

Aletta Purola

**OPISKELIJALÄHTÖINEN INNOVAA-
TIOALUSTA LINDSTRÖM OY:LLE**
Käyttäjätutkimuksesta ideatuotantoon ja
-testaukseen
Opinnäytetyö
Muotoilu

2017



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Aletta Purola	Muotoilija AMK	Huhtikuu 2017
Opinnäytetyön nimi		74 sivua 19 liitesivua
Opiskelijälähtöinen innovaatioalusta Lindström Oy:lle Käyttäjätutkimuksesta ideatuotantoon ja -testaukseen		
Toimeksiantaja		
Lindström Oy		
Ohjaaja		
Sanna Haapanen, Tatu Purme		
Tiivistelmä <p>Pysyäkseen kilpailukykyisinä muuttuvassa toimintaympäristössä yritysten on muutettava toimintamallejaan ja sopeuduttava muutokseen hyödyntämällä avoimuutta sekä rakentamalla kumppanuuksia ja vuoro-vaikutteisia yhteistyömalleja. Avoimuuden ja vuorovaikutteisuuden lähtökohdista syntyy toimijoita yhdistäviä innovaatioekosysteemejä. Niissä innovaatiot syntyvät julkisen ja kolmannen sektorin sekä korkeakoulujen, tutkimuslaitosten ja yritysten välisessä yhteistyössä.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää toimivan opiskelijayhteistyön osatekijät sekä kehittää palvelumuotoilun menetelmillä sidosryhmiä monipuolisesti osallistava toimintamalli, jossa korkeakouluopiskelijat ovat tutkimus- ja ideatuotantovaiheiden keskiössä. Kehittämistyön pohjana ovat opiskelijoiden motivaatio, käyttäjälähtöisyys, monialaisuus, yrityskuvan positiivinen rakentuminen sekä asiakkaalle arvoa luovien palvelu- ja tuoteideoiden tuottaminen ja tunnistaminen. Onnistunut toimintamalli voisi toimia osana yrityksen innovaatiostrategiaa. Kehittämistyön tutkimusvaiheessa analysoitiin yrityksen aiemmin toteuttamaa opiskelijayhteistyötä teemahaastatteluilla sekä vertailevalla tiedonkeruulla. Opiskelijoiden kokemuksia yritysyhteistyöstä sekä niihin liittyviä motivaatiotekijöitä tutkittiin monimenetelmällisesti Survey-kyselyn ja pienryhmätyöskentelyn avulla. Ideatuotantovaiheeseen valitun innovaatiokilpailun toimitusta tutkittiin osallistujille tehdyn palautekyselyn kautta sekä arvioimalla kilpailussa tuotettuja ideoita. Ideat arvioitiin yrityksen, asiakkaan, loppukäyttäjän ja innovaatio-toiminnassa mukana olevien asiantuntijoiden toimesta. Opiskelijayhdistyksen kanssa yhteistyössä toteutetun innovaatiokilpailun vaikutuksia yhdistyksen jäsenten mielikuviin ja asenteisiin yrityksestä selvitettiin kyselytutkimuksella.</p> <p>Saadun palautteen ja tutkimustulosten pohjalta luotiin toimintamalli, joka esittää, miten ideat, ongelmat ja mahdollisuudet kerätään, miten tuotettu käyttäjäymmärrys jäsennellään, priorisoidaan ja muutetaan yhteiskehittämistyöpajassa innovaatiokilpailuun soveltuviksi kysymyksiksi. Kehittämistyölle asetetut tavoitteet saavutettiin. Toimintamallilla tuotettiin asiakasymmärrykseen pohjautuvia tuote- ja palveluideoita aikatehokkaasti, opiskelijoiden motivaatiota ja oppimista tukevalla menetelmällä hyödyntäen avoimuuden ja monialaisuuden lähtökohtia. Toimintamallin vaikutus yrityskuvaan oli selvästi positiivinen.</p>		
Asiasanat palvelumuotoilu, innovaatioekosysteemit, innovaatioprosessi, yhteiskehittäminen, hackathon		

Author (authors)	Degree	Time
Aletta Purola	Batchelor of Culture And Arts	April 2017
Thesis Title Student based innovation platform for Lindström Oy User research, ideation and idea testing		74 pages 19 pages of appendices
Commissioned by Lindström Ltd		
Supervisor Sanna Haapanen, Tatu Purme		
<p data-bbox="148 622 272 651">Abstract</p> <p data-bbox="148 658 1461 1016">The purpose of this thesis is to determine the elements of functional student cooperation with service design methods that enforce a participatory approach for the stakeholders and in which the students of higher education are at the core of the stages of the research and ideation. The basis for this model are students' motivation, user oriented multi-discipline approach that is developed upon building a positive image of the business, creating and identifying services and product ideas that create value for the customer. A successful operating model could be used as part of the Lindström Ltd's innovation strategy.</p> <p data-bbox="148 1095 1461 1509">At the research stage an analysis was done of the previously carried out student cooperation by the Lindström Ltd by conducting theme interviews and comparative data collection. Students' experiences of cooperating with companies and relating motivational factors were surveyed and defined in a workshop. An innovation competition was chosen to the idea production stage and its results were examined trough a questionnaire. Produced ideas were judged by the company, customer, the end user and by the experts in the innovation activities. A survey was also carried out to the students union on their perceptions and attitudes of the company. Based on the feedback and the research an action model was created.</p> <p data-bbox="148 1590 1461 2004">The model shows how ideas, problems and possibilities are collected and how produced user understanding is analysed and prioritised in the co-creation workshop and then converted into questions for the innovation competition. The set goals for the development work were achieved. With this operating model, the students were able to produce user-centered product and service ideas time-efficiently using principals of open innovation and multi-disciplinary viewpoints. Students motivation and learning skills methods were supported throughout the process. The created operational model also had a positive impact on the company's image.</p>		
<p data-bbox="148 2036 293 2065">Keywords</p> <p data-bbox="148 2072 1366 2101">Service Design, Innovation Ekosystems, Co-creation, Innovation Process, Hackathon</p>		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Tutkimuksen tausta.....	7
1.2	Tutkimuksen tavoite ja rajaus	8
1.3	Käsitekartta, viitekehys ja sidosryhmät.....	9
1.4	Toimeksianto ja tutkimuskysymykset.....	12
1.5	Palvelumuotoilu ja käyttäjälähtöinen palveluiden kehittäminen	14
2	INNOVAATIOT	16
2.1	Innovaation moninaisuus	17
2.2	Suljetuista avoimiin innovaatioihin	18
2.3	Innovaatiotoiminnan kehittämisen merkitys yritykselle	19
2.4	Innovaatioekosysteemit	20
2.5	Yritysten ja korkeakoulun yhteistyö innovaatiotoiminnassa.....	21
3	TOTEUTETTU OPISKELIJAYHTEISTYÖ.....	23
3.1	Projektin lähtökohdat ja tavoitteet.....	23
3.2	Tehtävänanto ja prosessi.....	24
3.3	Opiskelijoiden kokemukset yhteistyöstä	25
3.3.1	Motivaatio projektiin osallistumiselle	25
3.3.2	Tehtävänanto ja sen selkeys.....	26
3.3.3	Tutkimustyöhön annetut välineet ja perehdytys	26
3.3.4	Valikoidut tutkimusmenetelmät ja niiden toimivuus	26
3.3.5	Yrityksen edustajan ja ohjaavan opettajan roolit ja toiminta yhteistyön aikana.....	27
3.3.6	Ohjaajilta saatu palaute suhteessa omaan onnistumisen kokemukseen	27
3.4	Vertaileva tiedonkeruu	28
4	KÄYTTÄJÄTUTKIMUKSEN TULOSTEN ARVOTTAMINEN.....	31
4.1	Yhteiskehittämistyöpajan tavoitteet ja menetelmät.....	31
4.2	Työpajassa määritellyt teemat ja kysymykset.....	33

4.3	Työpajan palaute ja toimivuus konseptin näkökulmasta.....	35
4.4	Teeman valinta	36
5	OPISKELIJOIDEN MOTIVAATIO ONNISTUMISEN KESKIÖSSÄ.....	38
5.1	Kyselylomaketutkimus	38
5.2	Kyselylomaketutkimuksen tulokset	39
5.3	Pienryhmätyöskentely: tavoitteena mielekäs yritysysteistyö	40
5.3.1	Käänteinen ideointi ja työpajan rakenne	41
5.3.2	Työpajan tulokset ja johtopäätökset.....	42
6	IDEATUOTANTO	44
6.1	Hackathon-innovaatiokilpailun järjestäminen ja resurssit	48
6.2	Tapahtuman toteutus.....	52
6.3	Innovaatiokilpailun osallistujapalaute.....	54
6.4	Kilpailussa tuotetut ideat ja niiden arviointi	55
6.5	Kilpailussa tuotettujen ideoiden arviointi.....	60
6.6	Voittajaksi valitun idean arvottaminen loppukäyttäjällä.....	62
7	YHTEENVETO	63
7.1	Toteutettu toimintamalli.....	63
7.2	Toimintamalli oppilaitoksen näkökulmasta.....	66
7.3	Kehittämiskohteet	68
7.4	Toimintamallin hyödyntämismahdollisuudet ja tutkimuskysymyksiin vastaaminen	71
	LÄHTEET	75

LIITTEET

Liite 1. Teemahaastattelun ennakkotehtävä terveydenhuollon ammattilaiselle

Liite 2. Survey-kysely, opiskelijoiden kokemukset ja motivaatiotekijät yritysysteistyöprojekteissa

Liite 3. Yhteiskehittämistyöpajan palaute

Liite 4. Survey-kysely, innovaatiokilpailun teeman arvottaminen

Liite 5. Survey-kysely, innovaatiokilpailun osallistujapalaute

Liite 6. Survey-kysely, opiskelijayhteistyön vaikutus yrityskuvaan

Liite 7. Innovaatioalustan toimintamallin visualisointi

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta

Jatkuvasti muutoksessa oleva toimintaympäristö asettaa organisaatioille ja yrityksille tarpeen uudistumiselle ja uusien tuotteiden ja palveluiden luomiselle. Kyky uudistua ja tuottaa innovaatioita määrittelee yrityksen mahdollisuudet kannattavuuteen ja menestykseen. Kestävän kilpailuedun saavuttamiseksi yrityksen on tunnistettava tulevaisuuden liiketoimintamahdollisuudet, ja kehitettävä omaa osaamistaan vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. (Teece 2000: Alasoini et al. 2014:11.)

Yrityksen tuottavuutta ja kilpailukykyä voidaan parantaa kertaluonteisesti yksittäisillä innovaatioilla, mutta pidemmällä aikavälillä ratkaiseva tekijä on yrityksen *innovatiivisuus*. Innovatiivisuudella tarkoitetaan kykyä tuottaa innovaatioita ja innovaatioihin tähtäävien prosessien jatkuvaa kehittämistä. Kokeiluista oppimisen ja uuden etsimisen kautta syntyy ideoita ja oivalluksia, jotka voivat jalostua uusiksi palveluiksi ja tuotteiksi sekä tavoiksi tuottaa niitä. Kun uudet tuotteet ja palvelut muuttuvat taloudellisesti kannattaviksi, kutsutaan niitä innovaatioiksi. (Ibid.)

Yrityksen toiminnan tavoitteena on mahdollisimman suuren lisäarvon tuottaminen asiakkailleen ja sitä kautta myös omistajilleen. Asiakkaalle lisäarvoa voivat fyysisen tuotteen ja hinnan lisäksi tuottaa esimerkiksi palvelu, elinkaari-kustannusten minimointi, luotettavuus, tuottavuuden lisäys, kokemus ja tuotteita täydentävät tarjoamat. Nämä lisäarvotekijät voidaan saavuttaa kehitystyöllä ja laaja-alaisella innovaatiotoiminnalla. Merkittäviä tekijöitä kilpailukyvyn parantamisessa ovat myös yrityskuvan ja verkostojen rakentaminen. (Deloitte 2014: 6,12; Tuulaniemi 2016: 37.)

Innovaatiotoiminnan ympäristö käy monipuolisemmaksi ja vaikeammaksi hahmottaa, tuotteiden ja palveluiden monimutkaisuus kasvaa ja kehitystoiminnan tempo kiristyy. Samalla tarpeellinen tietämys on hajautunut ja jakautunut. Yritykset vastaavat tähän haasteeseen käyttämällä uusia sosiaalisen median välineitä ja uusia yhteistoiminnan organisoiminnan muotoja. (Koivisto et al. 2011: 7.)

Innovaatiotoiminnan määrittelyyn ja organisointiin on olemassa lukemattomia erilaisia tapoja. Oleellista on, että yrityksellä on innovaatiostrategia, joka määrittelee, miten innovointia toteutetaan. Innovaatiotoiminnan tulee olla systemaattista, tavoitteellista, prosessinomaista toimintaa, jolla on takanaan johdon tuki (Mäntyneva 2012: 57). Solatie ja Mäkeläinen toteavat (2009: 68) että yritys tarvitsee innovointiin omaa palvelu- ja tuotekehitystä, mutta huomattavaa lisäarvoa saavutetaan ottamalla ulkopuolisia tahoja osaksi kehittämisprosessia.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja rajaus

Tutkimuksen keskeisenä tavoitteena on selvittää toimivan opiskelijayhteistyön osatekijät sekä tuottaa Lindström Oy:lle kaikkia sidosryhmiä monipuolisesti osallistava toimintamalli, jossa korkeakouluopiskelijat ovat tutkimus- ja idea-tuotantovaiheiden keskiössä.

Kehittämistyön pohjana ovat käyttäjälähtöisyys ja arvon muodostuminen Lindström Oy:n asiakkaalle. Onnistunut toimintamalli voisi toimia jatkossa osana Lindström Oy:n innovaatiostrategiaa, joka määrittelee yrityksen innovaatiotoiminnan toteuttamista sekä uusien innovaatioiden luomisprosessia. Näiden kautta yritys pyrkii kohti visiotaan ja liiketoiminnallisia tavoitteitaan (Apilo & Taskinen 2006: 27.)

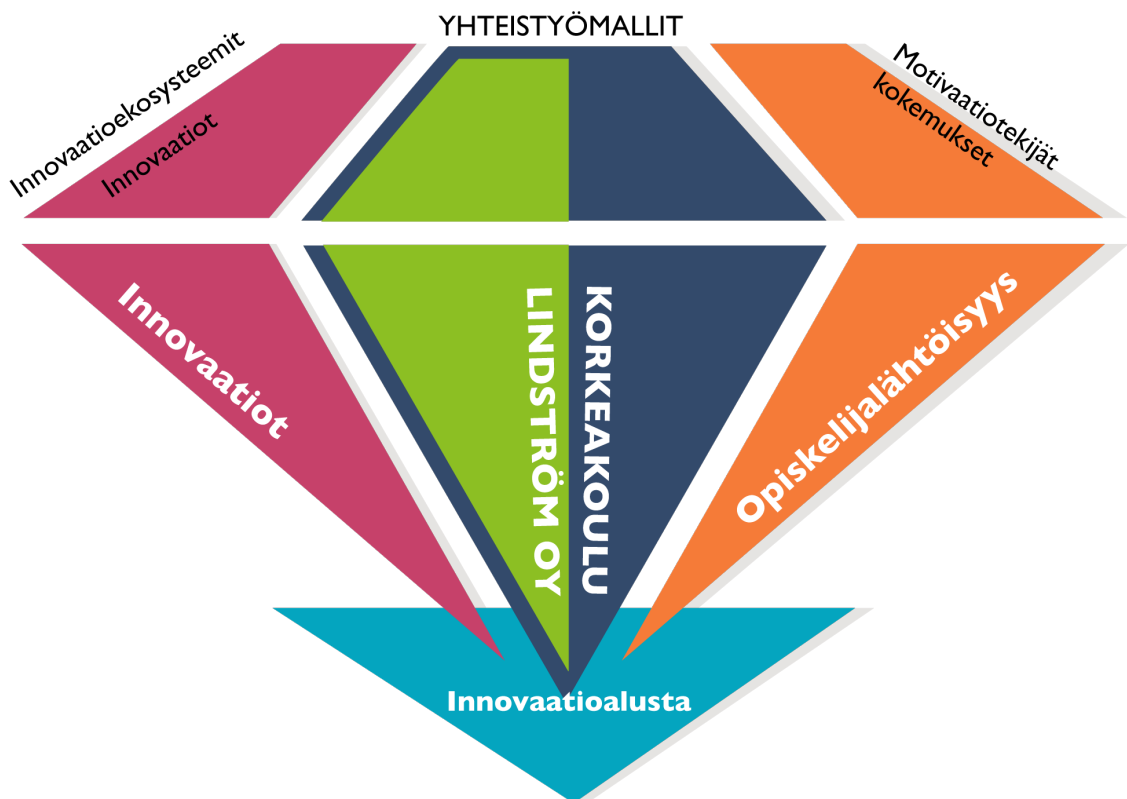
Yhtenä lähtökohtana on määritellä innovaatiotoimintaa ja syventyä korkeakoulu- ja yliopistomaailman sekä elinkeinoelämän välisen yhteistyön merkitykseen innovaatioiden tuottamisessa. Tavoitteena on määritellä yhteistyöstä syntyviä hyötyjä niin yksittäisen opiskelijan, koulutusjärjestelmän kuin elinkeinoelämänkin näkökulmasta. Empiirisen tutkimuksen keskeisenä näkökulmana on opiskelijoiden motivaatioon vaikuttavien tekijöiden määrittely käyttäjätutkimusta ja yritysyhteistyötä sisältävissä opintokokonaisuuksissa.

Tämän opinnäytetyön puitteissa määritellään, millaisella toimintamallilla Lindström Oy voisi vaikuttaa positiivisesti sekä opiskelijoiden motivaatioon että oman yrityskuvansa rakentumiseen. Työ on produktiivinen.

1.3 Käsitekartta, viitekehys ja sidosryhmät

Tutkimuksen kohteena olevan ilmiön rajaamiseksi ja hahmottamiseksi siihen liittyvät käsitteet ja niiden väliset suhteet on kerätty käsitekarttaan (kts. kuva 2.) ja viitekehykseen (kts. kuva 1.). Usein tutkimuksen ensimmäinen rajaus liittyykin tutkittavan ilmiön tarkastelukulman valintaan ja siten tutkimusongelman tunnistamiseen ja määrittelyyn (Kananen 2010: 16). Kuvassa 1. esitetään tutkimuksen viitekehys, joka kuvaa tutkimukseen valittua näkökulmaa ja toimii myös ajattelua ohjaavana termien jäsentelyinä.

Tutkimuksen ilmiö on *innovaatioekosysteemi*, joka käsittää vuorovaikutusta tehostavan työhankkeen korkeakoulun ja yrityksen sekä muiden toimijoiden välillä. Tutkimuskysymys muotoutuu yrityksen ja korkeakoulun yhteistyömallin rakentumisen ja opiskelijoiden motivaatioita tukevien elementtien ympärille.



Kuva 1. Tutkimuksen viitekehys (Purola 2016)

Kuvassa 1. esitetyn viitekehyyksen johtavana teemana on yrityksen, eli Lindström Oy:n, sekä korkeakoulun välisen toimivan yhteistyömallin osatekijöiden määrittäminen. Opiskelijalähtöistä toimintamallia määriteltäessä merkittä-

väksi muodostuu myös opiskelijoiden motivaatiota ja sitoutumista kokonaisvaltaisesti tukevan prosessin ymmärtäminen.

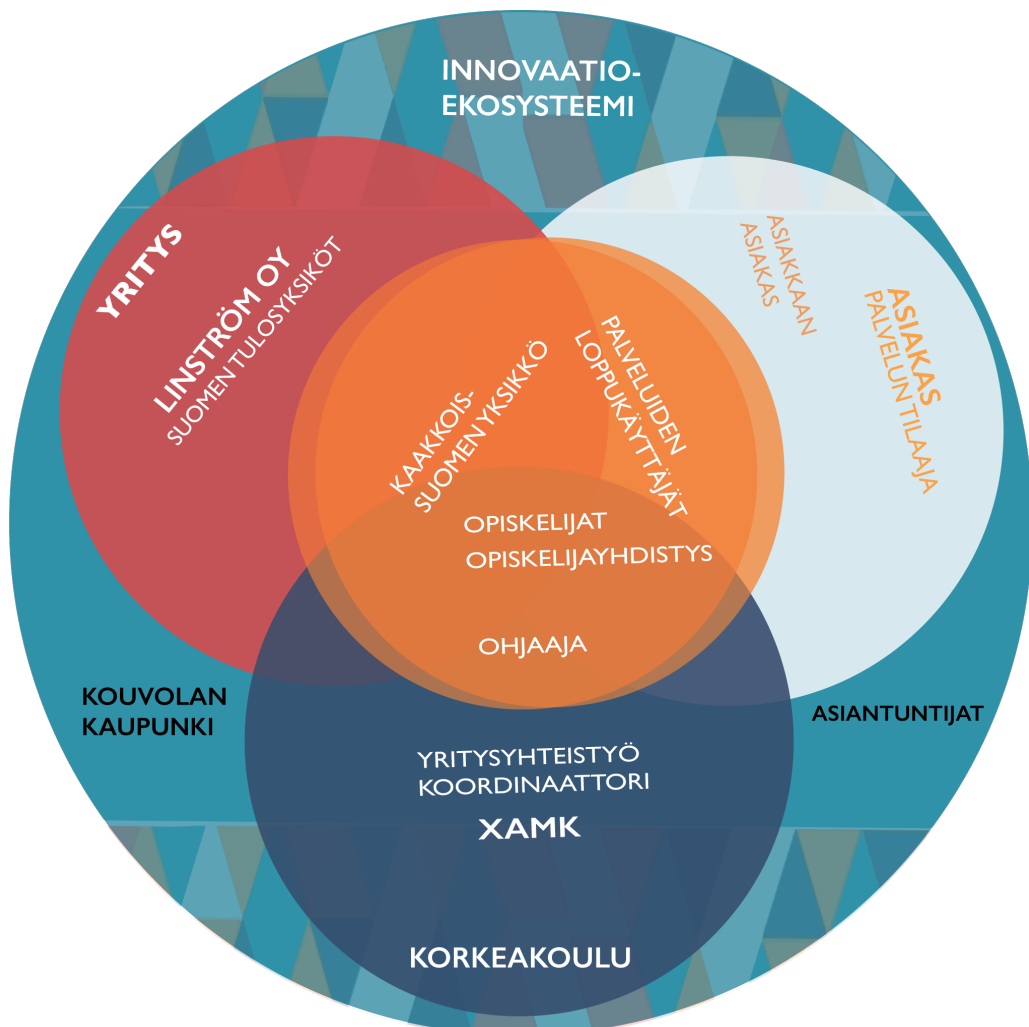
Kolmannen näkökulman muodostavat innovaatioiden tuottamiseen liittyvät tunnistetut prosessit sekä tämän päivän innovaatioiden syntymisen ympäristöä kuvaavat innovaatioekosysteemit. Näiden osatekijöiden tutkimisen ja määrittelyn lopputuloksena opinnäytetyössä tuotetaan opiskelijalähtöinen innovaatioalusta Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa case-tutkimuksena.

Viitekehyksen täsmentämiseksi ja siinä määriteltyjen aiheiden ja näkökulmien avaamiseksi tutkittavaa ilmiötä kuvaavat käsitteet on kerätty kuvassa 2. esitettyyn käsitekarttaan. Innovaatiokonseptin kehittämisen taustalla on avoimuuden ja yhteistyön merkityksen kasvu innovaatiotoiminnassa. Yrityksen motivaationa on sen asiakkaille lisäarvoa tuottavien uusien tuotteiden ja palveluiden kehittäminen. Yrityksen ja korkeakoulun välisen yhteistyön osatekijöitä ovat kumpaakin osapuolta hyödyttävät yhteistyömallit, sopimukset sekä käytössä olevat resurssit. Yhteistyön keskiössä ovat opiskelijat, joiden motivaatio ja sitoutuminen vaikuttavat yhteistyön tuloksiin. Kehittämistyön lähtökohtina ovat palvelumuotoilulle tyypilliset käyttäjälähtöisyys, yhteiskehittäminen sekä sidosryhmien laaja osallistaminen prosessiin.



Kuva 2. Tutkimuksen käsitekartta (Purola 2016)

Tutkimuksen kohteena olevan ilmiön eli innovaatioekosysteemin sidosryhmät on esitelty kuvassa 3. Laajempina toimijoina ovat yritys, korkeakoulu ja asiakas sekä innovaatioihin erikoistuneet asiantuntijat. Tässä tapaustutkimuksessa korkeakoulun roolissa on Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, Xamk. Sen sisällä toimivia sidosryhmiä ovat opiskelijat, opiskelijayhdistys Patteri ES, ohjaajan roolissa toimineet henkilöt sekä yritysyhteistyökoordinaattori. **Asiakkaalla** tarkoitetaan tässä työssä Lindström Oy:n palveluita ostavia tahoja. Asiakkaan työntekijät eli terveydenhuollon ammattilaiset esitetään työssä palveluiden ja tuotteiden **loppukäyttäjinä**. Asiakkaan eli terveydenhuollon palveluita käyttävät asiakkaat ovat sidosryhmänä osittain loppukäyttäjän roolissa. Lindström Oy:stä sidosryhmiin kuuluvat työn tilaajana ja pääasiallisena ohjaajana toiminut henkilö, sekä työn ohjaukseen ja yhteistyöhön osallistuneet tahot.



Kuva 3. Tutkimuksen sidosryhmät (Purola 2016)

Passiivisemmassa mutta tunnistettavassa roolissa on Kouvolan kaupunki, jonka alueella ja vaikutuspiirissä Lindström Oy:n Kaakkois-Suomen tulosityksikkö ja ammattikorkeakoulu Xamk sekä asiakasyritykset toimivat.

1.4 Toimeksianto ja tutkimuskysymykset

Lindström Oy on yksi Euroopan johtavista tekstiilipalveluyrityksistä. Sen on perustanut Carl August Lindström vuonna 1848. Lindström Oy toimi värjäämönä vuoteen 1930 saakka, kunnes yritys toi työvaatepalvelut Yhdysvalloista Suomeen. Kansainvälistyminen aloitettiin vuonna 1992 tytäryhtiön perustamisella Viroon. Viisi vuotta myöhemmin Lindström myi kuluttajapalvelunsa ja keskittyi ainoastaan B-to-B tekstiilipalveluihin. Vuonna 2001 perustettiin tytäryhtiö Comforta Oy, jolle siirtyi hotellipalvelun liiketoiminta. Toiminta Aasian markkinoilla alkoi Kiinan Suzhousta vuonna 2006. (Luukkonen 2017.)

Tällä hetkellä Lindström Oy toimii 24:ssä maassa ja sillä on yli 80 toimipistettä. Yrityksessä työskentelee noin 3200 henkilöä ja sen liikevaihto vuonna 2015 oli 302 miljoonaa euroa. Konsernin liikevaihdosta yli puolet tulee Suomen liike-toiminnasta.

Lindström Oy tarjoaa työvaatteita kaikissa toimintamaissaan ja mattopalveluita yli kymmenessä Euroopan maassa. Sen lisäksi konsernin palveluvalikoimaan kuuluvat henkilösuojain-, teollisuuspyyhe-, hygienia- ja ravintolatekstiilipalvelut sekä hotellien ja terveydenhuollon tekstiilit. (Lindström Oy 2015.) Kuvassa 1. on esitetty Lindström Oy:n tuottamat palvelut ja toimintamaat.

	Työvaate- palvelut	Mattopalvelut	Hotellitekstiili- palvelut	Ravintolatekstiili- palvelut	Henkilönsuojain- palvelut	Teollisuuspyyhe- palvelut	Hyieniäpalvelut
Bulgaria							
Etelä-Korea							
Intia							
Iso-Britannia							
Kazakstan							
Kiina							
Kroatia							
Latvia							
Liettua							
Puola							
Romania							
Ruotsi							
Saksa							
Serbia							
Slovakia							
Slovenia							
Suomi							
Tšekki							
Turkki							
Ukraina							
Unkari							
Valko-Venäjä							
Venäjä							
Viro							

Kuva 4. Kuvankaappaus Lindström Oy:n kotisivuilta, yrityksen tuottamat palvelut kohdemaittain (Lindström Oy 2015)

Lindström Oy:n visio vuoteen 2020 on olla vakavarainen, puolen miljardin euron liikevaihdon yritys, jonka sitoutuneet työntekijät tuottavat erinomaisen asiakaskokemuksen. Erinomainen asiakaskokemus muodostuu toimivista palvelumalleista sekä korkealaatuisista tuotteista, hyvästä palveluasenteesta, sujuvasta yhteistyöstä ja hyvästä johtajuudesta. Lindström Oy:n tavoitteena on tähdätä parhaaksi palveluyritykseksi toiminta-alallaan, sekä luoda arvoa asiakkailleen kaikessa tekemässään. (Luukkonen 2017.)

Lindström Oy oli jo aiemmin toteuttanut käyttäjäymmärrykseen tähtäävän yhteistyöprojektin Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun kanssa keväällä 2016. Projektin tavoitteena oli tuottaa syvän asiakasymmärryksen keinoin tietoa terveydenhuollon ammattilaisten arjesta. Toteutuneessa yhteistyöprojektissä oli jo aiemmin havaittu, että laadukasta asiakasymmärrystä on mahdollista tuottaa yhteistyössä korkeakoulun kanssa. Tämän havainnon pohjalta oli herännyt kiinnostus, voitaisiinko myös kerättyyn käyttäjäymmärrykseen pohjautuvien tuotteiden ja palveluiden ideatuotanto- ja testausvaiheet suorittaa opiskelijalähtöisesti.

Tutkimuksen päätutkimuskysymykseksi muodostui: **Millaisella yhteistyömallilla Lindström Oy ja korkeakoulut voisivat tuottaa käyttäjäymmärrykseen pohjautuvia ideoita liiketoiminnan kehittämiseen?**

Päätutkimusongelma selitetään seuraavien alaongelmien avulla:

- Millä tekijöillä voidaan parantaa opiskelijoiden motivaatiota ja sitoutumisastetta yritys yhteistyöprojekteissa?
- Millaisella toimintamallilla Lindström Oy:n tunnettavuutta ja yrityskuvaa voidaan parantaa korkeakouluopiskelijoiden keskuudessa?

Edellä esitellyn Lindström Oy:n vision toteuttamiseksi yrityksen on panostettava asiakasymmärrykseen ja käyttäjätutkimukseen, palveluidensa jatkuvaan kehittämiseen, uusien tuote- ja palveluvalikoimien laajentamiseen sekä brändinsä rakentamiseen. Näiden elementtien toteuttaminen on otettu lähtökohdaksi Lindström Oy:n ja korkeakoulun välisen opiskelijälähtöisen yhteistyömallin rakentamisessa.

1.5 Palvelumuotoilu ja käyttäjälähtöinen palveluiden kehittäminen

Palvelumuotoilun määritelmiä on useita. Stickdorn (2010) kirjoittaa, että kysyttäessä kymmeneltä ihmiseltä palvelumuotoilun määritelmää, saa vähintään yksitoista erilaista vastausta. Määritelmiä yhdistäviä tekijöitä ovat kuitenkin (1) käyttäjäkeskeisyys, (2) yhteissuunnittelu, (3) sarja toisiinsa liittyviä vaiheita, (4) aineettomien palveluiden aineellistaminen ja (5) holistinen kokonaisvaltainen lähestymistapa. (Stickdorn 2010: 34.)

Miettinen (2011) kirjoittaa palvelumuotoilussa käytettävien muotoilualan tutkimus- ja visualisointimenetelmien olevan tärkeä linkki eri toimijoiden välillä, sillä ne auttavat erilaisten näkemysten kohtaamisessa. Hän määrittelee palvelumuotoilun kehittämisen tavaksi, jossa käyttäjät haastetaan mukaan prosessiin keräämällä ja jakamalla tietoa kokemuksistaan. Muotoilijan rooli on olla työkaluja tarjoavana ja palvelun käyttäjiä ja tarjoajia havainnoivana tahona (Miettinen 2011: 21–22.)

Stickdorn (2010) määrittelee palvelumuotoilun hyötyjä hieman laajemmin; kyse ei ole ainoastaan muotoilun menetelmien hyödyntämisestä, vaan poikkiteollisesta lähestymistavasta, joka yhdistelee metodeja ja työkaluja useilta koulukunnilta. (Stickdorn 2010: 28–29.)

