

Leila Ylikantola

Liiketoiminnan ammattitutkinnon tuotteistaminen

Opinnäytetyö

Kevät 2019

SeAMK Liiketalous

YAMK liiketoimintaosaaminen

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Tradenomi (ylempi AMK), Liiketoimintaosaaminen

Suuntautumisvaihtoehto:

Tekijä: Ylikantola, Leila

Työn nimi: Liiketoiminnan ammattitutkinnon tuotteistaminen

Ohjaaja: Joensuu-Salo, Sanna

Vuosi: 2019

Sivumäärä: 74

Liitteiden lukumäärä: 3

Vuoden 2018 alussa tapahtui ammatillisen koulutuksen reformi, jonka seurauksena mm. liiketoiminnan alan ammattitutkintojen määrää vähennettiin. 1.1. 2019 astuivat voimaan uuden liiketoiminnan ammattitutkinnon perusteet. Uuteen tutkintoon yhdistettiin seitsemän aikaisempaa alan ammattitutkintoa. Liiketoiminnan ammattitutkinnossa on kuusi osaamisalaa, joiden sisällä erikoistuminen tapahtuu.

Tämän kehittämistyön tavoitteena on osallistavan tuotteistamisen keinoin tuotteistaa liiketoiminnan ammattitutkinto suorituspoluiksi niillä osaamisaloilla, johon Sedussa järjestetään tutkintokoulutusta. Toisena tavoitteena on luoda vuosittain pyörivä teematarjotin, jolloin opiskelijat voivat hakea koulutuksiin joustavasti ja heillä on mahdollisuus valmistua oman henkilökohtaisen osaamisen kehittämissuunnitelmansa mukaisesti keskimäärin vuoden aikana.

Teoreettinen viitekehys koostuu palvelun osallistavasta tuotteistamisesta, tuotteistamisprosessin määrittelystä, tuotteistamisen toteuttamisesta sekä toimintatutkimuksen menetelmistä.

Tuotteistamisprosessissa kartoitettiin nykytilanne ja tulevaisuuden suuntaviivat tutkintokoulutuksen suhteen. Sen jälkeen laadittiin liiketoiminnan ammattitutkinnon suorituspolut sekä tutkintokoulutuksen teematarjotin. Tuotteistamisen jälkeen haastateltiin työelämäneustajia, jolla haettiin vastauksia siihen, minkälaisia taitoja ja tietoa nykypäivän ja tulevaisuuden myyjät heidän mielestään tarvitsevat menestyäkseen työssään sekä mielipiteitä tuotteistamisen myötä syntyneistä suorituspoluista ja teematarjottimesta. Tutkintokoulutuksen aloittaneita opiskelijoita haastateltiin, jotta saatiin tietoa markkinoinnista sekä suorituspolkujen ja teematarjottimen merkityksestä opintojen henkilökohtaistamisvaiheessa. Haastattelujen analysointi tapahtui teemoittelulla.

Kehittämistyön tuloksena syntyi suorituspolkuihin tuotteistettu liiketoiminnan ammattitutkinto sekä tutkintokoulutuksen teematarjotin, joiden tuotteistaminen jatkuu asiakaspalautteiden perusteella.

Avainsanat: tuotteistaminen, koulutuspalvelu, ammatillinen koulutus, liiketoiminnan ammattitutkinto, suorituspolku

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Seinäjoki University of Applied Sciences

Degree programme: Master's Degree Programme in Business Competence

Specialisation:

Author: Ylikantola, Leila

Title of thesis: Productization of the Further Vocational Qualification in Business Management

Supervisor: Joensuu-Salo, Sanna

Year: 2019

Number of pages: 74

Number of appendices: 3

The vocational education reform at the start of 2019 resulted in a reduction in the number of business sector further vocational qualifications. On 1st January 2019, new criteria for the further vocational qualification in business management came into force. The new vocational qualification combined the seven previously existing further vocational qualifications. The further vocational qualification in business management includes six competence areas, within which specialization takes place.

The goal of this development work is to productize, using participative productization, the further vocational qualification in business management as performance paths in the areas in which Sedu provides education for a vocational qualification. The second goal is to create a selection of annually offered themes, allowing students to flexibly apply to training and to graduate according to their own personal competences development plan, during an average time of one year.

The theoretical section consists of the participative productization of services, the determination of a productization process, the implementation of productization, and the action research methods.

The current situation and future guidelines concerning the education leading to a further vocational qualification were surveyed in the productization process. After that, a performance path for the further vocational qualification in business management and a selection of themes for education leading to a vocational qualification was compiled. After the productization, interviews were conducted with working life representatives, about what skills and knowledge, in their opinion, current and future sales representatives need. Students who had started further vocational qualification studies were interviewed about marketing and the importance of performance paths and the selection of themes at the personalisation stage of the education.

The development work resulted in the productization of a performance path for the further vocational qualification in business management and a selection of themes for further vocational qualification education, which will continue to be developed based on customer feedback.

Key words: productization, training service, vocational education, further vocational qualification in business management, performance path

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet	7
1 JOHDANTO	8
1.1 Työn tausta	9
1.2 Kehittämistyön tavoitteet	10
2 KOULUTUSREFORMI JA LIKETOIMINNAN AMMATTITUTKINTO	
.....	12
2.1 Koulutusreformin merkitys opiskelijalle	13
2.2 Koulutusreformin merkitys koulutuksen järjestäjälle.....	14
2.3 Liiketoiminnan ammattitutkinnon muodostuminen.....	15
3 PALVELUN TUOTTEISTAMINEN.....	18
3.1 Tuotteistamisprosessi	22
3.2 Tuotteistamisen toteuttaminen	24
4 KEHITTÄMISTYÖN MENETELMÄT	27
4.1 Toimintatutkimuksen menetelmät.....	30
4.2 Osallistavia menetelmiä tuotteistamiseen	32
4.3 Teemahaastattelut työelämälle	33
4.4 Haastattelut opiskelijoille.....	34
5 KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTUS.....	36
5.1 Tulokset workshopeista.....	38
5.2 Prosessin eteneminen työpajojen jälkeen	44
5.3 Tuotteistetut suorituspolut.....	48
5.4 Teematarjotin	51
5.5 Tulokset työelämälle suunnatusta haastatteluista	53
5.6 Opiskelijoille suunnatun haastattelun tulokset.....	61
5.7 Koulutuspalvelun räätälöinti	64

6 JOHTOPÄÄTÖKSET	65
6.1 Kehittämistyön arviointi	65
6.2 Jatkokehittäminen	68
LÄHTEET	71
LIITTEET	74

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Uusi ammatillinen koulutus	12
Kuvio 2. Palvelun sisällön määrittely	18
Kuvio 3. Osallistavan tuotteistamisen vaiheet	24
Kuvio 4. Palvelun jäsentäminen palvelulupaukseen, palveluprosessiin ja resursseihin.....	25
Kuvio 5. Toimintatutkimuksen syklinen kehä	29
Kuvio 6. Osallistavan tuotteistamisen työskentelyn sykli.....	32
Kuvio 7. Kehittämistyön eteneminen.....	36
Kuvio 8. Liiketoiminnan palvelujen osaamisalan suorituspolut.....	49
Kuvio 9. Myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisalan suorituspolut.	50
Kuvio 10. Taloushallinnon osaamisalan suorituspolut.....	51
Taulukko 1. Liiketoiminnan ammattitutkinnon muodostuminen Sedussa järjestettävien osaamisalojen osalta.	16
Taulukko 2. Taustatietoa haastateltavista.	55
Taulukko 3. Haastatteluissa esiintyneiden taitojen ja ominaisuuksien maininnat/kaikki haastateltavat	56
Taulukko 4. Opiskelijoihin liittyvät taustatiedot.....	62

Käytetyt termit ja lyhenteet

HOKS	Henkilökohtainen osaamisen kehittämissuunnitelma, joka tehdään opintojen alussa jokaiselle opiskelijalle.
Koulutussopimus	Työpaikalla tapahtuvaan ammattitaidon kehittämiseen liittyvä sopimus työpaikan ja oppilaitoksen välillä.
Näyttösuunnitelma	Osaamisen osoittamisen suunnitelma, joka tehdään yhteistyössä koulutuksen järjestäjän edustajan, opiskelijan ja työelämän edustajan kanssa.
Opintopolku	Opiskelijalle henkilökohtaisesti suunniteltu polku (sis. teemapäivät, verkko-opinnot, työpaikalla tapahtuva oppiminen) hankkia puuttuva osaaminen tutkinnon suorittamista varten.
Oppisopimus	Määräaikainen työsopimus, jossa työnantaja kouluttaa uuden tai jo työssä olevan työntekijän. Työssä tapahtuvan oppimisen lisäksi opiskelija voi opiskella oppilaitoksessa ja verkko-oppimisympäristössä.
Osp	Osaamispiste, jonka avulla määritellään tutkinnon osan ja koko tutkinnon laajuus.
Suorituspolku	Opiskelijan tutkintokoulutuksen suunnittelua helpottava mallipolku valittavista tutkinnonosista tavoitteena tietyt työtehtävät.

1 JOHDANTO

Vuoden 2019 alussa tulivat voimaan uudet liiketoiminnan ammattitutkinnon perusteet, jotka mullistivat liiketoiminnan koulutuksen. Tässä ”supertutkinnossa” yhdistyivät myynnin, sihteerin, taloushallinnon, kiinteistövälitysalan, finanssialan, markkinointiviestinnän ja ulkomaankaupan ammattitutkinnot yhdeksi tutkinnoksi, jonka sisällä erikoistuminen tapahtuu eri osaamisaloilla.

Liiketoiminnan ammattitutkinnon haasteena on se, miten työelämä ottaa vastaan uuden tutkinnon. Lisäksi oppilaitoksessa on mietittävä, miten saadaan opiskelijoita opiskelemaan liiketoiminnan ammattitutkintoa, koska tutkinnon nimi ei kerro mihin ammattiin tai työhön sillä saa valmiudet. Sedussa pyritään tuotteistamisen keinoin saamaan tutkinnosta mahdollisimman helposti ymmärrettävä ja houkutteleva. Tavoitteena on, että tutkinto olisi Sedun liiketoiminnan koulutusalan vetovoimaisin ammattitutkinto, josta vuosittain valmistuisi vähintään 100 opiskelijaa.

Sedussa on aikaisemmin tuotteistettu liikealalla mm. johtamisen ja esimiestyön koulutukseen liittyvä Esimiesareena, joka on toiminut omalla sapluunallaan jo 10 vuotta. Ennen tätä kehittämistyötä tutustuttiin myös Susanna Kulmalan (2018) kehittämistyöhön Koulutuspalvelun tuotteistaminen, jossa kehitetään Liiketoiminnan perustutkinto, merkonomi, tuotteistamista Suomen Yrittäjäopistossa. Lisäksi benchmarkkausta on tehty useiden vastaavien oppilaitosten tutkintokoulutusten tarjonnasta heidän nettisivuillaan.

Tuotteistaminen on Sipilän (1999, 12–13,17) mukaan asiakkaalle tarjottavan asiantuntijapalvelun määrittelemistä, suunnittelua, kehittämistä ja kuvaamista niin, että asiakkaan saamat hyödyt maksimoituvat ja palveluja tuottavan yrityksen tulostavoitteet saavutetaan. Tuotteistaminen tapahtuu, kun palvelusta kehitetään selkeitä palvelukokonaisuuksia, joita voidaan tarjota asiakkaalle sellaisenaan tai niistä pystytään tuotteistamisen jälkeen räätälöimään asiakkaalle sopivia versioita nopeasti, edullisesti ja laadukkaasti.

Tässä työssä tuotteistetaan liiketoiminnan ammattitutkinto osaamisaloittain suorituspoluiksi, joita pystytään nopeasti räätälöimään asiakaskohtaisesti. Asiakkaana voidaan ajatella opintonsa aloittavaa yksittäistä opiskelijaa tai yritystä, jonka työntekijöitä koulutetaan. Tuomisen ym. (2015, 5) mukaan tuotteistaminen voidaan jakaa sisäiseen tuotteistamiseen, jossa kuvataan palvelutuotantoa ja yhdenmukaistetaan sitä sekä ulkoiseen tuotteistamiseen, joka on asiakkaalle näkyvien palveluelementtien kuvaamista ja kiteyttämistä palvelukuvauksiin ja markkinointimateriaaleihin. Tässä kehittämistyössä keskitytään liiketoiminnan ammattitutkinnon ulkoisen tuotteistamisen lisäksi muutamiin tärkeisiin sisäisiin prosesseihin.

1.1 Työn tausta

Kehittämishankkeen taustalla on nuorten ja aikuisten ammatillisen koulutuksen uusi lainsäädäntö (L11.8.2017/531), koulutusreformi sekä liiketoiminnan ammattitutkinnon uudet perusteet.

Vuoden 2018 loppuun saakka on ollut voimassa liiketoiminnan alaan liittyvät ammattitutkinnon perusteet, joiden perusteella Sedussa on järjestetty myynnin ammattitutkintoon, sihteerin ammattitutkintoon ja taloushallinnon ammattitutkintoon valmistavaa koulutusta. Jo ennen 1.1.2018 voimaan tullutta koulutusreformia ammatillisessa aikuiskoulutuksessa on tehty lakiin (L 3.10.2014/788) perustuvaa henkilökohtaistamista tutkinnon ja tutkinnon osien valinnan, oppiajan, lähiopetukseen ja verkko-opintoihin osallistumisen sekä työssä tapahtuvan oppimisen suhteen. Henkilökohtaista suunnitelmaa laadittaessa on huomioitu opiskelijan aikaisemmat opinnot, työkokemus sekä esimerkiksi harrastusten ja arkielämän kautta saavutettu osaaminen.

Edellä mainittuihin tutkintoihin on järjestetty valmistavaa koulutusta tarpeen mukaan. Keskimäärin on aloitettu kaksi ryhmää ammattialalle vuosittain. Ammattitutkintojen opiskelijat ovat pääsääntöisesti opiskelleet omina ryhminään, jokainen oman henkilökohtaisen suunnitelmansa mukaisesti niitä oppiaineita, joissa on osaamisen puutteita. Koulutusreformin myötä koulutuksiin on jatkuva haku. Tämä haastaa oppilaitokset muuttamaan entisiä käytäntöjä tutkintokoulutusten aloitusten suh-

teen. Jatkuvan haun myötä tutkintokoulutuksen aloituksia on oltava vuodessa useampia ja oppilaitoksen on pystyttävä tarjoamaan monen osaamisalan opiskelijoille mahdollisuus joustavaan opiskeluun. Tarkoitus on suunnitella tutkintokoulutuksesta oppilaitoksen näkökulmasta järkevästi resursseja käyttävä ja opiskelijalle looginen ja henkilökohtaisiin tarpeisiin helposti muokkautuva.

Opetushallitus (Angervo 2016) on lanseerannut AMOSAA-työkalun opetussuunnitelmien, tutkintokohtaisten toteutussuunnitelmien ja suorituspolkujen kuvaamiseen ja julkaisuun. AMOSAA tukee yksilöllisten opintopolkujen suunnittelua perusteista tulevien tutkinnon osien ja tutkinnon muodostumisen pohjalta. Tällä opetushallitus käytännössä johdattelee tuotteistamaan tutkintoja suorituspoluiksi.

1.2 Kehittämistyön tavoitteet

Opinnäytetyössä pyritään kehittämään palvelun tuotteistamisen keinoin liiketoiminnan ammattitutkinnosta asiakasta (opiskelijaa tai yritystä) houkutteleva, selkeä ja joustava sekä työelämän tarpeita vastaava palvelu. Tavoitteena on luoda opiskelijoille ja henkilökohtaista osaamisen kehittämisen suunnitelmaa (myöhemmin HOKS) tekeväälle vastuuopettajalle malliksi erilaisia suorituspolkuja, joita voidaan käyttää myös koulutusten markkinoinnissa selkeyttämään liiketoiminnan ammattitutkinnon mahdollisuuksia. Toisena tavoitteena on suunnitella monimuotoiselle tutkintokoulutukselle vuosikellotyypinen teematarjotin, josta opiskelija valitsee oman osaamisalansa ja valittujen tutkinnon osien mukaisia teemapäiviä osaksi omaa henkilökohtaista osaamisen kehittämissuunnitelmaansa.

Tuotteistamisessa suorituspolkuihin mietitään, mitä tutkinnon osia tulisi valita saatavuttaakseen esimerkiksi yritykseltä yritykselle myyjän (myöhemmin b-to-b-myyjän), kirjanpitäjän tai terveydenhuollon sihteerin työhön tarvittava osaaminen. Suorituspolut ovat kuitenkin esimerkkejä ja valinnat tehdään aina opiskelijan eli asiakkaan henkilökohtaisen tarpeen mukaisesti HOKS:a laadittaessa.

Kehittämistyössä käsitellään ainoastaan niitä kolmea osaamisalaa, joiden koulutusta Sedussa järjestetään eli liiketoiminnan palveluiden osaamisalaa, myynnin ja

markkinointiviestinnän osaamisalaa sekä taloushallinnon osaamisalaa. Tuotteistaminen kohdistuu tutkinnon lisäksi monimuotoiseen tutkintokoulutuksen toteuttamistapaan. Monimuotokoulutuksessa opiskelija opiskelee teemapäivillä tarpeensa mukaisesti, yleisimmin 1–2 päivää kuukaudessa ja on opiskelujen aikana muun ajan joko omassa työssään oppisopimuksella tai koulutussopimuksella oppimassa työelämässä. Opiskelija voi opiskella omaehtoisesti myös ilman oppisopimusta tai koulutussopimusta, jolloin koulutuksen järjestäjällä ei ole työssä tapahtuvan oppimisen ohjausvelvollisuutta.

Kehittämistyöhön liittyvät kysymykset:

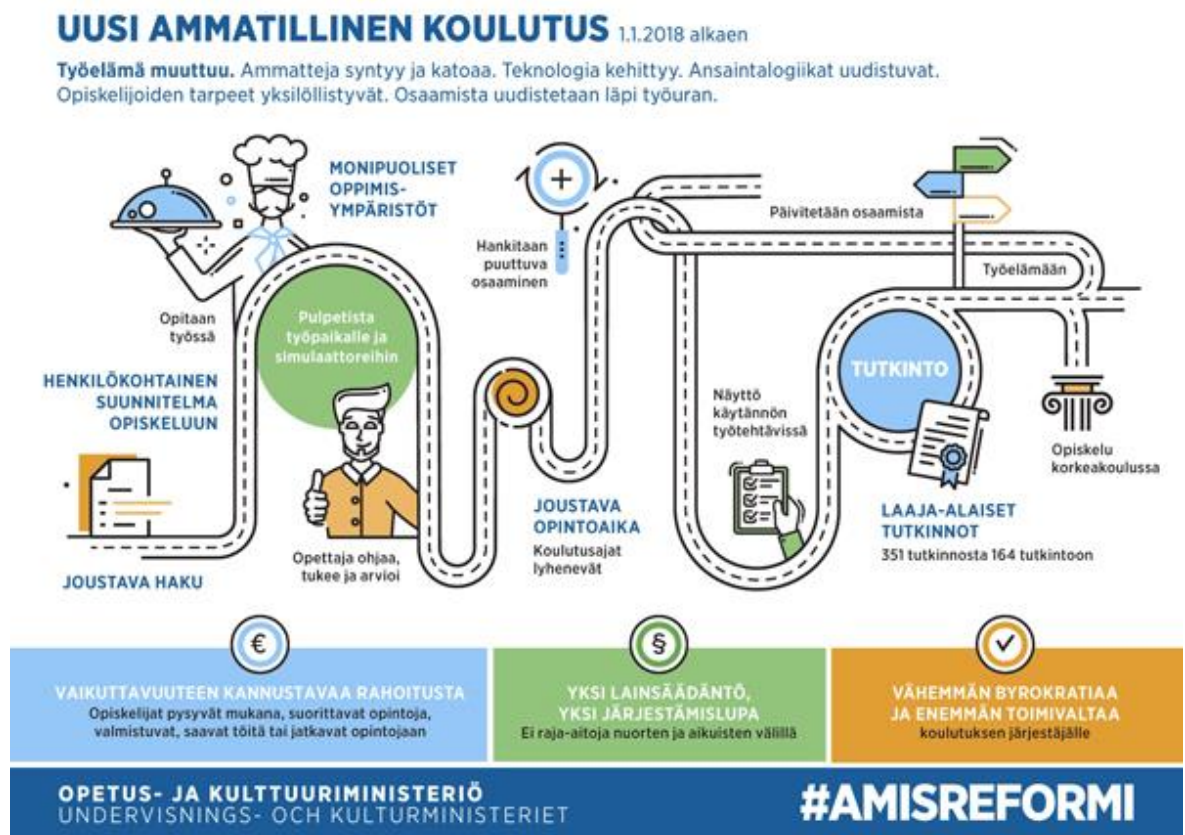
Miten tutkinnosta ja tutkintokoulutuksesta tehdään opiskelijoiden ja työelämän näkökulmasta joustava ja houkutteleva palvelu tuotteistamisen keinoin?

Miten koulutukset saadaan toteutettua niin, että opiskelijoilla on mahdollisuus valmistua noin vuodessa ja he voivat aloittaa joustavasti opintonsa vuoden ajasta riippumatta?

2 KOULUTUSREFORMI JA LIIKETOIMINNAN AMMATTITUTKINTO

Vuoden 2018 alusta koulutusreformi uudisti koko ammatillisen koulutuksen. Aikaisemmat lait yhdistettiin uudeksi sekä nuoria että aikuisia koskevaksi ammatillisen koulutuksen lainsäädännöksi (L11.8.2017/531). Samalla uudistettiin koulutuksen rahoitus, ohjaus, tutkintorakenne, koulutuksen toteuttamismuotoja sekä järjestäjäkennettä (Amisreformi [viitattu 25.11.2018]). Keskeisinä uudistuksina oli asiakaslähtöisyyden lisääminen yksilöllisten suorituspolkujen ja työpaikalla tapahtuvan oppimisen lisäämisen kautta sekä ammatillisen koulutuksen osaamisperusteisuuden kehittäminen purkamalla sääntelyä (Reformintuki 2019).

Alla olevassa kuviossa 1 esitetään kuvainnollisesti ammatillisen koulutuksen uudistuminen.



Kuvio 1. Uusi ammatillinen koulutus (Opetus- ja kulttuuriministeriö, [Viitattu 25.11.2018]).

Reformissa 351 tutkintoa yhdistyi 164 ammatilliseksi tutkinnoksi, mikä tarkoittaa sitä, että tutkinnot ovat laajempia kokonaisuuksia, jossa erikoistuminen tapahtuu osaamisaloilla tutkinnon sisällä. Myös valinnaisuus tutkinnoissa lisääntyy aikaisemmasta. Tämä vaikuttaa osaltaan opiskelijan mahdollisuuksiin tehdä tutkinnoistaan yksilöllisempiä, mutta myös haastaa koulutuksen järjestäjiä näiden mahdollisuuksien luomisessa. Tutkintokoulutukseen on jatkuva haku ympäri vuoden, peruskoulun päättävät voivat hakea yhteishaussa. (Minedu 2018a.)

