukulaisiltaan rahallista apua.



Kuvio 1. Opintojen rahoittaminen

6.2 Syitä logistiikan insinööriopintojen ja oppilaitoksen valintaan

Vastaajista enemmistöllä 67% ei ole aiempaa logistiikan koulutustausta (ks. taulukko 9). Vastaajista 33% on aiempaa logistiikan koulutustausta. Kysymykseen kyllä vastanneista logistiikan perustutkinnon on suorittanut 71% ja armeijan kuljettajakoulutuksen 29%. Miehillä aiempaa logistiikan koulutustausta on selvästi naisia enemmän. Tämä ero selittyy tutkittaessa vastaajien koulutustausta (Taulukko 10), josta huomataan, että miehistä 38% on suorittanut ammatillisen tutkinnon ja naisista ammatillisen tutkinnon suorittaneita on 27%.

Taulukko 9. Logistiikan koulutustausta

Sukupuoli ja logistiikan koulutustausta

	Mies	Nainen	Kaikki
	39	15	54
	%	%	%
Kyllä	38	20	33
Ei ole	62	80	67
Yht.	100	100	100

Logistiikan aiempaa työkokemusta oli vastaajien enemmistöllä 67% (ks. taulukko 10). Aiempaa logistiikan työkokemusta omaavista 59% on työskennellyt erilaisissa kuljet-tajan työtehtävissä ja 32% erilaisissa varastoissa ja terminaaleissa. Vastaajista 33% ei ollut aiempaa logistiikan työkokemusta. Miesten ja naisten välillä on havaittavissa selvä ero logistiikan työhistoriassa. Aiemmin havaittu ammatillisen koulutuksen suo-sio (ks. taulukko 10) miesten keskuudessa selittää miksi miehillä on naisia enemmän aikaisempaa logistiikan työkokemusta.

Taulukko 10. Logistiikan työhistoria

Sukupuoli ja logistiikan työhistoria			
	Mies	Nainen	Kaikki
	39	15	54
	%	%	%
Kyllä	79	33	67
Ei ole	21	67	33
Yht.	100	100	100

Logistiikan insinööriopintojen valintaan vaikuttaviksi tekijöiksi molemmat sukupuolet mainitsivat hyvät työllisyysmahdollisuudet sekä logistiikan kiinnostavuuden (ks. tau-lukko 11). Miehillä valintaan vaikuttavana yhteisenä tekijänä on ollut aiempi logistii-kan työkokemus tai koulutustausta. Naisilla valintaan vaikuttavana yhteisenä tekijänä on ollut työllistymismahdollisuuksien monipuolisuus.

Taulukko 11. Opintojen valintatekijät

Miehet	Naiset
Hyvä työllisyystilanne ja kehittymismahdollisuu-det	Hyvä työllisyystilanne
Logistiikan aiempi työkokemus ja koulutus	Monipuoliset työllistymismahdollisuudet
Logistiikka kiinnostaa	Logistiikka ja tekniikka kiinnostavat

Jyväskylän ammattikorkeakoulun valintaan vaikuttava tekijöinä molemmat sukupuolet mainitsivat oppilaitoksen sijainnin, opetuksen hyvän laadun sekä oppilaitoksen hyvän maineen (ks. taulukko 12). Miesten vastauksissa yhteisenä tekijänä oli opetuk-

sen laadun lisäksi tarjonta sekä oppilaitoksen hyvän maineen lisäksi Jyväskylän ammattikorkeakoulua pidettiin parhaana vaihtoehtona logistiikan opiskelulle.

Taulukko 12. Oppilaitoksen valintatekijät

Miehet	Naiset
Oppilaitoksen sijainti, kotikaupunki	Oppilaitoksen sijainti, kotikaupunki
Opetuksen hyvä laatu ja tarjonta	Opetuksen hyvä laatu
Oppilaitoksen hyvä maine, paras vaihtoehto	Oppilaitoksen hyvä maine

Vastaajista enemmistö 79% ei ollut hakenut logistiikan opiskelupaikkaa muista oppilaitoksista kuin Jyväskylän ammattikorkeakoulusta (ks. taulukko 13). Vastaajista 21% oli hakenut opiskelupaikkaa muistakin logistiikan koulutusta tarjoavista oppilaitoksista. Kyllä vastanneista 56% oli hakenut opiskelupaikkaa Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulusta (Xamk) ja 31% Satakunnan ammattikorkeakoulusta (Samk).

Taulukko 13. Opiskelupaikan hakeminen

Sukupuoli ja 1.hakuvaihtoehto

	Mies	Nainen	Kaikki
	38	15	54
	%	%	%
Kyllä	76	87	79
Ei ollut	24	13	21
Yht.	100	100	100

Logistiikkainsinöörin opintojen suuntautumisvaihtoehtoista kiinnostavin vastaajille ovat kuljetukset 41% (ks. taulukko 14). Toiseksi suosituin suuntautumisvaihtoehto on sisälogistiikka 31% ja kolmanneksi suosituin hankinta 20%. Sukupuolten väliset erot suuntautumisvaihtoehtojen kiinnostavuuden välillä ovat pieniä. Naiset ovat kiinnostuneet miehiä enemmän vaihto-opiskelusta ulkomailta.

Taulukko 14. Logistiikan suuntautumisvaihtoehdot

	Sukupuoli ja suuntautumisvaihtoehdot		
	Mies	Nainen	Kaikki
	39 %	15 %	54 %
Kuljetukset	41	40	41
Sisälogistiikka	33	27	31
Hankinta	21	20	20
Yrittäjyys	3	0	2
Vaihto-opiskelu ulkomailla	3	13	6
Yht.	100	100	100

Logistiikkainsinöörin opintojen jälkeen mahdollisista työtehtävistä miehiä eniten kiinnostavat esimiestehtävät 41% ja naisia eniten suunnittelutehtävät 33% (ks. taulukko 15). Miehiä seuraaviksi eniten kiinnostavat suunnittelutehtävät 21% ja kehittämistehtävät 18%. Naisia seuraavaksi eniten kiinnostavat esimiestehtävät 27% ja kehittämistehtävät 20%. Asiantuntijatehtävistä miehet ovat naisia enemmän kiinnostuneita.

Taulukko 15. Logistiikan työtehtävät

	Sukupuoli ja työtehtävät		
	Mies	Nainen	Kaikki
	39 %	15 %	54 %
Esimiestehtävät	41	27	37
Suunnittelutehtävät	21	33	24
Kehittämistehtävät	18	20	19
Asiantuntijatehtävät	15	7	13
Yrittäjyys	5	7	6
Jokin muu, mikä	0	7	2
Yht.	100	100	100

Logistiikkainsinöörin opintojen jälkeen yrittäjyys kiinnostaa 26% vastaajista (ks. taulukko 16). Miehistä 31% ja naisista 13% on kiinnostunut yrittäjyydestä. Tuloksista voidaan havaita, että naisilla on selvempi mielipide yrittäjyyden kiinnostukseen, kun taas miehistä 38% ei osaa sanoa mielipidettään.

