

muovaaja

MUOTOILU YRITYKSISSÄ JA YHTEISKUNNASSA

MUOVAAJA | 2 / 2020 | YRITTÄJYYDEN TAITO

YRITTÄJYYDEN TAITO

MAAILMANVALLOITUS PERUNALLA - SKABAM OY:N TARINA | HACKATHON YHTEISKEHITTÄMISEN MUOTONA
FOSTERING CREATIVITY AND ENTREPRENEURIAL LEARNING IN CHILDREN
MAAHANMUUTTAJIEN YRITTÄJÄKOULUTUS | ÄLYKKÄIDEN TEOLLISUUSRATKAISUJEN KEHITTÄMINEN
PALVELUMUOTOILLEN TUKEA EKO-INNOVOINTIIN | KULTTUURIALAN UUDET LIKETOIMINTAKONSEPTIT



- 3 PÄÄKIRJOITUS**
Miia Lammi, MUOVAn kehittämispäällikkö | Lehden päätoimittaja
- 4 MAAILMANVALLOITUS PERUNALLA - SKABAM OY:N TARINA**
Tommi Siljamäki, MUOVAn asiakkuuspäällikkö
- 8 HACKATHON - KETTERÄ KEHITTÄMISEN MENETELMÄ**
Jari Ratilainen, West Coast Startupin päällikkö
- 10 KULTTUURIALAN UUDET LIKETOIMINTAKONSEPTIT**
Miia Lammi, MUOVAn kehittämispäällikkö
- 14 MAAHANMUUTTAJIEN YRITTÄJÄKOULUTUS**
Tanja Oraviita, Kansainvälisten projektien päällikkö
- 18 FOSTERING CREATIVITY AND ENTREPRENEURIAL LEARNING IN CHILDREN**
Marianne Laurila, Asiantuntija, jatkuva oppiminen
- 22 ÄLYKKÄIDEN TEOLLISUUSRATKAISUJEN KEHITTÄMINEN KORKEAKOULUYHTEISTYÖSSÄ**
Sanna Peltonen, Ix3-hankkeen projektipäällikkö
- 26 PALVELUMUOTOILLEN TUKEA EKO-INNOVOINTIIN**
Tommi Silvan, Muotoilija & Miia Lammi



Yrittäjyyden taito on tämän talven Muovaajan teemana. Vuoden 2020 aikana on totisesti tarvittu taitoa ohjata liiketoimintaa epävarmassa toimintaympäristössä. Korona-pandemian aikana osa yrityksistä pystyi toimimaan lähes normaalisti, kun taas osa törmäsi kuin seinään. Yritykset ottivat nopealla aikataululla käyttöön digitaalisia ratkaisuja sekä sisäiseen työskentelyyn, mutta myös asiakkaiden saavuttamiseen. Osa yrityksistä innovoi liiketoimintansa uusiksi lähes kokonaan.

Millaista on yrittäjyyden taito ja miten sitä voi oppia ja kehittää? Muovaajan artikkeleissa kerrotaan, miten yrittäjyyttä opitaan jo lapsuudessa ja millaisia ovat maahanmuuttajien vahvuudet yrittäjyydessä. Koeteltuja yrittäjyyden taitoja esittelee FREX, jonka premium-peruna on saavuttanut menestystä kansainvälisillä markkinoilla. Yrityksen tarina kertoo, kuinka perinteisen tuotteen erityislaatuiset ominaisuudet brändätään huipulle.

Yrittäjyys- ja innovaatiotaitoja on treenattu Nasa Space Apps Challenge -tapahtumassa, jossa tiimit loivat uusia ratkaisuja avaruuden haasteisiin yhden viikonlopun aikana. Tänä vuonna tapahtuma toteutettiin etänä, niin kuin monet muutkin tapahtumat. Ehkä haasteet sopivat meille, sillä ensimmäistä kertaa Vaasan tapahtumasta ponnistanut tiimi sijoittui upeasti mitalisijoille.

YRITTÄJYYDEN TAITO EI LIITY PELKÄSTÄÄN YRITYKSEN ALKUTAIPALEESEEN, VAAN MYÖS VAKIINTUNEET YRITYKSET JOUTUVAT VASTAMAAN MUUTOSPAINESIIN

Yrittäjyyden taito ei liity pelkästään yrityksen alkutai-paleeseen, vaan myös vakiintuneet yritykset joutuvat vastamaan muutospainesiin. Uuden oppiminen voi tapahtua kehittämisen aikana, kun tunnistaa oppimis-tavoitteet, hankkii tarvittavaa tietoa ja toimintatapoja kehittämistyöhön ja pysähtyy miettimään opittua ja tehtyä kehittämistoimia. TKI-yhteistyössä oppiminen on helpompaa, koska osaamista on saatavilla. Kannat-taa siis lukaista IX3- ja ECOLABNET-hankkeiden tuo-toksia.