2.1 Koulutusreformin merkitys opiskelijalle

Opiskelijan näkökulmasta 2018 koulutusreformi muutti paljon. Opiskelusta tuli entistä joustavampaa, koska jokainen opiskelija opiskelee omaan tahtiinsa eli opiskeluun käytetyn ajan pituus on merkityksetöntä, ainoastaan osaaminen on merkityksellistä. Opiskelija hankkii osaamista tarpeen mukaan: vain asioita, joita hän ei vielä osaa. Jos koulutukseen hakija on kokonaan ilman tutkintoa oleva tai hän on peruskoulun päättävä, niin hänet ohjataan mieluummin suorittamaan koko tutkintoa. Muille hakijoille voidaan tarjota koko tutkintoa tai vain yksittäisiä tutkinnon osia. (Minedu 2018a.)

Kaikille opiskelijoille laaditaan henkilökohtainen osaamisen kehittämissuunnitelma (HOKS), jossa suunnitellaan myös opiskelijalle suunnatut ohjaus- ja tukipalvelut. Opiskelu tapahtuu joustavasti oppilaitoksessa, virtuaalisissa oppimisympäristöissä sekä työpaikalla. Mikäli opiskelija on koulutukseen hakeutuessaan työtön, työpaikoilla tapahtuva oppiminen koulutussopimuksen, oppisopimuksen tai näiden yhdistämisen avulla parantaa yleensä opiskelijan mahdollisuutta työllistyä. (Minedu 2018a.)

Tutkintoa tehtäessä ammattitaito osoitetaan näytöillä käytännön työtehtävissä pääasiassa työpaikoilla. Tällöin osaamisen arvioinnissa on työelämä vahvasti mukana, arvioinnin tekevät työelämän edustaja ja opettaja yhdessä. (Minedu 2018a.)

2.2 Koulutusreformin merkitys koulutuksen järjestäjälle

Koulutuksen järjestäjälle reformi toi mukanaan monia uudistuksia. Yhdellä järjestämisluvalla saadaan järjestää sekä koulutukset että ammatilliset tutkinnot. Lainsäädännön yhdistyminen lisää joustavuutta, aikuisten ja nuorten koulutukset yhdistyivät, koulutusten järjestäjillä on enemmän vapautta vastata niin opiskelijan henkilökohtaisiin kuin alueellisiin työelämän osaamistarpeisiin. Valtion rahoitusjärjestelmän uudistuminen luo lisää paineita koulutuksen järjestäjille opiskeluaikojen lyhentämiseen ja työelämän tarpeiden huomioimiseen. Rahoitusperusteena on perusrahoituksen lisäksi suoritettujen koko tutkintojen ja tutkinnon osien määrä sekä tutkinnon suorittaneen työllistyminen tai jatko-opintoihin siirtyminen. (Minedu 2018b.)

Opettajan rooli muuttuu monipuolisemmaksi. Entistä enemmän tehdään yhteistyötä työelämän kanssa ja jaetaan asiantuntijuutta työpaikoilla ohjaamalla. Työn luonne muuttuu enemmän ohjaavaksi ja valmentavaksi kuin aikaisemmin. Laki (L11.8.2017/531) ammatillisesta koulutuksesta velvoittaa opettajan tekemään henkilökohtaisen osaamisen kehittämissuunnitelman opiskelijan kanssa sekä osaamisen arvioinnin suunnitelman (näyttösuunnitelman). (Minedu 2018b.)

Aikaisempien tutkintotoimikuntien sijaan on koottu 40 valtakunnallista työelämätoimikuntaa, joiden tehtävä on näyttöjen toteutuksen ja osaamisen arvioinnin laadun varmistaminen mm. tekemällä vierailukäyntejä näyttöympäristöihin. Työelämätoimikunnat osallistuvat ammatillisen koulutuksen tutkintorakenteen ja tutkintojen perusteiden kehittämiseen sekä käsittelevät tutkintoa tehneen opiskelijan mahdollisesti tekemät arvioinnin oikaisupyynnöt. Tutkintotoimikuntien lakkauttamisella on pyritty vähentämään päällekkäistä työtä. Nykyisin koulutuksen järjestäjä hyväksyy tutkinnot ja kirjoittaa tutkintotodistukset, kun aikaisemmin tutkinnot menivät tutkintotoimikuntiin hyväksymistä ja allekirjoitusta varten. (Minedu 2018b.)

Reformi antaa mahdollisuuden myös kansainväliselle osaamisen kehittämiselle. Kaikkia ammatillisia tutkintoja voidaan myydä EU- ja ETA-alueen ulkopuolelle. (Minedu 2018b.)

2.3 Liiketoiminnan ammattitutkinnon muodostuminen

1.1.2019 tulivat voimaan liiketoiminnan ammattitutkinnon perusteet (Opintopolku 2019a). Liiketoiminnan ammattitutkinnossa on seuraavat osaamisalat

- liiketoiminnan palveluiden osaamisala
- myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisala
- kiinteistövälityksen osaamisala
- finanssipalveluiden osaamisala
- taloushallinnon osaamisala
- kansainvälisen liiketoiminnan ja huollinnon osaamisala.

Liiketoiminnan ammattitutkinnon laajuus on 150 osaamispistettä (osp), joka jokaisella osaamisalalla koostuu eri tavalla. Kaikilla osaamisaloilla on kuitenkin sama pakollinen tutkinnon osa, liiketoiminnan tehtävissä toimiminen, jonka laajuus on 30 osp. Sen lisäksi tutkinnon osaamisaloilla on kaksi valinnaisten tutkinnon osien ryhmää, josta molemmista on suoritettava 60 osp:n laajuinen tutkinnon osa tai osia, joista koostuu vähintään 60 osp. Lisäksi on mahdollisuus ottaa osaksi tutkintoaan toisen osaamisalan tutkinnon osa tai tutkinnon osa/osat toisesta ammatillisesta perustutkinnosta, ammattitutkinnosta tai erikoisammattitutkinnosta. Toisesta tutkinnosta tai liiketoiminnan ammattitutkinnon toiselta osaamisalalta valitut tutkinnon osat (laajuus on vähintään 60 osp) korvaavat tällöin oman osaamisalan valinnaiset 2-ryhmän tutkinnon osan.

Ammatillisen koulutuksen lain (L 11.8. 2017/531) mukaan koulutuksen järjestäjän velvollisuus on huomioida erittäin tarkasti opiskelijan osaaminen, varsinkin aikaisemmat opinnot ja suoritettut tutkinnot. Niistä on mahdollisuuksien mukaan otettava tutkinnon osia osaksi suoritettavaa tutkintoa. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkinnoista voi muodostua yksilöllisiä.

Sedussa on järjestämislupa koko tutkintoon. Se tarkoittaa sitä, että Sedu on velvollinen tekemään osaamisen osoittamisen suunnitelman opiskelijan ja työelämän edustajan kanssa sekä arvioimaan liiketoiminnan ammattitutkinnon kaikkien osaa-

misalojen näyttöjä. Koulutusta on kuitenkin päätetty järjestää vain kolmeen osaamisalaan. Alla olevassa taulukossa on näiden kolmen osaamisalan tutkinnon muodostuminen.

Taulukko 1. Liiketoiminnan ammattitutkinnon muodostuminen Sedussa järjestettävien osaamisalojen osalta.

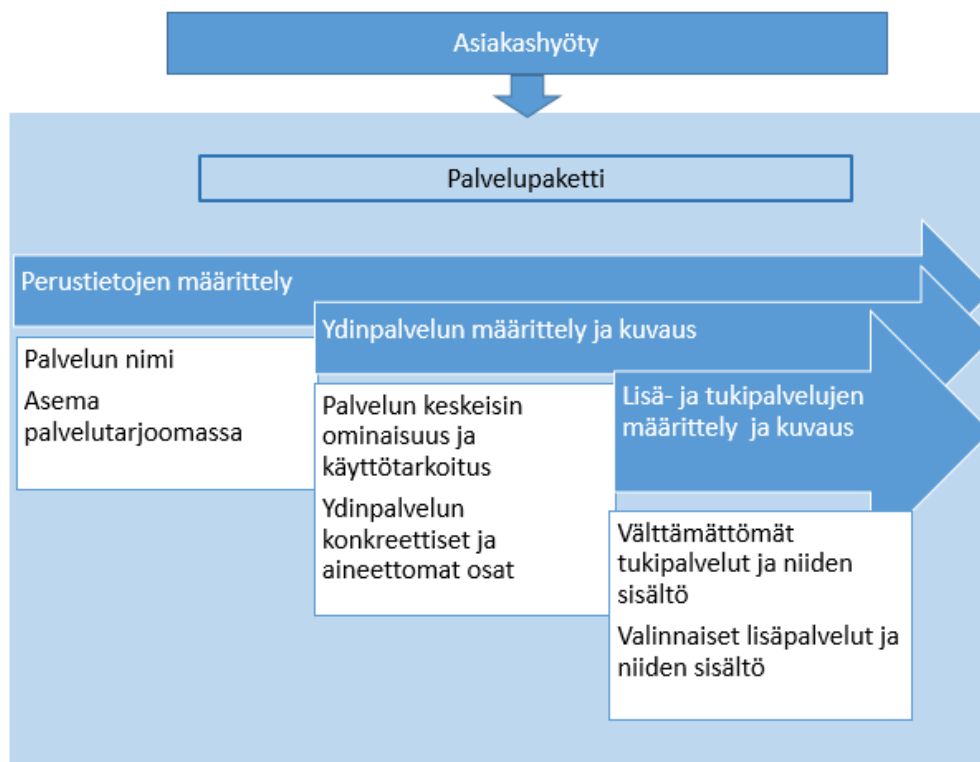
LIIKETOIMINNAN AMMATTITUTKINTO 150 osp
KAIKILLE PAKOLLINEN TUTKINNON OSA 30 osp
Liiketoiminnan tehtävissä toimiminen
LIIKETOIMINNAN PALVELUIDEN OSAAMISALA
Valinnaiset tutkinnon osat 1 60 osp
Assistentti- ja sihteerityön palvelut, 60osp
Aula- ja monipalvelut, 60 osp
Tiedonohjauksen ja sähköisten asiakirjojen hallinta, 60 osp
Valinnaiset tutkinnon osat 2 60 osp
Analogisen aineiston hallinta, 60 osp
Henkilöstöpalvelut, 60 osp
Kokouspalvelut, 60 osp
Liiketoiminnan tukipalvelut, 60 osp
Perehdyttäminen ja työnopastaminen, 60 osp
Projektinhallinta, 60 osp
Terveydenhuollon sihteeripalvelut, 60 osp
Tiedonohjaussuunnitelman laadinta, 60 osp
Turvallisuusalan ammattitutkinnon tutkinnon osa, Vartijan koulutus 25 osp
Toisen osaamisalan tutkinnon osa 40–60 osp
Tutkinnon osa tai osat toisesta ammatillisesta perustutkinnosta, ammattitutkinnosta tai erikoisammattitutkinnosta 20–60 osp
MYYNIN JA MARKKINOINTIVIESTINNÄN OSAAMISALA
Valinnaiset tutkinnon osat 1 60 osp
Markkinointiviestinnän toimeksianto, 60 osp
Myyntin ja asiakaspalvelun suunnittelu ja toteuttaminen, 60 osp
Valinnaiset tutkinnon osat 2 60 osp
Asiakashankinta, 60 osp
Asiakaskokemuksen kehittäminen ja palvelumuotoilu, 60 osp
Projektinhallinta, 60 osp
Ratkaisumyynti, 60 osp
Tapahtumatuotanto, 60 osp
Tilan ja esillepanon visuaalinen suunnittelu ja toteutus, 60 osp
Tuoteryhmyöskentely, 60 osp
Toisen osaamisalan tutkinnon osa 40–60 osp
Tutkinnon osa tai osat toisesta ammatillisesta perustutkinnosta, ammattitutkinnosta tai erikoisammattitutkinnosta 20–60 osp

TALOUSHALLINNON OSAAMISALA
Valinnaiset tutkinnon osat 1 60 osp
Kannattavuuslaskenta ja budjetointi, 60 osp
Kirjanpidon ja arvonlisäverotuksen hoitaminen, 60 osp
Palkanlaskennan hoitaminen, 60 osp
Reskontran hoitaminen, 60 osp
Taloushallinnon neuvontapalveluiden hoitaminen, 60 osp
Tilinpäätös ja verotus, 60 osp
Valinnaiset tutkinnon osat 2 60 osp
Kannattavuuslaskenta ja budjetointi, 60 osp
Kirjanpidon ja arvonlisäverotuksen hoitaminen, 60 osp
Palkanlaskennan hoitaminen, 60 osp
Projektin hallinta, 60 osp
Reskontran hoitaminen, 60 osp
Taloushallinnon neuvontapalveluiden hoitaminen, 60 osp
Tilinpäätös ja verotus, 60 osp
Toisen osaamisalan tutkinnon osa 40–60 osp
Tutkinnon osa tai osat toisesta ammatillisesta perustutkinnosta, ammattitutkinnosta tai erikoisammattitutkinnosta 20–60 osp

Liiketoiminnan ammattitutkinnon suorittaneen osaaminen vaihtelee hyvin paljon riippuen valitusta osaamisalasta ja valituista tutkinnon osista. Käytännössä jokaisella tutkinnon suorittaneella tulisi olla hyvät tiedot ja taidot asiakaslähtöisestä liiketoimintaosaamisesta, viestintä- ja vuorovaikutustaidoista, talouden hallinnan osaamisesta sekä hänellä tulisi olla myös kielitaitoa, tieto- ja viestintätekniikan osaamista ja kykyä toimia digitaalisissa ympäristöissä. Hänen pitäisi pystyä kehittämään suunnitelmallisesti liiketoiminnan osaamistaan ja verkostoitua ammattimaisesti. Tutkinnon suorittanut voi toimia yrittäjänä, lähiesimiestehtävissä sekä erilaisten yritysten tai organisaatioiden asiantuntijatehtävissä kuten taloushallinnossa, markkinoinnissa, myynnissä tai kiinteistövälityksessä. (Opintopolku 2019b.)

3 PALVELUN TUOTTEISTAMINEN

Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen on asiakkaalle tuotettavan palvelun määrittelyä, kuvaamista, suunnittelua, kehittämistä, tuottamista ja jatkuvaa parantamista asiakashyödyt maksimoimalla huomioiden asiantuntijayrityksen tulostavoitteet. Tuotteistaminen sisältää palvelun tai tuotteen määrittelyn lisäksi myös palvelutuo-
tannon täsmentämisen ja jäsentämisen hallittavaan muotoon (Lehtinen & Niinimäki 2005, 30–31). Jaakkolan, Oravan ja Varjosen (2009, 11–12) mukaan palvelun sisältö voidaan jakaa ydinpalveluun sekä tuki- ja lisäpalveluihin. Ydinpalvelu on syy, miksi asiakas haluaa palvelun tai tuotteen ostaa. Tukipalvelut ovat heidän mielestään palvelun käytettävyyden kannalta oleellisia oheispalveluita ja lisäpalvelut ovat asiakkaalle etuja, jotka antavat asiakkaalle enemmän valintamahdollisuuksia. Kuviossa 2 on esitetty heidän näkemyksensä palvelun sisällön määrittelystä.



Kuvio 2. Palvelun sisällön määrittely
(Mukaiutu Jaakkola ym. 2009,12).

Asiantuntijapalvelujen tuotteistamisen suurimpana haasteena pidetään hyvän tasapainon löytämistä vakioinnin ja räätälöinnin välille (Tuominen ym. 2015, 5–6). Paras

tulos saadaan Tuomisen ym. mukaan niin, että osallistetaan tuotteistamiseen henkilökunnan lisäksi myös asiakkaat. Tuotteistetulla palvelulla saadaan yhtenäistettyä toimintaa, se saadaan toistettavaan ja tehokkaampaan muotoon niin, että asiakkaan kokema arvo kasvaa.

Ojasalo ja Ojasalo (2010, 17) kuitenkin korostavat sitä, että palvelua tuottavan yrityksen omien taitojen sekä asiakkaan tietojen ja taitojen kehittämisen tavoitteena on auttaa ja mahdollistaa asiakasta tuottamaan arvoa itse itselleen. Tämä tarkoittaa asiakkaan mukana olemista esimerkiksi innovaatioprosessissa tiedonantajana, suunnittelijana ja palvelun testikäyttäjänä. Lehtinen ja Niinimäki (2005, 41) näkevät asiakkaan osallistumisen kaksitahoisena: asiakas osallistuu palvelun ominaisuuksien ja tuloksen määrittelyyn, mutta hän on myös merkittävässä asemassa palvelun tuottamisessa sekä kehittämisessä. Myös Tuomisen ym. (2015, 5–6) mukaan osallistavassa tuotteistamisessa henkilöstö ja asiakkaat saadaan sitoutettua ja motivoitua miettimään ajatusmallejaan, muuttamaan toimintatapojaan ja innovoimaan. Asiakastarpeiden ymmärtäminen luo yhteisen ymmärryksen kehittymistä ja osallistujat myös oppivat toisiltaan. Järvi (2016, 30) muistuttaa, että tuotteistaminen on käsitteenä sekä teoreettinen että käytännöllinen. Myös hän korostaa tuotteistamiseen liittyvää innovointia ja oppimista.

Tolvanen (2012, 71–73) korostaa myös kohderyhmän ymmärrystä ja sen tarpeiden nostamista tuotekehityksen keskiöön, joka vaatii herkkyyden ja empaattisuuden käyttämistä keskeisinä keinoina ymmärtää ympäröivää maailmaa. Hänen mielestään kohderyhmänsä näkemyksistä kiinnostunut ihminen on jatkuvasti kontaktissa kohderyhmänsä kanssa ja häntä ohjaa työssään ajatus lisäarvon tuottamisesta asiakkaalle.

Honkanen (2016, 181, 263) esittää, että osallistaminen tuo mukanaan kahdenlaista hyötyä: ihmiset hyväksyvät päätökset ja sitoutuvat niihin, koska ovat saaneet vaikuttaa asioihin ja päätösten laatu on parempi, kun kaikki työyhteisön tiedot ja taidot on hyödynnetty. Osallistaminen on hyödyllistä ja tehokasta silloin, kun selkeitä vastauksia ei ole vaan pulmiin haetaan yhdessä ratkaisuja.

Parantainen (2007b, 186) väittää, ettei tuotteistamiselle löydy yhtä yleisesti hyväksyttyä määritelmää. Hän määrittelee tuotteistamisen seuraavasti:

Tuotteistamisen tärkein tavoite on muokata palveluista, hyödykkeistä tai niiden yhdistelmistä markkinointi- ja myyntikelpoinen täsmäratkaisu asiakkaan polttavaan ongelmaan.

Vaikka Parantainen (2007b,195–198) on itse tuotteistanut oman asiantuntemuksensa ja brändännyt itsensä, hän kyseenalaistaa sen, että asiakkaalle kannattaisi korostaa oman palvelun tuotteistamista. Hänen mielestään jokainen yksilö tai yritys kokee olevansa niin ainutlaatuinen, ettei sen ongelmaan voi olla mitään yleistä ratkaisua vaan ratkaisun on tunnettava ainutkertaiselta palvelulta. Jos oma palvelu on tuotteistettu sopiviksi moduuleiksi, niin niistä pystytään kokoamaan erilaisia asiakaskohtaisia ongelman ratkaisevia vaihtoehtoja, jotka on asiakkaalle helpompi myydä kuin ”kaikki on mahdollista”-vaihtoehto. Näin sekä asiakas että palvelun tuottava yritys saadaan tyytyväisiksi.

Parantainen (2007a, 12) korostaa palvelun tuotteistamisen eri vaiheiden dokumentoinnin tärkeyttä, niin että kuka tahansa ammattilainen pystyisi myöhemminkin ryhtyä tuottamaan palvelua dokumentoinnin perusteella. Hän (2007b, 199) pitää tuotteistajan perisyntinä sitä, että pelkäisi palvelun tai tuotteen vakioinnin tai kuvauksen leviävän ”ulkopuolisille”.

Tuomisen ym. (2015, 9) mukaan tuotteistamisella tavoiteltavia hyötyjä ovat

- tasalaatuisempi palvelu
- toistettava palvelu
- sisäisen tiedonjaon ja yhteistyön tehostuminen
- palvelun markkinoinnin ja myynnin helpottuminen
- riippuvuuksien ja synergioiden tunnistamisen helpottaminen
- palvelun jatkokehittämisen helpottuminen.

Tasalaatuisemman palvelun saavuttamiseksi pyritään yhtenäistämään toimintatapoja ja jakamaan osaamista, jolloin palvelun tuottamisen laatu ei ole henkilösidonainen. Yhteiset toimintatavat ja palvelun tuotteistamisella saatu vakiointi antavat mahdollisuuden toistettavaan palveluun prosessin pysyessä samanlaisena. Järvi (2016, 28) korostaa, että täydellinen standardointi ei ole tuotteistamisen päämäärä. Tuominen ym. (2015, 5) muistuttavat, että täytyy löytää oikea tasapaino vakioinnin

ja asiakaskohtaisen räätälöinnin välille, jottei tuotteistetusta palvelusta tule liian kanka eikä se pystykään vastaamaan asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin.

Kun tuotteistamisessa käytetään osallistavaa toimintatapaa, Tuomisen ym. (2015,11) mukaan saadaan sitoutettua henkilökunta myös tiedonjakamiseen ja yhteisen ymmärryksen kehittämiseen. Jos henkilökuntaa ja asiakkaita ei osallisteta tuotteistamisen eri vaiheissa, saattaa asiakasnäkökulma hukkuu ja näin tuotteistettu palvelu ei enää vastaakaan asiakkaan tarpeisiin. Järvi (2016, 77) korostaa myös kaikkien työntekijöiden osallistamista tuotteistamisen eri vaiheissa, koska tuotteistaminen tukee organisatorista oppimista ja se mahdollistaa asiakkaisiin liittyvän tiedon hankinnan ja jakamisen organisaation sisällä.

Yhteinen ymmärrys taas helpottaa tuotteistamalla saatujen palvelukuvausten ja markkinointimateriaalin hyödyntämistä asiakkaille. Tuotteistamalla saadaan ymmärrys palvelun roolista suhteessa yrityksen strategiaan ja muihin yrityksen palveluihin sekä pystytään paremmin jatkokehittämään palvelua. Tuotteistamiseen liittyy kuitenkin haasteita, jos vakioidaan liikaa. Näitä ovat mm. henkilökunnan motivaation vähentyminen ja oman asiantuntijuuden sekä hiljaisen tiedon ”panttaaminen” sekä uusien ideoiden vähentyminen palvelujen kehittämiseksi. (Tuominen ym. 2015, 7–8.)