Yksi palvelumuotoilun työtavoista ja periaatteista on yhteiskehittäminen, jonka keskeisenä ajatuksena on eri osapuolten monipuolinen osallistaminen palveluiden kehittämiseen. Toiminnan keskiössä on siis palvelun käyttäjä, joka on oman tekemisensä tai alansa asiantuntija. Loppukäyttäjän tarpeiden ja toiminnan motiivien ymmärtäminen on olennainen osa suunnittelua. Kun käyttäjä otetaan osaksi suunnitteluprosessia, edistää se tiedon kulkua ja arvon rakentumista mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Yhteiskehittämiselle tyypillisiä ovat esimerkiksi työpajat, jolloin palvelumuotoilijan tehtävänä on ohjata toimintaa ja kehittämisprosessia, jotta ennalta määritellyt tavoitteet saavutetaan. Yhteiskehittäminen ei kuitenkaan tarkoita kaikkien osapuolien osallistumista myös lopulliseen päätöksentekoon vaan tavoitteena on, että palveluun liittyviä asioita ja näkökulmia tulee tarkasteltua mahdollisimman laaja-alaisesti tiedon keräämis- ja analysoimisvaiheissa. (Tuulaniemi 2011: 96, 117–118.)

Palvelumuotoilun avulla voidaan määrittää asiakkaiden todelliset palvelutarpeet ja vastata niihin. Organisaatiot jotka kykenevät tulkitsemaan laadullista tutkimustietoa kohderyhmistään ja asiakkaistaan sekä siirtämään ne haluttaviksi tarjoamiksi, menestyvät parhaiten. (Ibid.)

Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi on Tuulaniemen (2011) mukaan seuraava:

Määrittely – Mitkä ovat työn tilaajan taustat ja tavoitteet? Mitä ongelmia halutaan ratkaista?

Tutkimus – Luodaan ymmärrys käyttäjän tarpeista, toimintaympäristöstä ja kehittämiskohteista haastatteluiden, keskusteluiden ja asiakastutkimusten avulla.

Suunnittelu – Vaihtoehtoisia ratkaisuja ideoidaan ja konseptoidaan. Kehitteilä olevien konseptien nopea testaaminen asiakasrajapinnassa. Määritellään palvelun tuottamiseen mittarit.

Palvelutuotanto – Ensilanseeraus, jossa palvelukonseptia testataan markkinoille asiakkaiden kanssa ja kehitetään pilottien sekä beta-versioiden muodossa. Palvelun virallinen lanseeraus tapahtuu vasta kehitystyön jälkeen.

Arviointi – Kehitysprosessin onnistumista arvioidaan. Tuotettua palvelua ja sen tuottamista mitataan ja palvelua kehitetään tarvittaessa saadun käyttäjämääräyksen mukaan.

Tässä tutkimuksessa on hyödynnetty monipuolisesti palvelumuotoilun eri menetelmiä laaja-alaisen näkökulman ja käyttäjämääräyksen saavuttamiseksi, ja sen rakenne noudattaa edellä esiteltyä Tuulaniemen (2011) suunnitteluprosessia. Käyttäjäkeskeinen palveluiden kehittäminen on yksi palvelumuotoilun merkittävimmistä lähtökohdista. Kaikki tunnistetut sidosryhmät ovat olleet osallisina kehittämisprosessin eri vaiheissa.

Viime vuosikymmeninä yritykset ovat ymmärtäneet asiakassuhteiden hallinnan merkityksen. Asiakas on aina ihminen, jolla on omat erityiset tarpeensa. Markkinoita johtavatkin Applen, Facebookin ja Uberin kaltaiset yritykset, joiden tuotteet ja palvelut ovat alansa käyttäjälähtöisimpiä. (Suomen tunnetuin it-muotoilija... 2017.) Käyttäjälähtöisyys liittyy voimakkaasti myös avoimeen innovaatiokulttuuriin ja sen periaatteisiin, joita esitellään luvussa 2.2. Samalla käyttäjäkeskeisyys nousee yhdeksi johtavaksi teemaksi tarkasteltaessa Lindström Oy:n visiota vuoteen 2020, jossa mittareina ovat ensiluokkainen palvelukokemus ja kansainvälinen kasvu (Luukkonen 2017). Käyttäjälähtöisyyden voidaankin katsoa olevan monella tasolla opinnäytetyönjohtava teema.

2 INNOVAATIOT

Yleisesti innovaatiota pidetään *uutuutena* tai *uudistuksena*. Innovaation taustalla on keksintö, mutta keksintö ei kuitenkaan aina ole innovaatio. Keksintö edeltää ajallisesti ja usein myös sisällöllisesti innovaatiota. Muuntuminen keksinnöstä innovaatioksi ei useinkaan tapahdu hetkessä, vaan sitä voi edeltää pitkäkin ajanjakso. Innovaatiot ovat aina taloudellisesti tai sosiaalisesti tuottavia, eli tuottavat merkittävää **lisäarvoa**. (Leppälä 2012: 252; Lemola 2009: 9.)

2.1 Innovaatioiden moninaisuus

Innovaatiot ovat perinteisesti liittyneet teknologiaan, eli tuotteisiin tai niiden tuotantomenetelmiin. Niiden rinnalle ovat nousseet myös *palveluinnovaatiot ja sosiaaliset innovaatiot*. (Lemola 2009: 9–10.) Apilo et al. (2007: 22) kirjoittavat että uutuuden merkitystä suhteessa innovaatioon on vielä täsmennettävä. Uutuudet voidaan jakaa karkeasti kolmeen ryhmään: 1) uusi yritykselle, 2) uusi toimialalle, 3) uusi maailmassa. Esimerkiksi organisaation sisällä syntynyt innovaatio on voinut olla toisessa yrityksessä arkipäivää.

Tuoreessa Suomen Standardisoimisliiton käsikirjassa 830 (CEN/TS 16555-1 2017: 10) innovaatio määritellään seuraavasti: *uuden tuotteen (hyödyke tai palvelu) tai prosessin tai sen merkittävän parannuksen käyttöönotto, uusi markkinointitapa tai organisaation käyttämä menetelmä, joka koskee liiketoimintamalleja, työpaikan organisaatiota tai ulkoisia suhteita*.

Radikaalit innovaatiot luovat uusia markkinoita ja muokkaavat ajattelua sekä kulutustottumuksia. Ne pyrkivät ymmärtämään asiakkaiden arvonluontiprosessia ja kuluttajan tuotteessa kokemaa arvoa. Parannusinnovaatiot, eli **inkrementaalit** innovaatiot parantavat nimensä mukaisesti tuotteiden tai palveluiden ominaisuuksia ja perustuvat yrityksen olemassa oleviin prosesseihin ja liiketoimintaan. Innovaatiot voidaan jakaa myös **säilyttäviin** (*sustaining*) ja **hajottaviin** (*disruptive*). Tuotteiden suorituskykyä parantavat, olemassa oleville markkinoille ja keskivertokuluttajille suunnatut innovaatiot ovat luonteeltaan säilyttäviä. Hajottavat innovaatiot pyrkivät luomaan arvoa uusille asiakkaille, ja keskittyvät muuhun kuin olemassa olevien tuotteiden ja palveluiden suorituskyvyn parantamiseen. (Lemola 2009: 14–16; Apilo et al. 2007: 23–25.)

Innovaation käsite on hyvin laaja sekä moninaisesti määritelty. Kaikkia määritelmiä yhdistää kuitenkin **muutos**. Innovaatioiden johtamisen voidaan sanoa tarkoittavan muutoksen hallintaa. Innovaatioiden tuottaminen vaatii yritykseltä systemaattista ja tavoitteellista prosessinomaista toimintaa. Yrityksellä tulee olla innovaatiostrategia, joka määrittelee, miten innovointia toteutetaan. Innovaatioprosessi tarkoittaa tapahtumaketjua idean muuntamisesta keksinnöksi ja edelleen innovaatioksi. Ei ole olemassa yhtä innovaatioprosessia, joka voitaisiin menestyksekkäästi monistaa yrityksestä toiseen. Yrityksen strategia,

kulttuuri, tuotteiden tai palveluiden erityispiirteet ja yleiset toimintatavat asettavat prosessille omat vaatimuksensa. (Apilo & Taskinen 2006: 7.) Innovaatioiden asiantuntija ja tutkija Lucy Cover (2016: 17) määrittelee kirjassaan *The Innovation Workout* innovaatioprosessin vaiheet seuraavasti:

- Idean tai mahdollisuuden tunnistaminen
- Käyttäjä- ja markkinatutkimus
- Ideointi
- Ideoiden suodatus, testaus, pilotointi ja sopeuttaminen
- Lanseeraus

Coverin esittelemän innovaatioprosessin ja luvussa 1.5 esitellyn Tuulaniemen palvelumuotoilun prosessin vaiheissa on tunnistettavissa samankaltaisuutta. Tästä näkökulmasta voidaan palvelumuotoilun valitsemisen osaksi innovaatioalustan kehittämistä katsoa olevan looginen valinta. Suomen Standardisointiliiton käsikirjassa 830 (CEN/TS 16555-1. 2017: 30) innovaatioajattelun määrittelläänkin jalostuneen perinteisistä fyysisen suunnitteluprosessin tekniikoista. Kuten palvelumuotoilunkin, innovaatioajattelun lähestymistapaan kuuluu suunnitteluongelman perinpohjainen ymmärtäminen ja sekä pääongelman pilkkominen pienempiin osaongelmiin, aiheen monialainen tutkiminen sekä kaikkien käyttäjätyyppien määrittelemine. Ratkaisuja ja ideoita kehitetään yhdistämällä teknologiset ratkaisut käyttäjien tarpeisiin kaupalliset rajoitteet huomioiden.

Vaikka muotoilun termi käsitti aiemmin lähinnä visuaalisia elementtejä ja käytettävyyttä, nykyään se tarkoittaa myös tapaa luoda innovaatioita sekä uudistaa organisaatioita rakentamalla uusia ketterämpiä liiketoimintamalleja ja strategioita. Muotoilulla tavoitellaan erottuvuutta, houkuttavuutta sekä ihmisten tarpeita vastaavia tuotteita ja palveluita ja sen rooli on noussut merkittäväksi yritysten kilpaillessa digitalisaation myötä pienentyneistä markkinaosuuksista. (Larsen 2017.)

2.2 Suljetuista avoimiin innovaatioihin

Aiemmin yritysten innovaatiotoimintaa on ohjannut valvottavuus: tutkimus, kehittäminen ja ideoiden kaupallistaminen on pyritty toteuttamaan mahdolli-

simman tiiviisti yrityksen sisällä. Edellä kuvatun suljetun mallin piirteisiin kuuluu myös tiukkuus yrityksen keksintöjen suojaamisessa ja hyödyntämisoikeuksien siirtämisessä. Ominaista toiminalle on yrityksen usko omaan erinomaisuuteensa asiakkaiden tarpeiden ymmärtämisessä, tuotekehityksessä sekä keksintöjen kaupallistamisessa. (Valtiontalouden tarkastusvirasto 2010: 35.)

Kolme megatrendiä, *viestintäteknologian kehitys, arvoverkostojen globalisointuminen ja tiedon määrän räjähdysmäinen kasvu* ja saatavuus ovat muuttaneet innovaatiotoiminnan logiikkaa kohti avoimuutta ja ulkopuolisen tiedon ja resurssien hyödyntämistä. Tällä ei tarkoiteta ainoastaan tiedon siirtoa yrityksen ulkopuolelta sen käyttöön, vaan innovaatioiden teettämistä toimeksiantoina tai tutkimus- ja kehittämistoiminnan osittaista ulkoistamista. Innovaatiot syntyvätkin yhä useammin eri toimijoiden verkostomaisen vuorovaikutussuhteiden tuloksena kuin yritysten ja osastojen sisällä. (Ibid.)

Chesbroughin (2006: 188) lanseeraamin termein voidaankin puhua **suljetusta innovaatiotoiminnan** (Closed Innovation) muutoksesta kohti **avointa innovaatioitoimintaa** (Open Innovations).

Innovaatiokulttuurin muutoksen taustalla ovat myös tutkimus- ja kehittämistyön kustannusten tasainen kasvu sekä tuotteiden lyhentyvät elinkaaret ja nopeutuvat tuotekehityksen syklit. Pysyäkseen kilpailukykyisinä, yrityksiä on muutettava toimintamallejaan ja sopeuduttava muutokseen hyödyntämällä avoimuutta sekä rakentamalla kumppanuuksia ja vuorovaikutteisia yhteistyömalleja. Avoimuuden ja vuorovaikutteisuuden lähtökohdista syntyy useita toimijoita yhdistäviä innovaatioekosysteemejä, joita käsitellään luvussa 2.4 Avoimen innovaation mallissa merkittävää on myös voimakas kuluttaja- ja asiakaslähtöisyys. (Kaihovaara et al. 2016; Valtiontalouden tarkastusvirasto 2010: 35.)

2.3 Innovaatiotoiminnan kehittämisen merkitys yritykselle

Useimmille yrityksille innovatiivisuus on välttämättömyys, sillä pelkkä kustannusten karsiminen ei enää takaa kilpailukyvyyn säilyttämistä. Vakiintuneiden toimintamallien kyseenalaistaminen voi johtaa parempaan liiketoimintaympä-

ristöön ja sitä kautta kilpailuedun saavuttamiseen (Apilo & Taskinen 2006: 11–12.)

Innovatiivisuudestaan tunnetun yrityksen on helppo *rekrytoida* parhaita osajia, sillä sen imago on positiivinen. Sekä kansainvälisesti että kansallisesti on yleistä, että innovatiivisuudestaan tunnetut yritykset tekevät yhteistyötä tunnetuimpien korkeakoulujen ja yliopistojen kanssa esimerkiksi innovaatiokilpailujen ja harjoitusohjelmien kautta. Mielekkään yhteistyön avulla varmistetaan, että tulevaisuuden työvoima pitää yhteistyötä tekeviä yrityksiä haluttavina työpaikkoina. (Ibid.)

Yrityksen innovatiivisuudella on merkitystä myös potentiaalisten yhteistyökumppaneiden ja sijoittajien kanssa keskusteltaessa. Tuotteet ja tuotantoprosessit ovat helpoimmin kopioitavissa – innovatiivisuutta ja organisaation oppimiskykyä puolestaan on vaikeampi jäljitellä. Innovatiivisuus on yhteistyön näkökulmasta merkittävä valintakriteeri, sillä se antaa viitteitä tulevaisuuden menestyksestä. *Innovatiivisena pidetty yritys nähdään haluttuna verkostokumppanina, jonka kanssa yhteistyössä voidaan tavoitella suurempia haasteita kuin yksin.* (Ibid.)

2.4 Innovaatioekosysteemit

Innovaatiokulttuurin muutos synnyttää **innovaatioekosysteemejä**. Vaikka jokainen ekosysteemi on luonteeltaan ainutlaatuinen, niille luonteenomaisia tunnistettavia ominaisuuksia ovat vuorovaikutteisuus, itseohjautuvuus, keskinäisriippuvuus sekä jatkuva sopeutuminen muuttuviin olosuhteisiin. Käsitteen liittäminen innovaatioihin kuvaa osuvasti innovaatiotoiminnan monimutkaisia vuorovaikutteisia prosesseja ja innovaatioiden globaalia luonnetta. (Kaihovaara et al. 2016.)

Maailman monimutkaistuminen ja sen ongelmiin vastaaminen edellyttää *systemisiä innovaatioita*. Ne syntyvät usein julkisen ja kolmannen sektorin sekä korkeakoulujen, tutkimuslaitosten ja yritysten välisessä yhteistyössä. Nämä toimijat muodostavat yhdessä *innovaatioekosysteemin*, jossa innovaatiot syntyvät perinteisen yhteistyön (co-operation) sijaan yhdessä luomisen (co-creation) kautta. (Ibid.)

Triple helix, eli kolmoiskierremalli on yhteiskuntatieteen piirissä 1990-luvulla syntynyt mallikehikko, joka kuvaa yliopiston, elinkeinoelämän ja julkisen hallinnon suhdetta toisiinsa. Mallia on 2000-luvulta lähtien käytetty innovaatiokulttuurin kehittämiseksi. Mallin mukaan tiedon ja osaamisen tuottajina toimivat yliopistot ja korkeakoulut, yritykset puolestaan muuntavat tiedon ja osaamisen liiketoiminnaksi. Julkisen sektorin rooli on toimia innovatiivisen ympäristön ylläpitäjänä ja mahdollistajana. (Taloustieteellinen yhdistys 2014.) Todellisuudessa ekosysteemissä merkittäviä toimijoita on useampia: kolmas sektori, ulkopuoliset tutkimusorganisaatiot ja ihmiset – kansalaisina, työntekijöinä ja kulluttajina. *Ihmiset ovat ekosysteemin tärkein elementti* (Kaihoavaara et al. 2016).

Innovaatioekosysteemeille keskeisiä tekijöitä ovat siis avoimuus, yhteistyö ja keskinäisriippuvuus. Sen jäsenet ovat mukana toiminnassa puhtaasti omien intressiensä pohjalta hyötyäkseen ekosysteemin toiminnasta ja kumppaniensa osaamisesta. Tästä johtuen ekosysteemejä ei voi johtaa tai rakentaa perinteisillä tavoilla, vaan niiden rakentumisen tueksi on löydettävä uudenlaisia malleja. (Ibid.)

2.5 Yritysten ja korkeakoulun yhteistyö innovaatiotoiminnassa

Yrityksen on mahdollista käynnistää projektiluontoinen yhteistyö korkeakoulun kanssa lyhyelläkin aikajänteellä. Siksi innovaatiotoiminnan tai tutkimus- ja kehittämistoiminnan osittainen ulkoistaminen osaksi opetustoimintaa saattaa yrityksen näkökulmasta olla tehokas vaihtoehto. Parhaimmillaan korkeakoulujen ja yritysten välinen yhteistyö luo tiedonvaihtoa, jossa molemmat osapuolet oppivat. Yrityksen motiivit korkeakoulun tai yliopiston kanssa tehtävään yhteistyöhön voidaan karkeasti jaotella viiteen. (Vihervaara 2015: 23–26.) Nämä motiivit on esitetty kuvassa 5.



Kuva 5. Yritysten motiivit opetustyöhön (Vihervaara 2015: 26)

Elinkeinoelämän osaamistarpeisiin vastaaminen edellyttää yrityksiltä tiivistä osallistumista tutkimukseen ja koulutukseen. Osaavan työvoiman saatavuutta ja liikkuvuutta voidaan lisätä monella Suomessa vielä vaatimattomasti hyödynnetyllä tavalla. Yritysten pitkäjänteinen sitoutuminen yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen toimintaan ja koulutusyhteistyöhön katsotaan olevan tulevaisuuden kannalta välttämätöntä (Tutkimus- ja innovaationeuvosto 2010: 45.)

Perinteiseen frontaaliopetukseen perustuva oppiminen lähtee ajatuksesta, jossa opettajalla on tietoa, jonka hän pyrkii siirtämään opiskelijoille mahdollisimman tehokkaasti. Opiskelijoiden työ arvioidaan sen mukaan, kuinka hyvin se vastaa oppikirjan tai opettajan oikeaa vastausta. Frontaaliopetuksen vahvuksina pidetään sen kustannustehokkuutta, tulosten arvioinnin helppoutta ja opetuksen hallittavuutta (mitään yllättävää ei pääse tapahtumaan). Perinteisessä mallissa opittava asia ja oikea vastaus ovat siis olemassa jo ennen opetuksen alkua. Tämä poistaa opiskelijoiden näkökulmasta merkittävän motivaatiotekijän: oikean tarpeen tuloksille (Vihervaara 2015: 23–24.)

Yritysyhteistyö tuo opetukseen mukanaan uusia näkökulmia. Usein sen lähtökohtana on ongelma, johon yritys tahtoo löytää ratkaisuja. Ongelman tunnistamista seuraavat tutkimuskysymyksen ja oikeiden tutkimusvälineiden löytäminen, ratkaisut ja työn arviointi. Jokainen yritykseltä tullut toimeksianto on lähtökohtaisesti erilainen, siksi malli kannustaa ja opettaa opiskelijaa hankkimaan ja soveltamaan tietoa käytännön ratkaisuihin. (Ibid.)

Kun työskentelyn lähtökohtana on oikea ongelma ja opiskelija tiedostaa tuotavansa mahdollisesti käyttöön otettavaa ratkaisua yrityksen todelliseen tarpeeseen, asennoituminen työskentelyyn on positiivisempi. Yritys, joka on käyttänyt resurssejaan oppilasyhteistyöhön ei ole tulosten suhteen välinpitämätön.

Näin yritys on tuonut todellisen maailman osaksi opintoja. Opiskelijan näkökulmasta opiskelun yleiset motiivit voidaan pääasiallisesti tiivistää kahteen: 1) kiinnostava ala tai aihe 2) väylä hyvän ja hyväpalkkaisen työpaikan saamiseksi. Yritysyhteistyöprojektit ovat opiskelijalle merkittävä lähtökohta myös työelämän verkostoitumisen näkökulmasta. Samalla verkostoitumisesta hyötyy myös yritys, joka on kärkipaikalla esittelemässä omaa toimintaansa ja tunnistaessaan tarvitsemaansa osaamista, se voi jatkaa yksittäisen opiskelijan kanssa yhteistyötä harjoittelun tai opinnäytetyön muodossa. Parhaimmillaan yhteistyön syventäminen voi johtaa työsuhteeseen. (Ibid.)

Työelämä tarvitsee opiskelijoita, jotka kykenevät soveltamaan oppimaansa käytäntöön. Taitojen hankkiminen vasta työelämään siirryttäessä ei enää vastaa nykypäivän vaatimuksia, joten vastuu taitojen opettamisesta on korkeakouluilla. (Vihervaara 2015: 25.) Tämä vastuualueen muutos on Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa tunnistettu ja siihen vastaaminen on asetettu lähtökohdaksi vuonna 2016 julkaistussa strategiassa. Tavoitteeksi määritellään muun muassa tulevaisuuden *työelämätaitojen kehittäminen yhdessä työelämän kanssa, työelämäpedagogiikka sekä monialaiset oppimisympäristöt* (Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu 2017).

3 TOTEUTETTU OPISKELIJAYHTEISTYÖ

Uudenlaista oppimista ja opetusta sekä työelämätaitojen kehittämistä yhdessä työelämän kanssa edusti lähtökohdiltaan keväällä 2016 toteutettu Lindström Oy:n ja Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun yhteistyöprojekti, joka toimi lähtökohtana tälle opinnäytetyölle. Tässä kappaleessa esitellään toteutuneen yhteistyöprojektin lähtökohdat, vaiheet ja analyysi.

3.1 Projektin lähtökohdat ja tavoitteet

Sami Sinkko, Vice President, Sales & Markets Lindström Oy, piti syksyllä 2015 luentoja silloisessa Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa. Markkinoinnin lehtorin Sini Taimelan kanssa käytyjen keskusteluiden tuloksena heräsi kysymys, voisiko korkeakoulun ja yrityksen yhteistyö olla monitasoisempaa kuin nyt toteutuneet satunnaiset luennot ja opinnäytetyöt. Keskusteluista

noussut visio käsitti korkeakoulun ja yrityksen välisen yhteistyön luonnollisena vaiheittaisena jatkumona satunnaisten irrallisten projektien sijaan. Ensimmäisenä kokeiluna toteutettiin yhteistyöprojekti, jonka tavoitteena oli syvän asiakasymmärryksen saavuttaminen terveydenhuollon alalta. (Sinkko 2016; Taimela 2016.)

Kolme opiskelijatiimiä, yhteensä 7 henkeä, aloitti muutamia kuukausia kestäneen viiden opintopisteen projektin keväällä 2016. Ryhmä koostui ensimmäisen vuoden markkinoinnin ja liiketalouden opiskelijoista. Opiskelijat tarkensivat tutkimuskysymyksen ja valitsivat käyttämänsä tutkimusmenetelmät itse. Projektia tarjottiin opiskelijoille vaihtoehtoiseksi suoritusmuodoksi jo käynnissä oleille kurssille, lähtökohtaisesti sille osallistuminen oli kuitenkin vapaaehtoista. (Ibid.)

3.2 Tehtävänanto ja prosessi

Projektin runko koostui kolmesta päävaiheesta: briefistä, välipalautuksesta ja loppuarvioinnista. Yrityksen edustaja Sami Sinkko ja ohjaava opettaja Sini Taimela osallistuivat kumpikin projektin koordinointiin ja opiskelijoiden ohjaamiseen näiden puitteissa tasavertaisesti. Taimelan rooli korostui päävaiheiden välisinä aikoina tutkimusmenetelmien avaamisessa ja opiskelijoiden toiminnan ohjaamisessa. Kommunikoinnin tueksi oli luotu Facebook-ryhmä.

Sinkko kuvailee puhelinkeskustelussa 28.10.2016 opiskelijoille annettua tehtävänantoa seuraavasti: projektin puitteissa tahdottiin selvittää, mitä kuuluu terveydenhuollon ammattilaisen arkeen niin hyvänä kuin huononakin päivänä. Tutkimuskysymystä ei esitetty lopullisessa muodossaan briefin yhteydessä, vaan opiskelijat saivat määritellä sen ja käyttämänsä menetelmät itse. Projektiin valittiin tietoisesti uusi avoimempi tapa toimia, sillä tulvaisuudessa vastaavanlaiset itseohjautuvat toimintatavat korostunevat yhä enemmän. Tutkimuskysymykseksi muodostui: *Mistä koostuu terveydenhuollon ammattilaisen hyvä päivä?*

Laajempana tavoitteena oli selvittää, pystytäänkö opiskelijayhteistyössä tuottamaan asiakasymmärrystä ja uusien näkökulmien kautta (Sinkko 2016).

3.3 Opiskelijoiden kokemukset yhteistyöstä

Yhteistyöprojektiin osallistuneiden opiskelijoiden kokemusten ja toteutuneen yhteistyön kokonaiskuvan selvittämiseksi suoritettiin teemahaastatteluita marraskuussa 2016. Teemahaastattelussa, eli puolistrukturoidussa haastattelussa tutkimusongelmasta poimitaan aiheet tai teema-alueet, joita tutkimusongelmaan vastaamiseksi on välttämätöntä käsitellä. Teemojen käsittelyjärjestyksellä ei tutkimuksen kannalta ole merkitystä mutta tavoiteltavaa on, että vastaaja antaa oman kuvauksensa kaikista teema-alueista. Tutkijan tehtävä on huolehtia, että haastateltavat pysyvät teemojen aiheissa ja ryhmämuotoisessa haastattelussa kaikki pääsevät osallistumaan keskusteluun. (Vilka 2006: 101–103.)

Kaikki projektissa mukana olleet seitsemän opiskelijaa haastateltiin yksittäin tai alkuperäisissä ryhmissään. Opiskelijoiden teemahaastatteluun valittiin seuraavat kuusi teemaa:

1. Motivaatio projektiin osallistumiselle
2. Tehtävänanto ja sen selkeys
3. Tutkimustyöhön annetut välineet ja perehdytys
4. Valikoitujen tutkimusmenetelmien perustelut ja niiden toimivuus lopputuloksen kannalta
5. Yrityksen edustajan ja ohjaajan roolit ja toiminta projektin aikana
6. Ohjaajilta saatu palaute ja oma kokemus onnistumisesta

Toteutuneet haastattelut taltioitiin ja litteroitiin. Niiden tulokset esitetään seuraavassa ainoastaan aiheittaisina yhteenvetoina opiskelijoiden avoimuuden ja anonymiteetin turvaamiseksi.

3.3.1 Motivaatio projektiin osallistumiselle

Projektiin osallistumisen motiiveiksi opiskelijat mainitsivat verkostoitumisen yrityksen kanssa, kiinnostuksen projektimuotoista toteutusta kohtaan, suomenkielisen toteutuksen vaihtoehtona alkuperäiselle englanninkieliselle toteutukselle sekä sen, ettei kurssin läpäisyyn projektimuotoisena vaadittu tenttiä.

3.3.2 Tehtävänanto ja sen selkeys

Opiskelijat kertoivat ymmärtäneensä tehtävänannon kokonaiskuvan: tavoitteena oli selvittää, mitä kuuluu terveydenhuollon ammattilaisen hyvään päivään. Useat haastateltavat mainitsivat, etteivät ymmärtäneet Lindström Oy:n motiiveja tutkia terveydenhuollon ammattilaisen hyvää päivää eivätkä sitä, mihin tutkimustuloksia käytettäisiin. Osa haastatelluista kuvaili tutkimuksen tavoitteen puuttumisen vaikuttaneen negatiivisesti työskentelymotivaatioon.

3.3.3 Tutkimustyöhön annetut välineet ja perehdytys

Kaikki ryhmät kuvailivat useita viikkoja ja joissain tapauksissa projektin läpi kestänyttä epätietoisuutta siitä, miten ja millä välineillä tutkittavaa aihetta tulisi lähestyä. Opiskelijoille oltiin suositeltu kolmea käyttäjätutkimusta ja palvelumuotoilua käsittelevää kirjaa, mutta vain yksi haastatelluista kertoi syventyneensä niihin.

Suurin osa haastatelluista koki tutkimusmenetelmien määrittelemisen ja ymmärtämisen hankalaksi. Syiksi mainittiin ensimmäisen vuoden opiskelijoiden kokemattomuus tutkimuksen tekemisessä ja tutkimusmenetelmien valitsemisessa. Työskentelymenetelmät kuten ajatuskartta ja laputtaminen olivat joillekin opiskelijoista vieraita.

3.3.4 Valikoidut tutkimusmenetelmät ja niiden toimivuus

Ryhmät tekivät tutkimusta puhelinhaastatteluiden, teemahaastatteluiden, havainnoinnin ja osallistuvan havainnoinnin menetelmillä. Haastatteluita tehneet kokivat saaneensa parhaita tuloksia, kun haastateltava oli entuudestaan tuttu. Ennalta tuntemattomien henkilöiden kanssa haastattelut olivat jääneet pinnallisiksi. Opiskelijat olivat havainneet, etteivät terveydenhuollon ammattilaiset välttämättä kyenneet tunnistamaan ja pukemaan sanoiksi arjessaan olevia ongelmia rutinoitumisesta johtuen. Osallistuva havainnointi koettiin toimivaksi menetelmäksi yksittäisten ongelmien ja ongelmakohtien tunnistamiseen.

Osallistuvan havainnoinnin menetelmää käyttänyt ryhmä työskenteli kaksi päivää kahdessa erilaisessa ympäristössä: sairaalassa ja saattohoitoon erikois-

tuneessa hoitokodissa. Työskentelyn ohessa ryhmä oli käynyt tutkittavien kanssa teemoittain keskusteluita työskentelyn ympärillä. Näitä menetelmiä yhdistämällä ryhmä koki saavuttaneensa laajan ja yksityiskohtaisen kuvan tutkittavasta aiheesta. Menetelmä vaatii käyttäjiltään rohkeutta ja heittäytymistä sekä stressinsietokykyä. Ryhmän jäsenet kuvailivat työskentelyn aikana nähneensä ja kokeneensa useita voimakkaita tapahtumia ja yksityiskohtia, joiden käsitteleminen ei sopisi kaikille.

Kaikki haastatellut olivat tyytyväisiä ryhmänsä valitsemiin menetelmiin. Osa haastatelluista mainitsi käytettyjen menetelmien ja tulosten purkamisen olleen erittäin aikaa vievää, ja työtä oli jätetty liikaa palautusta edeltävälle ajanjaksolle. Kurssista saadun opintopistemäärän ei koettu vastaavan projektiin käytettyjä työtunteja, vaan työtä oli kaikkien mielestä tehty merkittävästi enemmän.

3.3.5 Yrityksen edustajan ja ohjaavan opettajan roolit ja toiminta yhteistyön aikana

Yrityksen edustajan kuvailtiin olleen innostunut ja innostava. Hänen koettiin toimineen projektissa enemmänkin suuntaviivojen näyttäjänä ja tulosten kommentoijana kuin ohjaajana. Yrityksen edustaja oli merkittävässä roolissa juuri tehtävänannon, välipalautuksen ja loppupalautuksen aikana.

Ohjaavan opettajan kerrottiin olleen hyvin tavoitettavissa ja innostuneesti mukana projektissa. Hänen kuvailtiin auttaneen ryhmiä ymmärtämään yrityksen edustajan suuntaviivoja ja tarjonneen uusia näkökulmia sekä vastauksia esitettyihin kysymyksiin.

3.3.6 Ohjaajilta saatu palaute suhteessa omaan onnistumisen kokemukseen

Kaikki ryhmät kertoivat saaneensa positiivista palautetta työskentelystään ja tuloksistaan. Väli- ja loppupalautuksissa saadusta positiivisesta palautteesta huolimatta kaksi kolmesta ryhmästä kuvaili, ettei ollut lainkaan varma, olivatko he toimineet kurssin aikana oikein ja oliko lopputulos yrityksen näkökulmasta tyydyttävä. Osa haastatelluista mainitsi, että he olisivat kaivanneet välipalautuksen yhteydessä konkreettisempia ohjeita siitä, miten työtä tulisi jatkaa.

Haastatellut korostivat jälleen, etteivät he ymmärtäneet mitä Lindström Oy tutkimustuloksilla teki ja oliko tehty tutkimustyö merkityksellistä. Tämän kerrottiin laskeneen työskentelymotivaatiota.