Vuosi 2021 on kulman takana, joten mitä jäi käteen vuodesta 2020? Toivottavasti olemme oppineet, mil-loin etäyhteydet ovat toimivia ja milloin tarvitaan kas-vokkaista kohtaamista. Tiukat tilanteet ovat vaatineet meiltä innovointia ja rohkeutta, joustavuutta ja kykyä vastata markkinoihin. Etäpalavereissa näkyvä kotielä-mä on muistuttanut, että olemme ihmisiä emmekä vain työn palveluksessa. Ehkä vuoden 2020 opeilla osaam-me olla empaattisempia, innovatiivisempia ja ekologi-sempia.

Tulevaisuus näyttää.



MAAILMANVALLOITUS perunalla

SKABAM OY LOI PREMIUM-BRÄNDIN KANSAINVÄLISILLE MARKKINOILLE

Teksti: Tommi Siljamäki | Kuvat: FREX

”SUOMALAISEN KEHITYSTYÖN HUIPENTUMA, INNOVATIIVINEN STARTUP, KOKENUT JA KYVYKÄS TIIMI, OVI AUKI EUROOPPAAN”

Nämä sitaatit on totuttu yhdistämään teknologiateollisuuden tai ICT-alan yrityksiin, ei niinkään perunalla maailmalle ponnistavaan yritykseen. FREX-nimellä tunnetut tuotteet ovat herättäneet kiinnostusta niin kotimaassa kuin ulkomailla. Huippukeittiömestarit kehuvat tuotteita poikkeuksellisen hyväksi. Mikä siis on Frexin salaisuus

IDEA MAAILMAN PARHAASTA PERUNASTA

Parhaiden perunoiden tarina alkoi 2000-luvun alussa. FREX-tuotteiden isä, Tapio Knuuttila oli tuolloin proomassa Brysselissä suomalaista jalostettua kalaa, mutta huomion veikin lisukkeena ollut peruna, joka sai suitsutusta. Kehut antanut huippukokki totesi, että Suomessa on parhaat olosuhteet viljellä premium-luokan juureksia, mutta tarjolla ei ole yhtään. Tuo kommentti käynnisti Knuuttilan selvitystyön, voisiko suomalaisissa juureksissa olla aineksia vientimarkkinoille.

Testeistä saatu palaute niin kuluttajilta, keittiömestareilta kuin kauppaketjuiltakin antoi Knuuttilalle suuntaa ja ajatus suomalaisista premium-juureksista alkoi hiljalleen kirkastua. Vuosien työn jälkeen palaset loksahtivat kohdilleen, kun Knuuttilan ja perunaprofessoriksikin kutsun Rami Liljan tiet kohtasivat. Merkittävän kehityskohde oli oikeanlaisen tuotantotavan suunnittelu, jonka kanssa Lilja oli tehnyt jo pitkään töitä. Halutun maun, rakenteen, ravinnearvojen ja tasalaatuisuuden löytäminen ja sen kokonaisuuden paketoiminen FREX-brändiin vaati ympärilleen sitoutuneiden osajien joukon. Tämän joukon voimin Knuuttilan visio suomalaisista premium-juureksista alkoi vihdoinkin konkretisoitumaan.

RETURN TO THE ROOTS

Oivallus kiteytyy sanoissa Return to the Roots – paluu juurille. FREX:in idea on mennä nykyaikaisin keinoin takaisin juurillemme eli yhdistää tietotaidot perinteisiin, luontoystävällisiin viljelytapoihin. Perunat viljellään kumppanikasvien kanssa vuoroviljelynä.

- Vaikka parhaimman käsityksen pellon hyvinvoinnista saa käsituntumalla, niin high-techillä on FREX-viljelyssä tärkeä paikka. Hiiltä maaperään sitova viljelytapamme tuottaa herkullisia ja ravinteikkaita perunoita, joita on ilo nauttia päivittäin, Knuuttila toteaa.

Kehitystyö perunan parissa huipentui vuonna 2019, jolloin yrityksen ensimmäinen tuote

FREX-peruna lanseerattiin Grüne Woche –messuilla Berliinissä. FREX-perunat oli kehitetty nimenomaan kansainvälisille markkinoille ja tuote otettiin erittäin hyvin vastaan niin kuluttajien kuin ammattikokkien suunnalta. Perunat ovat löytäneet jo tiensä myös Suomessa kauppojen valikoimiin ja kansainvälinen kysyntä on kovassa kasvussa.

Perunan jälkeen on Knuuttila kumppaneineen ehtineet lanseeraamaan markkinoille toisena FREX-tuotteena kananmunan, jonka tuotannossa ei ole käytetty lainkaan soijaa tai kalajauhoa.