Tuominen ym. (2015,10) korostavat, että tuotteistamisen tavoitteet yrityksessä on tärkeä selkeyttää, että kaikki pystyisivät motivoitumaan asiaan ja kaikki ymmärtävät tuotteistamisen tavoitteen samalla tavalla, tavoittelevat samaa päämäärää. Näitä tuotteistamisen päätavoitteita kannattaa yhdessä valita 1–2, jotka sitten helpottavat tuotteistamisen kohteen rajaamista joko palvelun sisäiseen tai ulkoiseen kuvaamiseen, jolloin kohteena voi olla yksi palvelu tai palvelukokonaisuus.

Sipilä (1999, 19, 62) huomauttaa, että markkinoinnin tehostamisen kannalta on palvelujen tuotteistaminen tärkeää. Hänen mielestään asiakkaan on helpompi ja nopeampi tunnistaa tuotteistettu palvelu kaikesta tarjonnasta, joka edesauttaa asiakkaan ostopäätöksen tekemistä. Asiakashyöty on tuotteistetun asiantuntijapalvelun ydin, jota tulisi markkinoinnissa korostaa. Palvelua tuottavan yrityksen kannalta on tuotteistetun palvelun hinnoittelu helpompaa ja katteeltaan parempaa. Lehtinen ja Niini-

mäki (2005, 31) korostavat myös markkinointinäkökulman huomioimista tuotteistamisessa. Heidän mielestään tuotteistaminen voidaan käsittää tärkeäksi osaksi markkinoinnin suunnittelua, koska ne vaikuttavat toisiinsa. Villanen (2015, 253) korostaa myös ulkoisen markkinoinnin merkittävää roolia myönteisen mielikuvan luomisessa yrityksestä sekä myytävistä tuotteista.

3.1 Tuotteistamisprosessi

Tuotteistamisprosessi voi olla vaiheittainen, ketterä tai iteratiivinen (Tuominen ym. 2015,10). Vaiheittainen tuotteistaminen etenee lineaarisesti vaiheesta toiseen, jolloin tuotteistaminen on kertaluonteinen projekti, jonka valmistuttua tuotetta myydään ja tuotetaan. Ketterässä tuotteistamisessa palvelu halutaan saada mahdollisimman pian markkinoille kuvaamalla ensin asiakkaalle näkyvät elementit. Tuotetta myydään heti ja sen kehittämäinen jatkuu asiakkaiden kanssa. Iteratiivisessa tuotteistamisprosessissa palvelua tuotteistetaan vaiheittain sisällön perusteella painottuen sisäiseen tai ulkoiseen tuotteistamiseen. Palvelu on jatkuvasti kehittyvä kokonaisuus, josta kehitetään suunnitelmallisesti uusia, parempia versioita. Lehtisen ja Niinimäen (2005, 45) mukaan tuotteistaminen on jatkuva, vaiheittainen prosessi, jossa tuotteiden/palvelujen muodostamisen lisäksi on huomioitava valmisteleva työ, sisäinen ja ulkoinen markkinointi sekä seuranta ja arviointi.

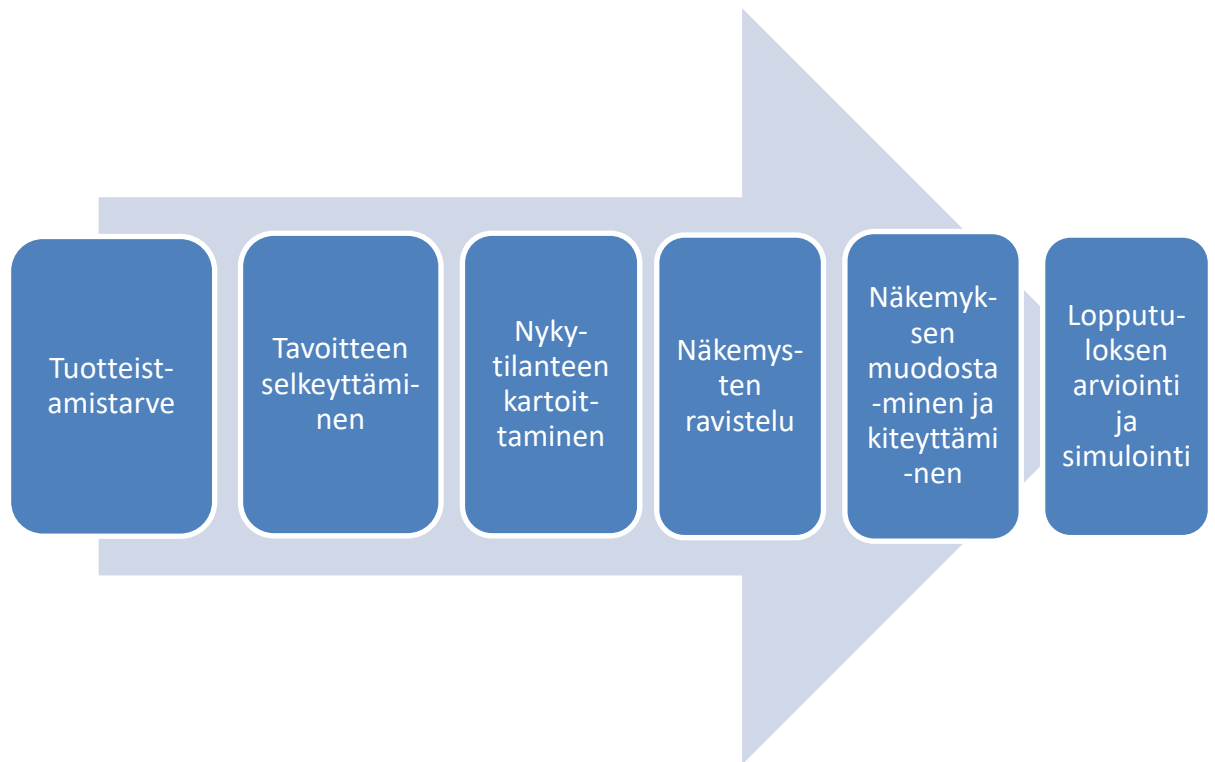
Tuominen ym. (2015, 10–11) korostavat, että asiakaslähtöisen osallistavan tuotteistamisen mallin perusteena on asiakkaan, johdon ja palvelun tuottajan yhteinen ymmärrys palvelusta ja arvonluonnista. Kun tuotteistamisen eri vaiheissa osallistetaan sekä henkilöstöä että asiakkaita tuotteistaminen toteutuu yhteisymmärryksessä. Tuotteistetun palvelun testaaminen viemällä se käytäntöön ja integroimalla se olemassa oleviin varmistaa sen, että uusi palvelu ei jää irralliseksi yrityksen muista palveluista. Myös Järven (2016, 72) mukaan tuotteistamisessa on kaksi tärkeää asiaa: organisaation sisäinen yhteisymmärrys ja asiakasrajapinnasta saadun tiedon käyttö, jota täytyy tulkita, liittää strategiaan ja organisaation tavoitteisiin. Asiakkaan tarpeet, odotukset ja vaatimukset voivat näyttäytyä monin tavoin ja heillä saattaa olla myös tiedostamattomia tarpeita, joita eivät osaa edes ilmaista.

Lehtinen ja Niinimäki (2005, 43) huomauttavat, että tuotteistamisessa tulee huomioida sekä sisäinen että ulkoinen tuotteistaminen. Sisäiseksi tuotteistamiseksi kutsutaan asiakkaalle näkymätöntä prosessien systematisointia ja dokumentointia eli toiminnan kehittämistä. Ulkoisessa tuotteistamisessa puolestaan on oleellista asiakasrajapinnan palveluprosessien kuvaaminen ja konkretisointi, joka näkyy asiakkaalle tapahtuvana viestintänä. Tuotteistettu palvelu voidaan konkretisoida Villasen (2016, 223) mukaan erilaisin dokumentein tai esittein.

Osallistavan tuotteistamisen vaiheet ovat seuraavat (Tuominen ym. 2015, 12–13):

1. Kun yrityksessä on tuotteistamistarve, selkiytetään yhdessä eri toimijoiden kanssa tavoite, johon tuotteistamisella pyritään.
2. Nykytilanteen kartoittamisessa kerätään ja analysoidaan olemassa olevaa tietoa. Mukaan pitäisi ottaa asiakkaita, työntekijöitä ja muita mahdollisia sidosryhmiä.
3. Vanhoista näkemyksistä ja toimintatavoista irti päästäminen, uusien näkökulmien etsiminen.
4. Palvelun kuvaaminen kiteyttäen eri näkökulmat ja oletukset. Kuvaukseen osallistuvat kaikki palvelun kanssa tekemisissä olevat.
5. Lopputuloksen arviointi ja jatkokehitystarpeiden huomiointi.

Osallistavan tuotteistamisen vaiheet on esitetty seuraavassa kuviossa 3.



Kuvio 3. Osallistavan tuotteistamisen vaiheet (Tuominen ym. 2015).

3.2 Tuotteistamisen toteuttaminen

Parantainen (2007a, 26) varoittaa siitä, että palvelutuote ei tuotteistamisesta huolimatta kiinnostaisi asiakasta. Ongelmana on oman asiantuntemuksen hyödyntäminen liiaksi; olet päättänyt jo valmiiksi itse, mitä asiakkaan tulisi loogisesti ajatella.

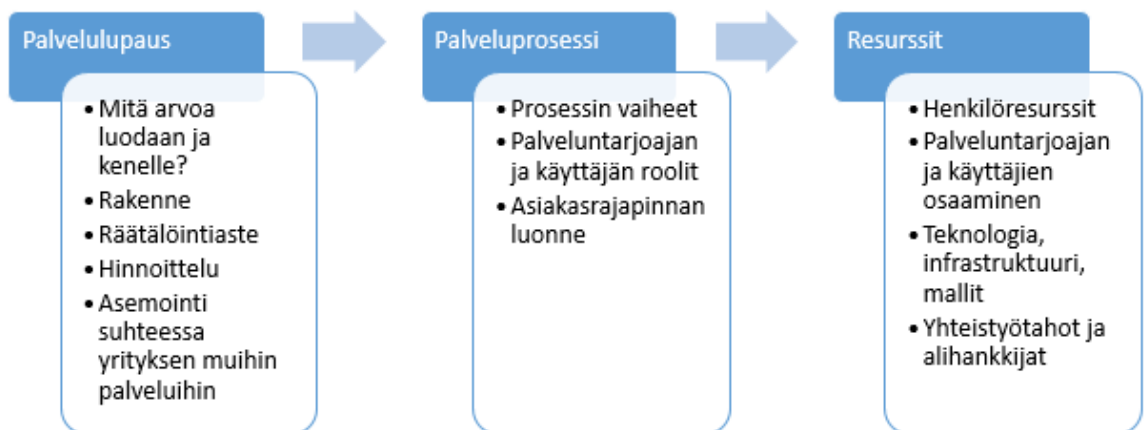
Tuominen ym. (2015, 14) painottavat, että jos tuotteistamisessa halutaan päästä parhaaseen mahdolliseen tulokseen, se toteutetaan palvelua käyttävien ihmisten kanssa. Tuotteistamista suunnitellessa tarvitaan kokonaisnäkemys tuotteistamisprosessin vaiheista. Ensimmäisessä vaiheessa mietitään, mitä palvelusta halutaan kuvata ja miten se tapahtuu. Palvelumallin avulla voidaan kiteyttää abstraktit asiat yksinkertaisesti. Palvelun eri osapuolet pystyvät muodostamaan tuotteistajan kuvausten avulla yhteisen merkityksen palvelusta ja sen arvosta. Informatiivista ja ymmärrettävää palvelukuvausta pidetäänkin tuotteistamisen kulmakivenä. Oleellisia asioita palvelukuvausta suunnitellessa on Tuomisen ym. mielestä miettiä

- mitä arvoa asiakkaalle luodaan?

- minkälaisella kokonaisuudella?
- mihin palvelun kehittämisellä on vaikutusta?
- mitä palvelua on jo aikaisemmin kuvattu?
- mitä kokonaisuutta halutaan nyt kuvata?
- kenen tarpeisiin kuvaus tulee?
- millä tavalla yhteinen näkemys saadaan parhaiten kuvattua?
- miten mallinnuksesta edetään toteutukseen?

Tuomisen ym. (2015, 15–16) mielestä palvelun kuvaaminen alkaa pääideasta ja sen merkityksen hahmottamisesta yritykselle ja asiakkaille, josta siirrytään sen jälkeen yksityiskohtaisempiin asioihin. Uutta palvelua tuotteistettaessa palvelun rajaaminen ja linkitys yrityksen muihin palveluihin on mietittävä huolellisesti. Palveluntuottaja, markkinointi ja asiakkaat tarvitsevat eritasoista palvelukuvausta, joten on tehtävä erikseen sisäinen ja asiakasnäkökulman sisältävä ulkoinen palvelukuvaus. Kuvauksia tehdään usein kaavioina ja manuaaleina, mutta kannattaisi käyttää mahdollisuuksien mukaan erilaisia mallintamistapoja kuten fyysinen prototyyppi, tarina, draama tai matemaattinen malli.

Alla olevassa kuviossa 4 on Tuomisen ym. (2015, 17) esimerkki palvelumallista.



Kuvio 4. Palvelun jäsentäminen palvelulupaukseen, palveluprosessiin ja resursseihin (Tuominen ym. 2015).

Parantainen (2007a, 34) kritisoi suomalaisten tuotekehittelijöiden tapaa: tuotteesta halutaan saada täydellinen ennen markkinointi ja myyntityötä. Tästä johtuen käy usein niin, että markkinoilla tapahtuu muutoksia tai kilpailijat ennättävät markkinoille ennen omaa yritystä. Myös Tolvanen (2012, 73) on samaa mieltä asiasta. Hänen mielestään jarruttavaa ajattelua on se, että tavoitteesta pyritään tekemään täydellinen ennen kuin sitä lähdetään toteuttamaan. Päämäärän tulisi auttaa suunnittelussa, mutta se ei saisi kahlita ajatuksia liikaa vaan jatkuva parantaminen ja vähittäiset uudistamiset kuuluvat ajatukseen kohderyhmän tarpeiden ymmärryksestä.

Palvelukuvauksen on tarkoitus toimia viestinnässä apuna ja varsinainen palvelukäytännön toteutus vaatii vuorovaikutusta ja palvelumallin aktiivista kehittämistä saatujen kokemusten myötä (Tuominen ym. 2015,15–18).

Sipilän (1999, 86–87) mukaan viimeinen vaihe tuotteistamisessa on palvelun konkretisointi eli vaikeasti hahmotettava palvelu tulisi saada mahdollisemman konkreettiseksi asiakkaalle. Tehokkain keino asiantuntijapalvelujen konkretisoinnissa on referenssien ja case- tapausten esittely.

4 KEHITTÄMISTYÖN MENETELMÄT

Toimintatutkimus on ihmisen sosiaaliseen vuorovaikutukseen pohjautuvaa toiminnan tutkimista, jonka tarkoituksena on kehittää yksilön tai erilaajuisten ryhmien työtä järkeä käyttämällä (Heikkinen 2010, 16–19). Toimintatutkimus voidaan hänen mielestään jakaa laajuutensa mukaan yksilön, ryhmän, ryhmien välisten suhteiden, organisaation ja alueellisen verkoston analyysitasoihin. Toiminnan tulee olla yhteisesti sovittua, vuorovaikutteista ja sillä on yhteinen merkitys ja tavoite. Kaikkien asianosaisten näkemykset tulee ottaa huomioon. Toimintatutkimuksessa suunnitellaan ja kokeillaan uusia tapoja työskennellä ja se on yleensä ajallisesti rajattu tutkimus- ja kehittämisprojekti, jossa oleellista on syklisyys. Suunnitelmaa testataan käytännössä ja kokemusten pohjalta parannetaan suunnitelmaa edelleen. Toimintatutkimusta on käytetty mm. koulujen opetusmenetelmien kehittämiseen.

Heikkisen (2010, 29) mukaan toimintatutkimuksen hyviäkin tuloksia täytyy kehittää jatkuvasti paremmiksi toimintaympäristön muutosten vuoksi eli kehittäminen ei voi päättyä kehittämisprojektin jälkeen. Hänen mukaansa (19–22) toimintatutkimuksen lähestymistapa poikkeaa normaalista tutkimuksesta siinä, että toimintatutkimuksessa tavoitellaan käyttökelpoista tietoa ja käytännön hyötyä teoreettisen tiedon sijaan. Toimintatutkimuksessa tutkija tekee tarkoituksellisen intervention kohteeseen eli ei ole perinteisen tutkijan tapaan objektiivinen, ulkopuolinen vaan aktiivinen vaikuttaja ja osallistuja, jonka tavoitteena on muutoksen käynnistäminen ja ihmisten rohkaiseminen asioiden kehittämiseksi. Toimintatutkijan omat kokemukset ja havainnot ovat oleellinen osa tutkimusaineistoa, joista tutkijan ymmärrys pikkuhiljaa rakentuu hermeneuttisena prosessina. Heikkinen (2010, 20–21) korostaa tutkijan toimintaan osallistumisen vaikutusta tutkimusraportin kirjoittamiseen: tutkija voi kirjoittaa raportin aktiivimuodossa ”minä tai me” ja se voi olla juonellinen ajallisesti etenevä kerronnallinen raportti. Tässä työssä käytetään kuitenkin SeAMKin liiketalouden opinnäytetöihin suositeltua passiivimuotoista kirjoitustapaa.

Tässä opinnäytetyössä käytetään tutkimusmetodinä kommunikatiivista toimintatutkimusta, jossa oleellista on osallistavuus ja reflektiivisyys, jolloin mahdollisimman moni kyseisen asian kanssa tekemisissä oleva työyhteisön jäsen osallistuu aktiivi-

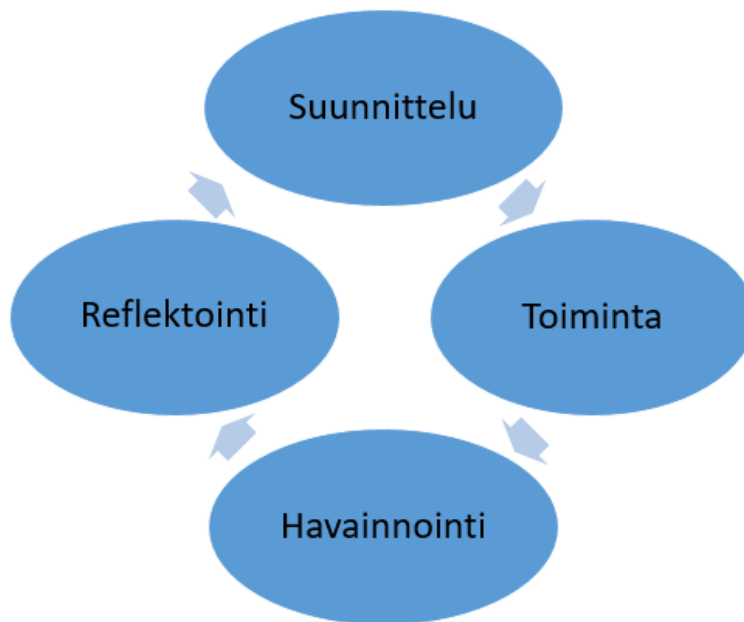
sesti tutkimukseen kaikissa sen vaiheissa. Osallistamalla työyhteisö pyritään avoimeen, tasavertaiseen vuorovaikutukseen ja tekemään tutkimuksesta läpinäkyvä (Heikkinen 2010, 32–34; Heikkinen, Kontinen & Häkkinen 2010, 57–58). Jokaisen tulisi reflektoida omia totuttuja ajattelu- ja toimintatapojaan, jotta voidaan keskustella asioista ja uudistaa toimintatapoja käyttäen työntekijöiden kokemustietoa. Jokaisella on mahdollisuus ja velvollisuuskin demokraattisesti osallistua keskusteluun. Kommunikatiivisen toimintatutkimuksen tavoitteena on usein toimintatapojen kehittämisen lisäksi myös taloudellisuuden ja toiminnan tuloksellisuuden kehittäminen.

Toimintatutkimuksessa selvitetään miten asiat ovat nyt ja mihin suuntaan asioiden tulisi mennä eli sen tehtävinä pidetään todellisuuden muuttamista sitä tutkimalla ja todellisuuden tutkimista sitä muuttamalla (Heikkinen 2010, 35–36). Toimintatutkimus on prosessi, jossa tietyt tapahtumat seuraavat toisiaan. Toimintatutkimuksessa voidaan käyttää sekä määrällisiä että laadullisia tutkimusmenetelmiä.

Heikkinen ja Huttunen (2010, 200) palaavat vielä toimintatutkimuksen luonteeseen. Heidän mielestään toimintatutkimus ei ole pelkästään metodi vaan se on ennemminkin asenne tai mielentila, jossa pyritään toiminnan kehittämiseen tutkimuksen avulla ja tiedon hankkimiseen toiminnan kehittämisen avulla. Toimintatutkimus nähdään toisaalta tutkimusmenetelmänä, mutta toisaalta käytännönläheisenä asennoitumisena tietoon.

Toimintatutkimusprosessi eroaa normaalista tutkimusprosessista siinä, että se saattaa lähteä liikkeelle hyvin spontaanisti, kun toiminnassa havaittuja ongelmia lähdetään ratkomaan (Heikkinen, Rovio & Kiilakoski 2010, 78–82). Toimintatutkimuksessa on heidän mukaansa sekä konstruoivia että rekonstruoivia syklejä, jossa konstruoivassa syklissä suunnitellaan ja rakennetaan uutta toimintatapaa ja rekonstruoivassa vaiheessa havainnoidaan ja arvioidaan jo toteutunutta toimintaa. Tästä muodostuu toimintatutkimuksen syklinen kehä (kuvio 5). Syklisen kehän vaiheet vuorottelevat ja sykli voi periaatteessa alkaa mistä vaiheesta tahansa. Se johtaa usein kehittämisen kierteeseen, jossa syklit seuraavat toinen toistaan parannettujen suunnitelmien ja toteutuksen myötä. Tätä toiminnan kehittämistä Heikkinen ym. nimittävät toimintatutkimuksen pysähtymättömäksi spiraaliksi. Toimintatutkimuksessa jo yhteen sykliin voi sisältyä tutkimukselle tyypillinen jatkuvuus ja kehittäminen. Toimintatutkimuksen onnistumisen kannalta ei ole oleellista syklien määrää

vaan perusidean, suunnittelun, toiminnan ja arvioinnin toteuttaminen sekä tutkivan työotteen omaksuminen.



Kuvio 5. Toimintatutkimuksen syklinen kehä (Heikkinen, Rovio & Kiilakoski 2010).