Taulukko 16. Yrittäjyys

Sukupuoli ja kiinnostus yrittäjyyteen

	Mies	Nainen	Kaikki
	39	15	54
	%	%	%
Kyllä	31	13	26
Ei kiinnosta	31	73	43
En osaa sanoa	38	13	31
Yht.	100	100	100

6.3 Vapaa-aika ja sosiaalinen media

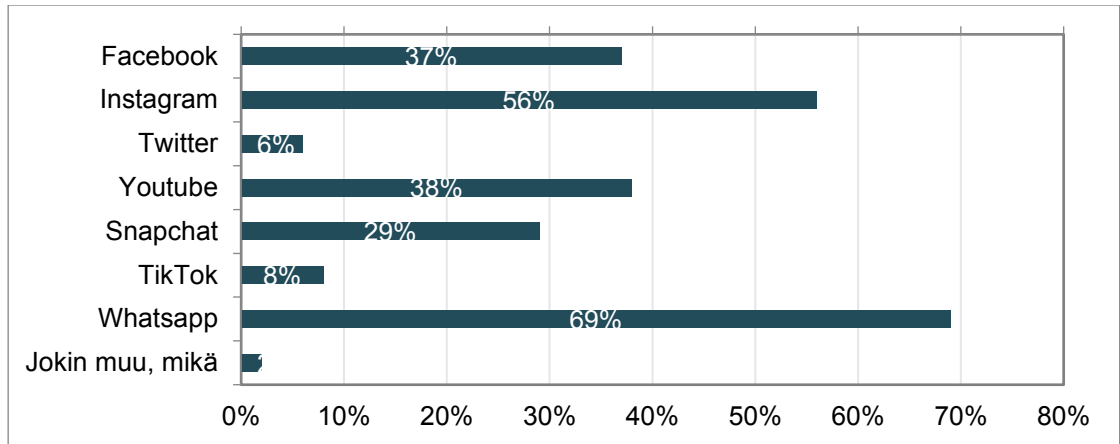
Vastaajilla on useita erilaisia harrastuksia, joista suosituimmaksi nousi ulkoilu ja lenkkeily 18% (ks. taulukko 17). Toiseksi suosituimmaksi nousivat erilaiset palloilulajit 16% ja kolmanneksi musiikin, taide ja kulttuuri 15%.

Taulukko 17. Harrastukset

Harrastus	Vastaajia	%
Ulkoilu/lenkkeily	11	18
Palloilulajit	10	16
Musiikki, Taide, kulttuuri	9	15
Kuntosali	8	13
Tietokone- ja konsolipelaaminen	8	13
Jääkiekko	7	11

Sosiaalisen median kanavista vastaajille suosituin oli Whatsapp 69% (ks. kuvio 2).

Toiseksi suosituin oli Instagram 56% ja kolmanneksi suosituin Youtube 38%.



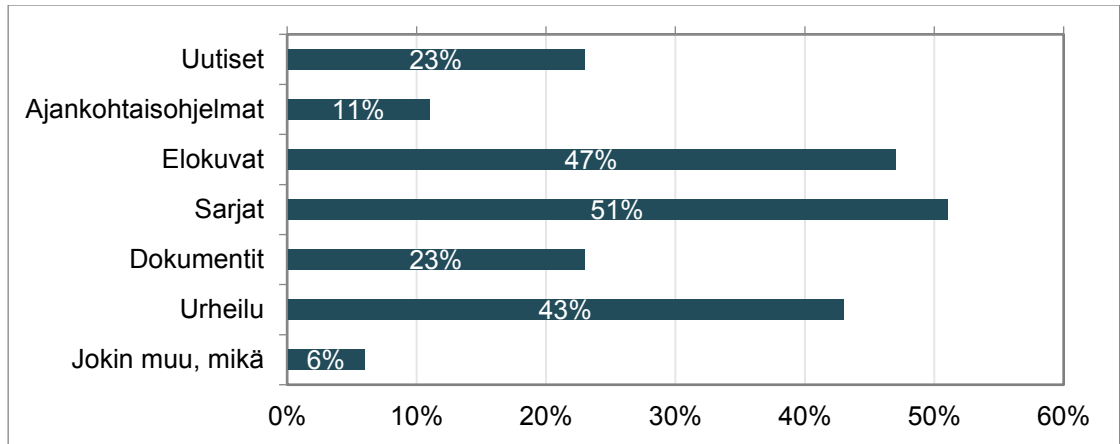
Kuvio 2. Sosiaalisen median kanavat

Vastaajilta kysyttiin millaisia henkilöitä he seuraavat sosiaalisessa mediassa. Vastauksissa mainittiin useita eri henkilöitä ja osa oli ainoastaan maininnut minkä tyyppisiä henkilöitä he seuraavat. Eniten vastauksissa toistui Jaajo Linnonmaan nimi (ks. taulukko 18). Vastauksien joukossa oli muun muassa eri urheilijoita, poliitikkoja, sosiaalisen median tähtiä, näyttelijöitä ja muusikoita. Osa vastaajista kertoi, etteivät he seuraa henkilöitä sosiaalisessa mediassa.

Taulukko 18. Sosiaalisen median seurattavat

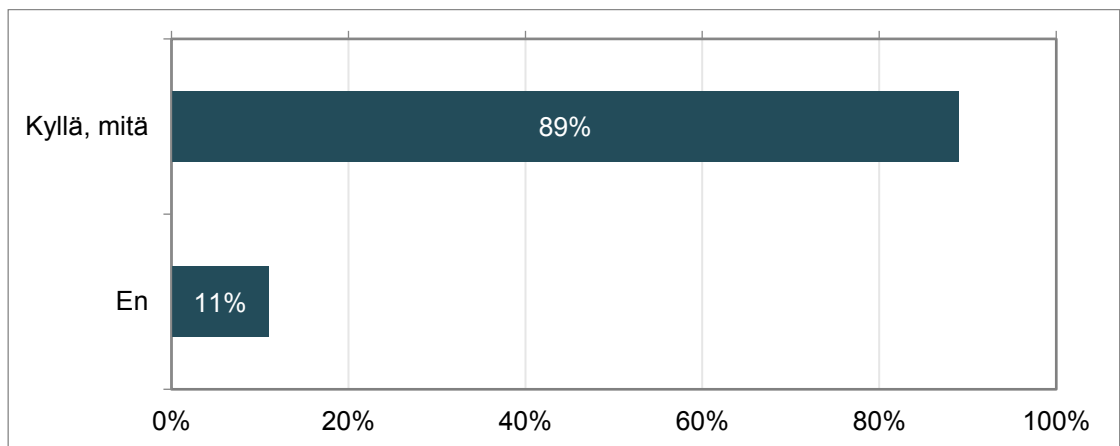
Nimi	Ammatti
1. Jaajo Linnonmaa	Juontaja, näyttelijä, yrittäjä
2. Kimi Räikkönen	Moottoriurheilija
3. Esko Seppänen	Poliitikko
4. Joel Vatanen	Personal trainer, yrittäjä

Television ohjelmatarjonnasta vastaajille suosituin olivat sarjat 56% (ks. kuvio 3). Toiseksi suosituin olivat elokuvat 47% ja kolmanneksi suosituin olivat urheilu 43%.



Kuvio 3. Television ohjelmatarjonta

Vastaajista suurin osa 89% kertoi käyttävänsä suoratoistopalveluita (ks. kuvio 4). Suosituin suoratoistopalvelu oli Netflix 61%. Toiseksi suosituin oli Spotify 22% ja kolmanneksi suosituin oli HBO 17%.



Kuvio 4. Suoratoistopalvelut

7 Johtopäätökset ja asiakasprofiilit

Logistiikan insinööriopiskelijoille tehdyn kyselyn tuloksista tehtyjen havaintojen perusteella muodostettiin asiakasprofiileja, joita Jyväskylän ammattikorkeakoulu voi käyttää tulevaisuudessa apuna logistiikan koulutuksen markkinoinnin suunnittelussa. Asiakasprofiileilla pyritään vastaamaan opinnäytetyön alussa määritettyihin tutkimuskysymyksiin.

Koulutustaustasta oli selvästi havaittavissa ylioppilastutkinnon suorittaneiden henkilöiden joukko ja ammatillisessa koulutuksessa logistiikan perustutkinnon suorittaneiden henkilöiden joukko. Logistiikan aiemmasta työkokemuksesta oli selvästi havaittavissa joukko erilaisten kuljetusten parissa työskennelleitä henkilöitä ja varastoissa sekä terminaaleissa työskennelleiden henkilöiden joukko. Tutkimuksessa miehiä oli enemmistö, joten naisopiskelijoille muodostettiin oma alaprofiili, jotta myös heidät saadaan tuotua esiin tuloksissa. Naisten kiinnostus logistiikka-alaa kohtaan on kasvanut viime vuosia, joten tämä myös tukee päätöstä luoda heille oma asiakasprofiili.