Yksi ryhmä kuvaili epäonnistumisen ja turhautumisen tunteita koettuaan asetetun tutkimuskysymyksen ja yrityksen edustajan tavoitteiden olevan ristiriidassa keskenään. Tutkimuskysymyksenä oli "Mistä koostuu terveydenhuollon ammattilaisen hyvä päivä?", kun taas yrityksen edustajan lähtökohtana koettiin olleen hygieniaan ja työturvallisuuteen liittyvien tarkkojen ongelmien löytäminen. Ryhmä koki tulostensa vastanneen hyvin esitettyyn tutkimuskysymykseen, mutta hygienian ja työturvallisuuden pienen painoarvon takia jääneen yrityksen edustajan mielestä muiden ryhmien tutkimusten varjoon. Tämän ristiriidan kerrottiin johtaneen siihen, ettei ryhmä ollut projektin lopussa enää halukas panostamaan siihen samalla intensiteetillä kuin tutkimuksen alussa. Päätökseen vaikutti myös käytettyjen työtuntien suuri määrä suhteessa kurssista saataviin opintopisteisiin.

3.4 Vertaileva tiedonkeruu

Työn ohjaaja oli tämän toimeksiannon yhteydessä esittänyt toiveen, että ideatuotantovaiheen lähtökohtana toimisi luvussa 3 esitellyssä opiskelijayhteistyössä tuotettu käyttäjäymmärrys. Projekti ja sen tutkimustulokset oli kiteytetty kolmeen noin kymmenensivuisen PowerPoint-esitykseen, joista kokonaiskuvaa ja käyttäjätutkimuksen laadukkuutta oli vaikea hahmottaa. Monet sivuista koostuivat vain ranskalaisilla viivoilla esitetyistä pääkohdista. Myös teema-haastatteluista noussut opiskelijoiden oma kokemus riittämättömistä taidoista tutkijoina johti päätökseen vertailevan tiedonkeruun tuottamisesta.

Vertailevalla tiedonkeruulla haluttiin selvittää, olivatko ensimmäisen vuoden opiskelijat kyenneet muodostamaan käyttäjistä ja heidän arjestaan riittävän kuvan sekä tuottamaan tarpeeksi laadukasta käyttäjäymmärrystä siirrettäväksi ideatuotantovaiheeseen. Opiskelijat olivat haastatteluissa kuvanneet tutkittavien vaikeuksia määritellä hyvän työpäivänsä elementtejä. Vertailun vuoksi aihetta lähestyttiin tällä kertaa negaation kautta ja tutkimuskysymys käännettiin muotoon: Mistä elementeistä koostuu terveydenhuollon ammattilaisen erityisen huono työpäivä? Tutkimus koostui neljän terveydenhuollon ammattilai-

sen teemahaastattelusta. Kahdelle haastateltavista annettiin etukäteen tehtäväksi kuvailla huonoa päiväänsä kirjallisesti ohjeen mukaan (kts. liite 1), ja kaksi osallistui teemahaastatteluun ilman ennakkotehtävää. Ennakkotehtävän tehneiden tuottamasta materiaalista nostettiin yksityiskohtia, joita tarkennettiin edelleen teemahaastattelussa. Ennakkotehtävässä esitellyt aiheet toimivat kaikkien haastatteluiden teemoina.

Haastattelut taltioitiin ja litteroitiin. Niissä toistuvia laajempia teemoja olivat *kiire, hankalat omaiset, palkkaus, riittämättömyyden tunne, oma jaksaminen sekä henkinen ja fyysinen kuormittuminen*. Konkreettisempia ideatuotantovaiheeseen sopivia ongelmia nousi kolmesta aiheesta:

Kotihoito. Tulevaisuudessa vanhustenhoito siirtyy yhä enemmän kotihoidon puolelle. Ihmisten asunnoissa toimintaympäristön hygienia ei koskaan ole laitojen tasoista. Vaatteiden kontaminaatoriski on suuri, eikä vaatteiden vaihtaminen kotihoidon olosuhteissa ole aina yksinkertaista. Potilailla on ärhäköitä viruksia, joiden siirtymisen pisteestä toiseen ja pahimmillaan kotiin koettiin olevan suuri riski. Kaikilla kotihoidossa työskentelevillä sijaisilla ei ole työvaatteita. Tämä koettiin turvallisuusriskiksi, sillä kenen tahansa hoitajaksi esittävyn on mahdollista päästä vanhuksen asuntoon.

Laitosmaisesta kodinomaiseksi. Monia Lindström Oy:n ja sen tytäryhtiön Comfortan tuotteita, kuten käsidesejä, käsipyyherullia, työvaatteita, potilasvaatteita ja vuodevaatteita kuvailtiin laitosmaisiksi. Hoitolaitosympäristöä kuvailtiin pitkäaikaissairaana ihmisen näkökulmasta ahdistavana. Osan potilaista kerrottiin olevan ehdollistuneita sairaalatekstiileille ja väreille siinä määrin, että ne aiheuttavat potilaille pahoinvointia ja ahdistusta. Osassa laitoksista tämä on huomioitu pyrkimällä kodinomaisemman ympäristön luomiseen hankkimalla sairaalatekstiilien sijaan koteihin suunnattuja tuotteita. Kodinomaisempien tuotteiden uskottiin tulevaisuudessa sopivan myös paremmin kotihoidon tarpeisiin.

Aseptinen omatunto. Hygienen ja aseptiikan toteutumisen koettiin olevan enimmäkseen riippuvainen sairaanhoidon ammattilaisen omista käytännöistä ja ammatillisesta omastatunnosta. Tartuntoja ja sairaalabakteereita voitaisiin

vähentää, mikäli hygienian toteuttamista tuettaisiin ja sen valvontaa parannettaisiin.

Yksittäisiä ongelmia ja parannusehdotuksia olivat esimerkiksi taskujen huono sijoittelu ja väärä koko sekä potilasvaatteiden päätyminen pesulan kautta aina uudelleen kiertoon pikkuvikaisina. Ongelmaksi koettiin myös työvaatteiden valitseminen enemmistön päätöksellä niin, etteivät ne vastaa kaikkien odotuksia sekä omien ja työvaatteiden säilyttäminen samassa pukukaapissa, jolloin virusten ja bakteerien mahdollinen kotiin kulkeutuminen on todennäköistä. Työasuun toivottiin sukkia ja työvaatteiden värillä kerrottiin olevan suuri merkitys. Kotihoitoon toivottiin tapaa suojata hiuksia hajutartunnoilta.

Vertailevan tutkimuksen johtopäätelmiä olivat, ettei ennakkotehtävän teettämisellä saavutettu kovinkaan suurta informatiivista lisäarvoa. Kirjallisen osuuden tuottaminen vaati tutkittavilta lisäksi huomattavasti enemmän sitoutumista ja aikaa. Ilman ennakkotehtävää tehdyissä teemahaastatteluissa oli yhtä lailla mahdollista tarkentaa esille tulleita yksityiskohtia. Eri menetelmien toimivuus onkin paljolti tutkijan ominaisuuksista kiinni: ennakkotehtävän teettäminen voisi aloittelevalle tutkijalle antaa aikaa ajatustyölle ja tuoda varmuutta täsmällisten lisäkysymysten esittämiseen.

Suhteessa ensimmäiseen käyttäjätutkimukseen nyt saaduissa tutkimustuloksissa oli paljon samankaltaisuuksia varsinkin yksityiskohtien osalta. Alkuperäisen tutkimuksen tehneet opiskelijat esittelivät suullisesti työnsä ja tuloksensa luvussa 4 esitellyssä työpajassa. Esitysten yhteydessä selvisi, että tehty tutkimus ja sen tulokset olivat huomattavasti laadukkaampia kuin PowerPointesitykset antoivat ymmärtää. Tämä oli merkittävä havainto, jonka johtopäätöksenä voitiin todeta, että ensimmäisen vuoden opiskelijoilla oli kyky saavuttaa riittävää käyttäjäymmärrystä, mutta tutkimuksen raportointitaidoissa oli merkittäviä puutteita. Tutkimustyötä opiskelijalähtöisesti toteutettaessa on tärkeää korostaa tutkimusprosessin ja tulosten tarkkaa ja oikeellista taltioimista jolloin saavutettu käyttäjäymmärrys on mahdollista siirtää kolmannelle osapuolelle. Nyt luotavan toimintamallin näkökulmasta käyttäjäymmärryksen asianmukainen siirtäminen kolmannelle osapuolelle on merkityksellistä.

4 KÄYTTÄJÄTUTKIMUKSEN TULOSTEN ARVOTTAMINEN

Yhteissuunnittelutyöpajat ovat varsinkin suunnittelun alkuvaiheessa toimiva tapa etsiä suunnitteluongelmia ja kehitysmahdollisuuksia osallistamalla moninainen joukko ihmisiä. Yhteissuunnittelulle tyypillisiä vaiheita ovat esittely, lämmittely/virittäytyminen, yhteissuunnittelu, esitykset ja loppukeskustelu. *Suunnittelutehtävään liittyy kiinnostavien teemojen etsimistä, ilmiöiden ryhmittelyä, nimeämistä ja priorisointi, kokonaisuuksien muodostamista usein sirpaleisesta käyttäjätutkimusaineistosta.* (Miettinen 2011: 80–81.)

Käyttäjätutkimuksen tuloksista oli määrä yksi valita aihe, joka soveltuisi ideatuotantovaiheeseen. Aiheen ja siitä johdetun ratkaistavan ongelman tulisi olla merkittävä sekä Lindström Oy:n, loppukäyttäjän että asiakkaan näkökulmasta. Teeman määrittelemiseksi pidettiin yhteiskehittämistyöpaja, johon osallistui neljä opiskelijaa muotoilun ja markkinoinnin aloilta sekä kolme henkilöä Lindströmin Kaakkois-Suomen yksiköstä. Kahdella osallistujista oli lisäksi taustalla terveydenhuollon ammattitutkinto.

4.1 Yhteiskehittämistyöpajan tavoitteet ja menetelmät

Joulukuussa 2016 järjestetyn työpajan tavoitteena oli määritellä opiskelijoiden tutkimustuloksista merkittävimmät teemat ja kiteyttää ne innovaatiokilpailuun soveltuviksi kysymyksiksi.



Kuva 6. Yhteissuunnittelutyöpajan vaiheet (Purola 2016)

Työpaja aloitettiin esittelyillä ja lämmittelytehtävällä. Lämmittelytehtävän tavoitteena oli virittää osallistujat työpajan aiheeseen sekä johdatella terveydenhuollon ammattilaisen maailmaan empatian kautta (Miettinen 2011:81). Osallistujat arpoivat itselleen ammatin sekä asian, esineen tai tapahtuman. Tämän jälkeen he kertoivat, minkä alan ammattilaisia ovat ja kuvailivat ongelmaa,

jonka kohtasivat työpäivänsä aikana liittyen asiaan, esineeseen tai tapahtumaan. Esimerkiksi fysioterapeutin ammatin ja työhousut saanut henkilö kuvaili puuvillaisten housujensa joustamattomuutta ongelmaksi fyysisessä liikkuvuutta vaativassa työssä ja hammaslääkäri kertoi taskujensa revenneiden ompeluiden takia niistä tippuvan tärkeitä tavaroita.

Toisessa vaiheessa käyttäjätutkimuksen tehneet opiskelijat esittelivät tutkimustuloksensa. Myös luvussa 3.4 esitellyn vertailevan tiedonkeruun tulokset esiteltiin fasilitoijan toimesta. Esitelmien aikana muut osallistujat kirjasivat ylös sekä merkityksellisempiä laajempia teemoja A3-kokoisille paperille että yksittäisiä pienempiä ongelmia ja asioita Post-It-lapuille. Osallistujat esittelivät teemansa ja niiden perustelut suullisesti sekä valitsivat teemoistaan tärkeimmät seinälle kiinnitettäväksi. Kun kaikki teemat olivat seinällä, kiinnitettiin niihin sopivia Post-It-lapuille kirjattuja yksityiskohtia ja pienempiä ongelmia. Kolmannessa vaiheessa teemoista keskusteltiin ja toisiinsa selkeästi liittyvät teemat yhdistettiin suuremmiksi kokonaisuuksiksi. Tuulaniemi esittelee samankaltaisuuskaavion yhtenä asiakasymmärryksen jäsentämisen keinona: tutkimuksessa nousseesta tiedosta on etsitty samankaltaisuuksia ja ne on ryhmitelty teemojen alle. Ryhmittely korostaa olennaisia asioita. Työkalun etuna on, että kaaviosta voidaan kerralla nähdä kaikki käyttäjille merkitykselliset aiheet. (Tuulaniemi 2011: 154.)

Neljännessä vaiheessa osallistujat jaettiin sekatiimeihin, jotka tuottivat ja kirjasivat ylös sekä kiinnittivät seinälle teemoista nousevia kysymyksiä (questorming). *Questorming toimii perinteisellä brainstormingin periaatteella sillä erotuksella, että ratkaisuideoiden sijaan pyritään generoimaan kysymyksiä. Tarkoituksena on määritellä parhaat mahdolliset kysymykset (ns. metakysymykset) ongelman ratkaisemiseksi. Osallistujille kerrotaan ongelma, johon ratkaisua haetaan. He ideoivat ongelmaan liittyviä kysymyksiä Post-it-lapuille, jotka liimataan näkyville. Lopulta kysymyksistä rajataan parhaat, joihin lähdetään ideoimaan vastauksia.* (Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun, Espoon kaupunki 2013.) Kysymykset ja niiden taustalla olevat ajatukset avattiin muille keskustelun avulla.

Questorming toistettiin tiimeissä. Tällä kertaa tavoitteena oli yhdistää jo tuotettuja kysymyksiä laajemmiksi metakysymyksiksi. Lopulta jokaiselle teemalle valittiin yksi pääkysymys avoimen keskustelun pohjalta. Seuraavaksi suoritettiin pisteytys, jonka seurauksena kolme teemaa valikoitui seuraavaan vaiheeseen, joka esitellään luvussa 4.4.

Lopuksi osallistujat antoivat palautteen työpajan onnistumisesta kirjallisena (kts. liite 3). Työpajan palaute ja onnistuminen käydään läpi kappaleessa 4.3.

4.2 Työpajassa määritellyt teemat ja kysymykset

Esitysten aikana kirjattuja ja seinälle kiinnitettäväksi valittuja teemoja olivat aika, hygienia, käyttäjälähtöisyys, raha, keho tiedonsiirto, tunteet ja mielikuvat, itseään ruokkiva resurssipula ja henkilökuntapula. Toisiinsa selkeästi liittyvät teemat yhdistettiin suuremmiksi kokonaisuuksiksi keskustelun kautta.

Ensimmäisen teeman muodostivat **raha, aika ja keho tiedonsiirto**. Teemasta muodostettuja kysymyksiä ensimmäisessä vaiheessa olivat:

- Mihin rahan käyttö tulisi priorisoida?
- Jos resursseja lisätään, säästääkö se rahaa?
- Voisiko olla terveydenhuollon järjestelmä, joka olisi helppokäyttöinen, nopea ja kaikille sama?
- Voisiko raportoinnin tehdä jo asiakkaan kanssa ollessa?
- Miten helpottaa kommunikointia työyhteisössä?

Näistä edelleen johdetut laajemmat metakysymykset olivat:

- Kuinka luoda kanava, joka kommunikoi Lindströmin palveluiden ja hoitopalveluiden kanssa?
- Millaisella työvaatepalvelulla voidaan lisätä hygieenisyyttä, työhyvinvointia, mielikuvaa ja säästää rahaa pitkällä aikavälillä?
- Millaisilla työvälineillä ja niiden saatavuudella parannetaan pukeutumista, työhyvinvointia ja -turvallisuutta, resurssipulaa ja työn tekemisen valvontaa?

Toisen teeman muodostivat **hygienia** ja **käyttäjälähtöisyys**, johon liittyvät ensimmäisen vaiheen kysymykset olivat:

- Miten hygieenisyydestä tulisi itsestäänselvyys?
- Kenellä on vastuu hygienian noudattamisesta?
- Millä tehdä hygieenisyydestä helppoa?

Aiheesta johdettuja metakysymyksiä olivat:

- Voisiko henkilökohtaisen hygienian toteutumista varmistaa ja edesauttaa joillakin menetelmillä?
- Mitä kaikkia muita tapoja ylläpitää hygieenisyyttä kuin pelkkä desinfiointiaine?

Kolmannen teeman muodostivat **tunteet ja mielikuvat, henkilökuntapula, itseään ruokkiva resurssipula ja käyttäjälähtöisyys**. Käyttäjälähtöisyys haettiin liittää sekä aiheisiin kaksi että kolme. Aiheesta kolme tuotettuja kysymyksiä olivat:

- Millä keinoin parantaa motivaatiota ja hyvinvointia?
- Mikä tekee hoitajalle ja potilaalle tyytyväisen olon?
- Kuinka saadaan potilaat ja ammattilaiset mukaan suunnitteluun?
- Säästetäänkö oikeilla työvälineillä resursseja?
- Kuka tekee päätökset?
- Kuinka sijaistyövoiman asianmukainen toiminta varmistetaan?
- Kuinka työpäivää voisi porrastaa?

Aiheesta kolme johdetut metakysymykset olivat:

- Kuinka Lindström voitaisiin kokea merkittäväksi yhteistyökumppaniksi ja otettaisiin mukaan jo terveydenhuollon palveluita ja rakennuksia suunnitellessa?
- Voisiko vaatteissa olla elementtejä, jotka luovat arvostuksen tunnetta ja motivaatiota kantajalleen?

Jokaista teemaa edustamaan valittiin yksi kysymys avoimen keskustelun kautta. Osallistujat pisteyttivät kysymykset niin, että merkittävin sai kaksi, toiseksi

merkittävin yhden ja kolmanneksi merkittävin nolla pistettä. Valitut kysymykset ja niiden saamat pisteet teemoittain olivat:

- Teema 1: Millaisella työvaatepalvelulla voidaan lisätä hygieenisyyttä, työhyvinvointia, mielikuvaa ja säästää rahaa pitkällä aikavälillä? (8 pistettä)
- Teema 2: Voisiko henkilökohtaisen hygienian toteutumista varmistaa ja edesauttaa joillakin menetelmillä? (7 pistettä)
- Teema 3: Kuinka Lindström voitaisiin kokea merkittäväksi yhteistyökumppaniksi ja otettaisiin mukaan jo terveydenhuollon palveluita ja rakennuksia suunnitellessa?(6 pistettä)

Yhteissuunnittelutyöpajaan oli määrä osallistaa myös loppukäyttäjiä mahdollisimman validin lopputuloksen saamiseksi. Terveysthuollon ammattilaisten osallistuminen virka-aikana järjestettyyn työpajaan osoittautui kuitenkin haasteelliseksi, ja muutamat työpajaan ilmoittautuneet henkilöt peruivat tulonsa viime hetkellä henkilökohtaisten syiden takia. Työpajan alkuperäisenä tavoitteena oli määrittää vain yksi teema ja tuottaa siitä innovaatiokilpailuun soveltuva kysymys. Terveysthuollon ammattilaisten, eli loppukäyttäjän näkemyksen puutteellisuus johti päätökseen, että työpajassa tuotettiin yhden sijaan kolme teemaa ja lopullinen arvottaminen suoritettiin vasta loppukäyttäjän toimesta luvussa 4.4 esitetyllä tavalla.

4.3 Työpajan palaute ja toimivuus konseptin näkökulmasta

Työpajasta saadut palautteet (kts. liite 3) olivat kaikkien osallistujien osalta positiivisia. Käytetyt menetelmät koettiin toimiviksi, aikataulut oli ollut hyvä ja kompakti ja myös lopputuloksiin oltiin tyytyväisiä. Työpajan kerrottiin tuottaneen hyvää keskustelua sekä uusia näkökulmia ja työskentelytapoja omaan työhön ja toimintaan.

Palautteen (kts. liite 3) kohdassa 7. kuvaillaan työpajassa syntynyttä tunnetta: ”Tuli fiilis mahdollisuudesta luoda jotain uutta ja mullistavaa”, sekä kiiteltiin Lindström Oy:n vahvaa edustusta. Työpajan voisi sijoittaa innovaatiokonseptissa käyttäjätutkimuksen loppupalautuksen yhteyteen. Näin työpaja tukisi käyttäjätutkimusta tehneiden opiskelijoiden tunnetta työnsä merkityksellisyy-

destä sekä välittäisi kuvan yrityksen sitoutumisesta ja kiinnostuksesta projektia kohtaan.

Luvussa 5.3.2 esitellyssä opiskelijoiden pienryhmätyöskentelyn tuloksissa määritellään mielekkään yritys yhteistyön elementeiksi seuraavat: ”**sitoutunut yhteistyöyritys, joka oikeasti haluaa tehdä yhteistyötä ja toteuttaa idean**” sekä ”**yritys on sitoutunut ja innostunut opiskelijoiden tuotoksista.**” Voidaankin siis todeta, että toteutettu työpaja tukee myös mielekkään yritys yhteistyön syntymistä opiskelijoiden näkökulmasta.

4.4 Teeman valinta

Aiemmin luvussa 4 esitellyssä työpajassa tuotettiin kolme teemaa, joista yksi oli määrä valita ideatuotantovaiheeseen. Valintaa varten luotiin kyselylomakettutkimus Kyselynetti.com-sivustolle (kts. liite 4). www-kyselyn tarkoituksena oli tavoittaa mahdollisimman laaja joukko terveydenhuollon ammattilaisia kattavan näkökulman saamiseksi. Kyselyyn vastasi 55 henkilöä, jotka edustivat 14 eri ammattia. Kyselyyn vastanneista valtaosa oli lähihoitajia ja sairaanhoitajia ja 63 % työskenteli julkisella sektorilla.

Kysely sisälsi yhteensä viisi kysymystä, joista kaksi oli ammattia ja työnantajaa koskevia taustakysymyksiä. Kyselyyn vastaaminen kesti muutaman minuutin.

Kyselyn ensimmäisessä versiossa vastaajia pyydettiin valitsemaan työpajassa tuotetuista kysymyksistä se, jonka ratkaiseminen tuottaisi heille eniten arvoa työssään. Seuraavaksi pyydettiin perustelemaan valintaa. Kyselyyn vastasi muutamia testihenkilöitä ennen sen julkaisemista. Testihenkilöiden kommentit olivat yhteneviä: he kertoivat olleensa hämmentyneitä siitä, miksi kysymys sisälsi vastausvaihtoehtoina kolme lisäkysymystä. Lisäksi mainittiin halusta vastata kaikkiin esitettyihin kysymyksiin seuraavan avoimen vastauskentän kohdalla.

Kyselyn selkeyttämiseksi työpajassa valituista kolmesta kysymyksestä johdettiin kolme väittämää, joista pyydettiin valitsemaan merkittävintä. Väittämät muodostettiin työpajassa kunkin kysymyksen osalta käytyjen avoimien keskustel-

luiden pohjalta sekä käyttäjätutkimuksista poimituista aiheeseen liittyvistä kommentteista. Väittämät olivat:

1. Tarjolla ei aina ole sopivia työvaatteita. Tekstiili- ja hygieniapalveluihin liittyvistä yksittäisissä tuotteissa tai palveluissa olevista ongelmista jää palaute antamatta. Työpaikan ja tekstiilipalvelun välillä tulisi kulkea jatkuvasti reaaliaikainen tieto siitä, mitä kokoja ja värejä on hyllyssä, mitä pesussa ja mitä kierrossa. Se tarjoaisi myös mahdollisuuden yksilöllisempään palveluun yksittäisen työntekijän kohdalla ja olisi suora kanava palautteen antoon.
2. Hygienian ja aseptiikan toteutuminen hoitotyössä perustuu työntekijän ammatilliseen omaantuntoon sekä hyvin toteutuneeseen työskentelyjärjestykseen. Hygienia ei aina toteudu parhaalla mahdollisella tavalla. Hygienian toteutumiseen ja toteutumisen valvottavuuteen kaivattaisiin lisää ratkaisuja. Hygieenisyydestä pitäisi tehdä helppoa.
3. Ottamalla huomioon hygienia- ja tekstiilipalvelut jo terveydenhuollon palveluiden ja rakennusten suunnitteluvaiheessa saataisiin niihin liittyvät ongelmat minimoitua.

Selkeä enemmistö, 55 % vastanneista valitsi merkittävimmäksi hygieniaa ja aseptiikkaa käsittelevän väittämän (2). Toiseksi merkittävin (27 %) oli väittämä 1. joka käsitteli työvaatteita. Väittämän kaksi perusteluita olivat esimerkiksi:

” Hoitoon liittyvillä eli sairaalainfektioilla on huomattava merkitys sekä yksilötasolla että yhteiskunnantasolla. Yksilötasolla sairaalainfektiot pitkittävät ja mutkistavat hoitoa, tuottavat turhaa lääkärin määräämistä ja pahimmillaan johtavat kuolemaan. Sairaalainfektioiden taloudelliset vaikutukset ovat merkittäviä niin hoitopäivien kuin työstä poissaolopäivien ja hoitokustannusten lisääntyessä. Eri- laisten resistenssien (antibioteille vastustuskykyisten) mikrobikantojen kehittyminen on sekä kansanterveydellinen että laajemminkin globaalinen uhka.”

”Ensihoidossa työskennellessä aseptinen ja hygieeninen työskentely on monesti haastavaa. Vaatteita ei pääse vaihtamaan vasta kun omalla asemalla, joskus voi saada vaihtovaatteet toiselta asemalta tai sairaalasta. Usein kannakaiset reput lasketaan kohteessa lattialle tai maahan, ja niiden puhtaana pitäminen voi olla haastavaa. Vaatteiden vaihtaminen puhtaisiin on työntekijän omalla vastuulla, ja jokaisella työntekijällä on oma käsitys hygieniasta. Samat vaatteet päällä käydään myös esimerkiksi kaupassa ja saatetaan mennä myös vuorosta kotiin.”

“Hygienia ja aseptiikka ovat Suomessa hyvällä tasolla päinvastoin kuin väittämässä sanotaan. Tästä huolimatta aseptiikan ja hygienian toteutus on niin hyvää kuin toteuttajansakin. Hygienian ja aseptiikan tasoa pitäisi pystyä seuramaan ja arvioimaan osana päivittäistä työskentelyä. Nyt arviointi tapahtuu usein jälkikäteen, kun aseptiikka tai hygienia on pettänyt.”

Terveystieteiden ammattilaisille suunnatun kyselyn perusteella innovaatiokilpailun aiheeksi valikoitui hygieniaa ja aseptiikkaa koskeva aihe, kun taas työpajassa tehdyn pisteytyksen mukaan aiheeksi olisi valikoitunut työvaatepalveluita koskeva. Voidaankin olettaa, että mikäli loppukäyttäjän näkökulma olisi ollut edustettuna työpajassa, sen tulokset olisivat olleet erilaiset. Loppukäyttäjän osallistaminen joko yhteiskehittämistyöpajaan tai aiheiden priorisointiin muulla keinoin voidaan pitää välttämättömänä.

5 OPISKELIJOIDEN MOTIVAATIO ONNISTUMISEN KESKIÖSSÄ

Opiskelijoiden motiivit ja motivaatio työn tekemiselle ja yritys yhteistyölle ovat lopputuloksen laadukkuuden näkökulmasta merkittävässä roolissa. Motivaatiotekijöiden ja aiempien kokemusten selvittämiseksi luotiin kyselylomaketutkimus Kyselynetti.com-alustalle. Sen tulokset esitellään kokonaisuudessaan liitteessä 2. Kvantitatiiviseen kyselylomaketutkimukseen yhdistettiin myös kvalitatiivinen pienryhmätyöskentely, joka esitellään luvussa 5.3. Valitsemalla monimenetelmäinen lähestymistapa tutkittavaan aiheeseen, voidaan tutkimuksen triangulaatiota eli luotettavuutta parantaa (Vilkkä 2005: 53–54).

5.1 Kyselylomaketutkimus

Kvantitatiivisen tutkimuksen yleisin tiedonkeruumenetelmä on kyselylomaketutkimus, josta voidaan käyttää myös laajempaa termiä Survey-tutkimus. Survey-tutkimuksella voidaan tarkoittaa erityyppisiä tutkimuksia: suuren rajatun kohderyhmän tutkimista ja esimerkiksi sen käsitysten, mielipiteiden, arvojen ja asenteiden kuvaamista tai kyselymenetelmän käyttämisestä tutkimusmenetelmänä (Anttila 2000, 237, 251; Kananen 2011: 12).

Kyselyn tavoitteena on tuottaa isosta perusjoukosta eräänlainen pienoismalli, ja se toteutetaan aina harkittuun otokseen perustuen. Jotta tutkimustulos olisi luotettava, on otoksen kuvattava mahdollisimman todenmukaisesti koko perusjoukkoa. Onnistuneen ja luotettavan kyselyn toteuttamiseksi vaaditaan myös oikein asetettuja, tarkkaan harkittuja yksiselitteisiä kysymyksiä. Kyselyä valmisteltaessa on huomioitava kysymysten määrä ja vastaamiseen käytettävä aika, sekä rakennettava kysymysten järjestys ylläpitämään vastaajaan mielenkiintoa koko vastausprosessin ajan. (Anttila 2000, 238; Aaltola & Valli 2007, 102—105.)

Kyselylomaketutkimuksen rakennesuositusten mukaisesti kysely aloitettiin taustakysymyksillä ja perustiedoilla, jotka toimivat lämmittelykysymyksinä johdatellen vastaajaa aiheeseen. Taustakysymysten jälkeen sijoitettiin vastausmuodoltaan helpot (monivalinta, kyllä/ei) kysymykset. Vasta näiden jälkeen tulivat vapaamuotoisesti vastattavat vaikeammat kysymykset. Kyselyn loppuun oli sijoitettu muutama helppo jäähdyttelyvaiheen kysymys. (Aaltola & Valli 2007, 102—105.) Kysely sisälsi yhteensä 19 kysymystä, joista suurin osa oli vastausmuodoltaan helppoja kyllä/ei- tai monivalintakysymyksiä. Ennen julkaisua kysely testattiin muutamilla koehenkilöillä, joilta kului noin 8 minuuttia sen täyttämiseen. Toteutetun kyselytutkimuksen muoto oli www-kysely, johon vastaaminen voitiin toteuttaa omatoimisesti niin, ettei se vaatinut tutkijan läsnäoloa. Validin tutkimustuloksen saamiseksi vastaajien vähimmäismääräksi määriteltiin 50.

Kyselyn kohderyhmän ja perusjoukon muodostivat käyttäjätutkimusta ja yritysyhteistyöprojekteja opintojensa aikana toteuttaneet opiskelijat. Kysely jaettiin Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun opiskelijoiden yhteisessä Facebook-ryhmässä sekä sähköpostitse kaikille ammattikorkeakoulun opiskelijoille kampussihteerin avustuksella. Aaltoyliopiston opiskelijoille kysely jaettiin yhteyshenkilöiden kautta opiskelijaryhmien yhteydenpitokanaviin Facebookissa ja WhatsUp-viestiohjelmassa.

5.2 Kyselylomaketutkimuksen tulokset

Kyselyyn vastasi 67 henkilöä, joista 53 täytti kyselyn loppuun asti. Vastaajista yli 70 % oli naisia ja yli puolet sijoittui ikävälille 19-25 vuotta. Kolme neljäsosaa

vastauksista oli jakaantunut tasaisesti toisen, kolmannen ja neljännen vuosikurssin välillä. Viimeisen neljänneksen muodostivat ensimmäisen vuoden opiskelijat sekä hiljattain valmistuneet. Suurin osa vastanneista opiskeli ammattikorkeakoulussa.

Käyttäjätutkimuksen menetelmistä kaksi eniten käytettyä olivat kyselyt ja haastattelut. Tiedon keräämisen kannalta hyödyllisimmät menetelmät olivat kuitenkin kasvokkain keskustelu, toiminnan tarkkailu ja toimintaan osallistuminen.

Yli 90 % vastaajista arvioi opiskelijastatuksensa helpottavan käyttäjätiedon keräämistä. Perusteluiksi mainittiin esimerkiksi se, että opiskelijana tehdyn kyselyn mielletään olevan muista tahoista riippumaton ja aidosti tutkimusta varten tehty. Myös tutkittavien avoimempi, avuliaampi ja ennakkoluulottomampi suhtautuminen opiskelijaan koettiin merkitykselliseksi.

Onnistuneen lopputuloksen kannalta merkittävimpiä asioita olivat vastaajien mielestä selkeät ja ymmärrettävät tavoitteet, tarpeiden mukaan saatava ohjaus ja tuki, riittävä aika työskentelylle sekä aiheen kiinnostavuus. Vastaajat pitivät merkittävänä sekä positiivisen että rakentavan palautteen saamista työskentelyn aikana.