Toimintatutkimuksesta ei voi kirjoittaa Heikkisen ym. (2010, 86) mukaan tarkkaa suunnitelmaa eikä tiedonhankkimistakaan voi kuvata etukäteen tarkasti. Jopa tutkimusongelma ja –menetelmät saattavat muuttua tai täsmentyä tutkimuksen edessä, koska jatkuvassa vuorovaikutuksessa ja reflektoinnissa syntyy uusia ongelmia eli tutkimus voi olla hyvin projektiivinen. Kuitenkin onnistuneen toimintatutkimuksen jälkeen ajattelutavat ja käytänteet ovat muuttuneet. Huovisen ja Rovion (2010, 96–97) mielestä kysymyksen asettelua ei saisi liian tiukasti rajata, koska sen myötä saattaa jotain oleellista jäädä ilman huomiota. Tutkimuksen suunnittelussa on myös syytä miettiä omien ennakkokäsitysten vaikutusta tutkimukseen.

Tässä toimintatutkimuksessa lähdettiin liikkeelle rekonstruoinnista aikaisemman toimintatavan havainnoinnista ja reflektoinnista. Sen jälkeen on siirrytty konstruoivaan vaiheeseen uuden suunnitteluun ja toteutukseen. Toimintatutkimuksessa toimintatutkija haluaa kehittää työtään ja oppilaitoksen toimintatapoja liiketoiminnan ammatitutkinnon suhteen. Toimintatutkijalla on pitkä kokemus opettajana organisaatiossa saman tyyppisen tutkinnon vastuopettajana. Myös tutkimukseen osallistuville kol-

legoille vuosien mittaan kertynyttä hiljaista tietoa käytännön ongelmista ja vastaavasti hyvistä kokemuksista pystytään hyödyntämään. Toimintatutkija pyrkii vaikuttamaan muutosprosessiin organisoimalla workshopeja, palaverieja ja keräämällä sekä analysoimalla tutkimusaineiston.

Huovinen ja Rovio (2010, 99–102) korostavat, että kentällä tapahtuva tutkimustyö on luottamuksellista ja lisäksi on varmistuttava siitä, että osallistujat suostuvat tutkimusaineiston keräämiseen. Osallistujilta vaaditaan hankkeeseen sitoutumista ja vapaaehtoisuutta. Heidän mukaansa kenttävaihe on parhaimmillaan dialogista oppimista: keskustelua, ongelmanratkaisua ja yhteistä tiedonmuodostusta, jossa tutkija ja tutkittava tekevät läheisesti yhteistyötä ja jakavat asiantuntemustaan.

4.1 Toimintatutkimuksen menetelmät

Toimintatutkimuksen aineistoa voidaan kerätä erilaisilla menetelmillä kuten osallistava havainnointi, havainnointiin perustuvat tutkimuspäiväkirjamerkinnot, muu dokumentointi, haastattelut ja kyselyillä kerätty määrällinen aineisto. Osallistavassa havainnoinnissa toimintatutkija on välillä aktiivinen osallistuja ja välillä hänen roolinsa on olla ”ulkopuolinen” vetäytyvä tarkkailija. Osallistavassa havainnoinnissa voidaan käyttää hyväksi keskustelujen nauhoittamista tai tapaamisten videointia sekä muistiinpanojen tekemistä. (Huovinen & Rovio 2010, 104–106.)

Huovisen ja Rovion (2010, 106–107) mukaan tutkimuspäiväkirjaan tutkija kirjaa toiminnan aikana osallistujien kanssa käytyjä keskusteluja, omia ajatuksiaan ja havaintojaan. Tutkija tallettaa näin aineistoa ja jäsentää omaa ajatteluaan sen mukaan. Huovinen ja Rovio (2010, 106–107) korostavat kirjoittamisen järjestelmällisyyttä, jotta tutkija osaa kiinnittää huomiota tutkimusongelman kannalta merkityksellisiin asioihin. Heidän mukaansa päiväkirjaan kannattaa kirjata ylös myös tutkimuksen etenemistä, omia ja muiden tunnelmia, vaikutelmia, avoimeksi jääneitä kysymyksiä ja mietittyttäviä asioita. Tutkimuspäiväkirjaa kannattaa päivittää mahdollisimman usein.

Tutkimuksen edetessä voidaan kenttätöön aikana syntyneitä havaintoja täydentää haastatteluin, jolloin voidaan saada suoria vastauksia tutkimuskysymyksiin. Tutkija

voi valita haastateltavat harkinnanvaraisesti, jos hän tietää jonkun henkilön tietävän tutkittavasta asiasta erityisen paljon. Haastattelu voi olla lomakehaastattelu, jolloin kysymykset on tarkoin ennalta määritelty tai teemahaastattelu, jossa edetään etukäteen valittujen teemojen varassa, mutta kysymyksiä ei ole tarkasti määritelty tai laitettu tiettyyn järjestykseen. (Huovinen & Rovio 2010, 109–111.)

Huovisen ja Rovion (2010, 109–111) mukaan teemahaastattelu, jossa toimintatutkija on laatinut haastattelurungon valitsemistaan keskeisistä teemoista, on toimintatutkimukseen hyvin soveltuva haastattelu. Tässä avoimessa haastattelussa haastatteli etenee haastateltavan mukaisesti vieden haastattelua eteenpäin saamiensa vastausten pohjalta.

Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 42) mukaan monet vertaavat haastattelua keskusteluun, mutta oleellinen ero on siinä, että haastattelulla pyritään keräämään tietoa ja haastattelu on näin ollen päämäärätietoista toimintaa. Teemahaastattelussa haastattelu etenee tiettyjen teemojen varassa yksityiskohtaisten kysymysten sijaan. Teemahaastattelussa ihmisten tulkinnat ja heidän asioille antamat merkitykset ovat keskeisessä asemassa samoin kuin se, että ne muodostuvat vuorovaikutuksessa.

Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa on kerätty riittävästi silloin, kun uudet haastattelut eivät tuota enää uutta tietoa aiheesta. Kyseessä on silloin aineiston kylläntyminen eli saturaatio. Huovinen ja Rovio (2010, 105) kertovat saturaatiopisteen määrittelyn olevan toimintatutkimuksessa vaikeaa, koska tutkimus voi tuntua päätymättömältä spiraalilta kehittämisessä esiin tulevien uusien ongelmien ja uusien toimintatapojen myötä. Suunnittelemalla, testaamalla tuloksia käytännössä ja reflektoiden kokemuksia ollaan helposti taas uuden syklin alussa, jolloin työ alkaa taas uudelleen. Tämän vuoksi olisikin määriteltävä kehittämisprojektille tietty aika.

Tässä työssä hyödynnetään menetelmistä haastatteluja, muistioita, valokuvausta, videointia ja saneluja.

Tutkimushaastattelut tehtiin ainoastaan myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisalan yhteistyökumppaneille ja opiskelijoille. Työelämälle suunnatusta tutkimushaastattelusta kerrotaan enemmän luvussa 4.3. sekä opiskelijoille suunnatusta haastattelusta luvussa 4.4.

4.2 Osallistavia menetelmiä tuotteistamiseen

Tuominen ym. (2015, 29) ovat määritelleet tuotteistamiseen liittyvät työskentelyyn liittyvät syklit seuraavasti:

- Vaihe 1: Tuotteistamisen tarpeen ja tavoitteiden selkeyttäminen
- Vaihe 2: Yhteinen ymmärrys nykytilasta
- Vaihe 3: Ravistele näkemyksiä
- Vaihe 4: Muodosta ja kiteytä yhteinen näkemys
- Vaihe 5: Arvioi ja simuloi lopputulosta
- Vaihe 6: Lopputuloksen käytäntöön vieminen



Kuvio 6. Osallistavan tuotteistamisen työskentelyn sykli (Mukailtu Tuominen 2015, 29).

Tehokas työskentelytapa yhteisen ymmärryksen muodostamiseen on workshopit eli työpajat, jossa ollaan välittömässä vuorovaikutuksessa ja näin ollen osallistetaan jokainen toimimaan yhteisen päämäärän saavuttamiseksi alusta asti.

Tässä työssä on käytetty paljon eri kokoonpanoilla toteutettuja workshoppeja. Niissä kaikki osallistujat on pyritty osallistamaan tasavertaisesti keskusteluun tulevaisuuden toimintatavoista ja liiketoiminnan ammattitutkinnon tuotteistamiseen liittyvistä asioista. Workshoppeista kerrotaan enemmän luvussa 5.1.

4.3 Teemahaastattelut työelämälle

Ruusuvuoren ja Tiittulan (2005, 22–24) mukaan tutkimushaastattelu on pohjimmiltaan kasvokkaista vuorovaikutusta, jossa kysytään kysymyksiä, tehdään oletuksia, osoitetaan kiinnostusta ja ymmärrystä- kuitenkin sillä erotuksella, että haastattelulla on selkeä tavoite ja erilaiset osallistujien roolit. Haastattelija on kysyjän roolissa tiedonkerääjänä ja haastateltavalla on tiedonantajan rooli, jolta tutkija pyrkii saamaan tietoa itselleen keskustelua ohjaamalla ja suuntaamalla sitä tiettyihin puheenaiheisiin. Normaalista keskustelusta tilanne eroaa myös siinä, että haastattelu tallennetaan, kun siihen on saatu haastateltavalta lupa.

Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 96–97) mielestä haastattelijan on toimittava tehtäväkeskeisesti, jolloin tiedonhankinta on ensisijainen tehtävä. Heidän mielestään tiedonhankinta on helpompaa, jos pystytään luomaan haastattelijan ja haastateltavan välille luottamuksellinen suhde, jossa haastattelija toimii hyvin diplomaattisesti olemalla puolueeton. Haastattelija ei saa osoittaa olevansa hämmästynyt vastauksista tai kertoa omia mielipiteitään. Haastattelijan neutraalisuus tarkoittaa siis oikeastaan kysymysten esittämistä, vastauksen jatkamiseen kehottamista sekä vastauksen riittävyyteen liittyviä lyhyitä palautteita.

Luottamuksellisen suhteen luomisessa on Ruusuvuoren ja Tiittulan (2005, 41) mukaan oleellista kertoa haastattelun tarkoituksesta, pidettävä saatuja tietoja luottamuksellisina sekä suojella vastaajien anonymiteettiä. Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 74) mukaan teemahaastattelu edellyttää lisäksi rauhallista ja haastateltavalle turvallista ympäristöä, jotta saadaan hyvä kontakti haastateltavaan.

Teemahaastattelu eroaa muista haastatteluista siinä, että tarkkojen kysymysten sijaan edetään tiettyjen teemojen mukaisesti, jotka ovat kaikille samat. Eli strukturoidulle haastattelulle tyypilliset tarkoin muotoillut ja tarkassa järjestyksessä esitetyt kysymykset puuttuvat, mutta haastattelu ei kuitenkaan ole niin vapaa kuin syvähaastattelu. Tallennettu haastatteluaineisto voidaan joko sanasanasaisesti puhtaaksi kirjoittaa eli litteroida tai päätelmiä tai teemojen koodaamista voidaan tehdä suoraan tallennetuista aineistoista. (Hirsjärvi & Hurme, 2001, 48, 138.)

Tämän tutkimuksen teemahaastattelussa työelämälle pyrittiin selvittämään, minkälaista myyjän osaamista nykypäivänä ja tulevaisuudessa työelämässä tarvitaan ja arvostetaan. Tällä haettiin vastausta siihen, vastaavatko Sedun liiketoiminnan ammattitutkintoon suunnitellut suorituspolut ja teematarjotin työelämän tarpeisiin.

Haastattelussa teemoina olivat

1. Menestyvän myyjän ominaisuudet ja taidot.
2. Sedun liiketoiminnan ammattitutkinnon suorituspolut.
3. Tutkintokoulutuksen teematarjotin.

Haastattelu etenee teeman sisällä vastaajan antamien kommenttien mukaisesti, mutta tavoitteena on saada vastaukset liitteessä 1 oleviin kysymyksiin.

4.4 Haastattelut opiskelijoille

Toimintatutkimuksen syklisyyttä ja toiminnan kehittämistä ajatellen päätettiin haastatella liiketoiminnan ammattitutkinnon tutkintokoulutuksen aloittaneita opiskelijoita, jotta saataisiin selville myös opiskelijanäkökulma tutkinnon tuotteistamiseen liittyen.

Opiskelijoilta pyydettiin vastauksia seuraaviin kysymyksiin (liite 2):

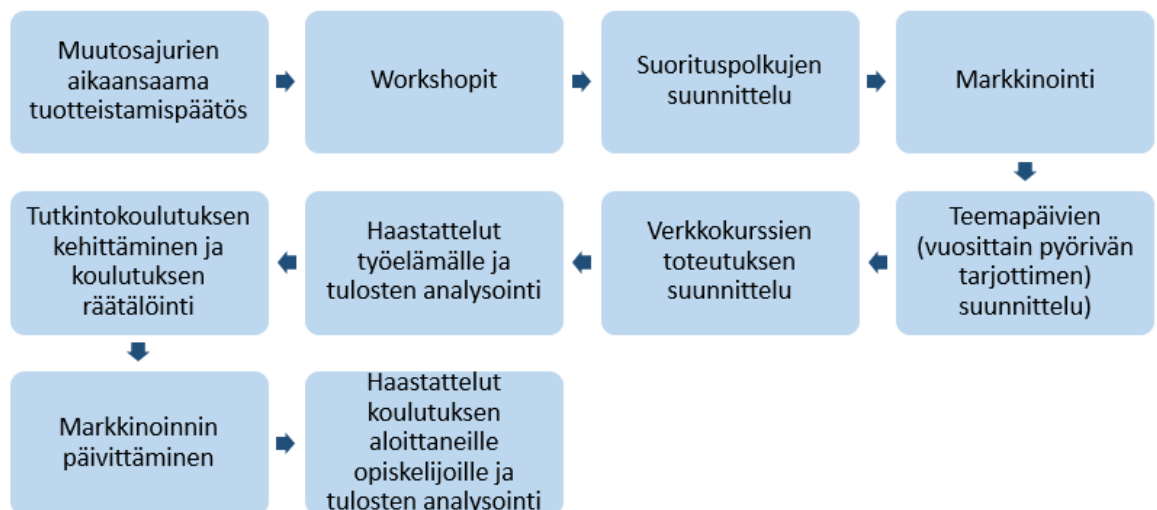
1. Minkälaiseksi koit koulutuksen esittelyn hakuvaiheessa?
2. Mikä herätti kiinnostuksen, että hakeuduit koulutukseen?
3. Mistä sait tiedon koulutuksesta?

4. Miten sinua auttoivat tutkinnon suorituspolut (valmis mallinnus tutkinnon osista, mitä pitäisi valita tiettyyn myyntiin suuntautumisessa, (myyjä, tuoterhmävastaava, b-to-b-myyjä, turvamyymä)) henkilökohtaisten opintojesi suunnitteluvaiheessa?
5. Mitä mieltä olet koulutukseen suunnitellusta teematarjottimesta ja omasta mahdollisuudesta valita haluamiasi opintoja?

5 KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTUS

Ajatus liiketoiminnan ammattitutkinnon tuotteistamisesta lähti liikkeelle jo alkusyksyllä 2018, kun opetushallitus lähetti uuden liiketoiminnan ammattitutkinnon perusteet kommentointikierrokselle. Tutkinnon perusteet vahvistettiin vasta lokakuussa, jolloin asian kanssa voitiin lähteä kunnolla liikkeelle.

Kehittämistyön etenemistä kuvaa seuraava kuvio 7, jossa on esitetty pääpiirteittäin tuotteistamiseen liittyvät toiminnot.



Kuvio 7. Kehittämistyön eteneminen.

Liiketoiminnan ammattitutkinnon keskeisten kouluttajien, koulutuspäällikön sekä tarvittaessa viestinnän ja markkinoinnin ammattilaisten kanssa kokoonnuttiin useita kertoja workshoppeihin eli työpajoihin ravistelemaan ajatuksia ja suunnittelemaan tulevia tutkintokoulutuksia.

Keskeisiä asioita oli selvittää:

- Miten koulutuksesta tehdään opiskelijoiden ja työelämän näkökulmasta joustava ja houkutteleva palvelu tuotteistamisen keinoin?
- Miten koulutukset saadaan toteutettua niin, että opiskelijoilla on mahdollisuus valmistua noin vuodessa ja he voivat aloittaa joustavasti opintonsa vuoden ajasta riippumatta?

Tuotteistamiseen oli alussa selkeästi kahdenlaista suhtautumista. Osa henkilökunnasta lähti tuotteistamiseen mukaan innokkaasti, osa taas olisi toiminut jatkossakin vanhoilla, tutuilla tavoilla. Tuotteistamiseen ei ollut käytettävissä kovin paljon aikaa, koska uudet tutkintokoulutukset teematarjottimiseen piti saada käyntiin helmikuun alussa ja sitä ennen hakijat piti haastatella ja henkilökohtaistaa.

Suorituspolut, joista kerrotaan luvussa 5.3., suunniteltiin osaamisalakohtaisesti ensin kyseisen substanssin omaavan kouluttajan kanssa välityöskentelyssä työpajojen välillä ja myöhemmissä pajoissa asiaa pohdittiin yhteisesti. Tässä työskentelyssä oli käytettävissä valtava määrä työelämäsuhteiden myötä syntynyttä hiljaista tietoa työelämästä, joka osallistavassa työpajassa saatiin yhteiseksi tietopääomaksi.

Suorituspolkujen suunnittelun jälkeen aloitettiin neuvottelut markkinoinnin ammattilaisten kanssa siitä, miten koulutuksista saataisiin houkuttelevia hakijoiden näkökulmasta, koska hakijoilla ei ollut vielä tietoa uudesta liiketoiminnan ammattitutkinnosta. Samoihin aikoihin lähdettiin suunnittelemaan teematarjotinta, josta opiskelijoille valittaisiin osaamisen kehittämiseen liittyvät teemapäivät tutkintokoulutuksen aikana. Teematarjottimen suunnitteluun toi oman haasteensa myös opiskelijahallintojärjestelmän tekniset ominaisuudet sekä yleiset linjaukset opetussuunnitelmien suunnitteluun liittyen. Teematarjottimeen liittyvistä kehittämistoimista kerrotaan luvussa 5.4.

Luvussa 5.5. keskitytään työelämän edustajille tehtyjen haastattelujen analysointiin. Mainittakoon vielä, että haastattelut tehtiin myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisalalla toimiville työelämäkontakteille.

Luvussa 5.6. analysoidaan tutkintokoulutuksen aloittaneiden opiskelijoiden kokemuksia koulutuksen tuotteistamisesta. Myös tässä haastattelussa opiskelijat ovat myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisalalta.

5.1 Tulokset workshopeista

Työpajoja pidettiin jo uusien tutkinnon perusteiden luonnosvaiheen kommentointivaiheesta saakka. Tutkinnon perusteet tulivat oppilaitoksiin kommentoitavaksi elokuussa 2018.

Työpaja 1.

Työpajan tavoite: liiketoiminnan ammattitutkinnon perusteiden luonnosversioon tutustuminen ja kommentointi opetushallitukselle.

Ensimmäisessä työpajassa elokuun lopulla kokoontuivat myynnin, taloushallinnon ja sihteerien tutkinnonvastaavat tutustumaan uuden liiketoiminnan ammattitutkinnon perusteiden luonnosversioon opetushallitukselle kommentointia varten. Tässä vaiheessa pyrittiin pääsemään käsitykseen uuden tutkinnon muodostumisesta ja tutkinnon osista. Tutkinnon perusteet olivat hieman sekavat ja tässä vaiheessa mietittiin jo, kuinka nämä tutkinnot markkinoidaan tuleville opiskelijoille. Opetushallitukselle tehtiin monia kysymyksiä luonnoksen pohjalta. Askarruttava asia oli esimerkiksi: Opiskelija voi suorittaa liiketoiminnan ammattitutkinnon osaamisalan Myynti ja markkinointiviestintä tekemättä ainuttakaan näyttöä myynnistä tai markkinointiviestinnästä. Työnantajat todennäköisesti olettavat kyseisen tutkinnon tehneellä olevan osaaminen sekä myynnistä että markkinoinnista.

Työpaja 2: Nykytilanteen kartoittaminen ja näkemysten ravistelu

Tavoite: Liiketoiminnan tutkintokoulutusten nykytilanne ja tulevaisuuden suuntaviivat

Työpajaan osallistuivat uuden tutkinnon kanssa keskeisesti työskentelevät opettajat sekä koulutusalan päällikkö, joten käytettävissä oli relevantti tieto, osaaminen ja ymmärrys koulutusten nykytilasta. Toimintatutkija piti lyhyen tietoisuuden nykytilanteesta. Työpajan tavoitteena oli keskustella nykyisten tutkintokoulutusten tilasta sekä uuden liiketoiminnan ammattitutkinnon tutkintokoulutuksen suuntaviivoista tulevaisuudessa. Keskusteluissa oli tavoitteena selvittää:

- Mikä on nykytilanne?

- Mihin osaamisaloihin liittyvää tutkintokoulutusta tullaan järjestämään uudessa tutkinnossa?
- Mihin tutkinnon osiin tullaan järjestämään opetusta?
- Miten markkinoidaan uutta koulutusta hakijoille?
- Miten työelämän yhteistyötahot saadaan sisäistämään muutokset vanhojen tutkintojen ja uuden tutkinnon välillä?
- Miten järjestetään opiskelijoille joustava koulutuksen aloittaminen ja yksilölliset opintopolut?
- Miten saadaan tutkintokoulutuksista oppilaitoksen kannalta mahdollisimman tehokkaasti henkilö- ja tilaresursseja käyttäviä?
- Pitääkö verkkokurssien määrää lisätä?

Työpajassa käytiin vilkasta ja värikästä keskustelua aiheista. Selkeästi vanhoja ajatusmalleja tulee ravistella ja ajatella asioita erinäkökulmista. Varsinkin myynnin opettajat ovat olleet hyvin tyytyväisiä koulutuksen tämän hetkiseen toteutustapaan ja saatuihin asiakaspalautteisiin, joten vanhasta koulutuksen toteuttamistavasta irti päästäminen oli haastavaa.

Pajan lopputuloksena päätettiin valita suuntautumisvaihtoehtoista ne, jotka ovat saman tyyppisiä kuin aikaisemminkin järjestetyt koulutukset, jotka ovat olleet Sedussa vetovoimaisia (myyjät, taloushallinto ja sihteerit). Tutkintokoulutusta tullaan siis järjestämään liiketoiminnan palvelujen, myynti ja markkinointiviestintä sekä taloushallinnon osaamisaloilla. Näiden osaamisalojen suorituspolkujen alustava suunnittelu jäi valmisteltavaksi toimintatutkijalle seuraavaa palaveria varten.