Vastanneista opiskelijoista suurin osa edusti 18-24 vuotiaiden ikäluokkaa mikä on ammattikorkeakoulun ollessa kyseessä hyvin tavallista. Lukiosta tai ammatillisesta oppilaitoksesta valmistumisen jälkeen on luonnollista jatkaa opiskelua ammattikorkeakoulussa ja aloittaa työura sekä perustaa perhe vasta valmistumisen jälkeen. Logistiikka on perinteisesti ollut miesvaltainen ala mikä näkyy tämänkin työn tuloksissa siinä, että miehiä oli selvä enemmistö vastaajista. Siviilisäätynä sinkku ja asumismuoto vuokra-asunto sopivat hyvin opiskelijoiden edustamaan ikäluokkaan ja taloudelliseen asemaan yhteiskunnassa.

Logistiikan alan valinneet henkilöt ovat selvästi kiinnostuneet työnteosta, koska hyvät työllistymisnäkökymät ovat olleet yhteisenä valintaperusteena ja oppilaitoksen valinnassakin hyvä maine ja opetuksen laatu on ollut ratkaisevana tekijänä. Opintojen rahoitukseen liittyvässä kysymyksessä kesätyöt olivat suosittu rahoitustapa mikä tukee käsitystä työnteon kiinnostavuudesta. Opetuksen hyvä laatu ja oppilaitoksen hyvä maine antavat hyvät lähtökohdat työelämää varten ja tämä on varmasti myös tekijä, jota monet työnantajat arvostavat uutta työntekijää valittaessa. Opintoihin

liittyvistä kysymyksistä oli havaittavissa selviä yhteisiä kiinnostuksen kohteita, ja opintoihin liittyvät haasteetkin olivat hyvin samanlaisia.

Sosiaalisen median sovelluksien osalta on havaittavissa, että logistiikan opiskelijoille suosituimpia ovat yleisesti tunnetut ja suositut sovellukset. Tämä helpottaa markkinoinnissa, koska nämä sovellukset ovat todennäköisesti myös markkinointia tekeville henkilöille tuttuja ja suosituimpien sovellusten käyttö riittää tavoittamaan suuren joukon ihmisiä. Opiskelijoiden seuraamista henkilöistä löytyi selvästi samoja aihepiirejä edustavia henkilöitä, mutta itse henkilöistä samoja vastauksia oli kuitenkin niin vähän, että yleistäminen on mahdotonta. Vaikka aihepiirit olivat samanlaisia, on kuitenkin mahdollista, että seurattavissa henkilöissä on isoja eroja. Tämä asia vaatisi mielestäni vielä jatkotutkimuksia, jotta voitaisiin vastata tarkasti, onko opiskelijoilla seurattavana henkilöitä, jotka toimisivat yhteisinä tekijöinä.

Henkilöiden seuraamista sivustoista oli selvästi havaittavissa yhteisiä tekijöitä, jotka olivat iltapäivälehdet. Tällä hetkellä monet sanomalehdet ovat siirtäneet sivustoillaan sisältöä maksumuurin taakse mikä varmasti on omalta osaltaan ohjannut henkilöitä iltapäivälehtien lukijoiksi niiden ilmaisen sisällön takia. Mielestäni tätä asiaa kannattaisi tutkia vielä tarkemmin, jos iltapäivälehtiä syvemmälle mentäessä löytyisi muitakin sivustoja, jotka ovat opiskelijoille suosittuja ja niitä pystyttäisiin käyttämään logistiikan koulutuksen mainostamiseen. Kyselylomakkeella kysyttiin mitä sivustoja seuraatte ja pyydettiin mainitsemaan kaksi. Jälkikäteen ajateltuna kysymys olisi pitänyt olla muotoiltu paremmin tai sivustoihin liittyviä kysymyksiä olisi pitänyt olla useampia, jotta olisi saatu paremmin hyödynnettäviä vastauksia.

7.1 Logistiikkainsinööriopiskelijoiden asiakasprofiilit

Kyselytutkimuksen tuloksia analysoitaessa löytyi selkeästi opiskelijoita yhdistäviksi tekijöiksi koulutustausta sekä logistiikan työkokemus. Näiden havaintojen pohjalta muodostettiin kaikkia logistiikkainsinöörioppilaita edustava asiakasprofiili sekä viisi pienempää alaprofiilia: ylioppilas, logistiikan jatko-opiskelija, kuljettaja, varastotyöntekijä sekä naisopiskelija. Asiakasprofiileissa tiivistyvät tutkimuksessa havaitut opis-

kelijoita yhdistävät piirteet ja ominaisuudet. Asiakasprofiileissa esitetyillä asioilla pyritään vastaamaan kaikkiin opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin.

7.1.1 Ylioppilas

Ylioppilas

- 18-24 vuotias, sukupuoleltaan mies
- Siviilisäädyltään sinkku, asuu vuokra-asunnossa
- Suorittanut ylioppilastutkinnon, ei aiempaa logistiikan koulutusta
- Kielitaitona suomi, englanti ja ruotsi
- Rahoittaa opintonsa opintotuella, kesätöillä ja säästöillä
- Logistiikan työkokemusta varastotyöntekijän tehtävistä
- Sijainti, hyvä maine ja opetuksen laatu syinä valita Jamk
- Aiempi työkokemus, hyvät työllistymisnäkömät ja kiinnostus logistiikkaan syinä logistiikan opintojen valintaan
- Suuntautumisvaihtoehdoista kuljetukset ja sisälogistiikka kiinnostavimpia
- Kuljetukseen liittyvät opintojaksot mieluisimpia
- Haastavimpina opintojaksoina mekaniikka, fysiikka ja matematiikka
- Sosiaalisen median kanavoina Whatsapp, Instagram ja YouTube
- Seuraa urheilijoita, poliitikkoja ja julkkiksia sosiaalisessa mediassa

jamk.fi

Kuvio 5. Ylioppilaan profiili

Ylioppilas on nuori mieshenkilö, joka on suorittanut ylioppilastutkinnon ja omaa logistiikan työkokemusta varastomiehen työtehtävistä (ks. kuvio 5). Lukion jälkeen tulevaa opiskelupaikkaa mietittäessä henkilöllä on ollut kiinnostusta logistiikkaa kohtaan ja aiempi työkokemus logistiikasta sekä alan hyvät työllisyysnäkömät ovat vaikuttaneet logistiikkainsinöörin opintojen valintaan. Insinööriopintojen suuntautumisvaihtoehdoista kiinnostavat kuljetukset ja sisälogistiikka ja opintojaksoista mieluisimpia ovat kuljetukseen liittyvät. Sosiaalisen median sovelluksista henkilö käyttää

Whatsappia, Instagramia ja YouTubea ja seurattavina henkilöinä on urheilijoita, poliitikkoja ja julkkiksia.