Ohjaajan rooli motivaation ylläpitämisen näkökulmasta asteikolla 1–5 oli 3,54 eli merkityksellinen. Ohjaajan tärkeimmäksi ominaisuudeksi määriteltiin rakentavan palautteen antaminen. Muita merkittäviä ominaisuuksia olivat innostuneisuus, kannustavuus ja tavoitettavuus. Selvä enemmistö, 77,6 % vastanneista, halusi määritellä tutkimuskysymyksen ja käytettävät menetelmät itse. Rahallisen palkitsemisen mittariksi valittiin tietyt laatuksiteerit täyttävä työ. Yli 80 % vastanneista uskoi pääsevänsä parempaan lopputulokseen jakamalla tietoa ja ideoita kuin työskentelemällä itsenäisesti.

5.3 Pienryhmätyöskentely: tavoitteena mielekäs yritys yhteistyö

Kvalitatiiviseksi eli laadulliseksi tutkimusmenetelmäksi valikoitui pienryhmätyöskentely, johon osallistui yhteensä viisi opiskelijaa muotoilun ja markkinoinnin aloilta. Työpajan tavoitteena oli tuottaa määritelmä mielekkäästä yritys-

teistyöstä opiskelijan näkökulmasta. Työpajan menetelmäksi valittiin 'Reverse-it' eli käänteinen ideointi (Design Games s.a.; Wilson 2011). Idea menetelmän valitsemisesta tuli työn ohjaajana toimineelta Lindström Oy:n palvelumuotoilijalta Teija Hakaojalta (2017), joka kertoi käyttäneensä käänteisen ideoinnin menetelmää työssään menestyksekkäästi.

Työpajan lämmittely- ja tunnelmaan johdattelevana tutustumistehtävänä osallistujat pelasivat Cards Against Humanity -peliä, joka nojaa voimakkaasti ironiaan, sarkasmiin ja käänteiseen huumoriin.

5.3.1 Käänteinen ideointi ja työpajan rakenne

Menetelmän lähtökohtana on lähestyä ratkaistavaa ongelmaa käänteisesti. Sen sijaan, että osallistujille esitettäisiin kysymys, ”Kuinka voisimme ratkaista ongelman X?” heille esitetäänkin kysymys ”Kuinka voisimme pahentaa ongelmaa X entisestään?”. Menetelmän eduiksi voidaan mainita, että kriittisyyden kautta ongelmien lähestyminen ja ideointi voi joissain tapauksissa olla helpompaa, innostavampaa sekä hauskempaa. Osallistujien on helppo sisäistää perusidealtaan yksinkertainen menetelmä. Menetelmä on kuitenkin aikaa vievä, sillä käänteisten ideoiden tuottaminen ja uudelleen kääntäminen on toteutettava laadukasti. (Elmansy 2015; Wilson 2011.)

Käänteisen ideoinnin menetelmä koostuu viidestä vaiheesta: 1) ongelman esittely ja työpajan tavoitteen määrittely 2) käänteisten ideoiden tuottaminen 3) käänteisten vastausten kokoaminen 4) käänteisten ideoiden analysointi ja niiden kääntäminen ratkaisuksi 5) parhaiden ratkaisujen etsiminen (Elmansy 2015.)



Kuva 7. Käänteisen ideoinnin prosessi (Elmansy 2015)

Vaiheessa kaksi osallistujaa tuottivat ideoita pääaiheesta ”Millainen yritysyhteistyö osana opintoja olisi mahdollisimman epämiellyttävä?” Pääaihe oli jaettu kymmeneen osa-alueeseen:

1. **Yritys:** Millainen olisi yritys, jolle et haluaisi työskennellä?
2. **Motiivit:** Miksi joutuisit osallistumaan tälle kurssille?
3. **Brief:** Kuinka tehtävänanto voitaisiin esittää niin, että sinun on vaikea työskennellä?
4. **Tiimi:** Millaisen tiimin kanssa sinun olisi vaikea työskennellä? Mikä rooli olisi tiimissä?
5. **Tutkimus:** Miksi tutkimustyösi ei etene? Miksi tutkimuksen tulokset ovat kyseenalaisia?
6. **Ohjaaja:** Miten ohjaaja voisi vaikuttaa työskentelyysi negatiivisesti?
7. **Palautte:** Millaisella palautteella yrityksen edustaja voisi vaikuttaa negatiivisesti työskentelyysi?
8. **Lopputulokset:** Mikä on kaikkien näiden tekijöiden lopputulema?
9. **Loppupalautte:** Millaisen loppupalautteen jälkeen sinulla olisi epäonnistunut olo? Miksi ajattelet, ettet enää koskaan osallistu vastaavanlaiselle kurssille?
10. **Palkitseminen:** Miksi työ tuntui kohtuuttomalta?

Jokainen osallistuja tuotti vastauksensa kirjallisena yksi aihe kerrallaan. Vastaukset kerättiin aina aihealueiden välissä.

Ideoiden analysointi ja niiden kääntäminen ratkaisuksi, toteutettiin jakamalla vastauspaperit takaisin osallistujille yksi aihealue kerrallaan. Laajemman näkökulman saamiseksi jokainen osallistuja sai tulkittavakseen toisen henkilön vastaukset. Niistä johdetut ratkaisut eli mielekkään yritysyhteistyön elementit kirjattiin ylös samalle paperille.

Työpajan lopuksi osallistujia pyydettiin kiteyttämään ja kirjaamaan päällimmäiseksi mieleen jääneet ja merkityksellisimmät yritysyhteistyön elementit.

5.3.2 Työpajan tulokset ja johtopäätökset

Mielekkään yritysyhteistyön elementtejä opiskelijoiden näkökulmasta olivat aihealueittain seuraavat:

1. **Yritys:** Hyvämaineinen, eettisesti oikealla pohjalla oleva ja menestynyt yhteistyöyritys, johon mahdollisuus työllistyä.
2. **Motiivit:** Osallistuminen on ollut vapaaehtoista. Aihe on kiinnostava ja esitellään innostavasti. Innostus johtaa aktiiviseen työskentelyyn ja hy-

viin lopputuloksiin. Työskentely ja aihe tukevat opiskelijan tulevaisuuden tavoitteita.

3. **Brief:** Tehtävänanto ja -rajaus esitetään selkeästi ja ymmärrettävästi. Yritys osaa määritellä, mitä tutkimukseltaan haluaa ja mihin tarkoitukseen tutkimustietoa käytetään.
4. **Tiimi:** Työskennellään avoimessa ja motivoituneessa ryhmässä jossa jokainen kantaa vastuun tasavertaisesti. Toimenkuvat ovat monipuolisia ja vaihtelevat tarvittaessa. Viestintä ja kommunikointi on toimivaa.
5. **Tutkimus:** Yhteistyöyritys antaa oikeaa ja relevanttia taustatietoa ja opiskelijat ymmärtävät mitä ovat tekemässä. Yhteistyöyritys kykenee rajaamaan tutkimuksen hyvin, sillä sen tavoitteet ovat selkeät. Tutkittavat ymmärtävät tutkimuksen merkityksen ja pyrkivät antamaan mahdollisimman paljon itsestään.
6. **Ohjaaja:** Ohjaaja kuuntelee, mitä opiskelija on tehnyt ja miksi. Hän kuuntelee ymmärtääkseen, ei vastatakseen. Hän ei yritä siirtää opiskelijalle omaa näkemystään, vaan antaa rakentavaa palautetta ja korjausehdotuksia, kuitenkin ymmärtäväisesti ja kannustavasti.
7. **Palaute:** Yrityksen edustaja ymmärtää tekevänsä töitä opiskelijan kanssa → realistiset odotukset sekä halu ohjata ja neuvoa sekä antaa palautetta tehdystä työstä innostavat opiskelijaa yrittämään parhaansa. Hän on hyvin tavoitettavissa.
8. **Lopputulos:** Opiskelija kokee oppineensa ja on tyytyväinen sekä omaan että ryhmänsä toimintaan. Hän saa työkokemusta ja näyttöjä portfolioonsa. Yritys saa ratkaisun ongelmaansa, on innostunut tuloksista ja motivoitunut toteuttamaan niitä. Yritys mahdollisesti palkkaa opiskelijan. Oppilaitos saa lisää uskottavuutta.
9. **Loppupalautte:** Paljon positiivista palautetta, mutta myös virheet ja epäonnistumiset huomioidaan ja käsitellään rakentavasti. Ryhmän jokainen jäsen ottaa vastaan ruusut ja risut.
10. **Palkitseminen:** Työn määrä on kohtuullinen, ja kaikki tekivät osansa. Lopputulos on hyvä. Yritys lupaa toteuttaa ideoita ja on sitoutunut ja innostunut opiskelijoiden tuotoksista. Hyvä työ tunnustetaan ja palkitaan hyvän arvosanan lisäksi ylimääräisellä bonuksella.
11. **Merkityksellisimmät elementit:** Sitoutunut yhteistyöyritys, joka oikeasti haluaa tehdä yhteistyötä ja toteuttaa idean. Hyvä ja kattava brief. Ohjataan oikeaan suuntaan. Autetaan tarvittaessa, kyseenalaistaminen ja rakentava palaute ohjaajalta. Tiimi, jossa jokaisella on oma ja muiden tehtävät selvillä. Selkeä tavoite. Vapaa suoritus. Ryhmässä toisi-
aan tukevat osaamisalueet.

Työpaja oli lähtökohtaisesti onnistunut ja valitun menetelmän avulla saatiin tuotettua kvalitatiivista tietoa opiskelijoiden kokemuksista ja asenteista. Työpajaan osallistuneet kertoivat sen olleen myös hauskaa ja humoristisella tavalla jopa terapeutista. Aiheen rennompia lähestyminen negaation ja kriittisyyden kautta, ja sen tuoma hauskuus olivat yksi työpajan tavoitteista. Kehitettävää jäi työpajan aikataulutukseen. Ajanpuutteen vuoksi työpajaan suunniteltu loppukeskustelu jäi pitämättä, ja se korvattiin kohdalla 11. pyytämällä osallistujia kirjaamaan yhteistyön merkittävimmät elementit.

Laadullista tutkimusmenetelmää käytettäessä kohderyhmän ja kulttuurin tuntemus ovat avainasemassa. Osallistujien kokemukset ja näkemykset ovat kulttuurisidonnaisia ja tapauskohtaisia. Tulosten ymmärtäminen ja tulkinta edellyttävät aina niiden taustojen tuntemista, jossa ihminen kokee ja muodostaa käsitteisiään (Vilka 2005: 109.) Konseptia esimerkiksi kansainvälisesti skaalattaessa tulee huomioida, että nyt saadut tulokset kuvastavat vain yhdenlaisen kulttuuri- ja koulutustaustan omaavien henkilöiden kokemuksia suomalaisten yritysten kanssa toimimisesta.

6 IDEATUOTANTO

Käyttäjätutkimusta, tutkimustulosten seulontaa, priorisointia ja määrittelyä seuraa tyypillisesti muotoiluprosessissa ideointivaihe.



Kuva 8. Muotoiluprosessin vaiheet (Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun, Espoon kaupunki 2013)

Ideatuantovaiheeseen soveltuvan menetelmän valintakriteereiksi oli määritetty opiskelijälähtöisyys, resurssi- ja aikatehokkuus, monialaisuus ja kiinnostavuus. Opiskelijälähtöisten ideoiden tuottamiseksi rajautui lopulta kolme vaihtoehtoa, jotka esitellään seuraavassa.

1. Ideoiden tuottaminen perinteisen kurssimallisen ohjauksen puitteissa

Menetelmän hyviä puolia ovat hallittavuus ja ennustettavuus. Prosessi etenee tietyn suunnitelman mukaisesti ja opiskelijoiden työskentelyä on mahdollista ohjata prosessin läpi. Kurssi voisi kuulua vapaasti valittaviin opintoihin, jolloin monialaisten tiimien muodostaminen olisi mahdollista. Kurssimuotoisena toteutettu ideatuotanto vaatisi kuitenkin runsaasti aika- ja henkilöstöresursseja sekä korkeakoululta että yritykseltä. Vapaasti valittavan toteutuksen vaarana on sen peruuntuminen opiskelijoiden vähäisen ilmoittautumisasteen takia.

2. Ideoiden tuottaminen internetpohjaisen jakamisalustan kautta, menetelmänä palvelumuotoilun menetelmä 'Six Thinking Hats'

Lähtökohtana on muodostaa kolme tiimiä: 1) opiskelijat, 2) asiakkaat – eli käyttäjätutkimuksen kohderyhmää edustanut taho 3) yrityksen näkökulmaa edustava. Tiimien kautta ideointiin tuotaisiin asiakkaan tarpeet ja toiveet palveluista, Lindströmin asiantuntijuus omien palveluidensa suhteen sekä opiskelijoiden ulkopuoliset ideat ja rohkeus kyseenalaistaa nykyisiä toimintatapoja.

'Six Thinking Hats' on Edward Bonon kehittämä luovan ajattelun väline. Siinä ratkaistavaa ongelmaa tarkastellaan aina tietyn ennalta määrätyn roolin kautta. Nämä roolit esitetään eri väristen hattujen kautta:

Valkoinen hattu: Asioita tarkastellaan objektiivisesti ja faktojen kautta.

Punainen hattu: Sallii intuition ja tunneperäiset perustelemattomat mielipiteet.

Musta hattu: Ajattelutyylillä on kriittinen muttei negatiivinen. Pyritään löytämään loogiset perustelut riskeille ja heikkouksille.

Keltainen hattu: Ajattelussa pyritään visioimaan tulevaisuutta optimistisesti, mutta loogisesti. Mietitään, miten asiat saataisiin tapahtumaan rakentavia ideoita ja positiivisuutta korostaen.

Vihreä hattu: Korkealentoista luovaa ideointia, hassut ja villit ajatukset ovat sallittuja. Uusien käännteisten näkökulmien esittäjä.

Sininen hattu: Tekee johtopäätöksiä ja yhteenvetoja. Tarkkailee keskustelua ja ohjaa tarvittaessa, mitä väriä tarvitaan milloinkin. Tämä rooli kuuluu usein tilaisuuden vetäjälle.

Ennalta määrättyjen roolien etuna on ongelman systemaattinen tarkastelu useiden näkökulmien kautta. Ideointi on tehokasta, kun osallistujille on selke-

ää mitä näkökulmaa ideat kulloinkin edustavat (The de Bono Group s.a; Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun, Espoon kaupunki 2013.)

Ensimmäisellä kierroksella jokainen tiimi saisi valita itselleen mieluisimman hatun sillä rajauksella, että sininen hattu kuuluisi tilaisuuden fasilitoijalle eli järjestäjälle. Ratkaistava ongelma esitettäisiin ensin tiimille 1), jolla olisi ennalta määrätty aika vastauksen rakentamiseen. Vastausvuoro siirtyisi seuraavaksi tiimille 2), jonka tehtävä olisi tutustua edellisen tiimin tuottamaan tekstiin ja tuottaa sen lähtökohdista oma vastauksensa. Viimeisenä vastausvuorossa olisi tiimi 3).

Toisella kierroksella fasilitoija jakaisi hatut sekä vastausvuorot tiimeille niin, että jokainen hattu tulisi edustettua ainakin kerran. Kolmannella kierroksella jokainen tarkastelisi keskustelua sinisen hatun kautta.

Ideointi voitaisiin toteuttaa pelkästään internetin välityksellä, esimerkiksi Trelon tai Asanan kaltaisen projektinhallintatyökalun avulla. Ideaalitulanteessa projekti sisältäisi kaksi fyysistä tapaamiskertaa: alkuseminaarin, jossa metodi esitettäisiin sekä kolmannen kierroksen ideoinnin, joka toteutuisi yhteiskehittämistyöpajana. Menetelmän etuna olisi sen ajasta ja paikasta riippumattomuus ja toteutuksen keveys ja nopea käynnistettävyyys. Haasteita olisivat tiimien motivointi laadukkaiden ja harkittujen vastausten tuottamiseen sekä vastausten aikataulussa tuottamisen varmistaminen.

3. Ideoiden tuottaminen innovaatiokilpailussa, hackathonissa

Hackathon on yrityksen tai muun organisaation järjestämä tapahtuma, jossa osallistujat työskentelevät usein monialaisissa tiimeissä ratkaistakseen annetun ongelman lyhyessä määräajassa. Tapahtuman kesto vaihtelee vuorokaudesta kahteen, ja lyhyemmissä tapahtumissa työskentely jatkuu usein läpi yön. Hackathonit voivat olla myös kilpailumuotoisia, ja joukkueet työskentelevät tällöin saavuttaakseen ideallaan pääpalkinnon. Osallistujan näkökulmasta hackathonin hyötyjä ovat intensiivinen oppimiskokemus ja mahdollisuus tehokkaaseen verkostoitumiseen sekä yrityksen tai organisaation että muiden osallistujien kanssa. Hackathonit ovat osallistujan ansioluettelon näkökulmasta hyvä tapa osoittaa tiimityöskentelytaitoja, aktiivisuutta ja innovatiivisuutta. (Lawrence 2016; Lammi, 2016.)

Yritysten tuotekehityssyklit ja niihin varatut aika- ja talousresurssit ovat viimeisen vuosikymmenen aikana kaventuneet radikaalisti. Yksi tähän tarpeeseen vastaamaan syntyneistä ilmiöistä ovat hackathonit. Ne ovat yritykselle helppo ja kustannustehokas tapa ulkoistaa tutkimus ja tuotekehitys toimintansa ideaatio: erilaisten ja monipuolisten ideoiden tuottaminen laaja-alaisten näkökulmien kautta. Ideoinnin ollessa osittain irrotettu yrityksen omista toimintamalleista, arvoista ja liiketoiminnan reunaehdoista on innovaatioihin johtavien ideoiden syntyminen todennäköisempää. Osa yrityksistä käyttää hackathoneja myös osaavaan työvoiman löytämiseen ja rekrytointiin. (Ibid.)

Oppilaitoksen näkökulmasta hackathonit tarjoavat tehokkaan tavan kouluttaa opiskelijoita tämän päivän tarpeisiin: työtä tehdään nopeasti vaihtuvien projektien parissa, usein monialaisissa ja projektikohtaisesti muuntuvissa asiantuntijatiimeissä joissa kommunikointi- ja ryhmätyöskentelytaidot korostuvat (Vihervaara 2015: 25).

Hackathonien toimivuus on tunnistettu myös valtiollisella tasolla. Työ- ja elinkeinoministeriön Tekesin digijohtaja Pekka Sivonen kertoo Kauppalehden haastattelussa (2016), että tulevaisuudessa sote-alueiden ja kuntien julkisten hankintojen perinteiset kilpailutukset voidaan korvata järjestämällä tuottajatiimeille ja yrityksille suunnattuja hackaton-kilpailutuksia. Niissä toteutetut parhaat ratkaisumallit valitaan pilottihankkeisiin ja varsinainen tilaus tehdään vasta pilottihankkeiden tulosten pohjalta. Sivonen kertoo tämän olevan julkiselle sektorille perinteistä kilpailutusta riskittävämpi ja edullisempi toimintatapa, sillä pilottien tulokset ovat jo osittain tiedossa lopullista valintaa tehdessä. Hackathon mahdollistaa myös start-up- ja pk-yritysten osallistumisen kilpailutuksiin ja tukee toimijaverkostojen syntymistä. Tekesin ja Finpron yhteinen Reboot Finland uudistusprojekti pyrkii järjestämään hackathon-mallisen kilpailutuksen 50 kaupungissa Suomen 100-vuotisjuhlavuoden loppuun mennessä. (Mähönen 2016; Reboot Finland 2016.)

Hackathonin hyötyjä ovat aika- ja kustannustehokkuus, monialaisuus, tehokas oppiminen ja menetelmän ajankohtaisuus. Sen haasteita ovat järjestämiseen vaadittavat resurssit, kuten tilat, catering ja osallistujien rekrytointi. Riskiksi voidaan määritellä myös tuotettavien ideoiden laatu, sillä ideointiprosessin

ohjaaminen jää aikajänteestä johtuen kevyeksi. Hackathon on usein kaikille avoin tapahtuma, siksi osallistujien taustat ja osaaminen vaikuttavat luonnollisesti myös lopputuloksiin.

Olin itse osallistunut kolmeen hackathoniin vuosina 2013–2015. Omat kokemukseni niissä syntyneistä tuloksista, oppimisprosessista ja verkostoitumisesta olivat innostavia. Omiin positiivisiin kokemuksiini ja niitä tukeviin tietoihin pohjautuen esitin hackathonia ideatuotannon ensisijaiseksi menetelmäksi. Ideatuotantoon oli alustavan suunnitelman mukaan määrä valita kaksi menetelmää, joiden tuloksia ja toimivuutta olisi ollut mahdollista vertailla keskenään. Toinen menetelmä päätettiin opinnäytetyön aikaresurssien puitteissa rajata työn ulkopuolelle, ja toteutettavaksi valittiin hackathon.

6.1 Hackathon-innovaatiokilpailun järjestäminen ja resurssit

Noin 20 hengelle suunnitellun vuorokauden mittaisen tapahtuman järjestäminen vaati yhteistyötä tapahtuman järjestämisestä vastuussa olevan henkilön, opiskelijajärjestön ja korkeakoulun välillä. Tapahtuman yhteistyökumppanina toimi opiskelijajärjestö Patteri ES, joka mahdollisti aktiivisen ja osaavan kuusi-henkisen tiimin tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen tueksi. Patterin kansainvälisestä profiilista johtuen hackathon ja siihen liittyvä markkinointi määriteltiin tapahtuvaksi sekä suomeksi että englanniksi. Yhteistyö opiskelijajärjestön kanssa mahdollisti sekä Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun tilojen käytön että opintopisteiden myöntämisen mukana olleille opiskelijoille. Tilat olivat käytössä vuorokauden ympäri tapahtuman ajan.

Tapahtuman kokonaishenkilömääräksi arvioitiin noin 30 osallistujat ja henkilökunta yhteenlaskettuna. Budjetiksi oli määritelty 2500 euroa, josta noin 1400 euroa oli määrä jakaa palkintoina. Budjetin loppuosuus, noin 1000 euroa oli käytettävissä ruokiin ja tarvikkeisiin. Henkilöä kohden tämä tarkoitti noin 33 euroa.

Yli vuorokauden kestävä tapahtuma sisältäisi yhteensä kaksi kahvitusta, neljä ruokailua ja muina aikoina jatkuvasti tarjolla olevaa välipalaa sekä virvokkeita. Taulukossa 1 on esitelty toteutunut budjetti pääpiirteittäin.

Taulukko 1. Toteutunut innovaatiokilpialun budjetti (Purola 2017)

	alv 0 %	alv 14 %	alv 24 %	
Ravintola 1.		483		
Ravintola 2.	105			
Ravintola 3.		115		
Ravintola 4.		12,5		
Ruokailuvälineet, toimistotarvikkeet, elintarvikkeet yms.		236	169	
Palkinto 1 (500e x 2 kpl)			1000	
Palkinto 2 (15 e x 25 kpl)			375	
Yhteensä	105	847	1544	2496

Hackathonin ollessa osa 3,5 kuukautta kestävästä opinnäytetyöstä, sen järjestämiseen käytettävissä olevat aikaresurssit olivat hyvin rajalliset. Tapahtuman tuottamisesta tehdyn päätöksen jälkeen itse tapahtumaan oli noin puolitoista kuukautta, joka sijoittui opiskelijoiden kolmeviikkoisen joululoman kanssa limit-täin. Työryhmän kokoamiseen, tapahtuman suunnitteluun ja markkinointimateriaalin tuottamiseen oli vain muutama viikko aikaa ennen loman alkua.

Vuoden vaihteessa tapahtui myös Kymenlaakson ammattikorkeakoulun fuusi-
oituminen osaksi Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulua. Tästä johtuen
opiskelijoiden sähköpostitilit ja yleiset jakelulistat olivat pois käytöstä tammi-
kuun ensimmäisille viikoille asti. Vain ensimmäisen vuoden opiskelijat aloittivat
opintonsa tammikuun ensimmäisellä viikolla, muille opintojen alkaminen oli
määritelty tammikuun toiselle viikolle. Nämä seikat loivat osallistujien rekry-
tointiin lisähaasteita, sillä tapahtuma järjestettiin 19.—20.1. Tapahtuman
markkinointi suunnattiin sosiaaliseen mediaan, erityisesti Facebook-sivustolle
ja luokkakohtaisiin WhatsUp-ryhmiin. Markkinointia tehtiin myös julisteiden ja
tammikuun toisella viikolla koulun aulassa pidetyn markkinointitempauksen
sekä sähköpostijakelun avulla.



Kuva 9. Tapahtuman markkinoinnissa käytetty juliste (Ala-turkia 2017)

Tapahtumaan ilmoittautui 19 henkilöä Google Forms-alustalle tehdyn lomakkeen kautta. Osallistujilla oli mahdollisuus ilmoittautua valmiina joukkueena tai yksittäisenä kilpailijana. Yksittäisistä henkilöistä ja pareista muodostettaisiin joukkueita järjestäjän toimesta.

Osallistujien iät vaihtelivat tasaisesti 19 ja 35 vuoden välillä. Tapahtuma saavutti tavoittelemansa monialaisuuden: opiskelijoiden taustat olivat useilta eri koulutusaloilta. Näitä olivat esimerkiksi sisustusarkkitehtuuri, sairaanhoito, pelisuunnittelu, teollinen muotoilu, energiatekniikka, kansainvälinen kauppa, graafinen muotoilu ja markkinointi. Selkeä enemmistö osallistujista oli kolmannen tai neljännen vuoden opiskelijoita. Kahden osallistujan kansallisuus oli muu kuin Suomi.

Osallistujille lähetettiin alustavaa informaatiota sähköpostitse ennen tapahtumaa ja samalla heitä pyydettiin liittymään Facebook-sivustolle luotuun informaationjakoon ja tiedottamiseen tarkoitettuun ryhmään. Ryhmään liittyivät kaikki 19 osallistujaa sekä 6 järjestämistehtävissä ollutta henkilöä. Ryhmän toimivuus teki tiimien kanssa kommunikoinnin ja reaaliaikaisen tiedottamisen helpoksi ja toimivaksi. Tiedostojen jakamiseen käytettiin Google Drive -pilvipalvelua.

Ennen tapahtumaa tuli määritellä, minkälaisia taustatietoja osallistujat tarvitsivat annetun ongelman ratkaisemiseksi. Käyttäjätutkimuksissa kerätty materiaali käytiin uudelleen läpi ja arvioitiin, sisälsikö se tarpeeksi käyttäjätietoa hygienian toteuttamisesta ja toteutumisesta terveydenhuollon arjessa. Olemassa olevien materiaalien tueksi päätettiin tuottaa kohdennettua hygieniaan liittyvää tietoa. Viisi ammattilaista, anestesian erikoislääkäri, yleislääkäri, kotihoidossa työskentelevä terveydenhoitaja, erikoissairaanhoidaja ja röntgenhoitaja saivat tehtäväkseen kuvailla omaa työtään hygienian näkökulmasta kirjallisesti. Materiaalit kerättiin sähköpostitse.

Lindström Oy:n Kaakkois-Suomen yksikössä työskentelevät henkilöt puolestaan keräsivät informaatiopakettien yrityksen tämänhetkistä tuotteista, palveluista, materiaaleista ja sertifikaateista terveydenhuollon alaan liittyen. Kaikki kerätty materiaali tallennettiin Google Drive -pilvipalveluun, josta kilpailun osallistajat saivat sen käyttöönsä tapahtuman ajaksi.

Osallistujien ideoinnin tueksi ja mahdollisimman hyvien tulosten saavuttamiseksi hackathoniin etsittiin myös mentoreita, joilla olisi kokemusta tuote- ja palvelukehitysprosessista sekä hyvät ideointi- ja kommunikointitaidot. Budjetin ollessa rajattu ainoastaan ruokiin ja palkintoihin, mentoreille ei ollut mahdollisuutta maksaa palkkioita ja heidät etsittiin henkilökohtaisten verkostojen kautta. Tapahtuman mentoreita olivat entinen Kaakkois-Suomen ammattikoulun muotoilun lehtori ja Nokia Oyj:ssä Senior Specialist- nimikkeellä toiminut Jan Kettula, palvelu- ja tuotemuotoilija Tiina Ikkonen ja konseptisuunnittelija Jyrki Repo.

6.2 Tapahtuman toteutus

Opiskelijoita oli pyydetty saapumaan paikalle noin puoli tuntia yrityksen edustajia aikaisemmin, jotta heillä olisi aikaa tutustua joukkueeseensa. Jokaiselle tiimille jaettiin paperikassit, jotka sisälsivät ideointiin ja työskentelyyn tarvittavia materiaaleja ja tarvikkeita sekä tapahtumaan liittyvää informaatiota ja yhteystietoja. Lisäksi jokainen osallistuja sai omalla nimellään varustetun kanelisen termoskupin, jonka avulla pyrittiin minimoimaan tapahtumassa syntyvän jätteen määrää.

Tapahtuma aloitettiin Kaakkois-Suomen tulosityksikön johtajan Petri Luukkosen pitämällä esityksellä Lindström Oy:n historiasta, toimialasta ja tulevaisuuden visiosta. Esityksen lopuksi joukkueille esitettiin kilpailukysymys: **Millaisilla uusilla palveluilla tai tuotteilla Lindström Oy voisi edistää hygienian ja aseptiikan (kaikki toimintatavat joilla pyritään ehkäisemään ja estämään infektioiden syntyä) toteutumista, helppoutta ja valvottavuutta hoitoalalla?** Lopuksi osallistujat saivat esittää tarkentavia kysymyksiä ja pyytää lisämateriaaleja.

Aloitusseminaarin jälkeen alkoi 24 tunnin mittainen työskentelyaika. Tapahtuman ajan Paja-rakennuksesta sijaitsi infopiste, josta järjestävä taho oli tavoitettavissa kellon ympäri. Projektitila toimi yhteisenä oleskelu- ja ruokailutilana, jossa oli jatkuvasti tarjolla ruokaa ja virvokkeita. Yhteisiä kokoontumisia olivat ruokahetket: illallinen, pizzahetki ja aamiainen. Kilpailijoille järjestettiin myös saunomismahdollisuus, jota seurasi meditaatio- ja sparraushetki.

Kahdesti tapahtuman aikana oli mahdollisuus varata aika noin 20 minuutin mittaiseen mentorointiin, jossa tiimit esittelivät jo syntyneitä ideoitaan ja saivat uusia näkökulmia ja neuvoja kehitysprosessinsa. Ensimmäinen mentorointi tapahtui Jan Kettulan toimesta tiimien työstettyä ideoitaan 5–6 tuntia. Toinen mentorointi sijoittui kilpailun loppupuolelle ja tehtiin noin 6–5 tuntia ennen työskentelyajan loppumista Tiina Ikkosen ja Jyrki Revon toimesta. Ensimmäiseen mentorointiin osallistuivat kaikki joukkueet ja jälkimmäiseen otti osaa neljä tiimiä kuudesta.

Joukkueiden tuli palauttaa kilpailutyönsä määräaikaan mennessä Google Drive -pilvipalveluun, josta tiedostonsiirron tarkka ajankohta on varmistettavissa. Kilpailutöiden palautusmuodot olivat maksimissaan viiden sivun mittainen dia-sarja suullisen esityksen tueksi sekä kirjallinen raportti, johon oli mahdollista sisällyttää lisäinformaatiota, kuten teknisiä tietoja ja lisäkuvia. Palautusten jälkeen osallistujilla oli tunti aikaa harjoitella suullisia esityksiään.

Loppuseminaari oli avoin tilaisuus, johon osallistui myös ulkopuolisia kuuntelijoita. Kilpailun tuomaristo koostui viidestä henkilöstä, joista neljä työskenteli Lindström Oy:llä vastaavissa tehtävissä ja yksi Kouvolan kaupungin palveluksessa puhtauspalvelupäällikkönä. Tiimit esittelivät kilpailutyönsä arvotussa järjestyksessä. Jokainen esitys kesti 10 minuuttia, josta suullisen esitykseen pituus oli maksimissaan 3 minuuttia. Tuomariston ja yleisön esittämille kysymyksille oli käytettävissä 7 minuuttia.



Kuva 10. Konseptin Fix & Fill System esitys innovaatiokilpailun loppuseminaarissa (Purola 2017)

Esitysten jälkeen tuomaristo poistui tilasta valitsemaan voittajaa. Valinta tehtiin määrittelemällä kolme parasta konseptia avoimen keskustelun kautta ja pisteyttämällä ideat yhdestä kolmeen. Jokainen tuomari teki pisteytyksen itsenäisesti. Pisteet laskettiin ja suurimman pistearvon saanut konsepti määräytyi voittajaksi. Tuomaristo antoi palautetta kaikille joukkueille ja osallistujat palkittiin kunniakirjoilla ja 15 euron suuruisilla S-Ryhmän lahjakorteilla. Lopuksi il-

moitettiin voittajajoukkue, joka sain palkinnoksi 1000 euron arvoisen lahjakortin kauppakeskus Veturin liikkeisiin.