Pajassa keskusteltiin mm. siitä, mihin aikaan vuodesta olisi järkevää käynnistää koulutukset. Seuraavassa on opettajien kommentteja siitä, miten joustava aloitus toimisi mahdollisimman hyvin.

”Koulutuksessa voisi olla mun mielestä maksimissaan kolme sisäänottoa. Syksyllä on hyvä aloittaa, kun ihmiset ovat kesällä saaneet miettiä rauhassa opintoja ja tekevät elokuussa päätöksiä. Markkinoinnin näkökulmasta syyskuussa on hyvä aloitus. Sen jälkeen syksyllä ei todennäköisesti tapahdu mitään, tammi-helmikuun vaihde olisi hyvä aloitus. Milloin vielä?” (Opettaja 1.)

”On yllättävää, että keväällä tulee paljon yhteydenottoja ja jos seuraava aloitus on vasta syksyllä, niin se on niin kaukana, että menetetään opiskelijat” (Opettaja 2.)

”Joo, huhtikuussa voisi olla ”hiljainen” aloitus. Eli kun tammi–helmikuussa olisi virallinen aloitus, jossa orientaatiopäivän jälkeen alkaa pakollinen tutkinnon osa, niin huhtikuussa olisikin vain orientaatiopäivä ja opiskelijat lähtevät tekemään tutkinnon osaa/teemapäiviä, joita silloin on tarjolla ja tekevät pakollisen vasta syksyllä aloittavien mukana.” (Opettaja 3.)

”Tänä vuonna on pakko huhtikuussa ottaa ”virallinen aloitus” pakollisen tutkinnon osan kanssa. En pysty aloittamaan uutta ryhmää vielä helmikuussa, nyt liikaa töitä” (Opettaja 4.)

Opiskelijan joustavan koulutuksen aloittamisen varmistamiseksi päätettiin tehdä koulutukseen kolme varsinaista sisäänottoa, jolloin järjestetään orientaatiojakso: helmikuussa, huhtikuussa ja syyskuussa.

Koulutukseen tarjottavista teemapäivistä käytiin vilkasta keskustelua: kuinka paljon ja minkälaisia teemapäiviä järjestetään. Tehdäänkö teemapäivistä mahdollisimman yleisiä ja kuinka huomioidaan eri osaamisalojen opiskelijat? Onko osaamisaloilla omia teemapäiviä liittyen esimerkiksi kaikille yhteiseen tutkinnon osaan?

Seuraavassa opettajien kommentteja liittyen teemapäivien suunnitteluun.

”Kokemukseni mukaan aikuisopiskelijat haluavat päivittää omaa osaamistaan ja hankkia pitkänkin työuran aikana kertyneelle osaamiselle teoriapohjaa, vaikka osaamista teemasta onkin. Puolustaisin myös osaamisalakohtaisia teemapäiviä sillä, että näiden päivien aikana opiskelijoiden kanssa käyty keskustelut teemoista on koettu erittäin antoisiksi ja avartaviksi. Haluaisin tuoda esiin muutamia esimerkkejä. Lähes 20 vuoden työkokemuksen omaava oppisopimuksella myynnin ammattitutkinnon suorittanut Elina kommentoi myynnin ammattitutkinnon koulutusta: ”Koulutus laittoi miettimään asioita syvällisemmin ja lisäsi valtavasti oman työn arvostusta.” Sanna: ”Muiden opiskelijoiden tuki ja turva on ollut antoisaa, kun on yhdessä pohdittu opintoihin liittyviä asioita.” ja Anne: ” Omassa ryhmässä keskustelu on tasa-arvoista ja luottamuksellista”. (Opettaja 5.)

”Vaikka reformin myötä olisi tavoitteena oppiaikojen lyheneminen voi avoin teematarjotin houkuttaa opiskelijoita valitsemaan teemoja, jotka

eivät välttämättä liity omaan tutkintoon vaan ovat muuten mielenkiintoisia tai voivat toki tukea oman työnkuvan vaatimaa osaamista, vaikka eivät suoranaisesti tutkintoon kuulukaan” (Opettaja 4.)

Opettaja- ja tilaresurssien järkevän sekä tehokkaan käyttämisen tehostamiseksi päädyttiin lisäämään itsenäisesti suoritettavien verkkokurssien määrää sekä laatimaan vuosittain pyörivä teematarjotin, josta opiskelija voi valita vastuuopettajansa opastamana niitä opintoja, jotka täydentävät hänen osaamispuutteitaan. Teematarjottimelle tulee kaikille liiketoiminnan ammattitutkintoa suorittaville yhteisiä teemapäiviä sekä selkeästi tietyille osaamisaloille liittyviä päiviä. Lisäksi teematarjottimelta voi valita Esimiesareenan opintoja.

Seuraavaa työpajaa varten jäi toimintatutkijalle suunniteltavaksi suorituspolkujen mallintaminen. Markkinoinnin suunnittelua varten päätettiin kutsua seuraavaan palaveriin Sedun markkinointipäällikkö.

Työpaja 3

Työpajan tavoitteena oli suorituspolkujen luonnosten esittely sekä markkinointipäällikön näkemysten kuuleminen tuotteistamiseen ja koulutuksen markkinointiin liittyen.

Työpajassa mukana olivat liiketoiminnan erikoisammattitutkinnon vastuuopettaja, myynnin, taloushallinnon ja sihteerien keskeiset opettajat, koulutuspäällikkö sekä markkinointipäällikkö. Toimintatutkija esitteli tässä palaverissa ensin edellisen työpajan aikaansaannokset sekä tutkinnon rakennekaavion, jotta markkinointipäällikkökin saisi asiasta mielikuvan. Tämä työpaja painottui ennen kaikkea markkinointinäkökulman huomioimiseen tuotteistamisessa, koska asiantuntija oli paikalla. Työelämän ja hakijoiden tutkintoon sisälle pääsemiseksi päätettiin markkinoinnissa käyttää hyväksi ammattitaitoa kuvaavia nimikkeitä (vaikka niitä ei tutkinnon perusteissa mainitakaan, eivätkä ne näin ollen ole virallisia) ja suunnitella tietyn ammatin ammattitaitoon liittyviä suorituspolkuja, jotka helpottavat hakijan tutkinnon osien valitsemista. Näin pystytään tuotteistamaan tutkinnon sisältä selkeästi eri ammatteihin suorituspolut, jotka ovat kuitenkin räätälöitävissä opiskelijan tarpeiden mukaisesti. Tämä on tärkeää tulevaisuudessa, kun tuotteistamista viedään entistä pidemmälle suunnittelemalla esim. yrityskohtaisia tai tietyn tyyppisten myyjien koulutuksia.

Vastuu tästä suorituspolkujen suunnittelusta jäi toimintatutkijalle, mutta suunnittelussa tarvittiin myös alojen vastuuopettajien apua, koska toimintatutkijan oma substanssiosaaminen ei riitä kaikille osaamisaloille.

Työpaja 4

Työpajan tavoitteet: suorituspolkujen esittely ja niiden nimeäminen mahdollisimman myyvästi.

Työpajassa mukana olivat liiketoiminnan erikoisammattitutkinnon, myyjien sekä sihteerien vastuuopettajan lisäksi koulutuspäällikkö sekä edustaja viestintä- ja markkinointipalveluista.

Toimintatutkija esitteli suorituspolkuja, jotka on laadittu yhdessä entisten tutkintojen vastuuopettajien kanssa. Ideointivaiheessa ”heiteltiin ilmaan ehdotuksia” suorituspoluille markkinoinnissa käytettävistä ammattinimikkeistä, joiden perusteella opiskelijoiksi hakeutuvat pystyisivät helpommin mieltämään minkälaisiin työtehtäviin kyseisellä suorituspolulla voisi työllistyä. Markkinoinnista vastaavan henkilön kanssa pohdittiin sitä, mennäänkö tutkinto edellä, osaamisala vai ammattinimike edellä.

Seuraavassa opettajien kommentteja liittyen tuotteistettavien koulutusten markkinointiin.

”Kyllä hakijan täytyy koulutukseen hakeutuessaan tietää, mihin koulutukseen hän on hakeutumassa” (Opettaja 5.)

”Vai hakeeko opiskelija vain osaamisalalle esimerkiksi liiketoiminnan palvelujen osaamisala (sihteeri) ja meillä sihteeri sitten siirtää hakijan henkilökohtaistamisen jälkeen oikealle sihteeripolulle esim. terveydenhuollon sihteeriksi?” (Opettaja 1.)

”Koulutukseen hakeutuvan tulisi löytää nettisivuiltamme koulutus myös vapaan sanahaun perusteella, esim. sihteeri, näin ei ole nyt esim. myyjän ammattitutkinnon kohdalla eli nettitekstejä pitäisi tarkoin miettiä” (Opettaja 6.)

Markkinoinnissa päätettiin käyttää osaamisaloja ja suorituspolkuja, joita ”avattaisiin” ja lisätään mukaan ammattinimikkeitä, jotta hakija tietää minne on hakeutumassa. Jos markkinoinnissa olisi liiketoiminnan ammattitutkinto, liiketoiminnan palvelujen

osaamisala, niin todennäköisesti hakijat eivät tietäisi kyseessä olevan eri sihteerin toimenkuviin kouluttautuminen. Koulutuspäällikkö kehotti vielä miettimään asiaa myös opiskelijahallintojärjestelmän näkökulmasta eikä yksistään markkinoinnillisesta näkökulmasta, koska opiskelijahallintojärjestelmästä tulee nettisivuille koulutuskuvaukset ja koulutuksiin hakeutumislomakkeet.

”Haasteen tässä vielä tuo se, miten voidaan osaamisaloihin liittyvät opsit kirjata opiskelijahallintojärjestelmään, tuleeeko vain yksi liiketoiminnan ammattitutkinnon puu ja osaamisalat sen alle, miten toteutetaan nämä suorituspolut opiskelijahallintojärjestelmässä?” (Koulutuspäällikkö.)

Tutkinnon opiskelijahallintojärjestelmään liittyvän opetussuunnitelmarakenteessa päädyttiin vielä konsultoimaan sekä opiskelijahallintojärjestelmän pääkäyttäjää että resurssien varaajaa.

Tässä vaiheessa päätettiin ottaa markkinointiin pari suorituspolkua jokaisesta osaamisalasta kärjiksi, muiden polkujen jäädessä vähäisemmälle huomiolle. Ja jotakin uutta vetonaulaa päätettiin kokeilla. Markkinoinnista vastaava oli jo aikaisemmin huomannut lehdessä artikkelin turvamyyjästä, joka todettiin mielenkiintoiseksi kahden eri tutkinnon yhdistämismahdollisuudeksi. Yhteistyötä turvallisuusalan kanssa päätettiin selvittää. Todettiin, että pitäisi mennä kysyntä edellä, kun on tiedossa mitä työelämä tällä hetkellä tarvitsee. Tämän selvittäminen jää myöhempään vaiheeseen tuotteistamisessa.

Tuotteistamisen näkökulmasta pohdittiin myös sitä, että sitoutuvatko yritykset ja opiskelijat koko tutkinnon tekemiseen vai pitäisikö markkinointia tehdä jopa yksittäisille tutkinnon osille. Uusi rahoitusjärjestelmä kannustaa myös yksittäisten tutkinnon osien markkinointiin.

Keskustelujen pohjalta päätettiin markkinoida aktiivisesti tuotteistettuihin suorituspolkuihin liittyviä tutkinnon osia vaikka opiskelijalla on käytännössä mahdollisuus valita omaan tutkintoonsa mitä tahansa tutkinnon osia joko oman tutkinnon sisältä tai mistä tahansa muusta perus-, ammatti- tai erikoisammattitutkinnosta. Näitä kaikkia omassa tutkinnossa olevia valinnaisia tutkinnon osia ei aktiivisesti markkinoida

eikä niihin ole saatavissa opetusta. Näytöt kuitenkin suunnitellaan yhdessä opiskelijan kanssa ja arvioidaan, mikäli opiskelijalla on riittävä osaaminen ja mahdollisuus ne työpaikallaan tehdä.

Tässä vaiheessa ei päätetty vielä lähteä markkinoimaan yksittäisiä tutkinnon osia kyseisestä tutkinnosta, mutta todennäköisesti niitä lähdetään tarjoamaan myöhemmin.

5.2 Prosessin eteneminen työpajojen jälkeen

Palaveri 1

Palaveri turvallisuusalan ammattitutkinnon kouluttajan ja koulutuspäällikön kanssa turvamyymä koulutuksen toteuttamisesta. Toimintatutkija lähtee siitä oletuksesta, että pienissä kaupoissa, joissa on yksi työntekijä kerrallaan olisi erittäin hyvä, että myyjällä olisi myös vartijan perustaidot samoin kuin liikennemyymälöissä, jotka ovat myös öisin auki.

Päätettiin kokeilla turvamyymä suorituspolun vetovoimaisuutta ja varattiin turvallisuusalan ammattitutkinnon ryhmään viiden opiskelijan kiintiö, jossa liiketoiminnan ammattitutkintoa suorittava opiskelija voi suorittaa vartijakoulutuksen 120 tunnin perusopinnot. Jaksoon sisältyy kaksi kirjallista näyttöä ja käytännön koe voimakäyttö osiosta. Aikaisempien suunnitelmien mukaan tutkintoon lisättäisiin myös turvallisuusalan ammattitutkinnosta tutkinnon osa kaupan alan turvallisuus, mutta tämän tutkinnon osan suorittamisen tekee mahdottomaksi se, että näyttöjä tehdäkseen tulisi toimia vartijan tehtävissä kaupassa, joka edellyttää työsuhdetta vartiointiliikeseen.

Palaveri 2

Myynnin opettajat syventyivät tutkinnon perusteisiin poimimaan kaikissa osamisaloissa *toistuvat* ammattitaitovaatimukset. Näiden perusteella voidaan laatia tutkintokoulutuksen teematarjottimelle päivät, jotka jokainen opiskelija opiskelee, mikäli hänellä ei ole opintojen tai työn tuomaa osaamista teemasta. Tämä osaamisen riittävyyden arviointi tehdään yhdessä (opiskelija, opettaja ja työelämän edustaja)

HOKS:n laatimisen yhteydessä. Jos osaamista on, teemaapäivää ei valita opintoihin.

Mikäli opiskelija haluaa tunnustettavaksi tutkintoonsa jotakin aikaisempien opintojen perusteella, kaksi opettajaa voi tehdä tunnustamisen dokumenttien perusteella. Tunnustettua osaamista ei tarvitse enää näytöissä osoittaa.

Palaveri 3

Mukana olivat esimiesareenan opettajat sekä toimintatutkija. Palaverin keskeinen aihe oli tutkia, löytyykö liiketoiminnan erikoisammattitutkinnosta ja liiketoiminnan ammattitutkinnosta mahdollisesti teemoja, jotka liittyisivät molempiin tutkintoihin ja näin voitaisiin järjestää opetusta laajemmalle osallistujaryhmälle.

Tutkinnosta löytyy yhtäläisyyksiä, joten teemapäiviä voidaan hyödyntää ristiin ja liiketoiminnan erikoisammattitutkinnossa on tutkinnon osa, jota voidaan tarjota liiketoiminnan palvelujen osaamisalan viestintäpalvelujen sihteerin suorituspolkuun.

Palaveri 4

Palaverissa mietittiin opiskelijahallintojärjestelmän pääkäyttäjän kanssa opetus-suunnitelmaa ja koulutuksen rakennetta opiskelijahallintojärjestelmän näkökulmasta. Liiketoiminnan ammattitutkinnon tutkintokoulutus päätettiin laittaa järjestelmään niin, että kaikki osaamisalat ovat näkyvissä ja näiden alla tutkinnon osat.

Teematarjottimeen liittyvä työpajat

Työpaja 1

Työpajan aiheena tutkinnon osiin liittyvät teemapäivät.

Toimintatutkija esitteli kaikille tutkintoa suorittaville pakolliseen Liiketoiminnan tehtävissä toiminen -tutkinnonosaan liittyvien ammattitaidon osoittamisen kriteeristön perusteella suunnitellut teemapäivät. Opettajat kommentoivat asiaa:

”Kaikille pakollisessa tutkinnon osassa on yleistä, mutta myös alakoh-
taista asiaa” (Opettaja 2.)

”Niin on. Siksi on selkeästi eroteltava kaikille osaamisaloille sopivat yhteiset päivät ja oman osaamisalan päivät.” (Opettaja 5.)

Kun pakolliseen tutkinnon osaan liittyvät teemapäivät saatiin yksimielisesti suunniteltua, jakauduttiin pienryhmiin/pareihin selvittämään kunkin osaamisalan tutkinnon osien arviointikriteeristön vaatimaa osaamista ja näin ollen niistä johdettavia teemapäiviä. Teemapäivät kirjattiin ylös paperille ja ne leikattiin jokainen omiksi lapuikseen, jotka sitten palapelin omaisesti sijoitettiin ensin tutkinnon osan alle ja lopuksi tutkinnon osien alle kertyneet teemapäivät ryhmiteltiin loogisiksi ryhmiksi, joille myöhemmin kehiteltiin koulutusosion nimi. Tässä vaiheessa oli pääkäyttäjiltä tieto, että näitä koulutusosioita saisi oppilashallintojärjestelmän näkökulmasta olla 4–6 kappaletta.

Suunniteltiin, että helmikuussa ja syyskuussa ovat varsinaiset koulutuksen sisäännotot, jolloin on orientaatio ja aloitus pakollisella tutkinnon osalla. Huhtikuussa olisi vain pelkkä orientaatio ja opiskelija lähtisi siitä etenemään teemapäivillä ja työssä tapahtuvalla oppimisella. Pakollisen tutkinnon osan teemapäivät alkaisivat vasta syyskuussa. Touko-kesäkuussa voisi valita teemapäiviä, jotka sopivat opiskelijan ohjelmaan, mutta oppiminen painottuisi pääasiassa työpaikoilla järjestettävään osaamisen kehittämiseen. Tätä vaihtoehtoa pidettiin seuraavien kommenttien perusteella hyvänä koulutuksen aloittamiselle. Näin asiaa kommentoitiin:

”Työssä oppiminen alkuun voisi olla erittäin tervetullut tapa aloittaa, jolloin opiskelija pääsee käsitykseen siitä, mitä on lähdössä opiskelemaan ellei ole jo työssä oleva opiskelija” (Koulutuspäällikkö.)

”Sellaiselle opiskelijalle vaihtoehto on erittäin hyvä, joka ei ole ollut koskaan alalla työssä. Kerran on käynyt niin, että kahden ensimmäisen viikon jälkeen opiskelija oli aivan varma siitä, että hänestä ei tule kaupan alan työntekijää ja hän palasi takaisin omaan työhönsä sosiaalialalle.” (Opettaja 5.)

Teemapäivien määrää pyritään vähentämään kokonaan verkossa opiskeltavissa olevilla verkkokursseilla. Teematarjottimen laatiminen jäi toimintatutkijalle.

Palaveri 5

Palaveri pidettiin markkinoinnin kanssa. Koulutuspäällikköä ja vastuuopettajaa haastateltiin uutiskirjettä varten, joka lähetetään merkittävälle yhteistyökumppaneille. Uutiskirjeessä kerrottiin liiketoiminnan ammattitutkinnosta ja suorituspoluista. Eli tämä oli ensimmäinen vaihe tuotteistamisessa, joka näkyi ulospäin Sedusta.

Palaveri 6

Palaveri markkinoinnin kanssa, jossa suunniteltiin opiskelijahallintojärjestelmään koulutuksen esittelytekstit. Opiskelijahallintojärjestelmästä tekstit tulevat Sedun verkkosivuille hakijoiden luettavaksi. Tämä oli tuotteistamisen toinen vaihe, joka toi asiakkaille näkyväksi tuotteistamisen.

Palaveri 7

Liiketoiminnan palveluiden osaamisalan opettajan kanssa palaveri, jossa suunniteltiin kyseisen osaamisalan teemat. Sovitettiin teematarjottimelle kaikille yhteiset teemapäivät. Samalla selvitettiin opettaja- ja tilaresurssit näille teemapäiville.

Palaveri 8

Toimintatutkijan ja myynnin opettajan palaveri myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisalan teemapäivien sovittamisesta teematarjottimelle.

Palaveri 9

Toimintatutkijan ja taloushallinnon osaamisalan vastuuopettajan palaveri, jossa suunniteltiin taloushallinnon suorituspolkujen teemat teematarjottimelle. Tämä oli ehdottomasti haasteellisin osaamisala, koska tutkinnon osien ja teemojen tulee edetä loogisessa järjestyksessä. Opiskelijan täytyy osata tietyt asiat ennen seuraavia teemapäiviä tai tutkinnon osan tekemistä. Haasteen teematarjottimelle sijoittamiseen tuovat useat koulutukseen sisäännotot.

Palaveri 10

Toimintatutkijan ja koulutuspäällikön palaveri, jossa käytiin läpi tutkinnon suorituspolut ja koulutuksen teematarjotin. Koulutuspäällikkö hyväksyi suunnitelman.

Palaveri 11

Toimintatutkijan ja verkko-oppimisympäristövastaavan palaveri, jossa mietittiin koulutuksen verkko-opetuksen toteuttamista. Verkko-oppimisympäristössä työskenteelyn tulisi olla opiskelijalle mahdollisimman helppoa. Aikaisemmin verkko-oppimisympäristössä on ollut ryhmäkohtainen kurssi, jonka alla on ollut kaikkien teemojen verkko-opinnot omina osioinaan. Näin ei voida enää toimia, koska teematarjottimen päiviin voi osallistua opiskelijoita mistä tahansa koulutuksesta.

Päätettiin luoda Liiketoiminnan ammattitutkinto–Yhteiset verkkokurssi, johon liitetään jokainen liiketoiminnan ammattitutkintoa tekevä opiskelija. Tälle kurssille tulee kaikki yhteinen informaatio, joka koskee kaikkien osaamisalojen opiskelijoita.

Sen lisäksi jokaista teemapäivää varten toimintatutkija tai verkko-oppimisympäristön hallintaoikeudet omaava opettaja luo uuden verkkokurssin. Kurssille lisätään teemapäivien materiaalit, lisämateriaalit sekä teemapäivään liittyvät verkkotehtävät, joita voi olla teemapäivään orientoiva ennakkotehtävä sekä teemapäivään liittyvä jälkitehtävä, jossa opiskelija soveltaa oppimaansa.

Verkkokurssiin liitetään ainoastaan ne opiskelijat, jotka ovat kyseisen teemapäivän valinneet. Näin opiskelija tietää varmasti, mitä tehtäviä hänen tulee tehdä.