7.1.2 Logistiikan jatko-opiskelija

Logistiikan jatko-opiskelija

- 18-24 vuotias, sukupuoleltaan mies
- Siviilisäädyltään sinkku, asuu vuokra-asunnossa
- Suorittanut ammatillisen tutkinnon, logistiikan perustutkinto
- Kielitaitona suomi, englanti ja ruotsi
- Rahoittaa opintonsa opintotuella, opintolainalla, säästöillä ja kesätöillä
- Logistiikan työkokemusta kuljettajan tehtävistä
- Sukulaisia tai lähipiiriä työskentelee logistiikan alalla
- Sijainti, hyvä maine sekä opetuksen laatu syinä valita Jamk
- Aiempi työkokemus, kiinnostus logistiikkaan sekä halu jatko-opiskella alaa syinä logistiikan opintojen valintaan
- Suuntautumisvaihtoehtoista eniten kiinnostaa kuljetukset
- Kuljetuksen opintojaksot mieluisimpia
- Haastavimpina opintojaksoina matematiikka ja kielet
- Kiinnostunut logistiikan jatko-opinnoista Yamk:ssa
- Sosiaalisen median kanavoina Whatsapp, Facebook, Instagram ja YouTube
- Seuraa urheilijoita, muusikoita ja julkkiksia sosiaalisessa mediassa

jamk.fi

Kuvio 6. Logistiikan jatko-opiskelijan profiili

Logistiikan jatko-opiskelija on nuori miespuolinen henkilö, jolla on aiempaa logistiikan koulutustaustaa sekä työkokemusta (ks. kuvio 6). Henkilö on selvästi huomannut alan omakseen ja logistiikan parissa työskennellessä on herännyt halu jatko-opiskella alaa ja samalla mahdollistaa tulevaisuudessa paremman työn saaminen logistiikan parista. Lähipiiristä löytyy logistiikan parissa työskenteleviä millä on varmasti ollut jonkin verran vaikutusta alan valintaan. Insinöörin opinnoissa kuljetusten suuntautuminen ja kuljetukseen liittyvät opintojaksot ovat kiinnostavimpia. Vaikeuksia opin-

noissa henkilölle aiheuttavat matematiikka ja kielet. Insinöörin opintojen jälkeen jatko-opiskelu ylemmässä ammattikorkeakoulussa kiinnostaa henkilöä. Sosiaalisen median sovelluksista henkilö käyttää Whatsappia, Facebookia, Instagramia ja YouTubea ja seurattavina henkilöinä on urheilijoita, muusikoita ja julkkiksia.

7.1.3 Kuljettaja

Kuljettaja

- 18-24 vuotias, sukupuoleltaan mies
- Siviilisäädyltään sinkku, asuu vuokra-asunnossa
- Suorittanut ammatillisen tutkinnon, logistiikan perustutkinto
- Kielitaitona suomi, englanti ja ruotsi
- Rahoittaa opintonsa opintotuella, opintolainalla, kesätöillä ja säästöillä
- Logistiikan aiempaa työkokemusta kuljettajan tehtävistä
- Lähipiirissä logistiikka-alalla työskenteleviä
- Sijainti lähellä kotikaupunkia, hyvä maine ja opetuksen laatu syinä valita Jamk
- Aiempi logistiikan työkokemus ja koulutus, hyvät työllistymisnäkömät ja kiinnostus alaan syinä logistiikan opintojen valintaan
- Suuntautumisvaihtoehdoista kuljetukset mieluisin
- Sisälogistiikan johtaminen sekä kuljetuksen opintojaksot mieluisimpia
- Haastavimpina opintojaksoina matematiikka ja mekaniikka
- Kiinnostunut logistiikan jatko-opinnoista Yamk:ssa
- Sosiaalisen median kanavoina Whatsapp, Instagram ja Facebook
- Seuraa urheilijoita, muusikoita ja julkkiksia sosiaalisessa mediassa

jamk.fi

Kuvio 7. Kuljettajan profiili

Kuljettaja on nuori mieshenkilö, joka on suorittanut logistiikan perustutkinnon ja työskennellyt kuljetusten parissa kuljettajan työtehtävissä (ks. kuvio 7). Lähipiirissä on logistiikan parissa työskenteleviä mikä on omalta osaltaan vaikuttanut alan valintaan. Kuljettajan töissä on herännyt halu jatko-opiskella lisää logistiikkaa, ja henkilö on hakeutunut insinöörin koulutukseen. Alan hyvät työllisyysnäkömät ovat osaltaan

vaikuttaneet valintaan. Opintojen suuntautumisvaihtoehtoista kuljetukset ovat mieluisimpia ja opintojaksoista sisälogistiikan johtaminen sekä kuljetuksen opintojaksot ovat mieleisiä. Vaikeuksia henkilölle aiheuttaa mekaniikan ja matematiikan opintojaksot. Logistiikan jatko-opiskelu ylemmässä ammattikorkeakoulussa kiinnostaa myös henkilöä. Sosiaalisen median sovelluksista henkilö käyttää Whatsappia, Instagramia ja Facebookia ja seurattavina henkilöinä on urheilijoita, muusikoita ja julkkiksia.

7.1.4 Varastotyöntekijä

Varastotyöntekijä

- 18-34 vuotias, sukupuoleltaan mies
- Siviilisäädyltään sinkku, asuu vuokra-asunnossa
- Suorittanut ylioppilastutkinnon, ei aiempaa logistiikan koulutusta
- Kielitaitona suomi, englanti ja ruotsi
- Rahoittaa opintonsa opintotuella, säästöillä ja työskentelee opintojen ohella sekä kesäisin
- Logistiikan työkokemusta varastotyöntekijän tehtävistä
- Sijainti, hyvä maine ja opetuksen laatu syinä valita Jamk
- Aiempi työkokemus, hyvät työllistymisnäköymät ja kiinnostus logistiikkaan syinä logistiikan opintojen valintaan
- Suuntautumisvaihtoehtoista eniten kiinnostaa sisälogistiikka
- Sisälogistiikan johtaminen opintojaksoista mieluisin
- Haastavimpina opintojaksoina mekaniikka, ja matematiikka
- Kiinnostunut logistiikan jatko-opinnoista Yamk ja yliopisto
- Sosiaalisen median kanavoina Whatsapp, Instagram ja Snapchat
- Seuraa urheilijoita ja julkkiksia sosiaalisessa mediassa

jamk.fi

Kuvio 8. Varastotyöntekijän profiili

Varastotyöntekijä on nuori tai nuorehko mieshenkilö, joka on suorittanut ylioppilastutkinnon ja logistiikan ala on tullut tutuksi varastotyöntekijänä työskennellessä (ks. kuvio 8). Logistiikkaa kohtaan oleva kiinnostus, aiempi työkokemus ja hyvät työllis-

tymisnäkymät ovat saaneet henkilön hakeutumaan logistiikkainsinöörin koulutukseen. Opintojen suuntautumisvaihtoehdoista sisälogistiikka kiinnostaa eniten ja mielisin opintojakso on sisälogistiikan johtaminen. Vaikeuksia opinnoissa aiheuttavat mekaniikan ja matematiikan opintojaksot. Jatko-opiskelu kiinnostaa tulevaisuudessa henkilöä ja vaihtoehtoina ovat ylempi ammattikorkeakoulu sekä yliopisto. Sosiaalisen median sovelluksista henkilö käyttää Whatsappia, Instagramia ja Snapchatia ja seurattavina henkilöinä on urheilijoita ja julkkiksia.

7.1.5 Naisopiskelija

Naisopiskelija

- 18-24 vuotias, sukupuoleltaan nainen
- Siviilisäädyltään sinkku, asuu vuokra-asunnossa
- Suorittanut ylioppilastutkinnon, ei aiempaa logistiikan koulutusta
- Kielitaitona suomi, englanti ja ruotsi
- Rahoittaa opintonsa opintotuella, kesätöillä ja säästöillä
- Ei aiempaa logistiikan työkokemusta
- Mieleinen kaupunki, hyvä maine ja opetuksen laatu syinä valita Jamk
- Hyvät työllistymisnäkymät ja kiinnostus logistiikkaan syinä logistiikan opintojen valintaan
- Suuntautumisvaihtoehdoista kuljetukset kiinnostavat eniten
- Sisälogistiikan johtaminen ja erityisalojen kuljetukset opintojaksoista mieluisimpia
- Haastavimpina opintojaksoina mekaniikka ja fysiikka
- Kiinnostunut suunnittelutehtävistä opintojen jälkeen
- Sosiaalisen median kanavoina Whatsapp, Instagram ja Facebook
- Seuraa kuntovalmentajia, poliitikkoja ja julkkiksia sosiaalisessa mediassa

jamk.fi

Kuvio 9. Naisopiskelijan profiili

Naisopiskelija on nuori naishenkilö, joka on suorittanut ylioppilastutkinnon (ks. kuvio 9). Aiempaa logistiikan työkokemusta tai opintoja ei henkilöllä ole. Kiinnostus logistiikkaa ja tekniikkaa kohtaan on herättänyt kiinnostuksen hakea logistiikkainsinöörin

opintoihin. Alan hyvät työllistymisnäkymät ovat omalta osaltaan vaikuttaneet valintaan. Opintojen suuntautumisvaihtoehdoista eniten kiinnostavat kuljetukset. Opintojaksoista mieleisimpiä ovat sisälogistiikan johtaminen ja erityisalojen kuljetukset. Mekaniikan ja fysiikan opintojaksot henkilö kokee aiheuttavan eniten vaikeuksia. Valmistumisen jälkeen henkilöä kiinnostavat suunnittelijan työtehtävät. Sosiaalisen median sovelluksista henkilö käyttää Whatsappia, Instagramia ja Facebookia ja seurattavina henkilöinä on kuntovalmentajia, poliitikoita ja julkkiksia.