6.3 Innovaatiokilpailun osallistujapalaute

Innovointikilpailuun osallistuneilla opiskelijoilla teetettiin palautekysely kilpailun päätteeksi. Sen tavoitteena oli määrittellä tapahtuman onnistumista sekä soveltuvuutta ideatuotantovaiheeseen opiskelijoiden näkökulmasta. Kysely toteutettiin Kyselynetti.com-alustalla, johon vastasi 14/19 osallistujasta. Kyselytulokset on esitetty kokonaisuudessaan liitteessä 5.

Osallistajat olivat yleisesti hyvin tyytyväisiä innovaatiokilpailuun. Kilpailun yleisjärjestelyihin oltiin tyytyväisiä sekä itse hackathon-kokemus koettiin positiiviseksi – yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki olivat halukkaita osallistumaan vastaavaan kilpailuun uudestaan. Kilpailu nähtiin myös opettavana tapahtumana, ja suurin osa vastaajista koki oppineensa kilpailun aikana uutta terveydenhuollosta, Lindström Oy:stä sekä tiimityöskentelystä. Tarjottu oheismateriaali ideoinnin tueksi koettiin riittäväksi sekä ulkopuolisten mentoreiden tapaamiset hyödyllisiksi. Kilpailun järjestelyistä huonoiten arvioitiin työskentelytilat, sillä jokaiselle ryhmälle ei löytynyt tilanpuutteen vuoksi omaa työskentelyhuonetta.

Innovaatiokilpailun onnistumisen kannalta osallistujien motivaatio on hyvin keskeisessä roolissa. Vastaajien suurin motivaatio osallistua järjestettyyn kilpailuun oli itse hackathonin kokeminen, mutta myös rahapalkinnolle annettiin arvoa. Vastaajista 86 % ilmoitti tehneensä innovaatiokilpailussa parhaansa.

Kilpailuaika oli rajoitettu 24 tuntiin, mikä näkyi myös osallistujien palautteessa. Yleisesti vastaajat suhtautuivat kriittisesti omiin ideoihinsa ja vain puolet vastaajista olivat tyytyväisiä oman ryhmänsä lopputulokseen. Yleisesti tuotetut ideat koettiin vielä keskeneräisiksi vähäisen ajan takia ja 42 % vastaajista olisi muuttanut lopullista konseptiaan, jos aikaa olisi ollut käytettävissä 48 tuntia. Pidempi tapahtuma olisi luonnollisesti mahdollistanut muun muassa pidemmän ideointivaiheen ennen lopullisen päätöksen tekoa siitä, mitä ideaa tiimit lähtevät kehittämään.

Vastaajat olivat yleisesti erittäin tyytyväisiä toteutettuun hackathon-kilpailuun, mutta toivoivat tulevaisuudessa vastaavalta kilpailulta erityisesti tarkempaa rajausta ja linjausta siitä, millaisia ideoita kilpailun järjestävä yritys toivoo saavansa. Suurimmaksi ongelmaksi koettiin epäselvyys siitä, haetaanko nopeasti toteutettavaa ja markkinakelpoista tuotetta/palvelua, vai tulevaisuudessa jatkokehitettävää radikaalimpaa ideaa, jota ei ole vielä kilpailun aikana jalostettu valmiiksi tuotteeksi.

Toinen merkittävä epävarmuustekijä oli kilpailun ideasuoja, joka tulisi jatkossa määritellä tarkasti etukäteen. Osallistujien kannalta on oleellista tietää, kenellä on oikeudet tuotettuihin ideoihin ja millaisen korvauksen idean kehittäjä työstään saa. Ideasuojan ei tule koskea vain voittajaksi valittua, vaan kaikkia kilpailussa esitettyjä ideoita.

Palautekyselyyn vastanneet opiskelijat olivat yleisesti erittäin tyytyväisiä innovointikilpailuun sekä sen tarjoamiin haasteisiin. Hackathon koettiin opiskelijalle selvästi kiinnostavana ja mielekkäänä tapahtumana, joka opetti osallistujille paljon käsiteltävästä aiheesta, yhteistyöyrityksestä ja ryhmätyöskentelystä. Hackathon nähtiin myös hyvin motivoivana tapahtumana sekä mahdollisuutena kokeilla omia rajojaan. Järjestetty innovaatiokilpailu toi esille myös selkeitä puutteita, jotka tulee huomioida tulevaisuudessa järjestettäessä vastaavia tapahtumia. Saadun palautteen perustella hackathon-innovointikilpailuja voidaan pitää tehokkaana ja opiskelijoita motivoivana keinona toteuttaa ja kehittää yritys yhteistyötä.

6.4 Kilpailussa tuotetut ideat ja niiden arviointi

Tuomaristo piti kilpailun tasoa ja kaikkia tuotettuja ideoita hyvinä. Jokainen esitys oli tarjonnut uuden näkökulman tai oivalluksen annettuun aiheeseen. Seuraavassa esitellään merkittävimpiä otteita ryhmien tuottamista raporteista:

1.The Baby Box by Lindström: *Tarkoituksena ei olisi kopioida Kelan alkupe-
räistä pakkausta vaan tarjota esimerkki ekologisesta suomalaisesta hoiva- ja
hygieniakulttuurista. Pakkaus koostuisi noin 15 tuotteesta, kuten hygieniatar-
vikkeista, vauvanvaatteista ja tekstiileistä sekä kestovaipoista, jotka valmistet-
taisiin jo Lindströmille tutuista materiaaleista.*

Kansainvälisen kaupan edistämiseen ja imagon rakentamiseen luotu äitiyspakkaus, jonka avulla Lindström Oy voisi viedä palan kestävästä suomalaista hygieniakulttuurista uusiin kohtamaisiin. Lindström lisää tunnettavuuttaan yhdistämällä brändinsä positiiviseen ja hyvää tekevään Suomi-kuvaan luoden itselleen samalla uusia kasvumarkkinoita. (Repo et al. 2017)

2. SmartBox – Moduuleilla rajattua hygieniää ja toiminnan tehostamista:
Kaksi erilaista ”työvaateautomaattia” eli moduulia. Hätämoduuli/ osastomoduuli ja vaatehuonemoduuli. Osastomoduuli voidaan asentaa seinälle jääkaappin kaltaisesti tai kattoon, josta se on laskettavissa hoitajan tasolle ja käyttövalmiuteen. Moduulin läheisyyteen voidaan osoittaa tarvittaessa pukuhuonetta tai toteuttaa pukuhuone pop-up -pukuhuoneella, jolloin saadaan riittävä näköeste vaatteiden vaihtamiselle ja mahdollisuus rajata saastuneiden vaatteiden riski ympäristölle. Saastuneet vaatteet voidaan jättää tyhjiin pussiin, jossa säilytetään puhtaita vaatteita. Tällöin minimoidaan saastuneilla vaatteilla liikuminen sairaalaympäristössä ja sulkemalla saastuneet vaatteet mahdollisimman nopeasti hallittavaan tilaan.



Kuva 11. SmartBox konseptin visualisointi (Eeronen, Riihimäki, Vainio & Välitähti 2017)

*Vaatevaraston hygieniataso paranee, eikä hoitajien tarvitse kävellä pitkiä matkoja saastuneissa vaatteissa ja altistaa matkalla vastaanotulijoita ja ympäristöä. Saastuneilla vaatteilla vaatevarastoon saapuminen altistaa puhtaat vaatteet kontaminaatiolle ja smartbox-tyyppisessä järjestelmässä vaatteet ovat suoja-
sa suurimmasta bakteeripesästä, ihmisestä. (Eeronen et al. 2017.)*

3. Aseptinen omatunto –palvelukokonaisuus. *Sairaalassa kävijöiden hyvään käsihygieniaan kannustetaan jo heti rakennukseen tultaessa. Lindströmin käsienpesu ja desinfiointipisteet ovat huomiota herättävästi esillä niin, että ne kiinnittävät vierailijoiden huomion välittömästi. Kävijät ohjataan käsihygieniapisteelle opasteina toimivien Lindströmin mattojen avulla. Ideoimme Lindströmille myös hoitajille tarkoitetun mukana kannettavan käsidesin. Mukana kannettavan käsidesin tarkoituksena on pyrkiä helpottamaan hoitohenkilökunnan arkea ja nopeuttamaan potilaan kanssa työskentelyä. Mukana kannettava pienikokoinen laite on helposti kiinnitettävissä esimerkiksi työasun taskuun. Käsidesin tehtävänä on myös muistuttaa hoitajaa kiireenkin keskellä tapahtuvasta käsihygieniasta. Kannettava käsidesi on aina mukana ja aina saatavilla, joten henkilökunta ei ole enää riippuvainen huoneissa tai käytävillä sijaitsevista käsidesipulloista. Kannettava käsidesi kerää potilaille tarkoitetun käsihygieniapisteen tavoin dataa käyttäjästään. Laite voisi esimerkiksi muistuttaa hoitajaa värinällä, valolla tai piippauksella. Käsidesin käytön jälkeen laitteessa oleva valo palaa noin 30 sekunnin ajan, joka ohjaa hoitajaa perusteelliseen käsien desinfiointiin. Hoitajan kannettava käsidesi sisältää vaihdettavan desinfiointipatruunan ja laitteen huollosta sekä täytöstä vastaa Lindström.*

Käsihygieniapisteen ja kannettavan käsidesin avulla Lindström saa käyttäjälähtöistä dataa, jolla se voi parantaa ja edistää omia palveluitaan sekä yleistä terveydenhuoltoa. Näkyvien palveluidensa avulla Lindström herättää luottamusta asiakkaissaan terveyden edistäjänä, opettajana ja yhteiskunnallisena vastuunkantajana. Datan kerääminen tuo Lindströmille lisäarvoa ja uuden toimialan terveydenhuollon piirissä. (Ahopelto et al. 2017)

4.Värillä on väliä – Bioaktiiviset indikaattorit. *Työvaatteissa käytettävä tekstiili pinnoitetaan bakteereja paljastavalla pinnoitteella ja bakteerien määrää voidaan seurata erillisellä indikaattorilla, joka on mahdollista kiinnittää esimerkiksi itse vaatteeseen tai henkilökortin kanssa samaan nauhaan. Indi-*

kaattori viestittää värikoodeilla, milloin tekstiili on puhdistusta vaille. Lisäksi näytöltä pystyy seuraamaan, mille bakteeri tyypeille on altistunut. Reaaliajassa voidaan seurata, millä osastoilla on esimerkiksi pisaratartunnoista tarttuvia sairauksia enemmän kuin muualla, näin osataan reagoida osastojen eristämiseen nopeammin ja ehkäisemään tautien leviämistä. Puhdistusten yhteydessä pinnoite uusitaan, jolloin työvaate pysyy päivitettynä koko ajan käytössä ollessaan. Yläpaineistetussa tilassa säilytyksessä olevat puhtaat vaatteet olisivat yksittäispakattuja ja heti valmiita käyttöön. Ylipaineistettu tila vähentää pölyn liikkumista tilojen välillä ja tiiviöpakatut tekstiilit eivät altistu heti ympäristössä leijuville bakteereihin. Joten aina olisi valmiudet työskennellä hygieenisissä vaatteissa.



Kuva 12. 3D -tulostettu hahmomalli Värillä on väliä – bioaktiivisesta indikaattorista (Mäkinen 2017)

Aluksi tuote voi toimia kuukausittain auttaen kartoittamaan hoitoketjussa tapahtuvien tartuntariskiä aiheuttavien bakteerien kertymistä eri osastoilla. Samalla visuaalinen lian näkyminen kouluttaa henkilökuntaa kiinnittämään yhä enemmän huomiota vaatteiden sekä tarvikkeiden säännölliseen puhdistamiseen/uusimiseen ja tilanteisiin, jossa älytekstiili on osoittanut tartunta riskin korkeaksi. Toimintaa on mahdollista kehittää yleistymään jokapäiväiseen käyttöön, kuukausittaisten täsmäiskujen sijaan, niin hoitoalalla kuin muuallakin. (Jurvanen et al. 2017.)

5. Fill & Fix System. Sovellus ja siihen liittyvä nettisivu, jotka auttavat monitorimaan pyyheliinojen, saippuoiden ja muiden WC-tarvikkeiden kulutusta. Kun asiakas, kuten sairaala tai koulu, ottaa sovelluksen käyttöön, Lindström kiinnittää joko uusiin tai jo olemassa oleviin hygienialaitteisiin (kuten saippuatelineisiin ja kädenkuivauslaitteisiin) tarran, jossa on laitteelle osoitettu numero, nettisivun osoite ja QR -koodi. Mikäli laite on tyhjä tai ei toimi, käyttäjä voi helposti ilmoittaa siitä järjestelmään nettisivuilla.

Järjestelmä puolestaan lähettää ilmoituksen rakennuksen kunnossapitäjän tai siivoojan sovellukseen, joka toimii älypuhelimilla sekä internetselaimissa. Näin siivooja saa heti tiedon esimerkiksi tyhjentyneestä käsidesistä, sillä hygieniatarvikkeiden loppuminen on (myös meille annettujen aineistojen perusteella) suuri ongelma varsinkin sairaaloissa. Siivooja voi heti ehtiessään täyttää tyhjentyneen laitteen.



Fill & Fix

Sylvia Smatanová • Salli Loikkanen

Kuva 13. Fill & Fix System visualisointi (Loikkanen & Smatanova 2017)

Jos laite on rikki eikä vain tyhjä, siivooja voi parilla painalluksella ilmoittaa rikkoutumisesta huoltohenkilölle, jolla on käytössään huoltoon keskittynyt versio sovelluksesta. Hän vastaa ilmoitukseen ajan, jolloin tulee korjaamaan laitteen. Hän tietää laitteen sijainnin, koska laitteet on numeroitu ja sijainnit tallennettu järjestelmään. Siivooja saa korjauksen ajankohdasta ilmoituksen, ja aika kirjautuu myös laitteen sivulle. Järjestelmällä voi myös seurata kätevästi mm. käsipyyhkeiden ja saippuan kulutusta, koska käyttäjäraportit (eli siis kun käyttäjä ilmoittaa tyhjystä laitteesta) tallentuvat järjestelmään, ja niitä voi kätevästi

tarkastella sovelluksesta. Näin siivoojat tietävät, missä kulutus on suurta, ja voivat jo ennaltaehkäisevästi täyttää tarvittavat laitteet osana rutiiniaan. Sovellus tukee siis koko rakennuksen tai laitoksen arkea. (Loikkanen & Smatanova 2017.)

6. Hoitovälinelaukku kotihoitoon. *Kotihoitajan on helppo kuljettaa välineensä kodista toiseen, mutta se ei ole vain laukku sillä se on palvelu. Palvelu takaa, että hoitolaukusta löytyy asianmukaiset välineet ja työvaatteet valmiiksi pakattuina. Näin hoitotyötä tekevien arvokasta aikaa jää asiakkaille. Pieniä stressin aiheuttajia karsimalla, inhimillisten virheiden määrä laskee. Palvelu toteutetaan hoitolaukun muodossa, jossa on kuljettamista helpottavat pyörät ja istuin, mikäli asiakkaan kodista ei löydy hoitotoimenpiteen ajaksi sopivaa istuinta. Pesussa ja huollossa käyvä kangasosuus on kiinnitetty runkoon helposti tarranauhalla. (Grayson & Turunen 2017).*

6.5 Kilpailussa tuotettujen ideoiden arviointi

Tuomariston määrittelemät kolme parasta ideaa olivat: 3. Aseptinen omatunto, 5. Fill&Fix sekä 6. Hoitovälinelaukku kotihoitoon. Pisteytyksessä voittajaksi määräytyi konsepti 6. Hoitovälinelaukku joka sai positiivista palautetta tuotteen ja palvelun yhdistämisestä, kotihoidon ajankohtaisuudesta sekä tuotteen todellisesta tarpeesta asiakaspinnassa.

Kilpailussa tuotetut ideat esiteltiin jälkikäteen vielä kahdelle taholle: mentorina toimineelle tuotekehityksen ja innovaatioiden parissa Nokia Oyj:llä työskennelleelle Jan Kettulalle sekä innovaatio- ja startup -toiminnassa aktiivisesti mukana oleville asiantuntijoille. Asiantuntijaryhmän muodostivat Frank-app digitaalisen opiskelijakorttisolun parissa työskentelevä Aku-Jaakko Saukkonen, ResQ-ruokapalvelusovelluksen markkinointipäällikkö ja Slush 100 -ohjelman parissa työskennellyt Sauli Böhm sekä rekrytoinnin kasvuyritys- ja IT-konsultointitaustan omaava Julius Hurri. Ulkopuolisella arvioinnin avulla pyrittiin määrittelemään kilpailussa tuotettujen ideoiden innovatiivisuutta sekä kilpailussa toimineen tuomariston kykyä tunnistaa innovatiivisia ideoita.

Kettula (2017) jakoi ideat kahteen ryhmään: **selkeät tuoteideat** sekä **infraideat**. Selkeistä tuoteideoista paras oli 6. Hoitovälinelaukku kotihoitoon. Pe-

rusteluina olivat laukun helppo kehitettävyys olemassa olevien samankaltaisten tuotteiden kautta sekä kotihoidon kustannuksista vastuussa olevien tahojen eli kuntien ja maakuntien halu hyödyntää kustannustehokkuutta parantavia sovelluksia ja palveluita.

Infraideoista parhaaksi Kettula (2017) määritteli konseptin 2. SmartBox. Hän piti ideaa tuotteistuksen kannalta pisimmälle vietyinä ja kokonaisuutta toimivana. Haasteiksi Kettula määrittelee tuotteistamisen ja käyttöönoton suuret kustannukset, käyttöönoton vaatiman infra-ajattelun radikaalit muutokset sairaaloissa ja laitoksissa sekä tiiviin ja saumattoman yhteistyön kaikilta palveluketjun toimijoilta.

Asiantuntijaryhmä (2017) määritteli voittajaksi konseptin 2. SmartBox, toisen sijan sai konsepti 6. Hoitovälinelaukku kotihoitoon. SmartBox-konseptia pidettiin ideatasolla selkeästi parhaana. Konsepti herätti myös laajalti kysymyksiä: Miten suuria investointeja sen toteuttaminen vaatisi yritykseltä? Miten vakuu-
mipakkauksia voisi uusiokäyttää? Miten henkilökunta motivoidaan vaihtamaan vaatteet tarvittaessa? Viekö vakuu-
mipakkaaminen logistiikasta lisää tilaa vai säästääkö se sitä? Paino/ pakattu asuste kasvaa – onko vaikutus logistiikan näkökulmasta negatiivinen vai positiivinen?

Kotihoidon kärryä pidettiin erinomaisena, sillä ”box as service”, eli tuotteen tarjoaminen palveluna minimoisi inhimilliset tekijät: virheiden ajateltiin vähentävän, jos hoitaja ei olisi vastuussa laukun sisällön uusimisesta. Kotihoitoa pidettiin relevanttina alueena aseptiikan osalta ratkaistavaksi, siellä standardien koettiin olevan alhaisempia ja riskien korkeampia. Palvelun heikkoudeksi määriteltiin laukun noudosta ja palautuksesta mahdollisesti hoitajalle seuraava lisätyö tai ajallinen kuormitus.

Kaikki kolme arvioivaa tahoja määrittelivät konseptin 6. Hoitovälinelaukku kotihoitoon kahden parhaan joukkoon. Hackathon-kilpailun tuomariston voittajaehdokkaiksi valitsemat kolme konseptia olivat helposti toteutettavissa ja ymmärrettävissä olevia. Niistä kaksi kolmesta ei kuitenkaan noussut ulkopuolisten arvioitsijoiden kärkisijoille. Yrityksen näkökulmasta helposti toteutettavat ja oman päätösvallan alaisuudessa olevat ideat on helppo nostaa systeemitason

ideoiden edelle. Ensimmäisenä mainitut eivät useinkaan johda radikaaleihin innovaatioihin, joiden kautta voitaisiin saavuttaa uusia markkina-alueita.

Gibson ja Skarzynski esittävät kirjassaan *Innovation To The Core* (2008), että innovaatioita tavoittelevien yritysten suurimmaksi ongelmaksi muodostuu ideoiden tuottamisen sijaan kyky tunnistaa potentiaalisimpia tuote- ja palveluideoita. Ideoiden toteutettavuus, taloudellinen kannattavuus ja sijoitetun pääoman tuotto kyseenalaistetaan ja halutaan määritellä liian varhaisessa vaiheessa. Gibson ja Skarzynski suosittelevat ensimmäisenä arvioimaan idean tai mahdollisuuden **radikaaliutta**. Radikaaliutta voidaan tarkastella seuraavien kysymysten kautta: Kuinka merkittävä idea voisi parhaimmillaan olla? Millainen merkitys idealla voisi olla asiakkaalle, kilpailuasetelmalle ja koko toimialalle? Kuinka suuri voisi potentiaalinen markkina-alue olla? Kuinka kiinnostuneita asiakkaat olisivat tästä? Seuraavassa vaiheessa suositellaan esittämään kysymyksiä kuten: Kuinka toteutettava idea on? Kuinka kypsää on ideaan liittyvä teknologia? Onko meillä tarpeeksi resursseja, kompetenssia ja mahdollisuuksia idean toteuttamiseen? Voisiko idean toteutuksen mahdollistaa kumppaniverkoston kautta? Onko idealle jo olemassa sopivia jakelukanavia? (Gibson & Skarzynski 2008: 125–126.) Edellä esitetyt kysymykset voisivat toimia myös tuomarien keskustelun runkona.

6.6 Voittajaksi valitun idean arvottaminen loppukäyttäjällä

Kolme kotihoidossa työskentelevää henkilöä arvioi innovaatiokilpailun voittaneen konseptin arvoa oman työskentelynsä näkökulmasta helmikuussa 2017.

Sähköpostitse kerätyt arvioit esitetään henkilöittäin seuraavassa:

1. Sairaanhoidtaja: Työvuoro aloitetaan ja lopetetaan toimistolle. Vuoron alussa jokainen hoitaja vastaa oman reppunsa täyttämisestä ja vuoron lopussa sen purkamisesta. Huoltotoimenpiteet koettiin aikaa vieviksi. Selkään nostettavuus olisi tuotteelle kerrostaloissa kulkiessa välttämättömyys, myös rullien toimivuus talvella herätti epäilyksiä. Laukun koettiin sopivan hyvin esimerkiksi autossa säilytettäväksi. Sen ajateltiin soveltuvan hyvin myös kaupunkiolosuhteisiin jossa välimatkat ovat lyhyet ja palvelutaloihin joissa kulkeminen tapahtuu huoneesta toiseen.
2. Terveystenhoitaja: Laukun perusidea koettiin erinomaiseksi. Sen mukana tulevan istuimen sanottiin olevan useasti kotihoidossa kaivattu varuste. Hoitovälinelaukku voisi mahdollisesti pitkällä aikajänteellä vähentää selkävaivoista aiheutuvia sairaslomia ja sairauseläkkeitä, sillä se mahdollistaisi ergonomisen työskentelyn kohteesta riippumatta. Istuimen koettiin ehkäisevän myös bakteerien tarttumista työhousujen teks-

tiileihin. Reppuominaisuus ja rakenteen keveys koettiin tärkeiksi, sillä laukun vetäminen ei useinkaan ole mahdollista. Palvelun suhteen oltiin huolissaan sen mahdollisesti aiheuttamasta lisävaivasta laukun noudon ja palautuksen suhteen.

3. Sairaanhoidtaja: Idea rullilla olevasta laukusta koettiin hyväksi, sillä täynnä tavaraa olevat reput ovat painavia ja aiheuttavat niskahartiaseudun ongelmia hoitajille. Huoleksi nousi kärryn pohjan ja renkaiden likaantuminen haastavissa maastoissa ja maaseudulla liikuttaessa. Likaantuminen muodostuisi ongelmaksi, sillä laukun avulla se kulkeutuisi asiakkaiden koteihin ja hoitajan autoon. Laukkuun ehdotettiin lisäominaisuudeksi lämmön- ja valonsäätelyyn mahdollistavia ominaisuuksia, sillä osa hoitajien mukana kulkevista lääkkeistä, laitteista ja tarvikkeista vaatii suojausta ja erityistä valolta ja lämmöltä. Myös käsidesille kaivattiin erillistä taskua.

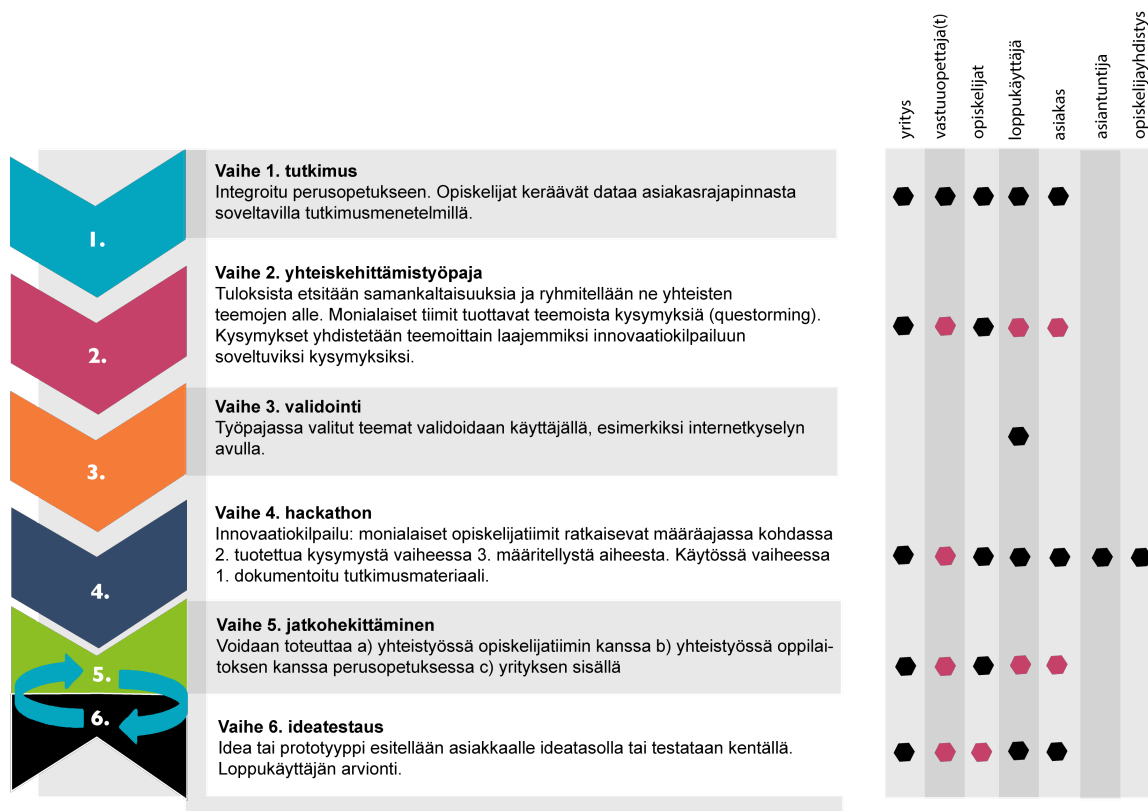
Hyvin suunniteltuna ja tuotteistettuna hoitolaukku sekä kotihoidon laukkupalvelu tuottaisivat loppukäyttäjälle arvoa vähentämällä repun huoltotoimenpiteisiin käytettävää aikaa, lisäämällä ergonomiaa työskentelyssä sekä vähentämällä mahdollisesti työtekstiileihin tarttuvien bakteereiden määrää. Palvelun ostajalle arvoa syntyisi mahdollisten sairauspoissaolojen ja sairauseläkkeiden vähentymisenä työn ergonomian parantuessa sekä hoitajien työajan vapautumisena tukitoiminnoista itse hoitotyöhön.

7 YHTEENVETO

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön tulokset kiteytettyinä sekä käydään läpi työhön liittyvät kehittämiskohteet ja onnistumiset. Tutkimuskysymyksiin vastataan liitteessä 7 esitetyllä toimintamallin visualisoinnilla, sekä luvussa 7.4.

7.1 Toteutettu toimintamalli

Tämän opinnäytetyön puitteissa määritelty ja toteutettu toimintamalli sisältää kuusi vaihetta, jotka esitellään liitteessä 7 sekä sitä vastaavassa kuvassa 13. Kuvan oikeassa laidassa on esitetty prosessiin osallistuneet sidosryhmät mustilla merkinnöillä. Punaiset merkinnät edustavat sidosryhmiä, joiden osallistamisen katsotaan olevan merkittävää jatkokehitettäessä toimintamallia.



Kuva 14. Innovaatioalustan toimintamalli ja sidosryhmät (Puola 2017)

Vaihe 1. Käyttäjätutkimus on integroitu osaksi perusopetusta ja toteutetaan kurssimuotoisena ohjaavan opettajan sekä yrityksen edustajan välisenä yhteistyönä. Ohjauksessa tulee huomioida opiskelijoiden motivaatioon ja sitoutumisasteeseen vaikuttavat seikat. Tutkimuksen tavoitteena on luoda mahdollisimman laaja ja monipuolinen kuvaus tutkittavien toimintavoista, toimintaympäristöstä, mieltymyksistä ja tarpeista, ei niinkään yksittäisistä ongelmista. Tutkimusprosessi ja tulokset on taltioitava tarkasti ja systemaattisesti.

Vaihe 2. Yhteiskehittämistyöpaja sijoittuu osaksi kurssimuotoisen käyttäjätutkimuksen loppuseminaaria. Tutkimustuloksista etsitään samankaltaisuuksia ja merkittävimmät teemat määritellään. Teemoista johdetaan innovaatiokilpailuun soveltuvia kysymyksiä. Sidosryhmien monipuolinen osallistaminen on työpajan tulosten kannalta merkittävää.

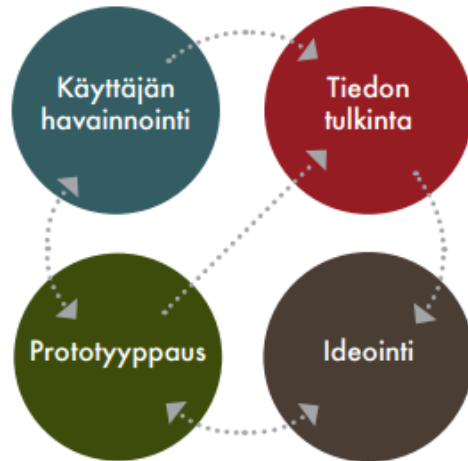
Vaihe 3. Aiheen validointi tapahtuu loppukäyttäjän toimesta, esimerkiksi internetpohjaisen Survey-kyselyn avulla. Vaiheen toteuttaminen on välttämätöntä tapauksissa, joissa loppukäyttäjä ei ole ollut merkittävästi edustettuna vaiheen 2. yhteiskehittämistyöpajassa.

Vaiheen 3. jälkeen on syytä tarkentaa onko vaiheessa 1. tuotettu tutkimusmateriaali tarpeeksi kattavaa suhteessa valittuun aiheeseen.

Vaihe 4. Hackathon toteutetaan yhteistyössä korkeakoulun ja opiskelijayhdistyksen kanssa. Innovaatiokilpailu on avoin kaikille opiskelijoille. Osallistujien rekrytoinnissa ja valinnassa on syytä pyrkiä monialaisuuteen.

Vaihe 5. Jatkokehittäminen voidaan a) tehdä jatkamalla yhteistyötä idean tuottaneen opiskelijoiden kanssa b) tehdä oppilaitoksen kanssa perusopetuksen puitteissa c) yritys voi lunastaa idean ja jatkaa kehitystä sisäisissä prosesseissaan. Tämän opinnäytetyön puitteissa Lindström Oy keskusteli konseptin 5. Fix&Fill System jatkokehittämisestä idean tuottaneiden opiskelijoiden kanssa. Voittajakonsepti Hoitovälinelaukku kotihoitoon sopisi puolestaan jatkokehitettäväksi tuotemuotoilun kurssiopetuksessa.

Vaihe 6. Ideatestaus tapahtuu esittelemällä konsepti ideatasolla tai prototyypinä loppukäyttäjälle ja/tai palveluiden hankinnasta päättävälle taholle. Kehittyneempiä konsepteja voidaan testata niiden oikeissa toimintaympäristöissä. Testausvaiheesta saadun palautteen perusteella konsepti voidaan palauttaa takaisin jatkokehitykseen ja testata uudelleen. Vaiheiden 5. ja 6. välille syntyy näin iteratiivinen kokeiluihin ja oppimiseen perustuva kehä, jossa konseptia voidaan testata ja kehittää, kunnes se on valmis pilotoitavaksi ja markkinoille vietäväksi. Espoon kaupungin sivistystoimelle suunnitellussa palvelumuotoilun työkalupakissa toimiva prosessi esitelläänkin edellä kuvaillun kaltaisena tiedon tulkinnan, ideoinnin, prototypoinnin ja käyttäjän havainnoinnin välisenä ennalta määrittelemättömänä jatkumona. Avoimen ja muunneltavissa olevan prosessin lähtökohtana on kokeilujen kautta oppiminen.