- Puhtauteen, makuun ja ympäristöystävällisyyteen luottava FREX-tuotemerkki tulee jatkossa pitämään sisällään myös muita juureksia ja maataloustuotteita tuotettuna FREX:n filosofialla, Knuuttila selventää.

INTOHIMOA JA NÄKEMYSTÄ BRÄNDIN RAKENTAMISEEN

Skabam Oy on yritys FREX-tuotemerkin takana. Yritys on vasta pari vuotta vanha, mutta siitä huolimatta pohinä brändin ja tuotteiden ympärillä on ollut suurta. FREX on näkynyt lukuisia kertoja medioissa ja hurmannut tuotteiden laadulla Suomen terävimpään kärkeen kuuluvia keittiömestareita. Yksi heistä, Pekka Terävä, tykästy perunaan niin suuresti, että hän on nykyisin osa Frexin tiimiä. Myös suuret kauppaketjut ovat ottaneet tuotteet valikoimiinsa ja uutta tuotetta on koko ajan tulollaan. Mikä on resepti tällaiseen menestykseen?

- Kaikki lähtee intohimosta ja näkemyksestä. Valtava määrä työtä oli takana jo ennen yrityksen ensimmäisen tuotteen julkistamista. Visio yrityksen tulevaisuudesta on auttanut pysymään liikkeessä ja oikealla polulla. Pitkä kokemus erilaisten tuotteiden kansainvälisen viennin ja myynnin edistämisestä on tuonut perspektiiviä sekä ymmärrystä osaavan tiimin merkityksestä menestyksen kivijalkana. Ilman tiimiäni ja yhteistyökumppaneita, ei Frexin tarinan ensimmäistä lukua olisi kirjoitettu, kiteyttää Tapio Knuuttila.

Tiimin monipuolisen osaamisen kautta on pystytty kehittämään niin tuotteet, tuotanto kuin liiketoimin-

“VUOSIENKULUTTUA AJAESSANI MAASEUDULLAMME, NÄEN KOULUN TÄYNNÄ ILOISIA, LEIKKIVIÄ LAPSIA. LAPSET VOIVAT HYVIN, KOSKA HEIDÄN VANHEMMILLAAN ON RIITTÄVÄSTI TYÖTÄ, JOSTA SAAVAT REILUN KORVAUKSEN”



tamallikin. Lisävoimaa Frexin nopeaan kehittämiseen ovat tarjonneet yhteistyökumppanit, jotka ovat innostuneet Knuuttilan visiosta ja energiasta.

YHTEISTYÖ MUOVAN KANSSA NIVOUTUU FREXIN SYNTYYN, JOLLOIN TUOTEBRÄNDIN YKSI KULMAKIVISTÄ – LOGO JA VISUAALINEN IDENTITEETTI – LUOTIIN YHDESSÄ MUOVAILAISTEN KANSSA, KNUUTTILA SUMMAA.

Yhdessä Muovan kanssa on kehitetty myös perunoiden sekä kananmunien myyntipakkaus- ja esittelykonsepteja brändin puhtaan pohjoismaisen johtajuuden ohjaamana. Brändi on yrityksen tavoitteiden ja toiminnan kiteytymä. Joku voisi sanoa, että se on myös yrityksen sielun peili. Brändistä saatava arvo on suoraan yhteydessä sen systemaattiseen johtamiseen sekä kehittämiseen. Brändin erottuvuus on kriittistä päivittäistavarakaupankäynnissä ja sen merkitys kasvaa mitä etäämmälle yrityksen kotimarkkinoista mennään.

VISIONA HYVINVOIVA MAASEUTU

Tulevaisuuden kehityssuunnista kysyttäessä Tapio Knuuttila tiivistää asian kuvaamalla oman unelmansa.

- Vuosien kuluttua ajaessani autolla maaseudullamme, näen koulun täynnä iloisia, leikkiviä lapsia. Lapset voivat hyvin, koska heidän vanhemmillaan on riittävästi työtä, josta saavat reilun korvauksen, Knuuttila visioi.

Frexin tuotteet eivät ole kategorioissaan halvimpia, koska laadusta ei haluta tinkiä ja viljelijöidenkin pitää pystyä elämään työllään. Kilpailukyky muodostuu aitoudesta, terveellisyydestä ja korkeasta laadusta. Tavoitteena on kasvaa kansainväliseksi brändiksi unohtamatta juuriaan. Terveellistä ruokaa viljellään myös suomalaisia varten suomalaisten viljelijöiden toimesta. Vienti tulee olemaan Frexin painopiste ja sillä tavoitellaan kokoluokkaa, joka näkyy laajemmin myös suomalaisten viljelijöiden mielekkäämmässä ja palkitsevammassa työssä. Ideana ei ole maksimaalinen tuotto vaan tasapainoinen kokonaisuus. •