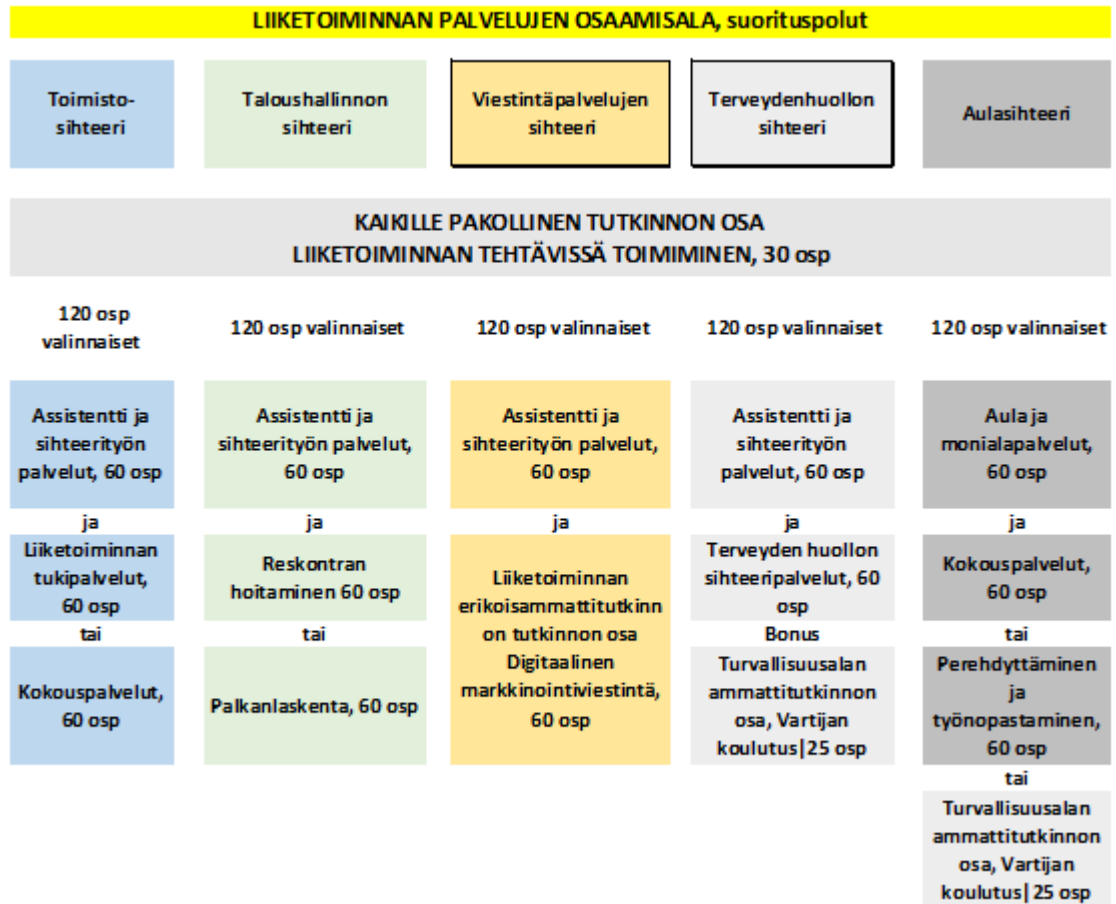
5.3 Tuotteistetut suorituspolut

Tässä luvussa esitellään workshopien keskustelujen pohjalta tuotteistamisen lopputuloksena syntyneet suorituspolut, joita päätettiin markkinoida. Näiden suorituspolkujen perusteella hakijan on helppo mieltää, mitä tutkinnon osia hänen tulisi valita saavuttaakseen tietyn ammatin vaatiman osaamisen. Nämä ovat viitteellisiä polkuja, joita räätälöidään opiskelijakohtaisesti. Suorituspolkujen nimet ovat oppilaitoksen omia ”markkinointinimiä” eivät tutkinnon myötä tulevia ammattinimikkeitä.

Liiketoiminnan palvelujen osaamisalalle suorituspolkuja suunniteltiin viisi: toimiston sihteeri, taloushallinnon sihteeri, viestintäpalvelujen sihteeri, terveydenhuollon sihteeri sekä aulasihteeri. Suorituspolut esitellään kuviossa 8.

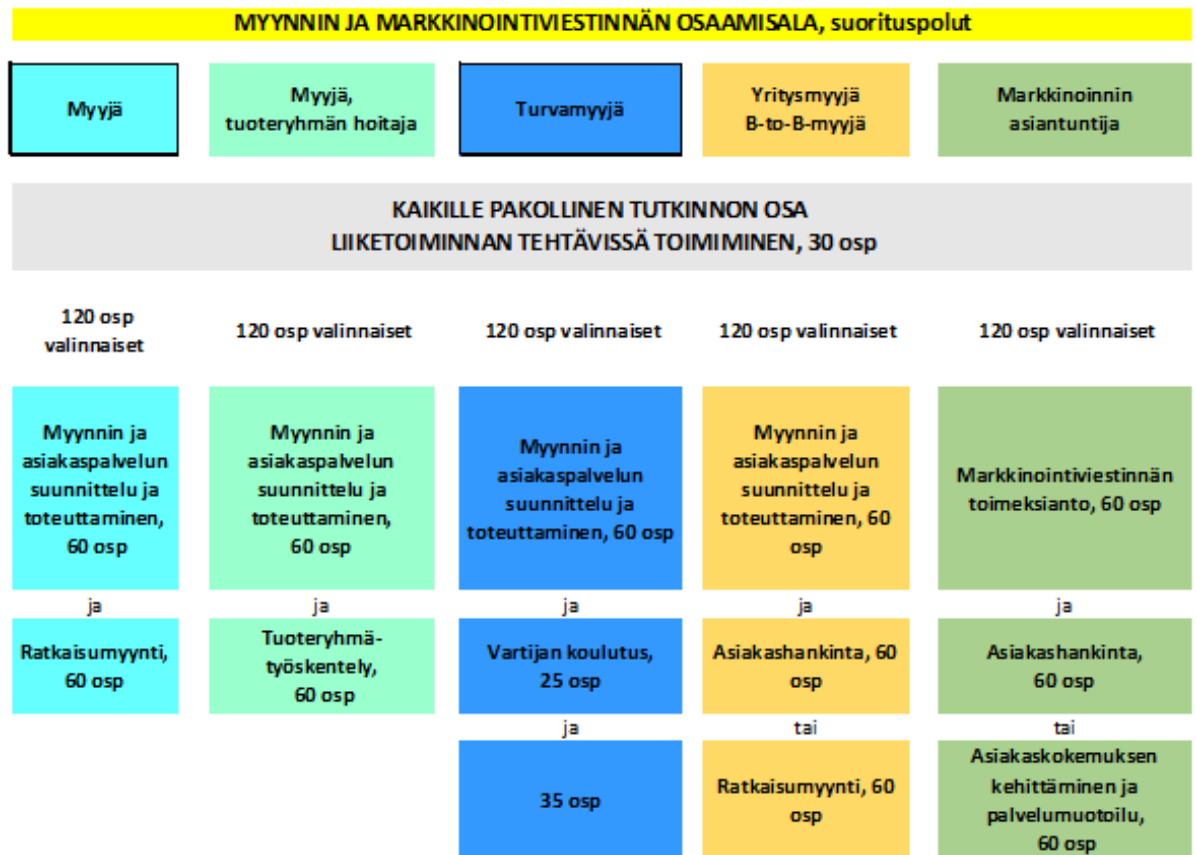
Kaikissa suorituspoluissa on pakollinen tutkinnon osa Liiketoiminnan tehtävissä toimiminen (30 osp) ja 120 osaamispisteen edestä valinnaisia tutkinnon osia

kahdesta eri valinnaisten tutkinnon osien ryhmästä. Alla olevasta kuviosta 8 selviää tutkinnon osien yhdistämismahdollisuudet.



Kuvio 8. Liiketoiminnan palvelujen osaamisalan suorituspolut.

Myyntin ja markkinointiviestinnän osaamisalalla vastaavasti käytetään markkinoinnissa ammattinimikkeitä myyjä, tuoteryhmänhoitaja, turvamyyjä, yritysmyyjä (b-to-b-myyjä) ja markkinoinnin asiantuntija. Oheisesta kuviosta 9 selviää kyseisiin ammattinimikkeeseen tuotteistamisen yhteydessä suunnitellut tutkinnon osat. Kaikille tutkinnon suorittajille pakollinen tutkinnonosa Liiketoiminnan tehtävissä toimiminen 30 osp sekä vähintään 120 osp kahdesta eri valinnaisten ryhmästä. Poikkeus tässä osaamisalassa on turvamyyjä, jossa tutkintoon liitettävä vartijan koulutus on 25 osp laajuinen. Tähän on haastavaa löytää muista tutkinnoista suoraan sopivaa tutkinnon osaa, joka olisi 35 osp laajuinen. Eli käytännössä käynee niin, että turvamyyjä tekee normaalia laajemman 175 osaamispistettä sisältävän tutkinnon.



Kuvio 9. Myyntin ja markkinointiviestinnän osaamisalan suorituspolut.

Taloushallinnon osaamisalalle suunniteltiin kolme suorituspolkua (kuvio 10), jossa ammattinimikkeet ovat kirjanpitäjä, reskontranhoitaja ja palkanlaskija. Kaikki tutkinnon suorittajat tekevät pakollisen tutkinnon osan Liiketoiminnan tehtävissä toimiminen 30 osp sekä vähintään 120 osp kahdesta eri valinnaisten ryhmästä.



Kuvio 10. Taloushallinnon osaamisalan suorituspolut.

5.4 Teematarjotin

Liiketoiminnan ammattitutkintokoulutukseen päätettiin ottaa käyttöön teemapäivätarjotin, jonka tyypistä on kymmenen vuotta käytetty Esimiesareenassa. Esimiesareena on kehitelty Sedu Aikuiskoulutuksen ja SeAmk:in yhteistyönä palvelemaan kaikkien alojen esimiesten johtamistaitojen ja muiden esimiehille tärkeiden taitojen kehittämistä. Esimiesareenan koulutuksen toteuttamistavassa yhdeksän eri esimiestutkinnon opiskelijat valitsevat yhteiseltä teematarjottimelta puolentoista vuoden aikana haluamiaan teemoja. Opiskelijoita otetaan sisään tuona aikana 4–5 kertaa, jolloin järjestetään orientaatio ja sen jälkeen teematarjottimen mukaisesti valitut opinnot suoritetaan vuoden – puolentoista aikana.

Koko työryhmän yhteisessä workshopissa 5 jakauduttiin pienempiin ryhmiin, joko pareihin tai kolmen hengen ryhmään osaamisaloittaisen substanssiosaamisen perusteella. Ryhmissä mietittiin sekä koko liiketoiminnan ammattitutkinnon pakollisen

osan teemoja suhteessa tutkinnon perusteisiin että valinnaisten tutkinnon osiin liittyviä teemoja.

Pikkutiimit tekivät valitsemallaan tavalla joko tietokoneella tai käsin kirjoittaen tutkinnon perusteisiin liittyviä teemapäiviä, joita sitten yhdessä palapelin kaltaisesti soviteltiin tiettyjen tutkinnon osien alle. Nämä ”askartelut” dokumentoitiin kuvaamalla, jotta myöhemmin olisi tarkka käsitys siitä, mitä tiettyyn tutkinnon osaan kuuluu. Tämä on tärkeää, koska eri osaamisalojen tutkinnonosiin voi kuulua samoja teemoja.

Työ eteni niin, että ennen seuraavaa tapaamista kirjoitettiin Exceeliin kaikki ryhmien teemat tutkinnon osien alle. Tästä olisi sitten helpompi lähteä suunnittelemaan vuoden syklillä toistuvaa tarjotinta, josta kolmessa erillisessä sisäänotossa aloittavat opiskelijat pystyvät opiskelemaan kaikki tarvitsemansa teemat selviytyäkseen tutkinnon näytöistä.

Teematarjottimen laatimiseen loi oman haasteensa se, että opiskelijahallintojärjestelmä ei taivu kaikkiin tarpeisiin. Opiskelijahallintojärjestelmän pääkäyttäjän mukaan koulutuksen opetussuunnitelmarakenteeseen ei voi laittaa näkyviin kaikkia tutkinnon osiin liittyviä teemapäiviä vaan niistä on tehtävä isompia kokonaisuuksia, jotka sitten arvioidaan. Tämä olisi heikennys aikaisempaan käytäntöön, jolloin opiskelija sai tutkinnon suoritettuaan myös opintosuoritusotteen, jossa näkyivät kaikki opiskelijan hyväksytysti tekemät opinnot. Lain 11.8.2017/531 mukaan opintosuoritusotetta ei tarvitse edes antaa, mutta työelämän edustajien kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta moni työnantaja on kiinnostunut tutkintopaperin lisäksi siitä, mitä teemoja opiskelija on opiskellut.

Useiden resurssien varaajan kanssa käytännön toimintatavoista pidettyjen palaverien jälkeen päädyttiin taas konsultoimaan opiskelijahallintojärjestelmän pääkäyttäjiä, koska workshop 5:ssä sovittu käytäntö ei kuitenkaan teknisesti onnistunut. Pääkäyttäjien, resurssivaraajan, opettajien ja koulutuspäällikön palaverissa päästiin lopulta yksimielisyyteen siitä, että opiskelijahallintojärjestelmään tulee koulutuksen rakenteeseen näkyviin jokainen teemapäivä omana rivinä. Tämä helpottaa opetta-

jien arviointiprosessia, mutta myös antaa opiskelijoille opintosuoritusotteeseen tiedon kaikista suoritetuista teemoista. Myös työnantajat saavat siis tiedon, mitä opintoja opiskelija on tehnyt.

Yhteisesti suunniteltujen teemojen sijoittaminen vuosikellotyypiseen teematarjottimeen oli toimintatutkijan ja osaamisalojen opettajien yhteinen projekti. Päävas- tuussa oli toimintatutkija, joka konsultoi kunkin osaamisalan opettajaa, jotta teemat saatiin loogiseen järjestykseen huomioiden koulutuksen sisäännotot ja tutkinnon loo- ginen eteneminen kullakin osaamisalalla. Erityisesti taloushallinnon osaamisalalla on teemapäivien järjestys merkityksellinen.

Opiskelijoiden osaamisen varmistamiseksi teemapäiviä tarjotaan kaikkiaan 93, jossa on mukana Esimiesareenalta tutkintoon sopivaksi katsottuja päiviä sekä liike- toiminnan erikoisammattitutkinnon digitaaliseen markkinoinnin tutkinnon osaan liit- tyvät teemapäivät, jotka liittyvät viestintäpalvelujen sihteerien suorituspolkuun. Tee- matarjottimen suunnittelu oli suhteellisen haastavaa huomioiden kolme orienta- tiota, looginen eteneminen kaikilla osaamisaloilla sekä lisäksi kouluttajan varaami- nen kyseiseen teemapäivään. Lisäksi oli vielä huomioitava se, että opiskelijan hen- kilökohtaiseen suunnitelmaan pitäisi kaikki tarvittavat opinnot saada sijoitettua noin vuoden aikajaksolle ja monimuoto-opiskelijalla pyritään pitämään lähipäivien mää- ränä maksimissaan kolmea päivää kuukaudessa.

Opiskelijoiden henkilökohtaisessa opintosuunnitelmassa lähipäivien määrä vaihte- lee hyvin paljon, mutta yleisimmin opiskelija haluaa osallistua 15–25 teemapäivään. Teemapäivien määrää kasvattaa nopeasti heikot tietotekniset taidot, jolloin tietojen- käsittelyn opintoihin joudutaan varaamaan useita päiviä pelkästään opinnoista sel- viämiseen.

5.5 Tulokset työelämälle suunnatusta haastatteluista

Tutkimuksessa haastateltiin työelämän edustajia erilaisista kaupan toimintaympä- ristöistä. Haastateltavat valikoituivat työelämäyhteyksistä, joiden kanssa oli muuten- kin yhteistyötä tutkimusajankohtana. Taulukossa 2 on esitelty taustatietoja haasta-

teltavista. Haastateltavia oli yhteensä 7, joista 3 oli miehiä ja 4 naisia. Kolme haastateltavaa edusti eri kokoisia päivittäistavaramarketteja, yksi haastateltava erikoistunutta yritysmyyntiä, yksi vaateliikettä, yksi edusti teknisiä tuotteita myyvää liikettä sekä yksi haastateltavista oli tavaratalon edustaja.

Työkokemukseltaan haastateltavat olivat pitkän työuran kaupan alalla tehneitä ammattilaisia, joilla on vankka näkemys alasta ja alalla tarvittavasta osaamisesta. Haastateltavista 57 % on työskennellyt kaupan alalla yli 30 vuotta. Haastateltavista yksi oli b- to- b- myyjä, kaksi kauppiasyrittäjää, yksi tuoteryhmästä vastaava myyjä sekä kolme myymälä- tai markettipäällikköä.

Kuusi haastateltavista toimii yhteistyössä Sedun kanssa joko vastuullisena työpaikkaohjaajana tai tutkinnon arvioijana. Yhdellä haastateltavista ei vielä ole yhteyksiä Seduun, mutta hän on potentiaalinen luennoija.

Taulukko 2. Taustatietoa haastateltavista.

Haastateltava	Ala	Sukupuoli	Työkemus myyntityössä	Asema	Yhteistyö Sedun kanssa
Haastateltava 1	tekninen myynti	mies	40 v	b-to-b-myyjä	mahdollinen luennoija
Haastateltava 2	vaateliike	nainen	20 v	myymäläpäällikkö	koulutussopimuspaikan esimies, tutkinnon arvioija
Haastateltava 3	pienkonemyynti	mies		kauppias	koulutussopimuspaikan yrittäjä
Haastateltava 4	tavaratalo	nainen	15 v	myymälävastaava	Koulutussopimuspaikan esimies, tutkinnon arvioija
Haastateltava 5	päivittäistavarakauppa, hypermarketti	mies	32 v	kauppias	koulutussopimuspaikan yrittäjä
Haastateltava 6	päivittäistavarakauppa, hypermarketti	nainen	30 v	tuoteryhmävastaava	koulutussopimuspaikan työssä oppimisen ohjaaja
Haastateltava 7	päivittäistavarakauppa, marketti	nainen	yli 30 v	marketpäällikkö	Koulutussopimuspaikan esimies, tutkinnon arvioija

Haastattelut litteroitiin ja luokiteltiin teemahaastattelussa esiin nousseiden aiheiden mukaisesti.

Teema 1. Menestyvän myyjän ominaisuudet ja taidot.

Haastattelussa lähdettiin liikkeelle avoimella kysymyksellä: Minkälaisia taitoja ja tietoa nykypäivän ja tulevaisuuden myyjä tarvitsee menestyäkseen työssään?

Taulukossa 3 on vedetty yhteen ensimmäiseen teemaan eli menestyvän myyjän ominaisuuksiin ja taitoihin liittyvät tekijät, jotka nousivat haastatteluissa esiin. Näitä tekijöitä olivat työntekijän asenne/motivaatio, rehellisyys, sosiaaliset taidot mukaan

luettuna viestintätaidot, asiakaspalvelu- ja myyntitaidot, asiakkuuksien hallinta, tuotetuntemus, kannattavuus ajattelu, kielet ja tietotekniset taidot.

Taulukko 3. Haastatteluissa esiintyneiden taitojen ja ominaisuuksien maininnat/kaikki haastateltavat

Taito/ominaisuus	Maininnat	Prosenttia
Asenne/motivaatio	4	66,7 %
Rehellisyys	2	33,3 %
Sosiaaliset taidot ml. viestintä	3	50,0 %
Asiakaspalvelu	5	83,3 %
Myynti	3	50 %
Asiakkuuksien hallinta	1	16,7 %
Tuotetuntemus	5	83,3 %
Kannattavuus ajattelu	3	50,0 %
Kielet	2	33,3 %
Tietotekniikka	4	66,7 %

Kaksi myyjän taitoa korostui erityisesti: asiakaspalvelu ja tuotetuntemus. Sekä asiakaspalvelun että tuotetuntemuksen nostivat haastatteluvastauksissaan esille 83,3 % vastaajista. Haastateltavat kommentoivat asiakaspalvelutaitojen merkitystä seuraavasti:

”No paljon erilaisia taitoja, mutta kyllä se on se asiakaspalvelu, mihin pitää kiinnittää huomiota. Se että antaa asiakkaalle aikaa, on läsnä.” (Haastateltava 4.)

”Tämän päivän myyjän työssä on kaikkein tärkeintä, minkälaisen ohjelman mä oon alkanu nyt jo tulevaisuuttakin ja tätä hetkeäkin varten on

ihan puhtaasti se asiakaspalvelu. Ja mä tarkotan asiakaspalvelulla sitä, kun mä väitän, että meillä Suomessa ei ole edes sellaista kulttuuria kuin asiakaspalvelu. Semmonen kulttuuri meiltä puuttuu, että otettas se asiakas omaks. Täytyy viedä vielä yhtä pykälää eteenpäin. Jollaki tavalla se asiakas täytyy huomioida, tehdään se asiakas onnelliseksi, samalla tehdään ittestäs ammattitaitoisemman olone.” (Haastateltava 5.)

Tuotetuntemusta onnistuneessa myyntityössä kommentoitiin seuraavasti:

”Kerrot asiakkaalle tuotteesta, sinun pitää tuntea se tuote mitä myyt, et voi myyä tuotetta mitä et tunne. Asiakas pitää huomioija, ne asiakkaan tarpeet ottaa huomioon, mitä asiakas oikeesti tarvitsee, sä myyt sen mitä asiakas hakkee, et yritä myyä tai yritä tyrkyttöö ylimäärästä. Myyt sen mitä asiakas tarvitsee.” (Haastateltava 1.)

”Tuotetuntemus on myös tärkeää. Asiakas kysyy mitä materiaalia, miten materiaali käyttäytyy pesussa, mikä koko kannattaa ottaa, miten kivistuu. Hyviä huoltovinkkejä antaa tuotteista.” (Haastateltava 2.)

Haastateltavista 66,7 % korosti työntekijän motivaatiota ja asennetta työntekemiseen oleellisena tekijänä myyjänä onnistumiseen.

”Ja motivaatio, miks sä teet sitä (työtä), että minkä takia sä oikeesti tuut, et sulla on oikeesti päämäärä. Motivaatio ja asenne on tärkeää.” (Haastateltava 2.)

”Ylipäätään se työmotivaatio pitää olla kohillaan, että tykkää tehdä sitä työtä, kyllä se näkyy tuolla myymälässä, siihen pitää olla palo.” (Haastateltava 4.)

”Sun pitää asennoitua työhön ja hallita se, eikä ensimmäisenä aatella että saan sen palkan. Et mä teen mahdollisimman hyvin kaik mun työni” (Haastateltava 6.)