Kuva 15. Muotoiluprosessin kaavio (Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun, Espoon kaupunki 2013)

Markkinoille jalkauttamisen jälkeen kaupallinen menestys määrittää, onko tuotetuista ideoista ja keksinnöistä syntynyt innovaatioita – Lindström Oy:n asiakkaalle lisäarvoa tuottavia ratkaisuja, joista asiakas on valmis maksamaan.

7.2 Toimintamalli oppilaitoksen näkökulmasta

Mikkelin ja Kymenlaakson ammattikorkeakoulut fuusioituivat 1.1.2017. Fuusion lopputuloksena syntyi Xamk, Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, joka profiloituu kestävän hyvinvoinnin ja teknologian korkeakouluksi. Xamkin syyskuussa 2016 julkaisemassa strategisissa esitellyllä tavoitteella, kestävällä hyvinvoinnilla, tarkoitetaan toiminta-alueen elinvoimaisuuden ja onnellisuuden vahvistamista ja kestävällä teknologialla korkeakoulu pyrkii synnyttämään innovaatioita, luomaan uutta liiketoimintaa ja ratkaisemaan ongelmia. Merkittäviksi lähtökohdiksi tuoreessa strategiassa on listattu myös tulevaisuuden työelämätaitojen kehittäminen yhdessä työelämän kanssa, työelämäpedagogiikka sekä monialaiset oppimisympäristöt. Korkeakoulun tavoitteena on myös solmia strategisia kansallisia sekä kansainvälisiä kumppanuuksia. (Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, 2017.) Lindström Oy:lle luotu opiskelijalähtöinen innovaatiokonsepti tukee myös Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun strategisia linjauksia.

Yritysyhteistyökoordinaattori Heta Vilen kommentoi helmikuussa 2017 Lindström Oy:lle luotua toimintamallia korkeakoulun ja uuden strategian näkökulmasta. Vilenin mukaan erilaisten yritysyhteistyöprojektien tulisi nykyisessä

opetussuunnitelmassa olla jokaisen opiskelijan saatavilla. Hän näkee Lindström Oy:lle tuotetun konseptin yhtenä hyvänä mallina yritysysteistyölle, tulevaisuudessa vastaavanlaisiin kokonaisvaltaisempiin yhteistyömalleihin pyritään yhä enemmän. Aiemmin yrityksen ja korkeakoulun välinen yhteistyö on suurilta osin keskittynyt ratkaisemaan yhtä rajattua ongelmaa yhden opiskelijaryhmän kanssa nopeasti ja tehokkaasti. (Vilen 2017.)

Vilen mainitsee opettajien olevan resursoitu ohjaustunteihin todella tiukasti, eikä heillä useinkaan ole ylimääräistä aikaa yritysprojekteille. Näin yhteistyön onnistuminen on paljolti opettajan omista intresseistä kiinni. Mitä enemmän yhteistyökuvio vaatii ohjausresursseja, sitä tarkemmin tulisi huolehtia siitä, että yhteistyöyritys ymmärtää vastuunsa kustannuksista. Tavoitteena on, että osa yhteistyösopimuksista olisi yrityksille maksullisia. Menettely takaisi, että korkeakoulu pystyy resursoimaan yhteistyöprojekteihin tarvittavan määrän opetushenkilöstöä. Nyt tuotetun pilottikonseptin toistaminen vaatii tulevaisuudessa korkeakoulun edustajan, joka huolehtii prosessin asianmukaisesta etenemisestä. (Ibid.)

Vilen näkee käyttäjätutkimuksen integroimisen korkeakoulun perustoiminnan sisään olevan toimiva ratkaisu, jonka toteuttamisessa voidaan hyödyntää olemassa olevia toimintamalleja. Muiden henkilökunnan resursseja vaativien osioiden kohdalla yhteistyösopimusta tulee tarkentaa. Edellä mainittuja osiota voivat olla esimerkiksi vaiheessa 2. co-design työpajan fasilitointi, vaiheessa 3. innovaatiokilpailuun osallistuminen mentorin roolissa, sekä vaiheessa 6. kilpailussa tuotettujen ideoiden jatkokehittämisen koordinointi – mikäli ideoita tahdotaan kehittää yhteistyössä korkeakoulun kanssa. (Ibid.)

Vihervaara (2015: 28–29) kirjoittaa, että yrityksen keskustellessa uudesta yhteistyöstä korkeakoulun kanssa, kustannukset käsitellään usein vasta viimeisenä. Tämä on johtanut useiden loistavien yhteistyöaloitteiden kaatumiseen budjettiongelmiensa takia. Vihervaara kehottaakin yritystä miettimään seuraavaa lausetta: *”Tämä yhteistyöhanke on erittäin tärkeä yrityksellemme, mutta rahaa tai aikaa emme ole siihen valmiit laittamaan”*. Kaiken yhteistyön ei kuitenkaan tarvitse olla maksullista: jos yrityksen tarjoaman työn voidaan katsoa tukevan opetusta ja sopivan täsmälleen opetettavaan aiheeseen voisi yhteistyö olla yritykselle edelleen maksutonta (Ibid.).

7.3 Kehittämiskohteet

Nyt toteutuneessa toimintamallissa asiakkaan osallistuminen tapahtui tutkimus- ja ideatuotantovaiheessa eri tahojen toimesta hyvin kevytmuotoisesti. Koko prosessin mittainen intensiivinen osallistuminen tuottaisi varmimmin asiakkaan tarpeisiin soveltuvia ja arvoa tuottavia tuotteita ja palveluita.

Opiskelijoiden tekemän käyttäjätutkimuksen tulokset ja itse prosessi on taltioitava huolellisesti ja systemaattisesti. Tutkimuksen toteuttamiseen olisi valittava ylemmillä vuosikursseilla olevia opiskelijoilla, joilla olisi entuudestaan tutkimuksen tekemiseen ja dokumentointiin soveltuvia taitoja. Kokemattomampien opiskelijoiden kanssa toimiessa edellä mainittujen taitojen opettaminen voitaisiin ottaa yhdeksi kurssin ohjauksen näkökulmaksi. Käyttäjätutkimuksen tehneet opiskelijat olisi hyvä saada osallisiksi hackathon-kilpailuun, jolloin osa käyttäjäymmärryksestä siirtyisi ideointivaiheeseen hiljaisena tietona, jota on tutkimuksen huolellisenkin dokumentoinnin pohjalta mahdotonta siirtää kolmannelle osapuolelle. Ideaalitulanteessa jokaisessa kilpailuun osallistuvassa tiimissä olisi vähintään yksi käyttäjätutkimusta tehnyt henkilö.

Yksilön toimintaa ohjaavat aina motiivit ja motivaatio. Motivaatio voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin: toimiiko ihminen saavuttaakseen jonkin palkkion vai saako hän tyydytystä itse toiminnasta. Nämä motivaatiot voivat esiintyä myös samaan aikaan ja täydentää toisiaan. (Stickdorn 2011: 300–307.) Jotta loppukäyttäjät saataisiin tulevaisuudessa osallistettua luvussa 4 esitettyyn yhteiskehittämistyöpajaa, tulee osallistumisen motivaatiotekijöitä tutkia tarkemmin juuri heidän näkökulmastaan. Mitä arvoa työpaja voisi loppukäyttäjälle tarjota, jotta tämä olisi valmis käyttämään siihen omaa aikaansa?

Hackathon-kilpailun toteuttamiseen liittyviä kehityskohteita löytyi useita. Tapahtuman organisointiin ja osallistujien asianmukaiseen rekrytointiin tulisi vastaisuudessa varata useampia kuukausia, jotta osallistuva opiskelija-aines olisi mahdollista valita motivaatiotekijöiden ja osaamistaustan perusteella. Nyt toteutuneessa kilpailussa hakijamäärä vastasi osallistujamäärää, eikä valintaprosessia suoritettu. Hakijoita oli ilmoittautumisen yhteydessä pyydetty kuvai-

lemaan opinto- ja osaamistaustaansa sekä osallistumiseen liittyviä motivaatiotekijöitä, joiden perusteella valinta olisi ollut mahdollista suorittaa.

Mentoroinnin vapaaehtoisluonteesta johtuen yhdelle joukkueelle käytettävissä ollut aika oli verrattain lyhyt ja koettiin palautekyselyn perusteella riittämättömäksi. Mentoreiden palkkiot on tulevaisuudessa syytä sisällyttää tapahtuman budjettiin riittävän tapaamisajan takaamiseksi. Tuote- ja palvelukehitysprosessia tuntevien asiantuntijoiden lisäksi kilpailun mentoreina voisivat toimia loppukäyttäjän ja/tai asiakkaan roolissa olevat henkilöt, sekä yrityksen näkökulman edustajat.

Osallistujien tuottamat raportit olivat laadultaan vaihtelevia, ja tarkensivat ainoastaan esitellyn kilpailuidean taustoja. Vuorokauden mittaisen ideointiprosessin aikana jokainen joukkue oli tuottanut valtavan määrän ideoita, jotka nyt jäivät tallentamatta ja esittelemättä. Puutteellisen raportoinnin takia Lindström Oy saattaa menettää useita laadukkaita ja hyödynnettävissä olevia ideoita. Raportoinnin tueksi voisi luoda mallin tai raportointipohjan, jonka avulla täsmällisyyttä ja laadukkuutta voisi edesauttaa.

Suurimmaksi haasteeksi lyhyellä aikajänteellä tuotetussa tapahtumassa muodostui kaksikielisyys. Kansainvälisen profiilin omaavan opiskelijayhdistyksen Patteri ES:n toimintatapojen mukaisesti tapahtuma määriteltiin tuotettavaksi suomeksi ja englanniksi. Kaksikielisyyttä ei pystytty toteuttamaan aiotulla tavalla, vaan esimerkiksi yrityksen edustajan alkuseminaarissa pitämä esittely sekä suurin osa tarjolla olevasta materiaalista oli suomenkielistä. Vaikka jokaisessa joukkueessa oli äidinkielenään suomea puhuvia henkilöitä, asetti tämä joukkueet lähtökohtaisesti eriarvoiseen asemaan.

Vain päivää ennen hackathonia ilmeni, että Lindström Oy:n käytäntöjen mukaisesti yritys ei voi maksaa palkkioita henkilölle, jolla ei ole suomalaista sosiaaliturvatunnusta ja pankkitiliä. Tapahtuman järjestäminen päätettiin tästä johtuen toteuttaa laskuttamalla ja kirjanpito tapahtui Noheva Luova Osk:n kautta, jossa olen osakkaana. Vastaava laskutus sopimus voidaan tulevaisuudessa solmia suoraan yhteistyössä toimivan opiskelijayhdistyksen kanssa, sillä kansainvälistä profiilia ja monikulttuurista ryhmää voidaan tämän case-esimerkin

pohjalta pitää tavoiteltavana: kummatkin kansainväliset joukkueet sijoittuivat tuomariston äänestyksessä kolmen parhaan joukkoon.

Tuomariston kokoonpano ja sen edustamat näkökulmat sekä voittajan valintaan liittyvä kriteeristö tulee jatkossa määrittää ennen tapahtumaa ja saattaa tiedoksi opiskelijoille. Opiskelijoiden näkökulmasta ongelmaksi koettiin epäselvyys siitä, haetaanko nopeasti toteutettavaa ja markkinakelpoista tuotetta/palvelua, vai radikaalimpaa uusia markkina-alueita tulevaisuudessa mahdollistavia ideoita. Kriteeristön ei tulisi rajata kumpaakaan edellä mainituista pois, vaan ideoita tulisi tuottaa eri lähtökohdista. Selkeyttävänä ratkaisuna voisivat toimia kaksi eri palkintokategoriaa.

Innovaatiokilpailussa tuotetut ideat esiteltiin avoimessa tilaisuudessa, johon kilpailijoiden ja tuomariston lisäksi osallistui ulkopuolisia kuuntelijoita. Konseptin jatkokehittämisessä tulee huomioida, että tuote- tai palvelumallin esitleminen julkisessa tilaisuudessa voi muodostua patentoinnin esteeksi. Patentti- ja rekisterihallituksen verkkosivuilla määritellään uutuusehdoksi patenttoimisel- le seuraavasti: ”Jotta mallin rekisteröintihakemus voisi menestyä, mallin tulee – eräin poikkeuksin – olla uusi. Mallia pidetään uutena, jos samanlainen malli ei ole tullut julkiseksi ennen rekisteröintihakemuksen tekemispäivää tai etuoikeutta vaadittaessa ennen etuoikeuspäivää.

Mallin katsotaan tulleen julkiseksi, jos

- se on julkaistu rekisteröintimenettelyssä tai muutoin,
- se on asetettu näytteille,
- sitä on käytetty liiketoiminnassa tai
- se on muulla tavoin tullut tunnetuksi.”

(Patentti- ja rekisterihallitus 2010.)

30.1.2017 käyty puhelinkeskustelu Patentti- ja rekisterihallituksessa työskentelevän asiantuntijan kanssa ei tuottanut välitöntä vastausta siihen, missä julkisen esitlemisen raja kuvatussa konseptissa menee. Tutkija toteaa, että vastaavassa ohjelmassa tulisi olla tarkat salassapitosopimukset ja määritelmät siitä, kenelle tuotetut ideat kuuluvat. Salassapitosopimuksen myötä tilaisuus muuttuisi avoimesta suljetuksi, eikä ideoita voitaisi näin katsoa julkisesti esitetyiksi. Yksi tapa turvata keksintö muilta tilaisuuteen osallistuvilta on dokumen-

toida idea ja sen luomisprosessi tarkasti ennen esittämistä. Tällöin idean synnytyhetki ja tekijä(t) voidaan todentaa tarvittaessa myöhemmin. Vaikka toimintamallin lähtökohtana ovatkin avoimuus ja poikkitieteellinen yhteistyö, tulee patentointiin liittyvät seikat tiedostaa ja huomioida tarvittaessa.

Kilpailussa tuotettujen ideoiden omistusoikeudet sekä jatkokehityksen ja tuotteistamisen mallit on välttämätöntä määritellä tarkasti molemminpuolisten väärinymmärrysten ehkäisemiseksi. Näiden seikkojen huomiotta jättäminen toteutuksessa toimintamallissa on selkeä virhe.

7.4 Toimintamallin hyödyntämismahdollisuudet ja tutkimuskysymyksiin vastaaminen

Opinnäytetyössä vaiheittain kuvatun ja liitteessä 7 esitetyn prosessin pohjalta toimintamalli on osittain tai kokonaisuudessaan monistettavissa Lindström Oy:n muihin tulosityksiköihin ja toteutettavissa yhteistyössä paikallisen korkeakoulun, asiakaskunnan ja loppukäyttäjien kanssa.

Lindström Oy:n kasvu suuntautuu tulevaisuudessa kansainvälisille markkinoille. Kansainvälisen ja konseptiohjatun yrityksen toiminnan lähtökohtana on hyvin määritelty prosessi, joka takaa toiminnan laadun ja yhdenmukaisuuden toteutusmaasta riippumatta. Käyttäjätutkimuksen, ideatuotannon ja ideatestausten toteuttaminen kussakin toimintamaassa on välttämätöntä, jotta tulokset vastaisivat toiminta-alueen todellisia tarpeita. Tässä opinnäytetyössä tuotetun toimintamallin runkoa voidaan hyödyntää kansainvälistä yhteistyötä rakennettaessa, mutta vaiheet eivät ole sellaisinaan toistettavissa ilman sopeuttamista kohdemaan kulttuuriin ja organisaatorakenteisiin. Esimerkiksi opiskelijoiden motivaatioon, työskentelytapoihin ja yritys yhteistyöhön liittyvät tutkimustulokset ja johtopäätökset ovat voimakkaasti kulttuurisidonnaisia. Yhteistyössä toimineen opiskelijayhdistyksen kaltaista toimijaa ei myöskään voida olettaa löytyvän kaikkien korkeakoulujen ja yliopistojen toiminnasta.

Tutkimuksen päätutkimuskysymykseen *Millaisella yhteistyömallilla Lindström Oy ja korkeakoulut voisivat tuottaa käyttäjäjymmärrykseen pohjautuvia ideoita liiketoiminnan kehittämiseen?* sekä alaongelmiin *Millä tekijöillä voidaan paran-*

taa opiskelijoiden motivaatiota ja sitoutumisastetta yritysyhteistyöprojekteissa? ja Millaisella toimintamalleilla Lindström Oy:n tunnettavuutta ja yrityskuvaa voidaan parantaa korkeakouluopiskelijoiden keskuudessa? Vastataan seuraavassa, sekä liitteessä 7 esitetyllä prosessin kuvauksella.

Teemahaastatteluiden, Survey-kyselyn ja pienryhmätyöskentelyn kautta saattujen tutkimustulosten perusteella opiskelijoiden motivaatioon ja sitoutumiseen yritysyhteistyöprojekteissa voidaan vaikuttaa positiivisesti seuraavilla tavoilla:

- yritys viestii olevansa sitoutunut yhteistyöhön sekä aidosti kiinnostunut tutkimuksesta ja sen tuloksista
- kertomalla avoimesti yrityksen motiivit tutkimuksen teettämiselle ja esittämällä mihin tutkimustuloksia käytetään
- yritys ymmärtää työskentelevänsä opiskelijoiden kanssa ja yrityksellä on realistiset odotukset sekä halu ohjata ja antaa palautetta
- asettamalla projektille selkeä rajaus sekä ymmärrettävät ja saavutettavissa olevat tavoitteet
- huolehtimalla että opiskelijoilla on tarvittavat taidot tutkimuksen tekemiseen ja sen dokumentointiin
- antamalla opiskelijoiden täsmentää tutkimuskysymys ja -menetelmät itse
- olemalla helposti tavoitettavissa, innostunut ja kannustava sekä ohjaamalla opiskelijoita tarvittaessa oikeaan suuntaan
- antamalla projektin edetessä perustellusti sekä positiivista että rakentavaa palautetta jonka pohjalta työskentelyä on mahdollista kehittää
- huolehtimalla että työskentelyyn on varattu riittävästi aikaa ja että työn määrä vastaa projektista saatavia opintopisteitä

Kuten aiemmin luvussa 2.3 esitetään, positiiviseksi ja innovatiiviseksi mielletty yritys on sekä työnantajana että yhteistyökumppanina mielenkiintoinen ja vetovoimainen. Opinnäytetyön yhtenä tavoitteena oli tuottaa toimintamalli, jolla Lindström Oy:n tunnettavuutta ja yrityskuvaa voitaisiin parantaa korkeakouluopiskelijoiden keskuudessa. Opiskelijayhdistyksen kanssa yhteistyössä toteutetun innovaatiokilpailun vaikutuksia yhdistyksen jäsenten mielikuviin ja asenteisiin Lindström Oy:stä selvitettiin Kyselynet.com-alustalle luodun Survey-kyselyn avulla. Kyselytulokset on esitetty kokonaisuudessaan liitteessä 6/1 ja 6/2.

Kaikki kyselyyn vastanneista kertoivat Lindström Oy:n olleen heille entuudestaan tuttu. Kolme henkilöä kuudesta oli pitänyt yritystä jo aiemmin mielenkiintoisena niin työllistymisen kuin yhteistyönkin näkökulmasta. Viisi kuudesta ker-

toi mielikuvansa Lindström Oy:stä muuttuneen toteutuneen yhteistyön seurauksena. Kaikki vastanneista määrittelivät muutoksen ollen positiivinen.

Muutoksen kerrottiin johtuneen innovaatiokilpailun yhteydessä pidetystä yritysesittelystä, jonka kautta oli saavutettu kokonaisvaltaisempi käsitys yrityksen historiasta ja toimialasta sekä kansainvälisyydestä. Positiivista kuvaa olivat luoneet myös Lindström Oy:n edustajien asiallinen käytös sekä opiskelijayhteistyön toimivuus. Lausetta ”Innovaatiokilpailun myötä ajattelen, että Lindström Oy...” oli jatkettu seuraavasti:

- on mahdollisesti tulevaisuudessa Suomen tunnetuin yritys.
- onkin yllättävän innovatiivinen ja mielenkiintoinen yritys.
- on mielenkiintoinen, toimiva ja edistyksellinen työnantaja.
- on ymmärtänyt hyödyntää opiskelijoiden potentiaalin toiminnan kehittämisessä ja haluaa laajentaa toimintaympäristöään sekä kehittyä yrityksenä.
- moderni, vikkelä ja uusia ideoita jahtaava yritys.

Kaikki kyselyyn vastanneista toivoivat Lindström Oy:n jatkavan opiskelijalähtöistä yhteistyötä myös tulevaisuudessa.

Kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että innovaatiokilpailun ja opiskelijayhteistyön kautta oltiin onnistuttu luomaan selkeästi alkuperäistä positiivisempi ja innovatiivisempi kuva Lindström Oy:stä ja sen toiminnasta yhteistyön piirissä olleiden opiskelijoiden keskuudessa. Opiskelijayhteistyön jatkamisella ja laajentamisella voidaan tulevaisuudessa katsoa olevan merkittäviä etuja yrityskuvan rakentamisessa. Lähtökohtana voidaan pitää tiedon jakamista Lindström Oy:stä opiskelijoita kiinnostavalla tavalla. Yritysesittelyä osana innovaatiokilpailua voidaan pitää tehokkaana tapana jakaa tietoa, sillä yrityksen taustojen, toimialan ja tulevaisuuden vision sisäistämisen voidaan katsoa olevan opiskelijan omien etujen ja intressien mukaista kilpailuasetelman näkökulmasta. 85,71 % innovaatiokilpailun palautekyselyyn (kts. liite 5/2) vastanneista kertoi saaneensa tapahtuman aikana uutta tietoa Lindström Oy:stä.

Edellä kuvattujen hyötyjen lisäksi opiskelijayhteistyötä voidaan perustella myös käyttäjätutkimuksen lähtökohdista. 90,9 % opiskelijoista arvioi opiskelijastatuksensa helpottavan käyttäjätiedon keräämistä sillä opiskelijan tekemänä tutkimus koettiin muista tahoista riippumattomaksi ja aidosti tutkimusta varten tehdyksi. Myös tutkittavien avoimempi, avuliaampi ja ennakkoluulotto-

mampi suhtautuminen opiskelijaan koettiin tutkimuksen kannalta merkitykselliseksi (kts. liite 2/3).

Toimintamallin voidaan sanoa tukevan disruptiivisten innovaatioiden syntymistä pohjautumalla innovaatiojohtamisen klassikkokirjassa Innovator's Dilemma (Christensen, 2015) esitettyihin seuraaviin oppeihin:

- disruptiivisten innovaatioiden tuottamiseen tähtäävässä toiminnassa on pyrittävä hyödyntämään pääorganisaation resursseja, mutta vältettävä yrityksen arvojen, toimintamallien ja prosessien käyttämistä kehitystyön lähtökohtana
- on hyödynnettävä iteratiivista ja kokeiluista oppivaa lähestymistä, löydettävä tapoja tehdä nopeita kokeiluja ja kustannuksiltaan edullisia epäonnistumisia
- tuotekehitysprosessien tulee hyödyntää asiakaslähtöisyyttä ja on valittava 'oikeat' asiakkaat (eivät välttämättä kuulu yrityksen nykyiseen asiakaskuntaan) ja käyttää löytynyttä uutta asiakaskysyntää tuotteistuksen tukena

Tämän opinnäytetyön puitteissa onnistuttiin tuottamaan Lindström Oy:lle asiakasymmärrykseen pohjautuvia tuote- ja palveluideoita aikatehokkaasti, opiskelijoiden motivaatiota ja oppimista tukevalla menetelmällä, hyödyntäen avoimuuden ja monialaisuuden lähtökohtia. Sekä asiantuntijat että innovaatiokilpailun tuomaristo pitivät tuotettujen ideoiden tasoa aikajänteeseen nähden hyvänä. Sekä Lindström Oy:n että opiskelijayhdistys Patteri ES:n edustajat ilmaisivat innovaatiokilpailun jälkeen halukkuuttaan jatkaa yhteistyötä, ja uuden 72 tuntia kestävä tapahtuman tuottamisesta keskusteltiin alustavasti. Toteutuneen yhteistyön vaikutus yrityskuvaan oli selvästi positiivinen.

Opinnäytetyön merkittävin onnistuminen on toimintamalli tiedon ja datan keräämiseen ja niiden muuttamiseen organisaation käyttöön soveltuvaksi tietämykseksi. Myös työssä mainitut verkostoitumisen edut saavutettiin: Lindström Oy on neuvotellut opiskelijaryhmän kanssa kilpailukonseptin prototyypin tuottamisesta ostopalveluna, ja kilpailun voittaneen joukkueen jäsen jatkaa yhteistyötä Lindström Oy:n kanssa työharjoittelun muodossa. Toteutuneen toimintamallin voidaan todeta olleen monella tapaa onnistunut ja saavuttaneen sille asetetut tavoitteet.

LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. 2007. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Metodien valinta ja aineostonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus.

Ahopelto, S., Paajanen, P., Soronen, P. & Ukkonen, J. 2017. Innovaatiokilpailun loppuraportti.

Alasoini, T., Heikkilä, A., Lyly-Yrjänäinen, M. & Ramstad, E. 2014. Innovatiivisuus Suomen työpaikoilla. Menestys versoo työelämää uudistamalla. Tekes katsaus 311/2014. Helsinki: Erweko Oy.

Anttila, P. 2000. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta: taito-, taide- ja muotoilualojen tutkimuksen työvälineet. Hamina: Akatiimi Oy.

Anttila, P. 2006. Tutkiva toiminta ja ilmaisuus, teos, tekeminen. Hamina: Akatiimi Oy.

Apilo, T. & Taskinen T. 2006. Innovaatioiden johtaminen. Helsinki: VTT Ota-media Oy.

Apilo, T., Taskinen, T. & Salkari, I. 2007. Johda innovaatioita. Helsinki: Talentum.

The de Bono Group. s.a. WWW.dokumentti. Saatavissa: http://www.debonogroup.com/six_thinking_hats.php. [viitattu 1.11.2016].

CEN/TS 16555-1:en 2017. Innovaatiojohtaminen. Innovaatioiden hallintajärjestelmä. 2013.

Chesbrough, H. 2006. Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Massachusetts: Harvard Business School Press.

Christensen, C. 2015. The Innovator's Dilemma: When new Technologies Cause Great Firms to Fail. Boston: Harvard Business Review Press.

Cover, L. 2015. The Innovation Workout. United Kingdom: Pearson

Deloitte. 2014. Suomalaisen teollisuuden tulevaisuus. PDF-dokumentti. Saatavissa:

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fi/Documents/manufacturing/Suomalaisen%20Teollisuuden%20Tulevaisuus%202014.pdf> [viitattu 12.11.2016].

Design Games. s.a. WWW.dokumentti. Saatavissa:

http://www.designgames.com.au/reverse_it/ [viitattu 11.10.2016].

Eeronen, E., Riihimäki, H., Vainio, P. & Välihalo, A. 2017. Innovaatiokilpailun raportti.

Elmansy, R. 2015. Design Thinking Tools: Reverse Brainstorming.

WWW.dokumentti. Saatavissa: <http://www.designorate.com/design-thinking-tools-reverse-brainstorming/> [viitattu 20.11.2016].

Gibson, R. & Skarzynski, P. 2008. Innovation to the core: a blueprint transforming the way your company innovates. Boston: Harvard Business Press.

Grayson, L. & Turunen, S. 2017. Innovaatiokilpailun loppuraportti.

Hakaoja, T. Palvelumuotoilija. Haastattelu 15.11.2016. Lindström Oy.

Jurvanen, J., Järvinen, H. & Mäkinen, J. 2017. Innovaatiokilpailun loppuraportti.

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. 2017. WWW.dokumentti. Saatavissa: <https://www.xamk.fi/xamk/strategia/> [viitattu 20.01.2017].

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. 2017. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun (Xamk) strategia 2022 ja visio 2030. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.xamk.fi/wp->

content/uploads/2016/06/25492_strategia_2309_tiivistetty.pdf [viitattu 20.01.2017].

Kaihovaara, A., Härmälä, V. & Salminen, V. 2016. Mitä ovat innovaatio-ekosysteemit ja miten niitä voi kehittää? Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta. Policy Brief. WWW.dokumentti. Saatavissa: <http://tietokayttoon.fi/documents/1927382/2116852/Mitä+innovaatioekosysteemit+ovat+ja+miten+niitä+voi+kehittää/feecb2aa-d56e-441d-aa2e-15f5bd18d59b?version=1.0> [viitattu 12.11.2016].

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

Kettula, J. Ent. Design manager. Ent. muotoilun lehtori. Sähköpostikeskustelu 26.12.2016–6.2.2017. Nokia Oyj. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu.

Koivisto, T., Mikkonen, T., Vadén T., Valkokari, K., Ahonen, K. & Vainio, N. 2011. Rajoja ylittävä innovointi. Tampere: Tampere University Press.

Lammi, M. Head of Innovation. Keskustelu 31.10.2016. Kouvola Innovation.

Larsen, S. 2017. Muotoilujohtamisesta on tullut konsultoinnin uusi "ismi". Kauppalehti. Artikkel. Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/muotoilujohtamisesta-on-tullut-konsultoinnin-uusi-ismi/VBUWLq7e?ref=twitter:febf> [viitattu 21.2.2017].

Lawrence, A. 2016. What is a Hackathon? WWW.dokumentti. Saatavissa: <http://www.rasmussen.edu/degrees/technology/blog/what-is-a-hackathon/> [viitattu 1.11.2016].

Lemola, T. 2009. Innovaation uudet haasteet ja haastajat. Helsinki: WSOYpro Oy.

Leppälä, K. 2012. Tervanpoltosta innovaatiotalouteen. Helsinki: Avain.

Lindström Oy. 2015. WWW.dokumentti. Saatavissa:

<http://www.lindstromgroup.com/fi/yritys> [viitattu 16.10.2016]

Loikkanen, S. & Smatanova, S. 2017. Innovaatiokilpailun loppuraportti.

Luukkonen, P. Business Unit Director South-East Finland. Yritysesittely, innovaatiokilpailu. 19.01.2017. Lindström Oy.

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Tammerprint Oy.

Mähönen, E. 2016. Tekes-pomo: Suomella erinomaiset raaka-aineet, mutta lopputulos sekasotku. Kauppalehti. Artikkel. Saatavissa:

<http://m.kauppalehti.fi/uutiset/tekes-pomo-suomella-erinomaiset-raaka-aineet--mutta-lopputulos-sekasotku/fEPbZC83> [viitattu 20.9.2016].

Mäntyneva, M. 2012. Kasvua innovaatioista. Helsinki: Kauppakamari.

Patentti- ja rekisterihallitus 2010. WWW.dokumentti. Saatavissa:

<https://www.prh.fi/fi/mallioikeudet/edellytyksetjaesteet.html> [viitattu 29.1.2017 30.11.2016].

Reboot Finland. 2017. WWW.dokumentti. Saatavissa:

<http://www.rebootfinland.fi/#what> [viitattu 2.3.2017].

Repo, A. & Törmikoski, S. 2017. Innovaatiokilpailun loppuraportti.

Sinkko, S. Vice President, Sales & Markets. Haastattelu 28.10.2016. Lindström Oy.

Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun. Espoon kaupunki. Sivistystoimi. 2013. PDF-dokumentti. Saatavissa:

http://designresearch.aalto.fi/groups/encore/wpcontent/uploads/2013/11/Sivistystoimen_tyokalupakki_palvelumuotoiluun2.pdf [viitattu 4.14.11.2016].

Solatie, J. & Mäkeläinen, M. 2009. Ideasta innovaatioksi. Luovuus hyötykäyttöön. Helsinki: Talentum Oy.

Stickdorn, M & Schneider, J. 2010. This is service design thinking. Basics – Tools – Cases. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Suomen tunnetuin it-muotoilija myytiin – Idean kaupan takana iso murros. 2017. Kauppalehti. WWW.dokumentti. Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/suomen-tunnetuin-it-muotoilija-myytiin--idean-kaupan-takana-on-iso-murros/ZuYTDxsH> [viitattu 16.2.2017].

Taimela, S. Lehtori. Keskustelu 3.11.2016. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu.

Taloustieteellinen yhdistys. 2014. Kansantaloudellinen aikakauskirja -110.vsk-1/2014. PDF-dokumentti. Saatavissa: http://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/wp-content/uploads/2014/09/lahtonen_tokila1.pdf [viitattu 15.11.2016].

Teece. 2000. Strategies for Managing Knowledge assets: the Role of Firm Structure and Industrial context. Elsevier.