7.1.6 Logistiikkainsinööriopiskelija

Logistiikkainsinööriopiskelija

- 18-24 vuotias, sukupuoleltaan mies
- Siviilisäädyltään sinkku, asuu vuokra-asunnossa
- Suorittanut ylioppilastutkinnon
- Kielitaitona suomi, englanti ja ruotsi
- Rahoittaa opintonsa opintotuella, kesätöillä, säästöillä ja opintolainalla
- Logistiikan työkokemusta kuljettajan ja varastotyöntekijän tehtävistä
- Sijainti, hyvä maine sekä opetuksen laatu syinä valita Jamk
- Aiempi työkokemus, kiinnostus logistiikkaan ja hyvät työllisyysnäkymät syinä logistiikan opintojen valintaan
- Suuntautumisvaihtoehdoista eniten kiinnostaa kuljetukset ja sisälogistiikka
- Kuljetuksen, hankinnan ja sisälogistiikan opintojaksot mieluisimpia
- Haastavimpina opintojaksoina matematiikka ja mekaniikka
- Valmistumisen jälkeen esimiestehtävät kiinnostavat
- Kiinnostunut logistiikan jatko-opinnoista Yamk:ssa
- Harrastuksina ulkoilu ja lenkkeily sekä palloilulajit
- Sosiaalisen median kanavoina Whatsapp, Instagram ja YouTube
- Seuraa urheilijoita ja julkkiksia sosiaalisessa mediassa

jamk.fi

Kuvio 10. Logistiikkainsinööriopiskelijan profiili

Logistiikkainsinööriopiskelija on nuori mieshenkilö, joka on suorittanut ylioppilastutkinnon (ks. kuvio 10). Aiemmin henkilö ei ole opiskellut logistiikkaa ja alan pariin

henkilö on päässyt työskennellessään kuljettajan ja varastomiehen työtehtävissä. Oppilaitoksen sijainti, hyvä maine sekä opetuksen laatu ovat olleet valintaperusteina Jyväskylän ammattikorkeakouluun hakiessa. Logistiikan opinnot henkilö on valinnut aiemman työkokemuksen, alan kiinnostavuuden ja hyvien työllistymismahdollisuuksien perusteella. Suuntautumisvaihtoehdoista kiinnostavat kuljetukset ja sisälogistiikka. Henkilöä kiinnostavat kuljetuksen, hankinnan ja sisälogistiikan opintojaksot. Vaikeuksia opinnoissa aiheuttavat mekaniikka ja matematiikka. Valmistumisen jälkeen kiinnostunut esimiestehtävistä sekä jatko-opiskelusta ylemmässä ammattikorkeakoulussa. Vapaa-ajan harrastuksiin kuuluvat ulkoilu, lenkkeily sekä palloilulajit. Sosiaalisen median kanavoista henkilö käyttää Whatsappia, Instagramia sekä YouTubea. Sosiaalisessa mediassa henkilö seuraa urheilijoita ja julkkiksia, joista suosituimpia ovat Kimi Räikkönen ja Jaajo Linnonmaa.

8 Pohdinta

Opinnäytetyön tekemisen koin mielenkiintoiseksi projektiksi ja aihetta pidin sopivan haastavana. Aiempaa kokemusta kyselytutkimuksen ja asiakasprofiilien tekemisestä ei ollut, joten opinnäytetyössä olin koko ajan mukavuusalueeni ulkopuolella. Opinnäytetyötä tehdessä opin paljon uusia asioita ja uskon niistä olevan apua tulevaisuudessaakin. Ennen opinnäytetyön aloittamista olin useamman vuoden ajan työelämässä, joten alkuun opiskelu vaati hetken totuttelua. Opiskelujen jatkaminen loppuun tuli sopivaan aikaan elämässäni ja olen iloinen saamastani mahdollisuudesta tehdä opinnäytetyö Jyväskylän ammattikorkeakoululle aiheesta, josta on hyötyä myös työn tilaajalle.

Keväällä 2020 maailmanlaajuinen Covid-19 pandemia aiheutti haasteita myös opinnäytetyön teossa. Haasteet kohdistuivat lähinnä lähdemateriaalin saatavuuteen kirjastojen ollessa kiinni. Lähdemateriaalina työssä jouduttiin käyttämään saatavilla olevia e-kirjoja sekä ennen kirjastojen sulkemista lainattuja kirjoja. Täysin tyytyväinen en työssä käytettyihin lähdemateriaaleihin ollut, mutta tilanteen ollessa haastava oli käytettävä mitä oli saatavilla, jotta opinnäytetyö valmistuu suunnitellussa aikataulussa. Koulujen sulkemisella oli vaikutuksia asioiden hoitamisessa, mutta mielestäni op-

pilaitos oli erinomaisesti onnistunut järjestämään korvaavia menetelmiä, ja opinnäytetyön tekeminen onnistui sujuvasti sekä tukea oli tarjolla aina tarvittaessa.

Suurimmat haasteet aiheuttivat opinnäytetyön tiukka aikataulu yhdistettynä kokemuksen puutteeseen aiheesta. Päätöksiä piti tehdä nopealla aikataululla, jotta työ pysyi suunnitellussa aikataulussaan. Osalle työvaiheista olisin toivonut enemmän aikaa, jotta asioihin olisi ehtinyt perehtymään vielä paremmin ja työstä olisi ehtinyt muokkaamaan viimeistellymmän kokonaisuuden, koska yleensä aina jälkikäteen tulee mieleen parannusideoita. Tiukan aikataulun etuna oli kuitenkin se, että opinnäytetyön prosessi eteni koko ajan hyvällä vauhdilla ja mahdolliset ongelmat piti ratkoa heti eikä asioita voinut jättää roikkumaan. Alussa määritellyt deadline't eri työvaiheille tuntuivat aluksi tiukoille, mutta jälkikäteen ajateltuna ne olivat aika hyvin kohdallaan ja opinnäytetyö saatiin pidettyä niiden avulla koko ajan aikataulussa.

Kyselylomakkeen ja itse kyselyn tekeminen ei ollut entuudestaan tuttua ja siihen nähden mielestäni onnistuin hyvin. Kyselyn tuloksia tutkiessa huomasin useampia kohtia, jotka olisi kannattanut tehdä lomakkeella toisin ja niistä havainnoista on varmasti hyötyä, mikäli tulevaisuudessa rakennan kyselylomakkeita. Näiden asioiden huomaaminen ensimmäistä kertaa kyselyä rakentaessa olisi ollut vaikeaa ja vähintään olisi tarvinnut suorittaa testikysely, jonka vastauksia tutkiessa olisi parannettavat kohteet huomattu. Kyselyn julkaisussa oli alkuun pieniä haasteita ja ennen julkaisupäivää olisi kannattanut käydä prosessi läpi ohjelman hyvin tuntevan henkilön kanssa. Onneksi ongelmat saatiin ratkaistua nopeasti eikä tällä varmastikaan ollut vaikutuksia kyselyn lopputuloksiin. Vaikka parannettavaa löytyikin, olen kuitenkin kokonaisuuteen tyytyväinen ja opin paljon uusia asioita. Kyselyn tekeminen ja toteutus oli opinnäytetyön vaiheista mieluisin ja pystyin käyttämään siinä hyväksi työelämässä opittuja taitoja. Työelämästä sähköpostin avulla töiden ja asioiden hoitaminen oli useiden vuosien ajalta tuttua ja tästä taidosta oli iso etu kyselyä julkaistaessa. Vaikka kyselyn tekeminen oli uusi kokemus niin aikaisempien oppien hyödyntäminen toi varmuutta tekemiseen ja uskoisin sen vaikuttaneen saatuihin tuloksiin positiivisesti.