Myyjän tärkeissä taidoissa nousivat esiin tietotekniset taidot 66,7%:ssa vastauksista. Nykypäivän myyjälle tietokone ja älylaitteet ovat tärkeitä työkaluja. Yritysten omien ja yhteistyökumppaneiden ohjelmien lisäksi tiedonhaku Internetistä sekä työvälineohjelmista Excelin käyttö koettiin keskeisiksi osaamisalueiksi. Työelämän edustajat kommentoivat digitaalisten taitojen merkitystä seuraavasti:

”Tietotekniset taidot on tärkeitä, kaikki tieto löytyy nykyään tietokoneelta, että myyjä osaa hakea järjestelmistä ne.” (Haastateltava 3.)

"Tietotekniset taidot on tärkeit, ilman niitä ei pärjee. Varsinkin netin käyttö pitää osata." (Haastateltava 1.)

Myyntityön, myynnin kannattavuuden ja sosiaaliset taidot nousivat esille merkittävänä osaamisena 50 prosentissa haastateltavien vastauksia.

"Sosiaaliset taidot nostaisin tärkeiksi, kuinka sä tuut porukkaan ja kuinka osaat ilmaista itseäsi. Ne ei välttämättä kaikilla suju" (Haastateltava 2.)

"Kyllä se sosiaalinen taito on ihan tärkeimmästä päästä, tulee asiakkaiden ja kaikkien ihmisten kanssa toimeen." (Haastateltava 3.)

"On koko ajan oikeassa paikassa oikeaan aikaan, semmonen vuorovaikeus tuolla myymälässä" (Haastateltava 4.)

Myyntityössä korostuu asiakkaan ongelmiin paneutuminen, asiakkaan tarpeiden selvittäminen ja kaupan päättäminen.

"En tiää onko tämä miun oma tuntemus, mutta kun asiakkaan kans ruvetaan puhumaan tuotteesta, on selvitettävä tarvihteeko asiakas tuotetta. On myös sanottava rehellisesti se, että et tarvihe tuotetta, et voi väkisin myyä. Ratkaisu on tehtävä, kun myyt sitä tuotetta, että asiakkaalle tietty hinta tulee ja sitten pitä s pystyä se kauppa ratkasemaan, että eiköhän se ollut nyt tässä, tehään paperit ja mennään juomaan kuppi kahavia. Ei piä jättää kauppa valumaan, myyntipuhe pitää olla sellanen, että se on vakuuttava" (Haastateltava 1.)

"Osaat lukea asiakasta, mitä se haluaa, osaat päättää kaupan ja tehdä vielä lisämyynnin". (Haastateltava 2.)

"Tehdään vähän niin kuin lääkärin työtä, määrätään asiakkaalle mitä se tarvii siihen ongelmaansa. Pitää hakea hyviä ratkaisuja ei yksistään meidän kannalta vaan myös asiakkaan kannalta." (Haastateltava 3.)

Myynnin kannattavuuden ymmärtäminen on myös myyjän työssä tärkeää. Puolet haastateltavista nosti esiin kannattavuusajattelun. Näin kauppiat ja kokenut myyjä kommentoivat haastattelussa:

"Kaupan tärkein tehtävä on, että me tuotetaan myyntiä ja me tehdään voittoa." (Haastateltava 2.)

"Tuloksen tekeminen on tärkeää, katteita ei saa "syödä", kannattavuuden ymmärtäminen on tärkeää." (Haastateltava 3.)

"Pittää ymmärtee, että kaik kassaan tulevat rahat ei oo kaupan. Siitä kun vähennetään kaik kulut, niin se on ihan eri summa, mitä firmalle jääp." (Haastateltava 1.)

Alueellamme kielitaito ei noussut merkittäväksi taidoksi, ainoastaan 16,7 % eli yksi esimies otti haastattelussa puheeksi asiakaspalveluenglannin hallitsemisen, kuitenkin teknistä myyntiä tekevä myyjä kertoi yrityksessään olevan erikseen ulkomaan kauppaa hoitavat henkilöt. Prosentuaalisesti kielitaidon kanssa samoissa lukemissa olivat jälkimarkkinointi ja asiakkuuksien hallinta, jotka nousivat esille ainoastaan b-to-b- myyntiä tekevässä yrityksessä.

Teemasta haluttiin vielä tarkentaa, mikä on työelämän näkökulmasta tärkein taito

"Myyntityössä tärkeintä on ennen kaikkea rehellisyys, olitpa minkä tahansa alan myyjä" (Haastateltava 1.)

"Asiakaspalvelu." (Haastateltava 2.)

"Kyllä se on se asiakaspalvelu, mihin pitää kiinnittää huomiota." (Haastateltava 4.)

"Asiakaspalvelu. Täytyy viedä vielä yhtä pykälää eteenpäin." (Haastateltava 5.)

"Asenne: Sun pitää asennoitua työhön ja hallita se." (Haastateltava 6.)

Yksi kauppiasta kiteyttää yhteen lauseeseen mielestään tärkeimmät asiat

"Asiakaspalvelu, tuotetietous ja kannattavuuden ymmärtäminen, niillä pärjää pitkälle." (Haastateltava 3.)

Teema 2: Suorituspolut

Tuotteistamiseen liittyen suunniteltuihin suorituspolkuihin otettiin kantaa seuraavasti:

”Nää on mun mielestä ihan hyvät. On jo pikkasen mietittynä, mitä kautta kannatta mennä. Must tosi hyvät” (Haastateltava 2.)

”Mun mielestä tää on aika selkeä ja että pystyy keskittämään opinnot paljon paremmin kun ne on lokeroitu näin. Turvamyymä asiaan: Ehdottomasti olisi tarvetta turvamyymälälle, toi on tosi hyvä.” (Haastateltava 4.)

”Ideana hyvä. Kolme ensimmäistä suorituspolkua kuulostaa tosi hyvältä päivittäistavarakauppaan. Turvamyymä, se on ihan huippu.” (Haastateltava 7.)

Teema 3: Tutkintokoulutuksen teematarjotin.

Haastattelussa esitettyihin kysymyksiin teematarjottimen kattavuudesta oltiin yksimielisesti sitä mieltä, että teematarjotin on kattava. Haastateltavat kommentoivat seuraavasti teematarjottimen kattavuudesta:

”En mie tiä, kyllä teillä siinä aika hyvästi kaikkea sillai on. Kyllä minä näkisin, että siinä ne perusasiat on, millä lähettään liikkeelle.” (Haastateltava 1.)

”Tämmönen toteutustapa ei oo niin jäyhä ja kankee vaan tässä sä voit miettiä mitkä ne sun vahvuudet on ja mitä sä haluat ite kehittää. Se antaa sulle enemmän mahdollisuuksia. Kaikkien ei tartte käydä samoja asioita, kun kaikkia ei välttämättä kiinnostaa samat asiat. Mun mielestä se on tosi kiva. Ja sä voit sillon mennä semmoseen mikä on sun juttus.” (Haastateltava 2.)

”Että voi itse valita mitä haluaa opiskella. Kyllä tää aika kattavalta näyttää.” (Haastateltava 4.)

Kysyttäessä mahdollisia kehittämiskohteita teematarjottimelle eli pitäisikö sinne lisätä jotain teemoja haastateltavat kommentoivat seuraavasti.

”En keksi lisättävää.” (Haastateltava 1.)

”Täs on niin paljon, en keksi mitään lisättävää.” (Haastateltava 4.)

”Nyt tuntuu, että ei puutu mitään.” (Haastateltava 7.)

Teematarjottimen ideana on tarjota mahdollisuus opiskella puuttuva teoria, niihin taitoihin, mitä opiskelijalla ei vielä ole. Yksikään haastateltavista ei keksinyt teematarjottimelle mitään lisättävää. Vastaavasti kysyttiin: Onko teematarjottimella jotain työelämän näkökulmasta turhaa, jota myynti- ja markkinointityössä työskentelevät eivät tarvitse? Kukaan haastateltavista ei jättäisi teematarjottimelta teemoja pois.

”En sanoisi, että tässä on mitään tarpeetonta.” (Haastateltava 2.)

5.6 Opiskelijoille suunnatun haastattelun tulokset

Kehittämistyön siinä vaiheessa, kun osa opiskelijoista oli ollut tutkintokoulutuksessa reilut kaksi kuukautta ja osa vasta pari viikkoa, toimintatutkija halusi selvittää opiskelijoiden kokemuksia tuotteistamiseen liittyen.

Tuotteistamisen kehittämisen kannalta haluttiin saada vastaksia opiskelijoilta seuraaviin kysymyksiin

- Minkälaiseksi koit koulutuksen esittelyn hakuvaiheessa?
- Mikä herätti kiinnostuksen, että hakeuduit koulutukseen?
- Mistä sait tiedon koulutuksesta?
- Miten sinua auttoivat tutkinnon suorituspolut (valmis mallinnus tutkinnon osista, mitä pitäisi valita tiettyyn myyntiin suuntautumisessa, (myyjä, tuoteryhmävastaava, b-to-b-myyjä, turvamyyjä)) henkilökohtaisten opintojesi suunnitteluvaiheessa?
- Mitä mieltä olet koulutukseen suunnitellusta teematarjottimesta ja omasta mahdollisuudesta valita haluamiasi opintoja?

Toimintatutkimuksessa haastateltiin 7 liiketoiminnan ammattitutkinnon tutkintokoulutuksen myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisalalla aloittanutta opiskelijaa. Kaksi opiskelijaa haastateltiin henkilökohtaisessa tapaamisessa, joka nauhoitettiin. Haastattelukysymykset lähetettiin seitsemälle opiskelijalle sähköpostitse, joista viisi opiskelijaa eli 72 % vastasi kysymyksiin. Tässä haastattelussa ei tehty tarkentavia kysymyksiä opiskelijan vastauksen perusteella kenellekään, koska sähköpostitse vastanneiden kanssa se olisi ollut haasteellista. Opiskelijat olivat iältään 34–50 vuotiaita ja heistä viisi oli naista ja kaksi miestä. Työkokemus vaihteli 0–17 vuoteen.

Taulukko 4. Opiskelijoihin liittyvät taustatiedot

Haastateltava	Ikä	Sukupuoli	Työkokemus alalta
Haastateltava 1	34	nainen	muutama kuukausi
Haastateltava 2	46	mies	alle 1 vuosi
Haastateltava 3	35	nainen	17 v
Haastateltava 4	34	mies	3 v
Haastateltava 5	39	nainen	3 kk
Haastateltava 6	28	nainen	1,5 v
Haastateltava 7	50	nainen	ei yhtään

Opiskelijat perehtyivät hyvin eri tavalla koulutukseen hakuvaiheessa. Osa vastauksista on erittäin mielenkiintoisia ajatellen, että on kyseessä kuitenkin elämässä merkittävästä valinnasta, ammatista. Opiskelijat vastasivat kysymykseen: Minkälaisiksi koit koulutuksen esittelyn hakuvaiheessa?

”Erittäin mielenkiintoiseksi” (Haastateltava 4.)

”En niin tarkkaan edes lukenutkaan”. (Haastateltava 1.)

”Hakuvaiheessa luulin, että koulutus on helpompaa ja ns. kevyempää.” (Haastateltava 3.)

Koulutukseen hakeutumiseen oli monenlaisia syitä. Neljä haastateltavaa oli alanvaihtajia, jotka haluavat uuden ammatin. Kauan alalla työskennellyt haki ensisijaisesti todistusta osaamisestaan. Kaksi haastateltava ilmoitti hakeutuneensa koulutuksen monipuolisuuden ja alan kiinnostavuuden vuoksi. Seuraavassa opiskelijoiden kommentteja.

”Lähtökohta oli se, että haluan pois nykyisestä työstäni, haluan kaupalliseen työhön. Saada uudet paperit.” (Haastateltava 1.)

”Oma elämäntilanne sellainen, että koin minulla olevan ylimääräistä aikaa ja halusin tehdä sillä ajalla jotain. Plus olin jo pitkään miettinyt, että pitäisi saada ammattinimike vastaamaan sitä, minkä parissa olen eniten elämässä työskennellyt.” (Haastateltava 3.)

”Koulutuksen monipuolisuus ja kiinnostus myyntityöhön.” (Haastateltava 4.)

Tutkintokoulutuksen markkinoinnin kannalta on hyvä tulevaisuutta ajatellen tietää, miten opiskelijat saivat tiedon koulutuksesta. Opiskelijoista 71 % oli löytänyt koulutuksen Internetistä: yksi käyttäen Googlen hakutoimintoa ja neljä suoraan Sedun sivuilta. Muut opiskelijat saivat tiedon Te-palvelujen sekä uravalmentajan kautta.

”Te-palvelujen kautta, otin ite puheksi, että kyseinen ala kiinnostaas ja ne sanoo, että tämmönen koulutus oli haussa. ne tulosti mulle sedun sivuilta, että mä sain kotona tutustua koulutukseen.” (Haastateltava 2.)

”Alun perin olen kuullut koulutuksesta kaverilta, joka suoritti koulutuksen noin kymmenen vuotta sitten, mutta nyt kun hakeuduin koulutukseen, sain netistä Sedun sivuilta tiedon.” (Haastateltava 3.)

Henkilökohtaistamisessa suunnitellaan opiskelijan kanssa, mitkä tutkinnon osat hän valitsee omaan tutkintoonsa sekä tutkintokoulutukseen liittyvät teemapäivät, joiden opinnoilla hän lisää omaa osaamistaan tutkinnon suorittamista varten. Tätä prosessia varten tuotteistamisessa suunniteltiin suorituspolkuja, jotka auttaisivat opiskelijaa hahmottamaan paremmin, mitä tutkinnon osia hänen kannattaisi valita saavuttaakseen ammattitaidon tietyn tyyppiseen myyntityöhön. Opiskelijoista 57 % koki, että suorituspolut auttoivat paljon tai erittäin paljon tutkinnon osien valinnassa. Toiset 28 % olivat sitä mieltä, että suorituspolkujen lisäksi opettajan apu tutkinnon osien valinnassa oli tärkeä. Yksi haastateltavista ei ottanut kantaa suorituspolkujen merkitykseen.

”Loppuviimeks mulle nää kaaviot ei oikeesti kerro hirveesti, sä osait kertoa paremmin tämän asian, kun mä haluan tiettyyn paikkaan töihin, niin sä osait kertoa, mitä mun pitää valita.” (Haastateltava 1.)

”Erittäin paljon” (Haastateltava 4.)

Kehittämishankeen toiseen tärkeään tavoitteeseen, teematarjottimeen ja teemojen valintamahdollisuuteen opiskelijat kommentoivat seuraavasti.

”Mä koin, että mulla oli hyvät mahdollisuudet vaikuttaa siihen mitä opiskelen ja kun yhdes mietittiin sitä. Löytyi kaikki mitä on hyvä olla ja hyvä kerratakin, ei välttämättä osakaan kaikkea.” (Haastateltava 2.)

”Aivan loistava. Ei tarvitse olla kursseilla, joista kokee, ettei ole itselle mitään hyötyä. Tekee opinnoista mielekkäämpää ja mielenkiintoisempaa.” (Haastateltava 3.)

”Vartijan peruskurssi oli mielenkiintoinen lisä tähän kaupan alalle, josta tykkäsin. Lisää semmoisia mitkä voisi liittää tähän opiskeluun.” (Haastateltava 5.)

”Tutkinnon opinnot olivat helposti valittavissa, sekä samoin myynnin suuntautumisala ja eikä tarvitse ottaa sellaisia opintoja, mitä jo osaa ennestään. Leila auttoi hyvin siinä, kun tehtiin henkilökohtaista opintosuunnitelmaa ja siitä tuli juuri oman näköinen.” (Haastateltava 7.)

Opiskelijat olivat kaikki erittäin tyytyväisiä teematarjottimen teemoihin ja mahdollisuuden itse vaikuttaa omien lähiopintojen sisältöön.

5.7 Koulutuspalvelun räätälöinti

Tuotteistetun liiketoiminnan ammattitutkinnon tutkintokoulutuksen haun käynnistyttyä koulutukseen hakeutui nuori tekninen myyjä. Pian henkilökohtaistamisen jälkeen hänen työpaikaltaan otettiin yhteyttä ja haluttiin aloittaa neuvottelut yrityksen henkilökunnalle räätälöidyn teknisen myyjän koulutuksesta, jossa lähtökohtana olisi yritysmyyjän- suorituspolku. Aiheesta käytiin sähköpostitse viestintää kartoittaen yrityksen tarpeita ja oppilaitoksen ehdotuksia tarpeisiin vastaamiseksi. Yritykselle suunnitellun koulutuksen varsinainen tuotteistamispalaveri käytiin yhdessä yrityksen edustajien sekä Sedun liiketoiminnan koulutuspäällikön, oppisopimustoimiston ja liiketoiminnan ammatti- ja erikoisammattitutkintojen vastuupettajien kesken. Palaverissa keskusteltiin vielä yrityksen tarpeista ja heille ehdotettiin teematarjottimelta teemapäiviä, joista sitten yhteisymmärryksessä valittiin heidän tarpeisiinsa parhaiten sopivat teemapäivät. Teematarjottimelle räätälöitiin vielä erikseen yrityksen ja teknisen myyjän tarpeita vastaavia päiviä. Samassa palaverissa sovittiin siitä, että teknisen myyjän koulutusta voidaan tarjota myös muille yrityksille, jotka myyvät teknisiä tuotteita b- to- b- myyntinä. Tällä tavoin yritys toivoo verkostoituvansa samalla muiden yritysten kanssa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa arvioidaan kehittämistyön tuloksia suhteessa sen tavoitteisiin. Lisäksi esitetään toimia tuotteistamisen jatkokehittämiseksi. Kehittämistyön tavoitteena oli tuotteistaa liiketoiminnan ammattitutkinto ja tutkintokoulutus opiskelijoita houkuttelevaksi ja joustavaksi palveluksi sekä alueen työelämälle soveltuvaksi yhteistyömuodoksi. Toinen tavoite oli kehittää teematarjotin, niin että opiskelijalla on mahdollisuus valmistua noin vuodessa ja hän voi aloittaa joustavasti opintonsa vuodenajasta riippumatta.

Liiketoiminnan ammattitutkinnon tuotteistamisprosessi oli ketterä, tuotteistettu palvelu piti saada mahdollisimman nopeasti markkinoille kuvaamalla ensin hakijoille näkyvät asiat (Tuominen ym. 2015,10). Nykytilanteen kartoittamisen jälkeen oli nopeasti selkiytettävä tavoitteet, mitä tuotteistetaan ja mihin tuotteistamisella pyritään sekä saatava koulutus markkinointiin.

6.1 Kehittämistyön arviointi

Tuotteistaminen eteni alussa hyvin nopeasti. Nykytilanteen kartoittamiseen osallistavan tuotteistamisen teorian mukaisesti ei ennätetty ottaa mukaan työelämän edustajia tai opiskelijoita. Aikataulu oli kireä, koulutus oli saatava markkinointiin, että saataisiin ensimmäinen opiskelijaryhmä aloittamaan helmikuun alussa. Ennen sitä piti pystyä kuvaamaan asiakkaalle näkyvät elementit. Ensimmäiset asiakkaille näkyvät elementit olivat Sedun nettisivuille opiskelijahallintojärjestelmästä nousevat koulutusten esittelytekstit. Tuotteistamisen toisena askeleena oli vanhoista toimintatavoista irti päästäminen ja näkökulmien etsiminen uutta toimintatapaa varten.

Tutkinnon perusteiden ja opetushallituksen lanseeraaman AMOSAA-työkalun ohjaamana päätettiin suunnitella erilaisia suorituspolkuja helpottamaan hakeutujien valintoja. Suorituspolut ovat selkeitä palvelukokonaisuuksia, jotka voidaan tarjota opiskelija-asiakkaalle sellaisenaan tai niitä pystytään räätälöimään opiskelijan tai yrityksen tarpeiden mukaisesti. Liiketoiminnan palvelujen osaamisalalle suorituspolkuja suunniteltiin viisi: toimistosihteerin, taloushallinnon sihteerin, viestintäpalvelujen

sihteeri, terveydenhuollon sihteeri sekä aulasihteeri. Myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisalalla vastaavasti käytetään markkinoinnissa ammattinimikkeitä myyjä, tuoteryhmänhoitaja, turvamyyjä, yritysmyyjä ja markkinoinnin asiantuntija. Taloushallinnon osaamisalalle suunniteltiin kolme suorituspolkua, jossa ammattinimikkeet ovat kirjanpitäjä, reskontranhoitaja ja palkanlaskija.

Villasen (2016, 260) mukaan yrityksessä on huolehdittava siitä, että tuotekehityksen ja kilpailukyvyn selvittämiseksi mitataan oikeita asioita. Työelämälle tehtyjen haastattelujen perusteella tuotteistamisella on saatu työelämän näkökulmasta hyviä ja toimivia suorituspolkua, joiden perusteella opiskelijoiden on helpompi valita osaamisalan sisällä oman mielenkiintonsa ja mahdollisten työtehtäviensä mukaisia tutkinnon osia. Suorituspolut auttoivat myös hakeutujia hahmottamaan hyvin tai erittäin hyvin, mitä tutkinnon osia hänen kannattaisi valita saavuttaakseen ammattitaidon tietyn tyyppiseen myyntityöhön. Osa hakijoista koki kuitenkin tarvitsevansa lisäksi vastuuopettajan ohjausta tutkinnon osien valinnassa.

Tuotteistamiseen pyrittiin osallistamaan kaikki ne työntekijät, joita liiketoiminnan ammattitutkintoon liittyvät koulutukset keskeisesti koskettavat. Tuotteistamalla pyrittiin tekemään tutkintoon selkeä mallinnus, jota voidaan kuitenkin räätälöidä sekä opiskelijan että työelämän tarpeisiin sopiviksi. Tuotteistukseen osallistaminen sitoutti selkeästi henkilökuntaa uuteen toimintatapaan ja motivoi miettimään omia toimintatapojaan. Ulkoisen tuotteistamisen myötä keskiöön nousivat myös sisäisen tuotteistamisen asiat mm. yhteisten käytänteiden ja pelisääntöjen sopiminen kaikkien osaamisalojen opettajien kesken sekä sisäisten prosessien kehittäminen liittyen opiskelijahallintojärjestelmään.

Suorituspolkujen mallintamisen ja tutkinnon palvelukuvauksen tekstien kirjoittamisen jälkeen suunniteltiin tutkintokoulutuksen toteuttamista. Kehittämistyön toisena tavoitteena oli opiskelijan opintojen joustavan aloituksen turvaaminen ja opintoihin liittyvien teemojen valintamahdollisuudet niin, että opiskelija voisi oman osaamisen kehittämissuunnitelmansa mukaisesti valmistua keskimäärin vuodessa. Tämä ratkaistiin vuosikellotyypisellä teematarjottimella, jossa on kaikille osaamisaloille yhteisiä teemapäiviä sekä selkeästi jokaiseen osaamisalaan liittyviä teemapäiviä. Koska tutkinnon eri osaamisaloilla tutkinnon osien valintamahdollisuus on suuri,

päädyttiin teematarjottimelle suunnittelemaan teemapäivät, jotka nimenomaan vastaavat tuotteistettujen suorituspolkujen tarpeisiin. Vaikka teemapäivien suhteen tehtiin kyseinen rajaus, teematarjottimesta tuli valtavan laaja. Kokonaisuudessaan teemoja löytyy tarjottimelta 93, josta osaamisala- ja opiskelijakohtaisesti valitaan opiskelijalle sopivimmat päivät. Teemapäivien määrää kasvattaa huomattavasti se, että samat teemapäivät ovat tarjottimella useita kertoja, jotta opiskelijalla on mahdollisuus suorittaa tutkintonsa noin vuoden aikana.