Tutkimus- ja innovaationeuvosto. 2011. Tutkimus- ja innovaatiopoliittinen linjaus 2011-2015. Helsinki: Opetusministeriö.

Tutkija. Puhelinkeskustelu 30.1.2017. Patentti- ja rekisterihallitus.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy.

Valtiontalouden tarkastusvirasto. 2010. Näkökulmia laaja-alaiseen innovaatio-toimintaan. Helsinki: Edita Prima Oy.

Vihervaara, T. 2015. Yritysyhteistyö opetuksessa. Helsinki: Aalto-yliopisto.

Vilen, H. Yritysyhteistyökoordinaattori. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Keskustelu, 02.02.2017

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Otavan Kirjapaino Oy.

Vilkkä, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.

Wilson, C. 2011. Method 4 of 100: Reverse Brainstorming, in 100 User Experience (UX) Design and Evaluation Methods for Your Toolkit.

WWW.dokumentti. Saatavissa: <http://dux.typepad.com/dux/2011/01/this-is-the-fourth-in-a-series-of-100-short-articles-about-ux-design-and-evaluation-methods-todays-method-is-called-rever.html> [viitattu 08.10.2016]

KUVALUETTELO

Kuva 1. Tutkimuksen viitekehys (Purola 2016)

Kuva 2. Tutkimuksen käsitekartta (Purola 2016)

Kuva 3. Tutkimuksen sidosryhmät (Purola 2016)

Kuva 4. Kuvankaappaus Lindström Oy:n kotisivuilta, yrityksen tuottamat palvelut kohdemaittain (Lindström Oy, 2015)

Kuva 5. Yritysten motiivit opetustyöhön (Vihervaara 2015: 26)

Kuva 6. Yhteissuunnittelutyöpajan vaiheet (Purola 2016)

Kuva 7. Käänteisen ideoinnin prosessi (Elmansy 2015)

Kuva 8. Muotoiluprosessin vaiheet (Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun, Espoon kaupunki 2013)

Kuva 9. Tapahtuman markkinoinnissa käytetty juliste (Ala-turkia 2017)

Kuva 10. Konseptin Fix&Fill System- esitys innovaatiokilpailun loppuseminaarissa (Purola 2017)

Kuva 11. SmartBox konseptin visualisointi (Eeronen, Riihimäki, Vainio & Väli-talo 2017)

Kuva 12. 3D -tulostettu hahmomalli Värillä on väliä – bioaktiivisesta indikaattorista (Mäkinen 2017)

Kuva 13. Fill & Fix System visualisointi (Loikkanen & Smatanova 2017)

Kuva 14. Innovaatioalustan toimintamalli ja sidosryhmät (Purola 2017)

Kuva 15. Muotoiluprosessin kaavio (Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun,

Espoon kaupunki 2013)

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1. Toteutunut innovaatiokilpialun budjetti (Purola 2017)

TEEMAHAASTATTELUN
ENNAKKOTEHTÄVÄ TERVEYDENHUOLLON AMMATTILAISELLE

Mistä kaikesta koostuisi työpäivä, joka ei kerta kaikkiaan suju? Sellainen jossa pienet vastoinkäymiset seuraavat toisiaan? Mitkä asiat voivat mennä pieleen, kun kaikki menee pieleen? Mitä tapahtuisi, jos välttämättömmätkin asiat – juuri ne joita pidät työpäiväsi aikana itsestäänselvyyksinä, eivät enää olisikaan sellaisia? Mieti ensin päivää yleisesti:

Ajattele mitä teet kun:

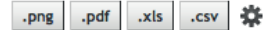
- lähdet töihin
- työmatka
- saavut töihin
- työpäivän aikana suorittamasi tehtävät ja askareet
- työstä lähteminen
- kotimatka
- kotiin saapuminen

Mieti seuraavaksi samaa päivää alusta loppuun, ja mieti missä kohdissa vaatteet tuottavat/ voisivat tuottaa sinulle ongelmia? Millaisia hetkiä ne ovat? Millaisia ovat negatiiviset ajatukset jotka liittyvät vaatteisiin. Mistä ongelmat johtuvat? Mihin ongelmat johtavat?

Mieti seuraavaksi samaa päivää alusta loppuun, ja mieti missä kohdissa hygieenian kanssa voisi olla ongelmia? Millaisia hetkiä ne ovat? Mistä ongelmat johtuvat? Mihin ongelmat johtavat?

Mieti seuraavaksi samaa päivää alusta loppuun, ja mieti missä kohdissa työturvallisuuden kanssa voisi olla ongelmia? Millaisia hetkiä ne ovat? Mistä ongelmat johtuvat? Mihin ongelmat johtavat?

1. Sukupuoli

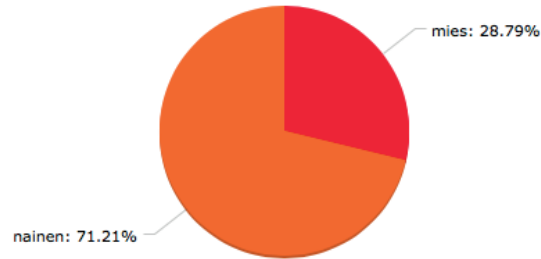


Osallistujamäärä: 66

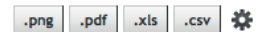
19 (28.8%): mies

47 (71.2%): nainen

- (0.0%): muu



3. Opintojesi vaihe



Osallistujamäärä: 66

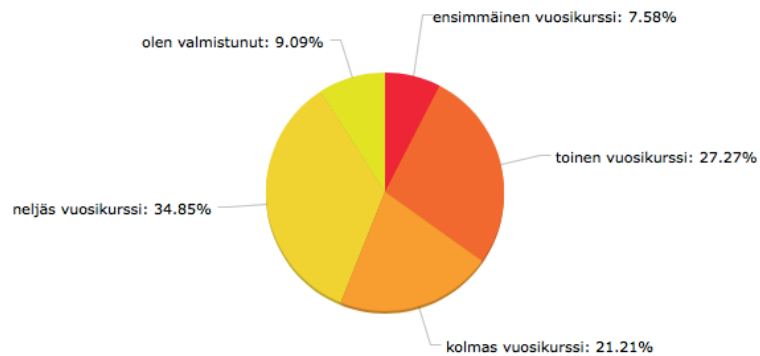
5 (7.6%): ensimmäinen vuosikurssi

18 (27.3%): toinen vuosikurssi

14 (21.2%): kolmas vuosikurssi

23 (34.8%): neljäs vuosikurssi

6 (9.1%): olen valmistunut



4. Mitä alaa opiskelet/ opiskelit?

Osallistujamäärä: 64

Näytä kaikki 29 aiempaa vastausta

- teollinen muotoilu
- muotoilija-sisustusarkkitehtuuri ja kalustesuunnittelu
- tuote- ja palvelumuotoilu
- sisustusarkkitehtuuri- ja kalustesuunnittelu
- Muotoilu sisustusarkkitehtuuri
- palvelumuotoilu
- Ux
- Markkinointi
- Markkinointi
- Liiketalous
- Teollinen Muotoilu
- Kätilötyön sv, hoitotyön ko
- Sosionomi
- tradenomi
- graafinen muotoilu
- Liiketalous
- Tradenomi
- Muotoilu
- Liiketalous
- Muotoilu
- Muotoilu
- Johdon assistentti ja kielet
- Tradenomi, myynti ja markkinointi
- Muotoilu
- muotoilu
- Hoitotyö
- Tradenomi, myynti ja markkinointi
- design
- International Business
- Valtiotieteet
- Ylempi AMK
- Matkailu
- Matkailu- ja palveluliiketoiminta
- Tuote- ja palvelumuotoilu
- Muotoilu

5. Missä opiskelet/ opiskelit?

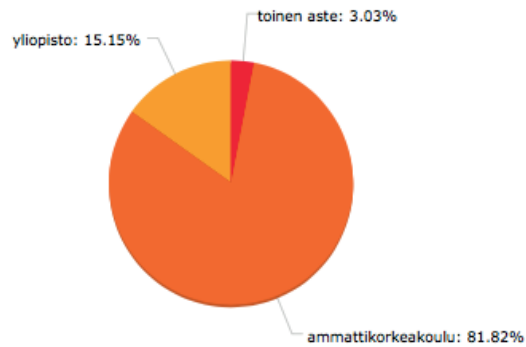
[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Osallistujamäärä: 66

2 (3.0%): toinen aste

54 (81.8%): ammattikorkeakoulu

10 (15.2%): yliopisto



Osallistujamäärä: 56

47 (83.9%): haastattelu

49 (87.5%): kysely

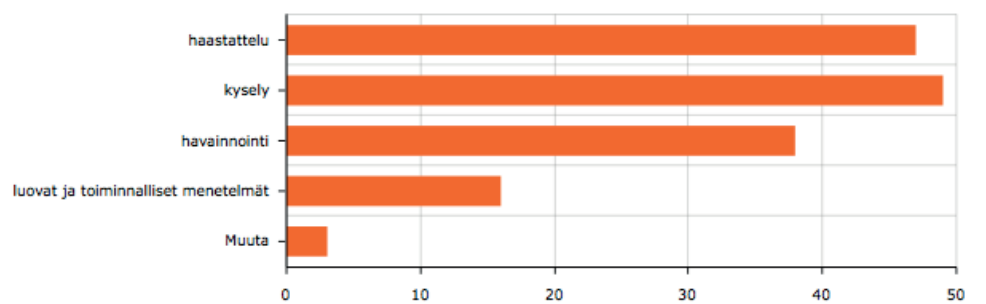
38 (67.9%): havainnointi

16 (28.6%): luovat ja toiminnalliset menetelmät

3 (5.4%): Muuta

Lisäkentän vastaukset:

- 5 x miksi
- itsedokumentointi
- Netti



7. Mikä käyttäjätiedon keräämisessä tuntuu haasteiselta?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Osallistujamäärä: 56

24 (42.9%): tuntemattomien ihmisten lähestyminen

15 (26.8%): vieraassa ympäristössä toimiminen

25 (44.6%): tutkimusmenetelmien ymmärtäminen

22 (39.3%): tutkimusmenetelmien valitseminen

20 (35.7%): tutkimusmenetelmien luominen

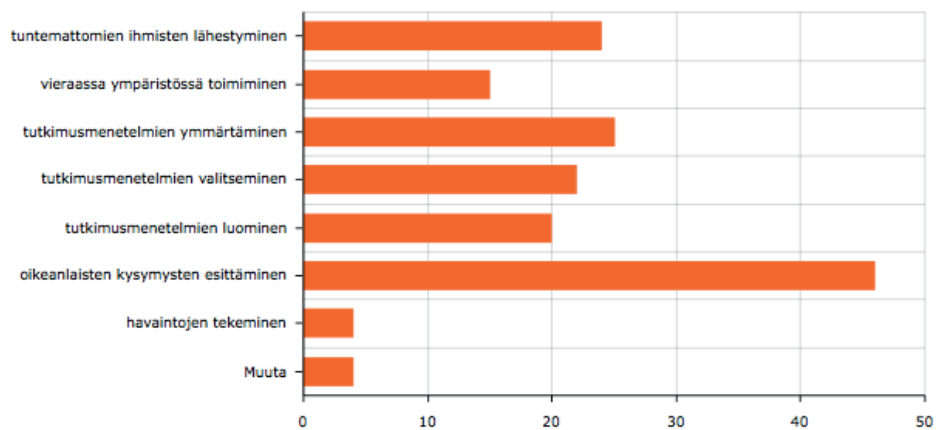
46 (82.1%): oikeanlaisten kysymysten esittäminen

4 (7.1%): havaintojen tekeminen

4 (7.1%): Muuta

Lisäkentän vastaukset:

- aikataulu on hyvin usein tiukka
- Tasapainottelu avoimen ja strukturoidun välillä
- kysymysten ja menetelmien rajaus
- tavoitteen ymmärtäminen.



8. Mitkä menetelmät olet kokenut tiedon keräämisen kannalta hyödyllisimmiksi?

[.png](#)
[.pdf](#)
[.xls](#)
[.csv](#)


Osallistujamäärä: 56

48 (85.7%): kasvokkain keskustelu

5 (8.9%): puhelinhaastattelu

2 (3.6%): Skype-videohaastattelu

23 (41.1%): nettikysely

30 (53.6%): toiminnan tarkkailu

27 (48.2%): toimintaan osallistuminen

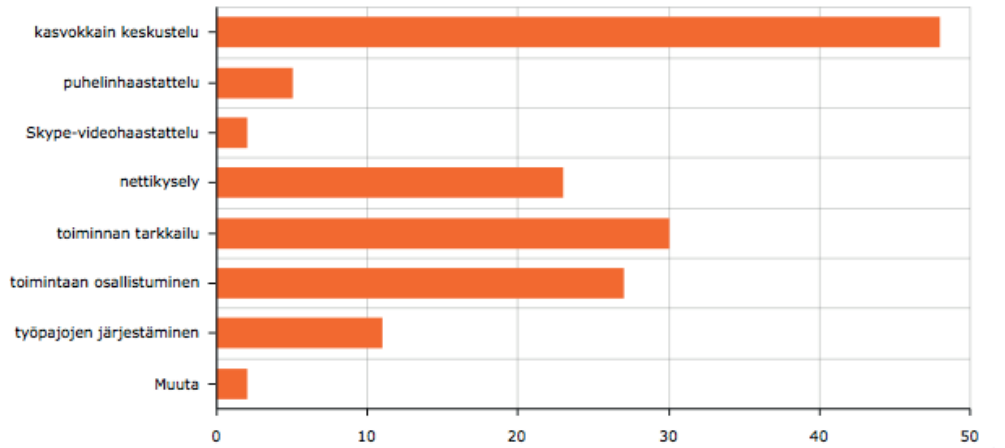
11 (19.6%): työpajojen järjestäminen

2 (3.6%): Muuta

Lisäkentän vastaukset:

- Luotaimet

- kyselijää aktivoiva kysely tai vastaava



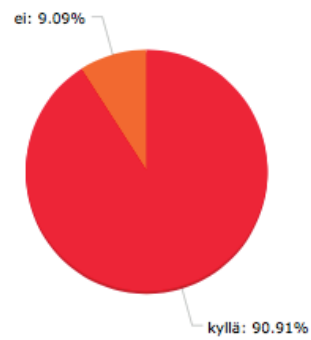
9. Koetko opiskelijastatuksesi helpottavan käyttäjätiedon keräämistä?

[.png](#)
[.pdf](#)
[.xls](#)
[.csv](#)


Osallistujamäärä: 55

50 (90.9%): kyllä

5 (9.1%): ei



10. Perustele vastauksesi.

.xls .csv

Osallistujamäärä: 33

- Opiskelija ei edusta lähtökohtaisesti mitään näkökantaa
- Opiskelijaa ei oteta aina "vakavasti".
- Opiskelijoihin suhtaudutaan eritavoin kuin yrityksen edustajiin. Huomattavasti ymmärtäväisemmin ja ollaan avuliaampia. Yrityksen edustajille ollaan melko usein työkeitä..
- Opiskelijoita halutaan yleisesti auttaa eikä koeta esim. jälleenmarkkinoinin ja uutisspämmyksien uhkaa
- Mielestäni opiskelijaa "autetaan" helpommi. Ja itsellä luulo ettei opiskelija tee tutkimusta kaupallisessa tarkoituksessa vaa opintojensa takia.
- Ehkä siinä mielessä kyllä, että opiskelijana tekemäni kyselyn mielletään olevan muista tahoista riippumaton ja aidosti tutkimusta varten eikä esim. jonkin firman mainostamismielessä tehty
- Ihmiset eivät epäile kaupallisia tarkoituksia opiskelijan suhteen.
- Koulutautumista arvostetaan ja sen turvin moni katsoo auttavansa opiskelijoita heidän opinnoissaan.
- No se on vähän kuin ois koiran kanssa jossain pienen likasessa väli metsässä. Ni se on yleisesti hyväksyttävää koska on se koira mukana, mut jos siel stondailee muuten vaan ihmiset on ihan ihmeissään et mitä sä siel teet. Ni siis opiskelijoilla on syy kysellä ja niillä ei välttämättä ole niin pahat tarkoitus perät kuin jollain markkinointi firmoilla jotka tekee sitä päätoimisena liiketoimintana. Itelle siin on myös ehkä vähän semmonen vastaus astettava alentava vaikutus jos joku opiskelija tulee kysymään kuin jos kyseessä olisi ammattilainen.
- Opiskelijana voi mennä tilanteeseen rennommin ja on helpompi olla erehtyväinen, ihmiset avuliaampia avaamaan arkeaan tai "opettamaan" asioita ja auttaa, kun kyseessä opiskelija eikä tarvitse "pelätä" markkinoinnin/myynnin kohteeksi joutumista tms. kaupallisuuden edistämistä (vrt. jos edustaisi yritystä)
- Mielestäni yleinen asenne opiskelijoita kohtaan on avoin. Ihmiset arvostavat koulutusta ja haluavat näyttää tukensa olemalla aktiivisia vaikka haastatteluihin vastaamalla.
- Riippuu tietenkin vastaanottajasta.
- Opiskelijoita ei välttämättä oteta ihan niin vakavasti kuin yrityksen edustajia, joten kysymyksiin vastataan paljon rennommin. Toisaalta sitten voidaan vastata mitä sattuu.
- Opiskelija avuntarpeessa on todella toimiva otsikko pyyntösähköpostissa
- Ihmisillä on ehkä halu auttaa opiskelijoita tehtävien kanssa jotta ne valmistuisivat, kun lähestyy heitä jo sanoin " hei likenisikö sinulta hetki tähän, kyse on opiskelutehtävästä jne.. avustasi on suuri apu!"
- Opiskelijaa ei koeta samanlaisena "uhkana" tai auktoriteettina.
- Uskon että opiskelijat ovat tosiaan neutraalimpia kyselijöitä kuin jotkut yritykset mutta myös epäuskottavampia - fifty fifty siis.
- Tutkittavat suhtautuvat avoimemmin ja ymmärtäväisemmin opiskelijaan, jolla eivät ajattele olevan piilotettuja intressejä tutkimukselleen
- Opiskelijat koetaan ehkä vielä harjoittelevaksi tahoksi joita halutaan auttaa uran urkenemisessä
- Opiskelijan ei oleteta myyvän mitään.
- Ihmisiä kiinnostaa ala kovasti ja sen takia osallistuvat mielellään, kysyäkseen alasta enemmän.
- Opiskelijaan suhtaudutaan myönteisemmin, koska hän on "vasta oppimassa/harjoittelemassa" niin pitäähän häntä auttaa.
- Yrityksiin on ehkä helpompi päästä vierailulle, kun tiedetään että en ole myymässä mitään.
- Ihmiset voivat mahdollisesti ajatella yrityksillä olevan jotain taka-ajatuksia.
- Minuun on suhtauduttu avoimemmin ja ymmärtäväisemmin opiskeluaikana, kuin sen jälkeen.
- Motiiveitani ei kyseenalaisteta samalla tavalla kuin yrityksen edustajan.
- takana seisovan laitoksen auktoriteetti avaa ovia jotka muuten olisivat täysin tavoittamattomissa
- En.
- Opiskelija on tavallaan puolueettomampi kuin jjonkin yrityksen toimija.
- En ole opiskelija.
- Opiskelijalle on ehkä helpompi matalalla kynnyksellä vastata kyselyihin
- Koen, että opiskelijastatus antaa ikään kuin suojaa. Kaikkea ei tarvitse vielä osata tai tietää, vaan riittää kun on yritteliäs ja aktiivinen.
- Opiskelijan ei heti oleteta olevan myymässä jotain.

11. Sinulle mieluisin tapa työskennellä?

.png .pdf .xls .csv

Osallistujamäärä: 56

18 (32.1%): yksin

22 (39.3%): pareittain

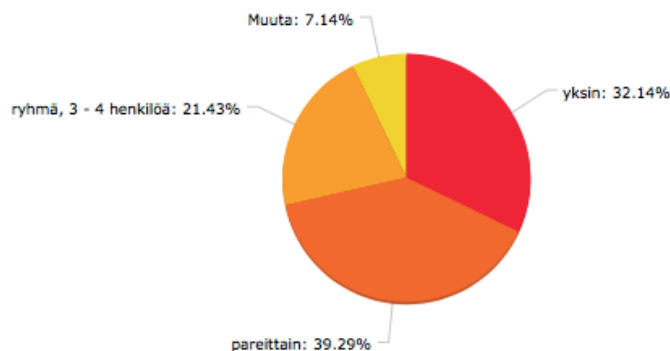
12 (21.4%): ryhmä, 3 - 4 henkilöä

- (0.0%): ryhmä, yli 4 henkilöä

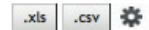
4 (7.1%): Muuta

Lisäkentän vastaukset:

- Vaihtelee projektista ja ryhmästä. Kummassakin on hyvät ja huonot puolet. Yksin työskennellessäni on mielestäni hyödyllistä silti puhua projektista jonkun muun kanssa ja silloin usein saakin ihan eri näkökulman hommaan.
- riippuu tehtävästä
- vaihtelee, mieluiten työskentelen yksin tai pareittain.
- Yksin ja ryhmässä. Riippuu tehtävästä.



12. Onko sinulla esimerkkiä todella hyvin onnistuneesta käyttäjätutkimuksesta?



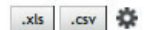
Osallistujamäärä: 14

- Havainnointi on tehokas menetelmä ja siinä pääsee myös itse toiseen ja toisen rooliin. Koen, että se on rehellisempää kuin sanallinen viestintä / kerronta.
- Haastattelu ja havainnointi. Sai tietoa asiakkaan mielikuvista ja päätöstä ohjaavista tarpeista yms mutta näki myös että ohjasivatko ne oikeastaan käytännön toimintaa ollenkaan.
- Nettikyselyllä on tullut eniten vastauksia. ANonyymit vastaukset olivat toimivampia
- Haastatteluja, luotaimia, työpajoja, askareisiin osallistumista ym. etnografisia menetelmiä
- Kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa syvään ymmärrykseen ei välttämättä päästä.
- Haastattelut potilaiden kanssa terveyskeskuksessa, käyimme Sheldonin tarvelistaan pohjautuvia haastattelukysymyksiä. Saimme mielenkiintoista, yhtenäistä ja syvää aineistoa.

Haastattelut käyttäen kortteja apuvälineenä asiakaspolkujen määrittelyyn.

- haastattelu ja kysymyslomake
- Toteutin erään tutkimuksen ala-asteikäisten lasten kanssa, heidän kanssaan oli helppo työskennellä ja innostus oli silminnähettävää.
- Uskon, että silloin kun käyttää useampaa kuin yhtä menetelmää onnistuminen on todennäköisempää. Saman suuntaiset tulokset useammalla menetelmällä saatuna tukevat oikeanlaista lopputulosta. Nyt ei tule yhtään selvää esimerkkiä itselle mieleen.
- Suunnittelimme uutta lounaspakkausta ja tätä varten kävimme haastattelemassa ihmisiä. Käytimme haastattelun yhteydessä valmistamiamme alkeellisia prototyyppisiä, jolloin haastattelut pääsivät omin kätös in kokeilemaan "pakkausten" toimivuutta. Palaute oli hyvää ja samalla havainnointi kullaan arvoista.
- Kysely yrityksen facebookissa/nettisivuilla. Vastauksia tuli paljon ja useita kehittämissideoitu. Yritys on melko uusi ja kävijöitä olisi enemmän kuin yrityksen resurssit antavat myöten.
- -
- ..
- Ei nyt ehkä todella onnistuneesta, mutta kehitettynä hauska. Eli iso taulu/paperi johon ihmiset voivat ohi kulkiessaan ilmaista mielipiteensä. Jos käytettävissä kuvia värejä tms niin parempi. Herättää jonkinlaista luovuutta. Toisaalta voi olla hankala saada ihmisiä innostumaan (varsinkin jos itse seisoo vieressä).

13. Onko sinulla esimerkkiä epäonnistuneesta käyttäjätutkimuksesta?



Osallistujamäärä: 17

- Toiminnalliset menetelmät ovat haastavia siksi, että kaikki osallistujat ymmärtävät tehtävän niin monella eri tavalla tai kaikki ei välttämättä ollenkaan. Menetelmä on voinut olla ajallisesti liian pitkä tai muuten sisältänyt liikaa infoa, jolloin osallistujat on kokenut sen liian raskaaksi.
- Kysely, johon vastaajat eivät perehtyneet tarpeeksi eivätkä lukee ohjeita. Vastaukset olivat suurilta osin käyttökeltvottomia koska vastaukset eivät liittyneet aiheeseen..
- Netti Kyselyllä oli haastavaa saada tarpeeksi osallistujia.
- Haastattelu jonka tein ilman tarkoitusta
- Heikosti rakennettu haastattelu tulkin välityksellä. Soppaa hämmensi myös massiiviset kulttuurierot.
- Kerran ei haastateltavat oikein ymmärtäneet kysymyksiä yhteisen kielen puuttuessa ja tulkin välityksellä uskon tiedon muuttuneen melkoisesti. Joskus on ollu vaikea saada ihmisiä kiinnostumaan aiheesta ja laittamaan omaa aikaa johonki mistä ei seuraa välitöntä hyötyä heille.
- Liikaa kysymyksiä ja liian tarkat haastattelukysymykset jotka suuntautuivat ennakkoluulon perusteella väärään suuntaan.
- Turha sähköinen kysely joka tuotti vain geneeristä määrällistä dataa joka ei soveltunut suunnittelun lähtökohdaksi
- ns. lappu laatikkoon kysely. Laatikkoon palautettiin karkkipapereista lähtien kaikkea asiaan kuulumatonta.
- Yritys ei tiennyt mitä halusi, tai halusiko mitään. Me emme tienneet mistä aloittaa ja ketä tutkia, ohjaajan kommentit olivat mitänsanomattomia.
- Epäonnistumisia on tullut kun ei ole osannut rajata tutkimuskohdetta oikein tai on käyttänyt liian suppeaa valikoimaa tutkimusmenetelmissä.
- Internetkysely lapsiperheiden kotimaan matkailuun liittyen. Oli vaikea saada tarpeeksi vastaajia. Olisi pitänyt käyttää enemmän aikaa sopivien väylien löytämiseen.
- Toinen yritys antoi jo olemassa olevien asiakkaiden tiedot, joihin soiteltiin ja kerättiin tutkimustietoa. Kellään ei ollut mitään rakentavaa palautetta.
- Ei varsinaisesti esimerkkiä, mutta nettikyselyt voivat olla haasteellisempia, koska on vain tietty ryhmä joka vastaa kyselyihin. Meilläkin kyselyitä tulee todella paljon ja suurimpaan osaan ei jakseta vastata.
- ..
- Ipadilla toteutettu kysely kaupungin keskustassa, aiheesta joka ei tuntunut kiinnostavan ketään eikä kellän ollut aikaa.
- kaupungin kehittämissuunnitelmassa ryhmässämme oli henkilö jonka aika kului lohikäärmeiden piirtelyyn ja petivideoiden katseluun. Koska kolmasosa ryhmästä oli vain kuormana, näkyi se kokonaisuudessa erittäin voimakkaasti
- Ei oikeastaan, muttemme ole ehtineet kovin suuria tutkimuksia tekemäänkään.

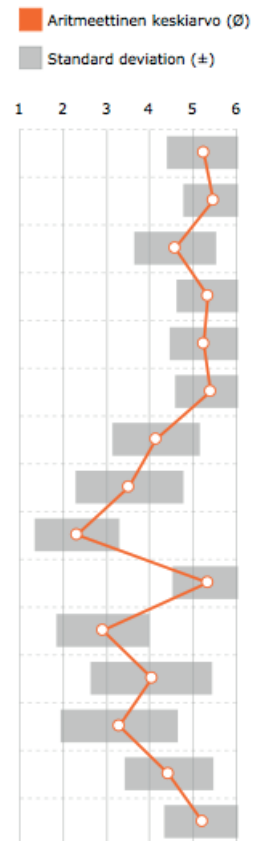
14. Kuinka tärkeitä uskot seuraavien asioiden olevan onnistuneen lopputuloksen kannalta?

.png .pdf .xls .csv



Osallistujamäärä: 51

	ei lainkaan tärkeää (1)				todella tärkeää (6)				Aritmeettinen keskiarvo (Ø)		Standard deviation (±)			
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Ø	±		
opit uusia asioita työskentelyn a...	-	-	-	-	1x	1,96	10x	19,61	16x	31,37	24x	47,06	5,24	0,84
tavoitteet ovat selkeät; tiedät ...	-	-	-	-	1x	1,96	3x	5,88	18x	35,29	29x	56,86	5,47	0,70
projekti on jaettu osiin, saavuta...	1x	1,96	-	-	2x	3,92	21x	41,18	19x	37,25	8x	15,69	4,59	0,94
sinulla on tarpeeksi aikaa työske...	-	-	-	-	-	-	7x	13,73	19x	37,25	25x	49,02	5,35	0,72
saat tukea ja ohjausta tarpeides...	-	-	-	-	2x	3,92	5x	9,80	22x	43,14	22x	43,14	5,25	0,80
aihe on kiinnostava	-	-	-	-	2x	3,92	5x	9,80	14x	27,45	30x	58,82	5,41	0,83
aihe on haastava	-	-	3x	5,88	7x	13,73	27x	52,94	8x	15,69	6x	11,76	4,14	1,00
aihe on helppo/ entuudestaan t...	4x	7,84	5x	9,80	15x	29,41	16x	31,37	9x	17,65	2x	3,92	3,53	1,24
saat pelkkää positiivista palaute...	11x	21,57	19x	37,25	14x	27,45	7x	13,73	-	-	-	-	2,33	0,97
saat sekä rakentavaa että positi...	-	-	-	-	2x	3,92	6x	11,76	15x	29,41	28x	54,90	5,35	0,84
ohjaaja ei puutu työskentelyysi	4x	8,00	12x	24,00	23x	46,00	8x	16,00	1x	2,00	2x	4,00	2,92	1,08
saat työskentelystäsi opintopist...	2x	4,00	7x	14,00	7x	14,00	12x	24,00	15x	30,00	7x	14,00	4,04	1,40
työskentelyäsi arvioidaan suhtee...	6x	11,76	9x	17,65	12x	23,53	13x	25,49	10x	19,61	1x	1,96	3,29	1,35
työskentelyäsi arvioidaan tasais...	-	-	2x	3,92	5x	9,80	22x	43,14	13x	25,49	9x	17,65	4,43	1,02
työmäärä on kohtuullinen suhte...	-	-	-	-	2x	3,92	9x	17,65	17x	33,33	23x	45,10	5,20	0,87



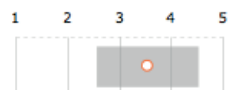
15. Kuinka suuri rooli ohjaajalla on motivaatiosi ylläpitämisessä? Arvioi asteikolla 1 - 5.

.png .pdf .xls .csv



Osallistujamäärä: 52

	vähäinen				merkittävä				Aritmeettinen keskiarvo (Ø)		Standard deviation (±)	
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	Σ	%	Σ	%	Ø	±	
Ohjaajan roolin merkittävyys	2x	3,85	5x	9,62	15x	28,85	23x	44,23	7x	13,46	3,54	0,98



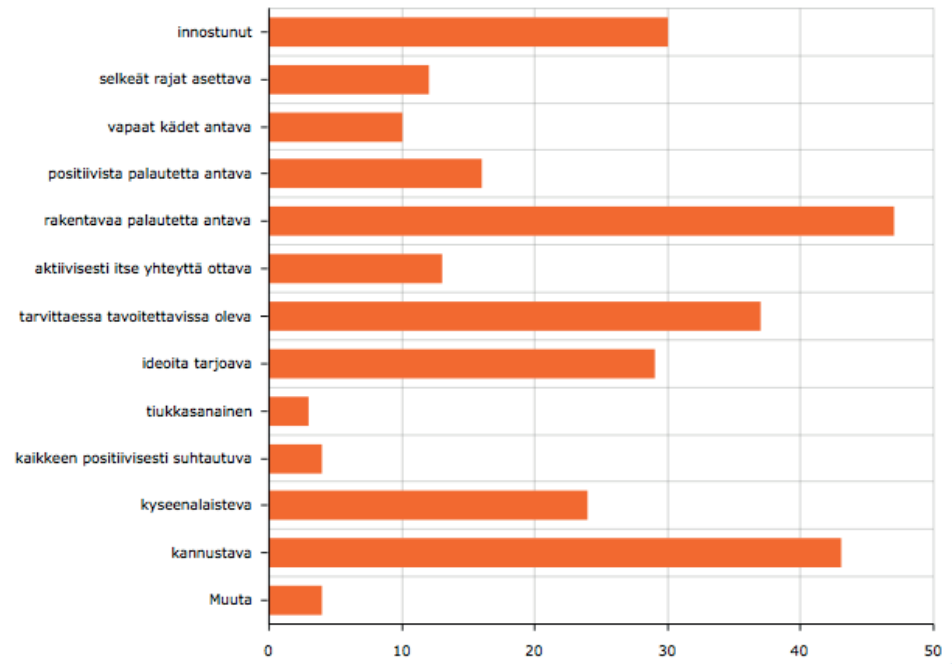
16. Millainen ohjaaja tukee työskentelyäsi parhaiten?