Webropol osoittautui hyväksi ohjelmavalinnaksi kyselyn suorittamiseen. Ohjelma oli helppo käyttää ja suurimmat hyödyt tulivat esille vasta vastauksia analysoitaessa. Ohjelmalla oli helppo luoda erilaisia suodatuksia ja tuottaa niiden avulla erilaisia raportteja sekä taulukoita työn tuloksien esittelyä ja asiakasprofiilien muodostamista varten. Työskentely ohjelman avulla oli koko ajan tehokasta ja säästi varmasti paljon aikaa siihen verrattuna, että olisin tehnyt kaiken työn itse Excelin avulla. Jälkikäteen mietittynä ohjelman käyttöön olisi kannattanut kysyä vinkkejä kokeneemmilta, koska varmasti useita hyödyllisiä ominaisuuksia jäi vielä hyödyntämättä.

Kyselyn vastausprosentti oli aika lähelle sellainen kuin ennen kyselyn julkaisua ajattelinkin. Kyselyllä saatujen vastauksien laadusta yllätyin positiivisesti, koska olin odottanut opiskelijoiden vastaavan vain hyvin lyhyesti, mutta osasta vastauksista huomasin selvästi vastaajien käyttäneen aikaa vastauksien miettimiseen. Viitekehyksessä vastauksien pintapuolisuus mainitaan kyselyn yhdeksi heikkoudeksi, mutta mielestäni tässä tutkimuksessa kyseinen ilmiö koski korkeintaan muutamaa kysymystä. Viitekehyksessä mainitaan kyselytutkimuksen yhdeksi heikkoudeksi myös, että vastaamattomuus voi muodostua suureksi ja tässä tutkimuksessa tämä heikkous piti paikkansa. Kyselyyn vastaamisesta muistuttelin oppilaita sähköpostilla kahteen kertaan, joten mielestäni tein tarvittavia toimenpiteitä vastausprosentin nostamiseksi. Jos oppilaitos olisi ollut vastausaikana avoinna olisin yrittänyt saada kyselyyn osallistuminen mukaan atk-luokassa pidettäville logistiikan oppitunneille. Tämä toimenpide olisi nostanut vastausprosenttia, mutta samalla vastauksien laatu olisi voinut laskea. Nyt henkilöt osallistuivat kyselyyn vapaaehtoisesti ja uskoisin heidän olleen kiinnostuneita auttamaan tutkimuksessa.

Opinnäytetyön tulokset eivät anna täysin tarkkaa vastausta tutkimuskysymyksiin, koska suurin osa opiskelijoista ei osallistunut kyselytutkimukseen. Kyselyllä saatiin kuitenkin paljon hyödyllistä tietoa opiskelijoista, heidän motiiveistaan valita Jyväskylän ammattikorkeakoulu sekä logistiikan opinnot, mitä he tekevät vapaa-ajallaan ja miten he käyttävät sosiaalista mediaa. Jyväskylän ammattikorkeakoulun ja logistiikan alan valintaan liittyen saadut vastaukset olivat mielestäni hyviä ja omiin kokemuksiini logistiikan oppilaista perustuen olen sitä mieltä, että tulokset voisi yleistää koske-

maan koko kohderyhmää eli logistiikan oppilaita. Vastauksissa nousi selkeästi esiin useita yhteisiä tekijöitä.

Sosiaalisen median ja vapaa-ajan osalta tuloksia ei mielestäni voi yleistää, koska varsin kinkin avoimiin kysymyksiin tuli paljon erilaisia vastauksia ja samoja vastauksia oli hyvin vähän. Oppilaiden käyttämiin sosiaalisen median välineisiin saatiin hyvin vastauksia ja näitä tietoja pystytään varmasti hyödyntämään markkinointia suunniteltaessa. Opinnäytetyöllä saadut tulokset ovat käyttökelpoisia markkinoinnin suunnittelussa, mutta jatkotutkimuksilla tuloksien luotettavuutta voitaisiin parantaa ja saada mahdollisesti aikaan tarkempia vastauksia.

Asiakasprofiilien muodostamista varten kyselyllä saadut vastaukset olivat käyttökelpoisia ja erilaisia asiakasprofiileja pystyttiin muodostamaan kuusi kappaletta, mutta erityisesti harrastusten ja sosiaalisen median osalta olisin toivonut enemmän vastauksia, koska yhteisten tekijöiden löytäminen oli haastavaa ja paikoin mahdotonta. Asiakasprofiileita katsoessa tämän voi huomata sosiaalisen median olevan pienemmässä osassa kuin logistiikkaan ja opiskeluun liittyvät tekijät. Tämän takia kaikkiin tutkimuskysymyksiin ei saatu mielestäni riittävän tarkkoja vastauksia. Työn pää tavoitteena oli suomenkielisen logistiikkainsinöörin tutkinto-ohjelman asiakasprofiilin muodostaminen ja se tavoite tässä työssä saatiin täytettyä. Naisopiskelijoiden asiakasprofiili ei mielestäni luotettavasti edusta naisopiskelijoita, koska kyselyyn vastasi vain 15 naisopiskelijaa. Viitekehyksessä asiakasprofiileista sanotaan, että asiakasprofiili edustaa koko kohderyhmää ja tämän ehdon ei voida katsoa naisopiskelijoiden profiilin kohdalla täyttyvän.

Logistiikan ja opiskelupaikan valintaan liittyen vastauksia oli hyvin ja niiden perusteella oli helppo löytää yhteisiä tekijöitä. Asiakasryhmiksi löytyivät koulutustaustasta ylioppilastutkinnon suorittaneiden ja logistiikan perustutkinnon suorittaneiden ryhmät. Lisäksi selkeästi oli havaittavissa ryhmä, jolla on logistiikan työkokemusta sekä ryhmä, jolla ei ole logistiikan työkokemusta. Näillä ryhmillä on selvä yhteys aiemmin mainittuun koulutustaustaan.

Viitekehyksessä segmentoinnista sanotaan, että yrityksen pitää löytää itselleen sopivimmat asiakasryhmät ja valita niistä tärkeimmät, koska resurssit eivät riitä kaikkien tarpeiden tyydyttämiseen. Logistiikan perustutkinnon suorittaneet ovat hyvä asiakasryhmä, koska heillä on käytännön työkokemusta logistiikan alalta mikä on etu logistiikkainsinöörinä työskenneltäessä esimerkiksi esimiestehtävissä. Vastauksien perusteella monella oli selvästi myös halu opiskella itselleen parempi ammatti, joten tällaiset henkilöt todennäköisesti eivät helposti lopeta opintojaan kesken ja opintomenestyskin saattaa motivoituneella henkilöllä olla parempi. Ylioppilailla on hyvät valmiudet luonnontieteissä ja kielissä mikä helpottaa insinöörin opinnoissa ja myöhemmin työelämässä esimerkiksi suunnittelutehtävissä.

8.1 Jatkotutkimusehdotus

Jatkotutkimuksena tulevaisuuden markkinointisuunnitelmia varten suosittelisin oppilaitokselle tutkimuksen tekemistä pelkästään liittyen sosiaaliseen mediaan, koska se on selvästi yksi tehokkaimmista keinoista markkinoida tällä hetkellä. Vaikka tässä opinnäytetyössä selvitettiin sosiaalisen median käyttöä niin mielestäni asiaa olisi hyvä tutkia vielä syvemmin esimerkiksi opinnäytetyön avulla. Tutkimusmenetelmänä voitaisiin käyttää esimerkiksi kyselytutkimusta ja syventää vastauksia haastattelujen avulla.