Teematarjottimen teemoihin työelämän edustajat olivat haastattelujen mukaan hyvin tyytyväisiä. Haastateltavat eivät huomanneet tarjonnassa puutteita, ei myöskään poistettavia teemoja. Myös opiskelijat ovat olleet hyvin tyytyväisiä teematarjottimen vaihtoehtoihin ja siihen, että kaikkiin teemoihin ei tarvitse osallistua, mikäli se ei oman suorituspolun tutkinnon osaan kuulu.

Kolmen kuukauden kuluttua ensimmäisten tutkintokoulutusten käynnistyttyä reflektointiin yhdessä opettajien kesken tuotteistamisen onnistumista. Pääosin oltiin sitä mieltä, että tuotteistamisessa on löydetty hyvät suorituspolut ja se selkeyttää HOKS-vaiheessa, mitä tutkinnon osia opiskelijalle valitaan sekä auttaa opiskelijakohtaisen opintopolun suunnittelussa. Markkinoinnillisesti suorituspolut ovat hyviä, mutta niitä pitäisi pystyä vielä paremmin hyödyntämään. Niiden avulla opiskelija voi ajatella itsensä suorituspolulle ja se auttaa häntä ymmärtämään, mitä tutkinnon osia tulisi valita saavuttaakseen ”kelpoisuuden” tiettyihin työtehtäviin. Kun tutkintokoulutuksen aloittaneiden opiskelijoiden opinnot etenevät, niin oppilaitoksen internet sivuille voidaan esimerkiksi tehdä markkinointitarkoituksessa tarina turvamyyjän suorituspolulla opiskelevasta naisopiskelijasta, jossa pystytään kertomaan enemmän suorituspolkuideasta ja hänen kokemuksistaan.

Toimintatutkimuksen näkökulmasta tässä kehittämistyössä ilmenee hyvin konstruoiden ja rekonstruoiden syklien vaihtelu kuten Heikkinen, Rovio ja Kiilakoski (2010, 78-79) toimintatutkimuksen prosessissa ne näkevät. Välillä on havainnoitu, suunniteltu ja toteutettu, sen jälkeen arvioitu ja taas suunniteltu uutta toimintaa, joka on viety käytäntöön.

Tuotteistetun liiketoiminnan ammattitutkinnon ja tutkintokoulutuksen kehittäminen tuli ajankohtaiseksi hyvin pian koulutuksen markkinoinnin alettua. Tutkinnosta ja siihen liittyvästä tutkintokoulutuksesta kiinnostunut yritys laittoi heti räätälöimään tuotteistettua koulutusta asiakasyrityksen tarpeita vastaaviksi. Työelämältä on tullut jo hyviä vinkkejä tuotteistamisen kehittämiseksi, joita aiotaan viedä eteenpäin. Heikkisen (2010, 29) mukaan hyviäkin tuloksia täytyy kehittää jatkuvasti paremmiksi toimintaympäristön muutosten vuoksi eli kehittäminen ei voi päättyä kehittämisprojektin jälkeen.

Seuraavana kehitettävänä asiana on teemapäivien sisältöjen ”auki kirjoittaminen” sekä asiakkaita että opettajia varten. Opiskelijat ja yritykset haluavat tietää tarkasti teemapäivien sisällön. Näin pysytään myös varmistamaan tuotteistamiseen liittyvä tasainen laatu ja estämään tutkinnon osaamisalan tai tutkintokoulutuksen teeman henkilöityminen vain yhden opettajan varaan, koska silloin tutkintojen ja koulutuksen järjestäminen on hyvin haavoittuvaista.

Toimintatutkija on ollut aktiivinen vaikuttaja ja osallistuja, jonka tavoitteena oli muutoksen käynnistäminen ja ihmisten rohkaiseminen asioiden kehittämiseksi. Ongelmaksi tässä tutkimuksessa ja kehittämisessä koettiin aikataulu, jolla tutkintokoulutuksen tuotteistamista ja kehittämistyötä tehtiin.

6.2 Jatkokehittäminen

Tuotteistamisen seuraavassa syklissä on uusien suorituspolkujen luominen. Liiketoiminnan palvelujen osaamisalalle näyttäisi olevan tarvetta vielä erilaisten suorituspolkujen suunnittelemiseksi, koska sihteerien toimenkuvat työelämässä ovat hyvin moninaiset. Myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisalalle voidaan suunnitella myös lisää suorituspolkuja, joihin otetaan tutkinnon osia muista tutkinnoista. Taloushallinnon osaamisalalle tarvitaan ainakin yksi suorituspolku lisää, jossa valinnainen tutkinnon osa otetaan eri osaamisalalta. Jatkokehittelyyn voisi ottaa esimerkiksi vaatemyyjille suunnatun räätälöitävän täsmäkoulutuksen, jossa korostuisi asiakaspalveluun liittyen pukeutumisneuvonta, esimerkiksi erilaisille vartalotyypeille sopivat tyylit, materiaalit ja värit.

Vaikka kaikki liiketoiminnan ammattitutkinnon osaamisalojen keskeiset opettajat olivat mukana suorituspolkujen suunnittelussa ja tutkinnon tuotteistamisessa ei jokainen ole vielä täysin sitoutunut yhteiseen suunnitelmaan ja toteutustapaan. Tuominen ym. (2015) korostavatkin sitä, että palvelun tuottamisen laatu ei saisi olla henkilösidonainen vaan yhteiset toimintatavat ja vakiointi mahdollistavat toistuvan palvelun prosessin pysyessä samanlaisena. Keskeisenä tulevaisuuden kehittämiskohdeena on jatkaa myös liiketoiminnan tutkinnon sisäistä tuotteistamista. Villasen (2016, 252) mukaan sisäisen markkinoinnin puuttuessa ei synny riittävästi sitoutumista uuteen tuotteeseen ja henkilökunnalla ei ole mielenkiintoa viedä tuotetta asiakkaiden tietoisuuteen.

Heikkisen teoria (2010, 35) todellisuuden muuttaminen sitä tutkimalla ja todellisuuden tutkiminen sitä muuttamalla toteutuu liiketoiminnan ammattitutkinnossa. Liian tyytyväinen ei voi olla tuotteistettuun palveluun, muuten kehittäminen pysähtyy. Tuomisen ym. (2015, 12–13) mukaan on huomioitava, että tuotteistettu palvelu ei voi olla stabiili vaan on huomioitava asiakastarpeiden ja ympäristön muutokset, jolloin palvelua on kehitettävä jatkuvasti. Verkko-opintojen teemakurssien monipuolinen toteuttaminen sekä työelämässä tapahtuvan oppimisen ohjaaminen ovat lähitulevaisuuden kehittämiskohteita. Näin saadaan jatkossa toteutettua opetus kokonaan verkossa ja se mahdollistaa ajasta ja paikasta riippumattoman opiskelun.

Liiketoiminnan ammattitutkinnon tuotteistamisen osalta Sedussa ollaan valtakunnan tasolla edelläkävijöiden joukossa. Opintopolussa (2019c) on vain muutama oppilaitos, joka on julkaissut tutkinnon suorituspolkuja.

Tuotteistaminen sopii laajemminkin otettavaksi käyttöön toisen asteen ammatillisen koulutuksen kehittämisessä. Valtion rahoitusjärjestelmän uudistuminen luo lisää paineita koulutuksen järjestäjille. Valtion perusrahoituksen lisäksi suoritettujen tutkintojen ja tutkinnon osien määrä sekä tutkinnon suorittaneen työllistyminen ja jatko-opintoihin siirtyminen ovat oppilaitoksen saaman rahoituksen perusteina. (Minedu 2018b.) Tuotteistaminen helpottaa Lehtisen ja Niinimäen (2005, 31) mukaan myös markkinointia. Oppilaitosten on helpompi markkinoida tutkintoja ja tutkintokoulutuksia, kun ne pystytään tuotteistettuina kohdentamaan helpommin eri asiakasryhmille

(yritykset ja tiettyjä työtehtäviä varten opiskelevat). Kun tuotteistamalla saadaan tutkinto ja tutkintokoulutus opiskelijoita houkuttelevaksi palveluksi, voidaan olettaa, että oppilaitoksilla riittää opiskelijoita.

Tuotteistamisen avulla vakioidaan palvelua, mutta samalla huolehditaan siitä, että sitä pystytään asiakaskohtaisesti räätälöimään (Tuominen ym. 2015, 5–6). Paras tulos saadaan sillä, että tuotteistamiseen otetaan mukaan henkilökunnan lisäksi asiakkaat. Koulutusreformissa korostui työelämäyhteistyö ja osaamisen kehittäminen työpaikoilla, joten on loogista ottaa tuotteistamiseen mukaan työelämän edustajia.

Osallistavassa tuotteistamisessa pyritään sitouttamaan ja motivoimaan sekä henkilökuntaa että asiakkaita ajatusmallien kehittämiseen, toimintatapojen muuttamiseen ja innovointiin (Tuominen ym. 2015, 5–6). Tuotteistamisen avulla pyritään palvelun tasalaatuisuuteen ja toistettavuuteen, markkinoinnin helpottumiseen sekä palvelun jatkokehittämisen helpottamiseen. Tuotteistaminen kehittää myös oppilaitosten sisäisiä prosesseja sekä tehostaa yhteistyötä.

Mielenkiintoinen jatkotutkimusaihe olisi liiketoiminnan ammattitutkinnon ja ammattikorkeakouluopintojen suhde toisiinsa. Tie tulevaisuuteen – Ammattikorkeakoulun ja toisen asteen nivelvaiheen kehittäminen -hankkeessa kehitetään lähinnä nuorten toisella asteella hankitun perustutkinnon osaamisen tunnistamista ja tunnustamista ammattikorkeakouluopintoihin, jotta nuoret pääsisivät nopeasti jatko-opintoihin (SeAmk, [viitattu 15.5.]). Liiketoiminnan ammattitutkinnossa, kuten muissakin ammattitutkinnoissa, tutkinnon osat arvioidaan ilman numeerista arviointia, arvosanalla Hyväksytty/Hylätty ja opintosuoritusotetta ei tarvitse lain mukaan antaa. Miten käy aikuisen ammattitutkinnon suorittaneen osaamisen tunnistamisen ja tunnustamisen jatko-opinnoissa?

LÄHTEET

- A 3.10.2014/788. Valtioneuvoston asetus ammatilliseen aikuiskoulutukseen liittyvästä henkilökohtaistamisesta.
- Amisreformi. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 25.11.2018]. Saatavana: <https://minedu.fi/amisreformi>.
- Angervo, U. 2016. ePerusteet- AMOSAA –työkalu, Ammatillinen koulutus [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 14.4.2019]. Saatavana http://oph.fi/download/179660_esitys_ulla_angervo_07112016.pdf
- Heikkinen, H. 2010. Toimintatutkimuksen lähtökohdat. Teoksessa: Heikkinen, H., Rovio, E. & Syrjälä L. (toim.) 2010. Toiminnasta tietoon – Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat. 3. korj. p. Helsinki: Kansanvalistusseura, 16–37.
- Heikkinen, H. & Huttunen, R. 2010. Toimintatutkimus tieteenä. Teoksessa: Heikkinen, H., Rovio, E. & Syrjälä L. (toim.) 2010. Toiminnasta tietoon – Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat. 3. korj. p. Helsinki: Kansanvalistusseura, 184–202.
- Heikkinen H, Kontinen T. & Häkkinen P. 2010. Toiminnan tutkimuksen suuntaukset. Teoksessa: Heikkinen, H., Rovio, E. & Syrjälä L. (toim.) 2010. Toiminnasta tietoon – Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat. 3. korj. p. Helsinki: Kansanvalistusseura, 39–75.
- Heikkinen, Rovio & Kiilakoski. 2010. Toimintatutkimus prosessina. Teoksessa: Heikkinen, H., Rovio, E. & Syrjälä L. (toim.) 2010. Toiminnasta tietoon – Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat. 3. korj. p. Helsinki: Kansanvalistusseura, 78–93.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Honkanen, H. 2016. Vaikuttamisen psykologia – Mielen muuttamisen tiede ja taito. Helsinki: Arena- Innovation Oy, Influ-Era
- Huovinen T. & Rovio E. 2010. Toimintatutkija kentällä. Teoksessa: Heikkinen, H., Rovio, E. & Syrjälä L. (toim.) 2010. Toiminnasta tietoon – Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat. 3. korj. p. Helsinki: Kansanvalistusseura, 94–113.
- Jaakkola E., Orava M. & Varjonen V. 2009. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 9.5.2019]. Saatavana: https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen_tuotteistamisesta_kilpailuetua.pdf

- Järvi, K. 2016. Productization of knowledge-intensive business services: A managerial perspective. Aalto University publication series. Doctoral dissertations 126/2016. [Viitattu 25.11.2018]. Saatavana: <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/21246/isbn9789526068909.pdf?sequence=4>
- Kulmala, S. 2018. Koulutuspalvelun tuotteistaminen. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Tradenomi (ylempi Amk), liiketoimintaosaaminen. Opinnäytetyö.
- L 3.10.2014/788. Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta (kumottu).
- L 11.8. 2017/531. Laki ammatillisesta koulutuksesta.
- Lehtinen, U. & Niinimäki, S. 2005. Asiantuntijapalvelut- Tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu. Helsinki: WSOY.
- Miettinen, S. (toim.) 2011. Palvelumuotoilu –Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.
- Minedu. 2018a. [Verkkajulkaisu] [Viitattu 25.11.2018] Saatavana: <https://minedu.fi/documents/1410845/4297550/OKM+AKR+mika+muuttuu+opiskelijaj.pdf/>
- Minedu. 2018b. [Verkkajulkaisu] [Viitattu 25.11.2018] Saatavana: <https://minedu.fi/documents/1410845/4297550/OKM+AKR+mika+muuttuu+jarjestajalle.pdf>
- Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010. B-to-B-palvelujen markkinointi. Helsinki: WSOYPro Oy.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. Ei päiväystä. [Viitattu 25.11.2018]. Saatavana <https://minedu.fi/amisreformi>
- Opintopolku. 2019b. [Verkkosivusto] [Viitattu 24.11.2018]. Saatavana: <https://eperusteet.opintopolku.fi/#/fi/kooste/4540525>
- Opintopolku. 2019a. [Verkkajulkaisu] [Viitattu 24.11.2018]. Saatavana: <https://eperusteet.opintopolku.fi/eperusteet-service/api/dokumentit/5973287>
- Opintopolku. 2019c. [Verkkosivusto] [Viitattu 16.5.2019]. Saatavana: <https://eperusteet.opintopolku.fi/#/fi/kooste/4540525>
- Parantainen, J. 2007a. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä – Tuotteistaminen. 2. painos. Helsinki: Talentum Media Oy
- Parantainen, J. 2007b. Sissimarkkinointi. 2. painos. Helsinki: Talentum Media Oy

Reformintuki. 2019. [viitattu 25.11.2018] Saatavana: <https://www.oph.fi/reformintuki>

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (toim.). 2005. Haastattelu – Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.

SeAmk. Ei päiväystä. [Verkkosivu] [Viitattu 15.5.2019]. Saatavana: <https://www.seamk.fi/yrityksille/tki-projektit/siltaopinnot/>

Sipilä, J. 1999. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen. 2. painos. Porvoo: WSOY

Tolvanen, J. 2012. Kohtaaminen – Ymmärrä kohderyhmääsi. Helsinki: Talentum.

Tuominen, T., Järvi, K., Lehtonen, M. H., Valtanen, J. & Martinsuo, M. 2015. Palvelujen tuotteistamisen käsikirja: Osallistavia menetelmiä palveluiden kehittämiseen. [Verkkokirja]. Helsinki: Perustieteiden korkeakoulu. Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 5/2015. [Viitattu 10.11.2018]. Saatavana: <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/16523/isbn9789526062181.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Villanen, J. 2016. Tuotteista tähtituotteita. Helsinki: Kauppakamari.

LIITTEET

Liite 1. Teemahaastattelu työelämän edustajille (Myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisalan yhteistyökumppanit)

Liite 2. Haastattelu koulutuksen aloittaneille (Myynnin ja markkinointiviestinnän osaamisala)

Liite 3. Liiketoiminnan ammattitutkinnon teemapäivät

LIITE 1. Teemahaastattelu työelämän edustajille

Teemahaastattelu työelämän edustajille

Tarkoituksena on selvittää, minkälaista myyjän osaamista nykypäivänä työelämässä tarvitaan ja arvostetaan. Näillä haastatteluilla haetaan vastausta siihen, vastaavatko Sedun liiketoiminnan ammattitutkintoon suunnitellut osaamispolut ja teematarjotin työelämän tarpeisiin.

Teema 1:

- Minkälaisia taitoja ja tietoa nykypäivän myyjä tarvitsee menestyäkseen työssään?
- Mitkä myyjän taidot nostat tärkeimmiksi?

Teema 2

Sedun liiketoiminnan ammattitutkinnon osaamispolut. Haastateltavalle esitellään Sedun tarjoamia opintopolkuja.

- Mitä mieltä olet näistä esimerkki osaamispoluista?

Teema 3

Tutkintokoulutuksen teematarjotin.

Mitä mieltä olet koulutuksen teematarjottimesta?

Mitä asioita kannattaisi vielä huomioida?

Jos ajattelet myyjän ammattitaidon kehittämistä työelämän näkökulmasta, pitäisikö teematarjottimella olla vielä jotain muuta?

LIITE 2. Haastattelu koulutuksen aloittaneille

Haastattelu koulutuksen aloittaneille opiskelijoille

Tutkintokoulutuksesta pyritään tekemään palvelun tuotteistamisen keinoin asiakkaiden näkökulmasta selkeä, houkutteleva, joustava ja laadukas sekä työelämän tarpeita vastaava.

Taustakysymykset

Ikä

Sukupuoli

Työkokemus myyntityöstä

Tutkintokoulutukseen liittyvät kysymykset

1. Minkälaiseksi koit koulutuksen esittelyn hakuvaiheessa?
2. Mikä herätti kiinnostuksen, että hakeuduit koulutukseen?
3. Mistä sait tiedon koulutuksesta?
4. Miten sinua auttoivat tutkinnon suorituspolut (valmis mallinnus tutkinnon osista, mitä pitäisi valita tiettyyn myyntiin suuntautumisessa, (myyjä, tuoteriityhmävastaava, b-to-b-myyjä, turvamyijä)) henkilökohtaisten opintojesi suunnitteluvaiheessa?
5. Mitä mieltä olet koulutukseen suunnitellusta teematarjottimesta ja omasta mahdollisuudesta valita haluamiasi opintoja?

LIITE 3. Liiketoiminnan ammattitutkinnon teemapäivät

Liiketoiminnan ammattitutkinnon teemapäivät
Arkistointi
Asiakashankinta
Asiakaskyselyt
Asiakaspalvelu
Asiakaspalveluenglanti
Asiakastietojen käsittely ja asiakaspalautteet
Asiakkuuksienhallinta
B-to-B-myynti
Budjetoinnin laatiminen ja tavoitteet
Budjetoinnin toteutumisen seuranta
Digitaalinen markkinointiviestintä
Eri yritys- ja yhteisömuotojen kirjanpito
Esitysgrafiikka MS PowerPoint
Graafinen suunnittelu
Hankinnat ja kilpailutus
Henkilöstöjohtaminen
Henkilöstön kehittämien
Henkilöstöpalvelut
Internet ja sähköposti
Kannattavuus, kustannuslaskenta- ja budjetointiraportit
Kannattavuuslaskelmat
Kauppan toimintaympäristöt ja tehtävät
Kauppanalan lait ja määräykset
Kehittämistoiminta työpaikalla
Kestävä kehitys
Kirjallinen viestintä ja kielenhuolto
Kirjanpidon perusteet
Kirjanpito Novalla
Liikekirjeet

Liiketoiminnan perusteet
Logistiikka kaupan alalla
Lääkemääräykset ja lääkkeet
Markkinointi
Markkinointiviestintä
Matematiikka
MS Excel tehokäyttö
MS Office yhteiskäyttö
MS Outlook tehokäyttö
MS Word tehokäyttö
Myyntin kannattavuus
Myynti ja markkinointi
Myyntireskontran, perinnänhoitaminen ja lainsäädäntö
Myyntityö
Neuvottelu- ja ongelmanratkaisutaidot
Näppäilytaito ja nopeuskokeet
O365 ja pilvipalvelut
Oman osaamisen arviointi ja kehittäminen
Omanosaamisen kehittäminen ja palautteet
Orientaatio
Ostolaskujen tiliöinti ja hyväksymismenettely
Ostolaskujen tiliöinti Novalla
Palkanlaskennan erityistilanteet
Palkanlaskenta Novalla
Palkkahallinto
Palvelumuotoilu
Perehdyttäminen ja työssäoppimisen ohjaaminen
Potilasasiakirjojen käsittely (anatomia ja fysiologia)
Puhelinmyynti
Ratkaisumyynti
Sisäinen ja ulkoinen tiedottaminen
Sopimusoikeus

Suullinen viestintä
Taitto-ohjelmat
Taloudellisen tilanteen raportointi
Talouden suunnittelu ja seuranta
Taulukkolaskenta MS Excel
Tekstinkäsittely MS Word
Terveystieteiden lainsäädäntö
Tietokoneen peruskäyttö
Tilaisuuden järjestelyt ja liikematkustus
Tilikauden aikainen kirjanpito
Tilinpäätöksen laatiminen
Tilinpäätöksen laatiminen Novalla
Tilitettävän arvonlisäveron laskeminen
Tiliöinti ja liiketapahtumien kirjaaminen
Tuote-esittely
Tuoteryhmänhallinta
Turvallisuudesta huolehtiminen
Tutkimukset
Työelämän lainsäädäntö ja työsuhdelait
Työlainsäädäntö
Työnhakutaidot
Työpaikalla järjestettävä koulutus
Työturvallisuus
Työyhteisötaidot
Vartijankoulutus
Verkkosivujen päivittäminen
Verotus
Viestinnän lainsäädäntö
Visuaalinen markkinointi
Vuosilomapalkanlaskenta
Vuosilomapalkkojen kirjanpito, tilitykset ja raportit
Väliaikaisen vartijankoulutus ja vartijan peruskoulutus