.png .pdf .xls .csv

Osallistujamäärä: 53

- 30 (56.6%): innostunut
 12 (22.6%): selkeät rajat asettava
 10 (18.9%): vapaat kädet antava
 16 (30.2%): positiivista palautetta antava
 47 (88.7%): rakentavaa palautetta antava
 13 (24.5%): aktiivisesti itse yhteyttä ottava
 37 (69.8%): tarvittaessa tavoitettavissa oleva
 29 (54.7%): ideoita tarjoava
 3 (5.7%): tiukkasanainen
 4 (7.5%): kaikkeen positiivisesti suhtautuva
 24 (45.3%): kyseenalaisteva
 43 (81.1%): kannustava
 4 (7.5%): Muuta
- Lisäkentän vastaukset:

- ihminen joka osaa laittaa perustellut rajat projektille ja näkee että opintojen tulisi auttaa opiskelijaa kehittymään- ei jäämään jumiin. Opettajat jotka laittavat liian monta projektia samalle kursille eivät ehkä ymmärrä että opiskelijalta ei voi vaatia vielä samaa kuin ammattilaiselta. Tällöin ei saada opiskelijoita kasvamaan vaan lamaan tumaan. Realistisuus on opettajan tärkein ominaisuus.
 - Antaa ohjeita tarvittaessa
 - itse vielä alalla ei pelkää opetustyössä
 - Oikeaan suuntaan ohjaava

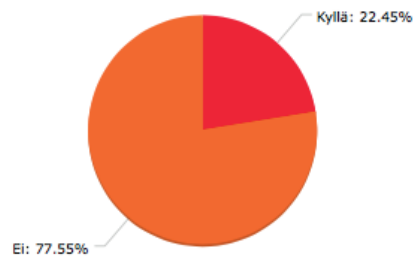


17. Tahdotko että tutkimuskysymys ja -menetelmät ovat valmiiksi määriteltä ohjaajan toimesta?


.png .pdf .xls .csv

Osallistujamäärä: 49

- 11 (22.4%): Kyllä
 38 (77.6%): Ei



18. Jos yhtenä motivaatiotekijänä olisi raha, mitkä seuraavista johtaisivat kohdallasi parhaaseen työskentelytulokseen?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 52

18 (34.6%): saisit työskentelystäsi korvauksen tuloksesta riippumatta

36 (69.2%): saisit työstäsi korvauksen, mikäli se täyttäisi tietyt ennalta määritellyt laatuksiteerit

3 (5.8%): saisit työstäsi korvauksen, jos työsi olisi ryhmän paras

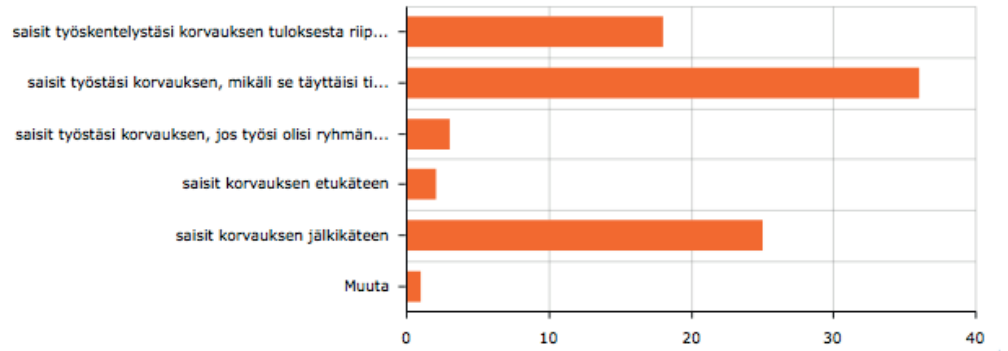
2 (3.8%): saisit korvauksen etukäteen

25 (48.1%): saisit korvauksen jälkikäteen

1 (1.9%): Muuta

Lisäntän vastaukset:

- rahapalkinto ei olisi välttämättä ennakkoon tiedossa



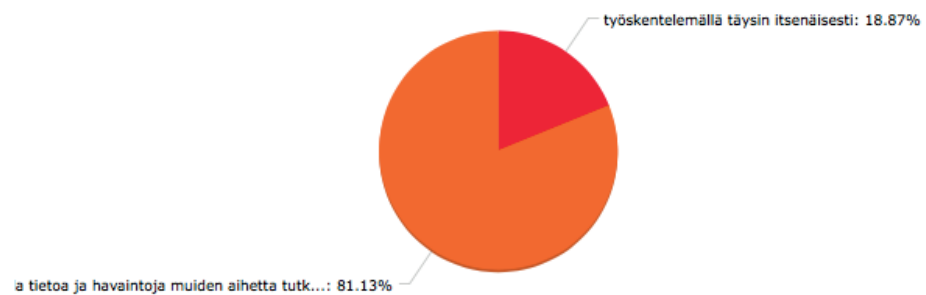
19. Uskot onnistuvasi paremmin?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 53

10 (18.9%): työskentelemällä täysin itsenäisesti

43 (81.1%): jakamalla tietoa ja havaintoja muiden aihetta tutkivien kanssa



Palaute 1)

Työpaja oli inspiroiva ja herätti paljon ajatuksia ainakin yllättämällä mitä ongelmia oikeasti hoitoalalla on ja kuinka "vaate" voisi sen ratkaista. Minusta hyvä tapa päästä lopputulokseen.

Palaute 2)

Mainiot menetelmät. Työpajan tarkoitus oli hyvin ymmärrettävissä. Loistavaa keskustelua. Hyvät kysymykset ratkaisujen löytämiseksi. Tunne työpajan merkittävyydestä ja ratkaisun löytämiseen todellinen tarve.

Palaute 3)

Hyvä workshop! Haastavia kysymyksiä mutta ei mahottomia. Vähän meni pitkäksi, mutta ok! ;) Toivottavasti saat tietoa irti.

Palaute 4)

Alkuun en tiennyt mikä on päivän tarkoitus, kuitenkin heti alussa tarkoitus selvisi. Hyvää haastetta omaan työhön ja ajatuksia jalkautettavaksi asiakasrajapintaan. Enemmän asiakkaiden ja palveluntuottajien "questormeja" arkeen.

Palaute 5)

Hyvä tapa työskennellä ja hakea ratkaisuja. Itselle jalostui myös monta ideaa omaan työhön, kiitos!

Palaute 6)

Hyvä foorumi, kiva tehtävien jako. Uusia näkökulmia ja todella antoisa tapa tehdä kysymyksiä/ huomioita eri asioista. Positiivinen, jos ei yllätys niin "keskustelu hetki".

Palaute 7)

Tuli fiilis mahdollisuudesta luoda jotain uutta ja mullistavaa. Vähän suppeat tarjoilut. Hienoa että asiakas (Lindström) oli näin vahvasti edustettuna. Aikataulutukseltaan hyvä ja kompakti kokonaisuus.

1. Ammattisi

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Osallistujamäärä: 50

17 (34.0%): sairaanhoitaja

21 (42.0%): lähihoitaja

7 (14.0%): ensihoitaja

- (0.0%): ylihoitaja

2 (4.0%): lääkäri

2 (4.0%): fysioterapeutti

1 (2.0%): kätilö

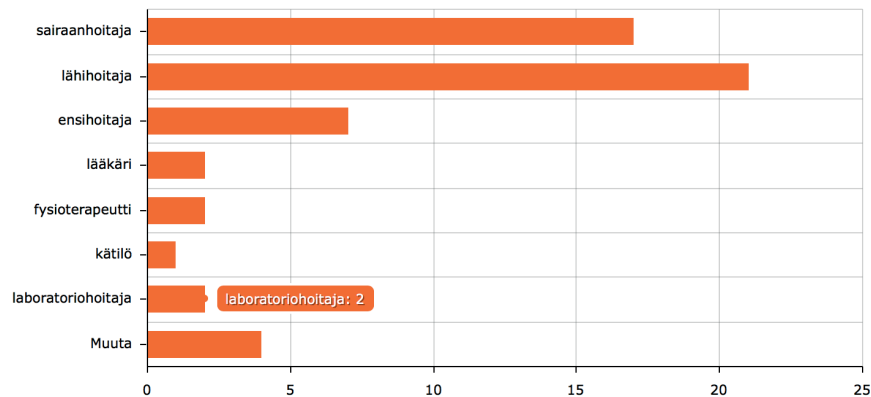
2 (4.0%): laboratoriohoitaja

- (0.0%): sairaala-apulainen

4 (8.0%): Muuta

Lisäskentän vastaukset:

- Terveydenhoitaja
- Kodinhoitaja
- Kriisityöntekijä
- Röntgenhoitaja



Arvotettavat ongelmat

Mikä seuraavista väittämistä on mielestäsi merkittävin? Valitse yksi. *

1. Tarjolla ei aina ole sopivia työvaatteita. Tekstiili- ja hygieniapalveluihin liittyvistä yksittäisissä tuotteissa tai palveluissa olevista ongelmista jää palaute antamatta. Työpaikan ja tekstiilipalvelun välillä tulisi kulkea jatkuvasti reaaliaikainen tieto siitä mitä kokoja ja värejä on hyllyssä, mitä pesussa, mitä kierrossa. Se tarjoaisi myös mahdollisuuden yksilöllisempään palveluun yksittäisen työntekijän kohdalla, ja olisi suora kanava palautteen antoon.
2. Hygienian ja aseptiikan toteutuminen hoitotyössä perustuu työntekijän ammatilliseen omaantuntoon, sekä hyvin toteutuneeseen työskentelyjärjestykseen. Hygieniä ei aina toteudu parhaalla mahdollisella tavalla. Hygienian toteutumiseen ja toteutumisen valvottavuuteen kaivattaisiin lisää ratkaisuja. Hygieenisyydestä pitäisi tehdä helppoa.
3. Ottamalla huomioon hygieniä- ja tekstiilipalvelut jo terveydenhuollon palveluiden ja rakennusten suunnitteluvaiheessa, saataisiin niihin liittyvät ongelmat minimoitua.

3. Mikä seuraavista väittämistä on mielestäsi merkittävin? Valitse yksi. *

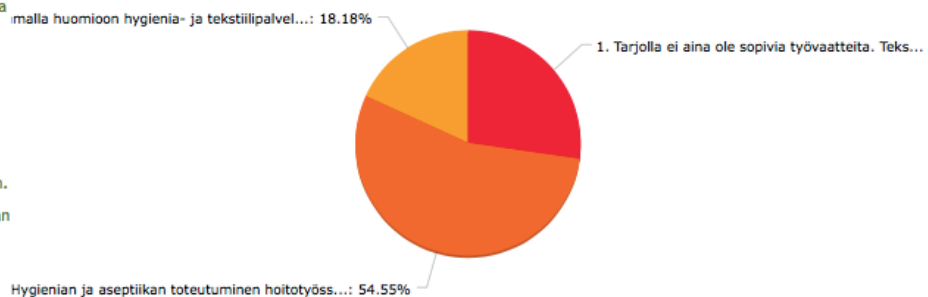
[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Osallistujamäärä: 33

9 (27.3%): 1. Tarjolla ei aina ole sopivia työvaatteita. Tekstiili- ja hygieniapalveluihin liittyvistä yksittäisissä tuotteissa tai palveluissa olevista ongelmista jää palaute antamatta. Työpaikan ja tekstiilipalvelun välillä tulisi kulkea jatkuvasti reaaliaikainen tieto siitä mitä kokoja ja värejä on hyllyssä, mitä pesussa, mitä kierrossa. Se tarjoaisi myös mahdollisuuden yksilöllisempään palveluun yksittäisen työntekijän kohdalla, ja olisi suora kanava palautteen antoon.

18 (54.5%): 2. Hygienian ja aseptiikan toteutuminen hoitotyössä perustuu työntekijän ammatilliseen omaantuntoon, sekä hyvin toteutuneeseen työskentelyjärjestykseen. Hygieniä ei aina toteudu parhaalla mahdollisella tavalla. Hygienian toteutumiseen ja toteutumisen valvottavuuteen kaivattaisiin lisää ratkaisuja. Hygieenisyydestä pitäisi tehdä helppoa.

6 (18.2%): 3. Ottamalla huomioon hygieniä- ja tekstiilipalvelut jo terveydenhuollon palveluiden ja rakennusten suunnitteluvaiheessa, saataisiin niihin liittyvät ongelmat minimoitua.



4. Perustelee valintasi



Osallistujamäärä: 17

- Mielestäni se että sopivia työvaatteita ei ole saatavilla on todella rasittava ongelma, varsinkin keikkalaisena isossa konsernissa kuten HUS:lla.
- Monet niin julkisen kuin yksityisen puolen rakennukset ovat todella vanhoja. Suurin osa on ajalta, jonka jälkeen aseptiikka on muuttunut merkittävästi, mutta muutoksia ei ole ollut mahdollista muovata tiloihin sopiviksi. Suurin dyy tähän on yleensä se, ettei ole rahaa remonteihin.
- Työntekokin on mukavampaa, kun on sopivat työvaatteet.
- Ainakin julkisen sektorin työpaikoissa olen huomannut, että työvaatteissa on vajuusta, joten olen joutunut ostamaan omat itse.
- aseptiikka merkittävä tekijä hoitotyössä
- Hoitoon liittyvillä eli sairaalainfektioilla on huomattava merkitys sekä yksilötasolla että yhteiskunnantasolla. Yksilötasolla sairaalainfektiot pitkittävät ja mutkistavat hoitoa, tuottavat turhaa lisä kärsimystä ja pahimmillaan johtavat kuolemaan. Sairaalainfektioiden taloudelliset vaikutukset ovat merkittäviä niin hoitopäivien kuin työstä poissaolopäivien ja hoitokustannusten lisääntyessä. Erillaisten resistenssien (antibioiteille vastustuskykyisten) mikrobikantojen kehittyminen on sekä kansanterveydellinen että laajemminkin globaalinen uhka.
- Itselläni ei henkilökohtaisesti ole ollut ongelmaa esim. Työvaatteiden korkojen kanssa, mutta hygieniasta huolehtiminen (oikeankokoiset hanskat, disinfection aineiden saatavuus ja asettelu) ovat joskus olleet tietyissä työpaikoissa puutteellisia.
- Ensihoidossa työskennellessä aseptinen ja hygieeninen työskentely on monesti haastavaa. Vaatteita ei pääse vaihtamaan vasta kun omalla asemalla, joskus voi saada vaihtovaatteet toiselta asemalta tai sairaalasta. Usein kankaaiset reput lasketaan kohteessa lattialle tai maahan ja niiden puhtaana pitäminen voi olla haastavaa. Vaatteiden vaihtaminen puhtaisiin on työntekijän omalla vastuulla ja jokaisella työntekijällä on oma käsitys hygieniasta. Samat vaatteet päällä käydään myös esim. kaupassa ja saatetaan mennä myös vuorosta kotiin.
- Vaatteet ja pienet koot varsinkin usein loppu.
- Hygieniä ja aseptiikka ovat Suomessa hyvällä tasolla päinvastoin kuin väittämässä sanottan. Tästä huolimatta aseptiikan ja hygienian toteutus on niin hyvää kuin toteuttajansakin.

Hygieniä ja aseptiikkatasoa pitäisi pystyä seuramaan ja arvioimaan osana päivittäistä työskentelyä. Nyt arviointi tapahtuu usein jälkikäteen kun aseptiikka tai hygieniä on pettänyt.

- Monet jemmää vaatteita kaappiin. Suht hidas pesukierto korostuu jos vaatteita on vähän. Joka päivälle ei riitä puhtaita vaatteita.
- Hygieniä- ja tekstiilipalveluiden suunnittelu valmiiksi jo mahdollisimman pitkälle käytäntöä varten antaa vakaan pohjan molempien asianmukaiselle toteutumiselle. Hygieniä-koulutusta olisi hyvä järjestää säännöllisesti ja suunnitella toimintatavat käytännöllisiksi ja yhdenmukaisiksi. Rakennuksien toimivuuteen tulisi myös kiinnittää huomiota.
- Hygienian ja yhteisten sääntöjen noudattaminen näkyy esim. silloin kun hoitaja kieltäytyy ottamasta rokotteen ja jättää silti esim influenssakauden aikana maskin käyttämättä. Parhaiten hygieniä ja aseptiikka toimii silloin kun sitä on itse valmis noudattamaan. Toki välineet ja tarvikkeet tulee olla lähellä ja helposti saatavilla. Asumispalveluissa olisi hienoa jos olisi olemassa esim sisustusratkaisuja ja värejä jotta kodinomaisuus säilyisi.
- Vaatehuollon ja pukeutumistilojen läheisyys toisistaan helpottaa. Lisäksi vaatteita tulisi olla niin riittävästi, että kesken työvuoron voi niitä käydä vaihtamassa. Peseytymis olisivat myös toivottavat.
- Käytännössä hygienian toteutuminen on aseptisestä omastatunnosta kiinni.
- Se on osa perushoidosta. Hyvä hygieniä ja aseptiikka on hyvin tärkeä kaikissa hoidossa.
- Työntekijät hamstraavat puhtaita työvaatteita kaappeihinsa ja kierto hidastuu. Voisi olla nimikoituja yksilöllisiä vaatteita ja sitten varareservi.

1. Have you participated in any hackathon before?

.png .pdf .xls .csv ⚙️

Osallistujamäärä: 14

10 (71.4%): No

4 (28.6%): Muuta

Lisäntään vastaukset:

- 1
- 1
- 2
- 2



2. Where did you find the information about this event?

.png .pdf .xls .csv ⚙️

Osallistujamäärä: 14

5 (35.7%): Facebook feed

6 (42.9%): Facebook/ student infoboard

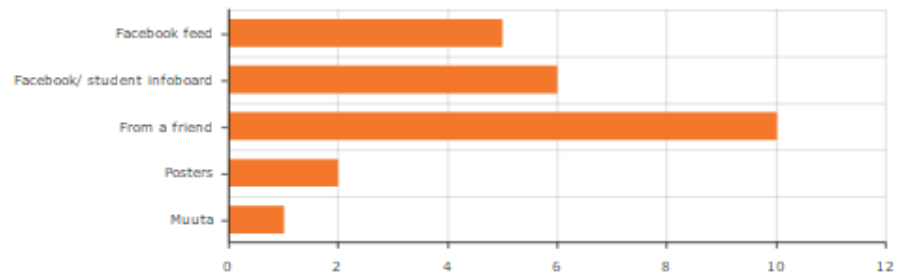
10 (71.4%): From a friend

2 (14.3%): Posters

1 (7.1%): Muuta

Lisäntään vastaukset:

- järjestäjältä



3. What aspects motivated you to take part of this event?

.png .pdf .xls .csv ⚙️

Osallistujamäärä: 14

7 (50.0%): The main prize

12 (85.7%): Experiencing hackathon

5 (35.7%): Testing personal limits

- (0.0%): Networking with the company

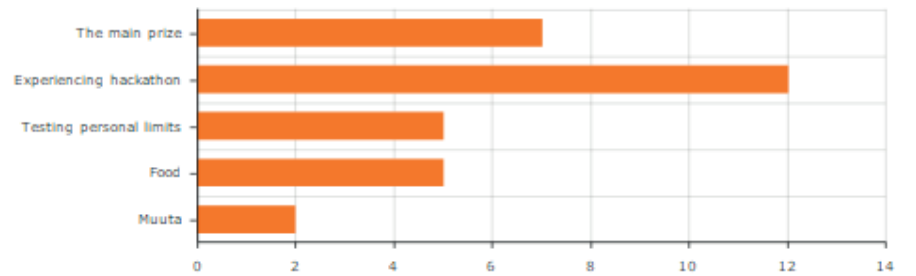
- (0.0%): Course credits

5 (35.7%): Food

2 (14.3%): Muuta

Lisäntään vastaukset:

- new people
- saada kontakteja



10. Would your final concept been the same, if you've had 48h instead of 24h?

.png .pdf .xls .csv ⚙️

Osallistujamäärä: 14

8 (57.1%): Yes

6 (42.9%): No



11. Why?



Osallistujamäärä: 12

- Concept was pretty straight forward, only presentation materials would be better.
- Tässä ajassa piti lukita joku, ja lähteä työstämään sitä. Enemmän aikaa niin ideointivaihe olisi voinut kestää pitempään ja siinä olisi voinut päästä erituloksiin jonka kanssa jatkaa..
- People want their idea and its hard to compromise.
- In the last minute I get tired of our concept...
- I still wasn't super satisfied with our concept.
- Ehkä vain vähän enemmän detaileja, mutta pääidea sama.
- Mitäpä sitä enää muuttamaan. Oman työn takana on seistävä, turha jossitella mitä olisi tehnyt toisin.
- it would have been more ready
- Lyhyt aika pistää panostamaan enemmän ja kokeilemaan omia rajojaan.
- Olisimme todennäköisesti jalostaneet ideaa pidemmäksi.
- Perusideamme, mitä lähdimme jatkokehittämään, oli hyvä verrattuna muihin ideoihimme. Jos olisi ollut enemmän aikaa, olisimme pystyneet luomaan paremman esityksen ideastamme.
- More time to create alternative options and views where to choose from.

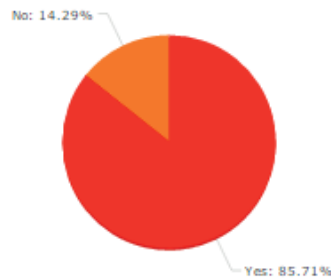
12. Did you do your best?



Osallistujamäärä: 14

12 (85.7%): Yes

2 (14.3%): No



13. Are you satisfied with your results?



Osallistujamäärä: 14

7 (50.0%): Yes

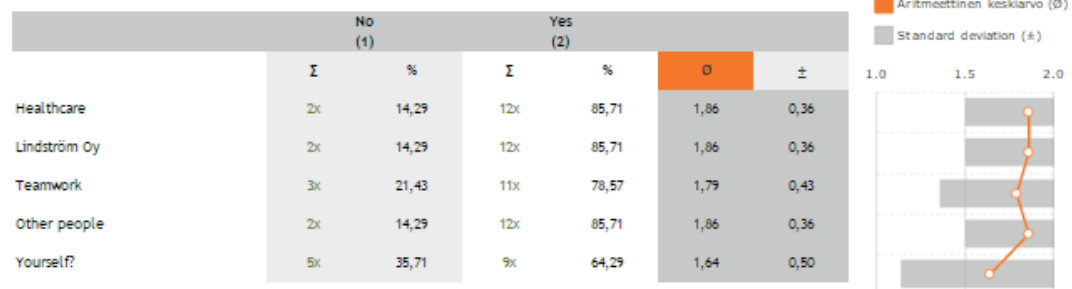
7 (50.0%): No



14. During past 24 hours, did you learn something new about...



Osallistujamäärä: 14



15. After this experience, would you take part of any other hackathon in the future?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Osallistujamäärä: 14

13 (92.9%): Yes

1 (7.1%): No



16. Is there anything else you would like to comment on concerning this event?

[.xls](#) [.csv](#)

Osallistujamäärä: 7

- no.
- Kilpailun voitti kärry, jossa on sisällä Lindströmin tuotteita? Ettekö te siellä oikeasti ole TÄTÄ miettinneet tuotekehityksen puolella, tämä tuote lienee itsestään selvyyttä jonka meidänkin tiimi- luulen että kaikki muutkin kävivät materiaalin luettuaan läpi, mutta hylkivät ajatellen että tällaisen kehittäminen on niin itsenäisyys että se on varmasti teillä jo tekeillä. MINUN ON VAIKEA USKOA että tässä ideassa on teille jotain uutuusarvoa, onko käyttäjätutkimuksenne ja tuotekehityksenne näin lapsen kengissä?
- The whole event was perfectly organized. Whoever was in charge and responsible for the event, can be very proud of him/herself. Everything worked simply perfect.
- Hyvät pullat!
- Kiitos Aletta ja muu tiimi! Aika meni todella nopeasti. Hyvin järjestetty. Ylitti odotukset. Tsemppiä lopputyöhön!
- Tapahtuma oikein mainio, samankaltaisia saisi olla enemmänkin. Tapahtumia jotka haastavat kokeilemaan omia rajoja ja samalla tekemään töitä oikean toimiesikintajan kanssa.
- Well done, this event was better organized than others I've participated in.

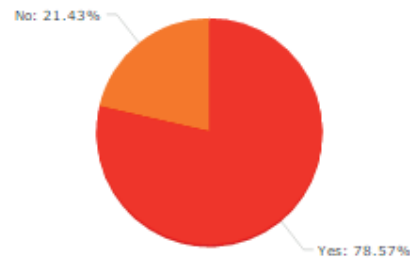
4. Did the brief provided by Lindström Oy provide you enough information?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Osallistujamäärä: 14

11 (78.6%): Yes

3 (21.4%): No



5. What kind of information should have been provided in the brief to make your ideation easier?

[.xls](#) [.csv](#)

Osallistujamäärä: 8

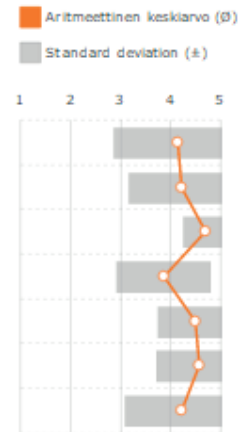
-
- More about the actual products that are currently in the market.
- Do they want something that can be made or something to research how to make in the future?
- Brief was excellent and provided enough information.
- Yhtä vaikea se ois ollut silti!
- Tarve ja tarkoitus idealle. Haetaan käytännön läheistä ratkaisua, joka olisi helppo toteuttaa vai uutta innovaatiota, jota pitää ehkä jatkokehittää.
- Selkeä aiheen/materiaalin rajaus. Millä aikavälillä idea olisi ajatus toteuttaa eli kuinka paljon voidaan olettaa asioiden kehittyvän.
- More targeted brief of the wanted outcome.

6. Please rate how was the event organized?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 14

	Did not work (1)		- (2)		0 (3)		+ (4)		Worked well (5)		Aritmeettinen keskiarvo (θ)	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	θ	±
Information	-	-	3x	21,43	1x	7,14	1x	7,14	9x	64,29	4,14	1,29
Communication	-	-	2x	14,29	-	-	5x	35,71	7x	50,00	4,21	1,05
Food	-	-	-	-	-	-	4x	28,57	10x	71,43	4,71	0,47
Working space	-	-	1x	7,14	4x	28,57	5x	35,71	4x	28,57	3,86	0,95
Materials	-	-	-	-	2x	14,29	3x	21,43	9x	64,29	4,50	0,76
Teams	-	-	1x	7,14	-	-	3x	21,43	10x	71,43	4,57	0,85
Help	1x	7,14	-	-	1x	7,14	5x	35,71	7x	50,00	4,21	1,12



Osallistujamäärä: 7

- Better coffee please
- If it is an international event then dont say it has to be in finnish. Why am i even here as an english speaker?
- Nope, everything worked super smoothly.
- Olisi lukiasta, jos jokaisella tiimillä olisi oma tila työskennellä ja johon voisi linnontautua 24 tunniksi, jottei aikaa kuluisi tilan vaihtamiseen.
- Miettii mitä haetaan esimerkiksi sain kuulla että Hackaton tuo nimenä mieleen enemmän jonkun koodaamisen liittyvän tapahtuman. Tapahtuman nimellä on paljon merkitystä minkä tyypisiä ihmisiä tavoitetaan.
- Ilmoittautumisessa ei ollut tietoa tiimin koosta. Muutoinkin infoa oli vaikea saada jos ei tunne järjestäjiä ja päivittäin koululla paikalla.
- Hackathonin ideasuoja ei ollut näkyvillä paikan päällä
- Private rooms for working,

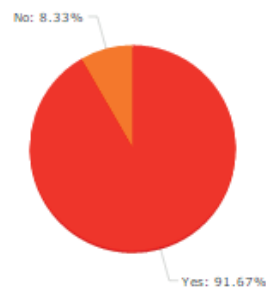
8. If you had meeting with mentors, did you find conversations with Tiina Ikkonen and Jan Kettula helpful?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 12

11 (91.7%): Yes

1 (8.3%): No



9. Why?

[.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 9

- Sitä sokeutuu omalle tekemiselleen nopeasti, on hyvä että joku tulee katsomaan ja arvioimaan ulkopuolisen silmin, ja osaa antaa rakentaa palautetta ja herätellä katsomaan asioita joihin ei itse ole kiinnittänyt huomiota.
- Finnish
- They provided a new perspective to creating and developing ideas.
- Heiltä tuli iha hyviä pointteja ja suuntia.
- Sai vahvistusta omille ajatuksille, ettei ole menossa ihan päin metsää. Aikaa mentorointiin oli tosin varattu aivan liian vähän, sai vain pintaraapaisun toisen ajatuksista.
- especially tiina was really supportive
- Heillä on kokemusta omilta uriltaan ja toisaalta he tulivat riittävän ulkopuolisia. Äkkiä omille ajatuksille sokeutuu niin oli hyvä kun tuli mentori joka uskalsi kyseenalaistaa ja heittää ajatuksia kenttään.
- Antoiivat omat näkemyksensä aiheellemme, jotka erosivat omistamme. Tämä auttoi miettimään asiaa toiselta kannalta, mikä ei vielä ollut käynyt mielessä.
- Good ideas and conversations

1. Oliko Lindström Oy sinulle tuttu entuudestaan?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 6

6 (100.0%): kyllä

- (0.0%): ei



2. Jos vastasit kyllä, piditkö Lindström Oy:ta mielenkiintoisena yrityksenä työllistymisen tai yhteistyön kannalta?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 6

3 (50.0%): kyllä

3 (50.0%): ei

3. Jatka seuraavaa lausetta:
" Jos kaksi kuukautta sitten, minulta olisi kysytty mitä Lindström Oy tekee olisin vastannut..."

[.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 5

- Kuramattoja, jotain pesulatoimintaa.
- Niillä on niitä mattoja jota ne huoltaa.
- He tuottavat kliinisiä palveluita.
- Jotain teollista huttua, en oikein tiedä, kenties pesupalveluita. Logo on kyllä tuttu.
- He tekevät puhtaanapito palveluita/tuotteita.

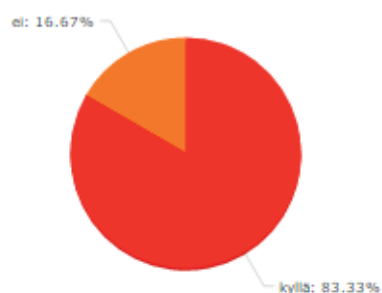
4. Muuttuiko mielikuvasi Lindström Oy:stä innovaatiokilpailun myötä?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 6

5 (83.3%): kyllä

1 (16.7%): ei



5. Jos vastasit kyllä, onko muutos positiivinen vai negatiivinen?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 5

5 (100.0%): positiivinen

- (0.0%): negatiivinen

- (0.0%): en osaa sanoa



6. Kerro konkreettisia asioista tai tiedoista jotka vaikuttivat mielikuvan muutokseen?

[.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 5

- Sain tietoa siitä, millainen yritys Lindström oikeasti on. Todella monialainen, kansainvälinen ja suomalainen yritys, mikä tuli yllätyksenä
- Yrityksen pitämä esittely tapahtuman alussa, sekä yhteistyön toimivuus.
- Lindströmin työntekijöiden asiallinen työskentely hackathonin aikana.
- Kyse onkin laaja-alaisemmasta ja kansainvälisemmästä toimijasta, kuin luulin.
- Lindström tuki ja auttoi opiskelijaa tämän opinnäytetyön tekemisessä. He myös auttoivat suunnattomasti hackathonin järjestämisessä ja olivat iso osa pitchauskilpailua.

7. Jatka lausetta mahdollisimman spontaanisti:
"Innovaatiokilpailun myötä ajattelen, että Lindström Oy....."

[.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 5

- on mahdollisesti tulevaisuudessa Suomen tunnetuin yritys.
- Onkin yllättävän innovatiivinen ja mielenkiintoinen yritys.
- On mielenkiintoinen, toimiva ja edistysellinen työnantaja.
- On ymmärtänyt hyödyntää opiskelijoiden potentiaalin toiminnan kehittämisessä ja haluaa laajentaa toimintaympäristöään sekä kehittyä yrityksenä.
- Moderni, vikkelä ja uusia ideoita jahtaava yritys.

8. Toivotko, että Lindström Oy jatkaa opiskelijayhteistyötä myös tulevaisuudessa?

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#) 

Osallistujamäärä: 6

6 (100.0%): kyllä

- (0.0%): ei