Tämän opinnäytetyön tuloksina saatiin hyvin vastauksia mitä sosiaalisen median sovelluksia opiskelijat käyttävät ja minkä tyyppinen sisältö heitä kiinnostaa, mutta heidän seuraamiin henkilöihin tai internet-sivuihin ei saatu mielestäni riittävän paljon vastauksia, jotta niistä olisi apua markkinointia suunniteltaessa. Jatkotutkimus voisi syventyä lisää sosiaalisen median sovelluksien käyttöön, mutta pääpaino olisi kuitenkin sisällössä ja seurattavissa henkilöissä, jotta mahdollisesti löydettäisiin verkkosivuja tai henkilöitä, joiden avulla Jyväskylän ammattikorkeakoulun logistiikan koulutusta voitaisiin mainostaa. Sosiaaliseen mediaan käytettyä aikaa ja varsinkin mihin aikaan päivästä opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa kannattaisi tutkia samalla myös. Jos esimerkiksi havaitaan opiskelijoiden käyttävän sosiaalista mediaa iltaisin klo 19-21 on järkevää ajoittaa julkaisujen teko samaan ajankohtaan, jotta se tavoittaa seuraajat parhaiten. Esimerkiksi päivällä tehty julkaisu ei välttämättä näy enää illalla uutisvir-

rassa ja voi jäädä iltapainotteisesti sosiaalista mediaa käyttäviltä henkilöiltä huomaamatta.

8.2 Markkinointikeinoehdotus

Jyväskylän ammattikorkeakoululle yhdeksi logistiikkainsinöörin koulutuksen markkinointikeinoiksi suosittelisin Instagramiin oman tilin perustamista logistiikan koulutusohjelmaa varten. Logistiikan oppilaille teetetyt kyselytutkimuksen perusteella Instagram on heille suosittu sosiaalisen median sovellus ja esimerkiksi Jyväskylän ammattikorkeakoulun agrologin koulutusohjelmalla on oma tili Instagramissa. Kustannuksien puolesta Instagram on edullinen tapa markkinoida, koska sisällön tuottaminen voidaan tehdä jo olemassa olevilla laitteilla kuten älypuhelimilla ja kameroilla eikä julkaiseminen ei maksa mitään. Julkaistu sisältö on myös koko ajan esillä ja ihmisten saatavilla, kun lehti- tai tv-mainokset ovat esillä vain ennalta määritellyn lyhyen ajan. Jatkuvat lehti- tai tv-mainokset tulisivat maksamaan suuria summia rahaa eikä niillä välttämättä saada kustannuksiin suhteutettuna aikaiseksi sellaisia tuloksia, että rahankäyttö mainoksiin olisi järkevää.

Instagramin etuna on sisällön julkaisemisen ja tuottamisen helppous. Kuvien ja videoiden lisäksi Instagramissa on mahdollista julkaista 24 tuntia näkyvillä olevia tarinoita sekä live-lähetyksiä. Profiilissa julkaistut videot ja kuvat voisivat olla tarkemmin etukäteen suunniteltua sisältöä, joilla ihmisille esitetään, millaista on logistiikan opiskelu Jyväskylän ammattikorkeakoulussa. Logistiikan opinnoissa tehdään paljon yritysvierailuita ja matkoja, joissa oppilaat pääsevät tutustumaan erilaisiin yrityksiin Suomessa ja ulkomailla. Lisäksi logistiikkalaboratoriossa tehdään mielenkiintoisia asioita kuten esimerkiksi tutustutaan kuorma-auton rakenteeseen ja tekniikkaan sekä harjoitellaan trukin käyttöä. Tällaisen sisällön esitleminen Instagramissa voisi olla hyvää markkinointia oppilaitokselle ja saattaisi toimia kiinnostuksen herättävänä tekijänä tulevaa opiskelupaikkaa miettivälle henkilölle.

Instagramin etuna esimerkiksi YouTubeen verrattuna on sisällön tuottamisen helppous ja profiilista on mahdollista luoda edustava pienellä sisällön suunnittelulla. YouTubeen julkaistava sisältö vaatii laadukkaan videokameran ja osaavaa editointia, jotta

lopputuloksesta saadaan edustava. Instagramiin sisältöä voidaan tuottaa hyvin myös nykyaikaisella älypuhelimella ja julkaisuvaiheessa on mahdollista suorittaa pienimuotoista editointia ja kuvankäsittelyä. Tämä on iso etu esimerkiksi reissussa julkaisuja tehtäessä. Instagramissa on myös helppo saada aikaan vuorovaikutusta seuraajien kanssa. Seuraajilta voisi esimerkiksi julkaisussa kysyä millaista sisältöä he haluaisivat logistiikan opintoihin liittyen nähdä ja vastauksista saataisiin uutta tietoa mistä seuraajat ovat kiinnostuneita. Tarina-toiminnossa on mahdollista muistuttaa seuraajia uudesta julkaisusta ja mikäli uutisvirrassa julkaisu on mennyt heiltä ohi, osaavat seuraajat käydä katsomassa julkaisun myöhemmin profiilista.

Instagram tilin tunnukset voisivat olla tietyllä osalla henkilökunnasta ja esimerkiksi tutoroppilaat voisivat myös olla mukana tuottamassa sisältöä. Julkaisuja varten olisi hyvä miettiä yhteiset pelisäännöt etukäteen, jotta tilille ladattava sisältö noudattaa oppilaitoksen linjaa siitä mitä logistiikan koulutuksesta halutaan seuraajille esitellä. Näillä toimenpiteillä vältetään siltä, ettei profiiliin julkaista sisältöä mikä voi aiheuttaa ongelmia tai vaikuttaa huonontavasti oppilaitoksen maineeseen. Myös sisällön laatu pysyy tasaisempana, kun suuren joukon sijasta julkaisuista vastaa pienempi vakiopurkka henkilöitä.

Lähteet

Aineistohallinta. N.d. Jyväskylän ammattikorkeakoulun verkkosivu. Viitattu 21.3.2020. <https://www.jamk.fi/fi/Tutkimus-ja-kehitys/avoin-tiede-ja-tutkimus---open-access/avoin-tiede-ja-tutkimus-etusivu/tutkimusaineistot/aineistohallinta/>

Ammattikorkeakoulu ja yliopisto. N.d. Kuljetusalan verkkosivu. Viitattu 16.3.2020. <http://www.kuljetusala.com/fin/koulutus/ammattikorkeakoulu-ja-yliopisto/>

Ammatillinen koulutus. N.d. Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivu. Viitattu 20.3.2020. <https://minedu.fi/amatillinen-koulutus>

Ammattikorkeakoulutuksen opiskelijat. N.d. Opetushallinnon tilastopalvelu verkkosivu. Viitattu 20.3.2020. https://vipunen.fi/fi-fi/_layouts/15/xlviewer.aspx?id=/fi-fi/Raportit/Ammattikorkeakoulutuksen%20opiskelijat-%20n%C3%A4k%C3%B6kulma%20amk.xlsb

Asiakasprofiili. N.d. Mainostoimisto Kanava.to verkkosivu. Viitattu 15.3.2020. <https://kanava.to/asiakasprofiili/>

Bergström, S. 2015 Yrityksen asiakasmarkkinointi 16. uud. p. Helsinki: Edita. Viitattu 25.3.2020. <https://janet.finna.fi/>, Ellibs

Haku koulutukseen. N.d. Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivu. Viitattu 20.3.2020. <https://minedu.fi/haku-koulutukseen>

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus verkkomateriaali. Helsinki: Edita. Viitattu 26.3.2020. <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. 13. p. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Isoviita, A & Lahtinen, J. 1998. Markkinointitutkimus. 1. p. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy

Korkeakoulutuksen- ja tutkimuksen visio 2030. N.d. Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivu. Viitattu 20.3.2020. <https://minedu.fi/korkeakoulutuksen-ja-tutkimuksen-visio-2030>

Korkeakoulut ja tiedelaitokset. N.d. Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivu. Viitattu 20.3.2020. <https://minedu.fi/korkeakoulut-ja-tiedelaitokset>

Korkeakoulujen tutkinnot. N.d. Opetushallinnon tilastopalvelu verkkosivu. Viitattu 20.3.2020. https://vipunen.fi/fi-fi/_layouts/15/xlviewer.aspx?id=/fi-fi/Raportit/Ammattikorkeakoulujen%20tutkinnot%20-%20amk.xlsb

Logistiikka. N.d. Ammattikorkeakouluopintojen verkkosivu. Viitattu 20.3.2020
<https://www.ammattikorkeakouluopinnot.fi/koulutushaku/logistiikka>

Lukiokoulutus. N.d. Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivu. Viitattu 20.3.2020.
<https://minedu.fi/lukiokoulutus>

Perusopetus. N.d. Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivu. Viitattu 21.3.2020.
<https://minedu.fi/perusopetus>

Tietoa Hamkista. N.d. Hämeen ammattikorkeakoulun verkkosivu. Viitattu 25.3.2020.
<https://www.hamk.fi/tietoa-hamkista/>

Tietoa meistä. N.d. Satakunnan ammattikorkeakoulun verkkosivu. Viitattu 25.3.2020
<https://www.samk.fi/tietoa-meista/>

Tutkimuslupa. N.d. Jyväskylän ammattikorkeakoulun verkkosivu. Viitattu 21.3.2020.
<https://www.jamk.fi/fi/Tutkimus-ja-kehitys/Tutkimuslupa/>

Tutustu Jamkiin. N.d. Jyväskylän ammattikorkeakoulun verkkosivu. Viitattu 25.3.2020. <https://www.jamk.fi/fi/Tietoa-JAMKista/Tutustu-JAMKIin/>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. 2. p. Liettua: Balto print.

Vastuualueet. N.d. Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivu. Viitattu 21.3.2020.
<https://minedu.fi/vastuualueet>

Xamkin avainluvut. N.d. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun verkkosivu. Viitattu 25.3.2020. <https://www.xamk.fi/xamk/xamkin-avainluvut/#/0>

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Logistiikkainsinööriututkinnon opiskelijakysely 2020

1. Minkä ikäinen olette?

18-24

25-34

35-44

45 tai yli

2. Mitä sukupuolta edustatte?

Mies

Nainen

Muu

3. Mistä kaupungista olette kotoisin?

4. Mikä on teidän asumismuoto?

Vuokra-asunto

Omistusasunto

Asumisoikeusasunto

Opiskelija-asunto

Asun vanhempien luona

5. Mikä on teidän siviilisääty?

Sinkku

- Seurusteleee
- Avoliitto
- Avioliitto
- En halua kertoa

6. Onko teillä lemmikkieläintä?

- Kyllä, mikä
- Ei

7. Mikä on teidän koulutusaste?

- Ylioppilas
- Ammatillinen tutkinto
- Alempi korkeakoulututkinto
- Ylempi korkeakoulututkinto
- Yliopistotutkinto

8. Onko teillä aiempaa logistiikan koulutustaustaa?

- Kyllä, millaista
- Ei

9. Mitä kieliä osaatte Suomen kielen lisäksi?

- Englanti
- Ruotsi
- Saksa
- Venäjä
- Ranska
- Italia
- Espanja

Jokin muu, mikä

10. Mikä on teidän liikkumistapa koulumatkoilla?

- Kävely
 Pyöräily
 Oma auto
 Julkinen kulkuneuvo

11. Miten rahoitatte opinnot? Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot

- Opintotuki
 Opintolaina
 Työskentely opintojen ohella
 Säästöt
 Vanhempien/sukulaisten apu
 Kesätyöt

12. Onko teillä aiempaa logistiikan työhistoriaa?

- Kyllä, mitä
 Ei

13. Työskenteleekö teidän sukulaisia tai lähipiiriä logistiikka-alalla?

- Kyllä
 Ei

14. Onko teidän suvussa tai lähipiirissä logistiikka-alan yrittäjiä?

- Kyllä, millaisen yrityksen
 Ei

15. Onko teidän suvussa tai lähipiirissä logistiikan korkeakoulututkinnon suorittaneita?

- Kyllä
 Ei

16. Miksi valitsitte Jyväskylän ammattikorkeakoulun?

17. Miksi valitsitte logistiikkainsinöörin opinnot?

18. Oliko logistiikkainsinöörin opinnot teidän 1. hakuvaihtoehto?

- Kyllä
 Ei

19. Haitteko muihin Logistiikkainsinöörin koulutusta tarjoaviin oppilaitoksiin?

- Kyllä, mihin
- En

20. Suosittelettko Jamkin logistiikkainsinöörin koulutusta muille?

- Kyllä
 En

En osaa sanoa

21. Mikä on logistiikkainsinöörin opinnoissa teille mieluisin opintojakso?

22. Mikä on logistiikkainsinöörin opinnoissa teille vaikein opintojakso?

23. Mikä suuntautumisvaihtoehto logistiikkainsinöörin opinnoissa kiinnostaa teitä eniten?

- Kuljetukset
- Sisälogistiikka
- Hankinta
- Yrittäjyys
- Vaihto-opiskelu ulkomailla

24. Onko olemassa logistiikkaan liittyvä aihepiiri mistä olisitte halunnut opetusta Jamkissa?

- Kyllä, mikä
- Ei ole

25. Oletteko kiinnostunut yrittäjyydestä opintojen jälkeen?

- Kyllä
- En

En osaa sanoa

26. Oletteko kiinnostunut työskentelystä ulkomailla?

- Kyllä
 En
 En osaa sanoa

27. Millainen työ valmistumisen jälkeen kiinnostaa eniten?

- Esimiestehtävät
 Suunnittelutehtävät
 Kehittämistehtävät
 Asiantuntijatehtävät
 Yrittäjyys
 Jokin muu, mikä

28. Uskotteko työllistyväne heti valmistumisen jälkeen?

- Kyllä
 En
 En osaa sanoa

29. Kiinnostaako logistiikan jatko-opiskelu teitä valmistumisen jälkeen?

- Ylempi ammattikorkeakoulu
 Yliopisto
 En osaa sanoa
 En ole kiinnostunut

30. Mitä kautta löysitte tiedon Jamkin logistiikan koulutuksesta?

- Jamkin kotisivut
- Opinpolku.fi sivusto
- Sosiaalinen media
- Toinen henkilö kertoi/suositteli
- Koulutustapahtuma
- Sanomalehden ilmoitus tai mainos
- Jokin muu, mikä

31. Mitä harrastatte vapaa-ajalla?

32. Mitä sosiaalisen median kanavia käytätte? Valitse kaksi tärkeintä

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Youtube
- Snapchat
- TikTok
- Whatsapp
- Jokin muu, mikä

33. Millaisia henkilöitä seuraatte sosiaalisessa mediassa? Julkkikset, urheilijat yms. Mainitse kaksi henkilöä

34. Mitä internet-sivuja luette säännöllisesti? Mainitse kaksi

35. Mitä radiokanavia kuuntelette säännöllisesti? Mainitse kaksi

36. Käyttekö suoratoistopalveluita?

- Kyllä, mitä
- En

37. Mitä katsotte televisiosta? Valitse kaksi mieluisinta

- Uutiset
- Ajankohtaisohjelmat
- Elokuvat
- Sarjat
- Dokumentit
- Urheilu
- Jokin muu, mikä

38. Mitä ohjelmia/sarjoja katsotte televisiosta säännöllisesti? Mainitse kaksi

39. Millaiset ominaisuudet viestisisällössä miellyttävät teitä eniten? Valitse mieluisin

- Kuvat
- Videot
- Ääni