HACKATHON

KETTERÄ YHTEISKEHITTÄMISEN MENETELMÄ Teksti & kuvat: Jari Ratilainen

Hakkerimarathon eli hackathon (hack marathon) tarkoittaa alkujaan ohjelmointialalla järjestettyjä kehitystapahtumia, jossa tavoitteena on tietyn aikarajan sisällä tuottaa toimivia ohjelmistoratkaisuja. Hackathonien käyttö on nykyään laajentunut myös ohjelmistokehityksen ulkopuolelle useiden muiden alojen ketteräksi kehitystyökaluksi ja sitä voidaan hyödyntää monenlaisten haasteiden työstämiseen ja ratkaisujen tuottamiseen. Useat yritykset käyttävät hackathoneja myös sisäisenä kehittämistyökaluna. Usein hackathon toteutetaan ennalta sovitun aikarajan puitteissa ja se pitää sisällään valmiin ongelman tai haasteen, jonka ratkaisemiseksi osallistujat muodostavat tiimejä. Järjestävän tahon toteuttama fasilitointi sekä tiimien mentorointi ovat myös usein merkittävä osa tapahtuman onnistumista.

HACKATHONIT OVAT KEHITTYNEET OHJELMISTOALAN KETTERISTÄ KEHITYSSESSIOISTA USEILLA ALOILLA HYÖDYNNETTÄVIKSI TAPAHTUMIKSI.

Muova sekä VAMKin ja Vaasan yliopiston yhteinen uusyrityshautomo **West Coast Startup** toteuttavat vuosittain useita hackathoneja. Aihepiirit ovat vaihdelleet mm. yritysten kansainvälistymisestä uuden teknologian hyödyntämiseen, kiertotalouteen, avaruuteen tai pelikehittämiseen liittyviin haasteisiin.

MONIALAINEN YHTEISKEHITTÄMINEN LUO UUTTA

Hackathon toimii hyvin työkaluna mm. uusien ideoiden tuottamiseen, tuotteiden tai palveluiden suunnitteluun, prototyyppien rakentamiseen, erilaisten asioiden yhdistämiseen ja ketterään kehittämiseen mutta soveltuu myös tarkemmin määritellyn ongelman ratkaisuun. Tapahtuma voidaan rakentaa yksittäisen yrityksen tarpeisiin, jossa haasteen sponsoroiva yritys muotoilee kanssamme yhteistyössä kuvauksen ratkotavista haasteista ja hackathonin tavoitteista. Muovan toteuttamat hackathonit tarjoavat yrityksille ikkunan alueen korkeakoulujen opiskelijoiden osaamiseen sekä erinomaisen tavan luoda aitoja kohtaamisia. Hackathonit voivat toimia myös rekrytointiväylänä. Omaleimaisena Muovan järjestämiin tapahtumiin liittyy usein monialainen yhteistyö sekä muotoilulähtöinen fasilitointiosaaminen. Monipuoliset tiimit tuovat tarkasteluun useita näkökulmia ja osaamista voidaan yhdistää esimerkiksi tekniikan ja liiketalouden aloilta; Innovaation polttopisteessä tavoitellaankin usein ratkaisua, jossa yhdistyvät toteuttamiskelpoisuus, sovellettavuus ja haluttavuus (viability-desirability-feasibility).

Osallistujille tapahtumat tarjoavat mahdollisuuden oppia ja kokeilla uutta, tavata muita hackathon-kulttuurin osallistujia sekä haastaa omaa osaamistaan ja tuoda sitä näkyville mm. yritysten kanssa toteutettavissa hackathoneissa. Usein parhaat lopputuotokset myös

palkitaan. Toisille hackathonien ilmapiiri ja mahdollisuus tavata muita osallistujia ovat jo riittävä syy lähteä mukaan ja useasti tapahtumat vetävät myös mukaan alueen hackathon veteraaneja.

NASAN AVARUUSHACKATHON VAASALAISTEN SUOSIOSSA

KvarkenSpaceEco-hankkeen osana olemme toteuttaneet avaruusaiheista ja kansainvälistä **NASA's International Space Apps Challenge** -hackathonia. SpaceApps on kansainvälisesti suurimpia hackathon-tapahtumia: vuonna 2020 se keräsi yhteensä yli 26000 osallistujaa noin 150 maasta, joista muodostui yli 3800 tiimiä. Tapahtuman tavoitteena on osallistaa paikallisia yhteisöjä kehittämään ratkaisuja ajankohtaisiin avaruuden ja maapallon haasteisiin hyödyntämällä Nasan tarjoamia tietovarantoja. Tapahtuma järjestetään keran vuodessa ja se kerää teeman ääreen ohjelmoijia, muotoilijoita, rakentelijoita, opiskelijoita, harrastajia ja muita aiheesta kiinnostuneita.

Tapahtuma on ollut Muovan toiminnassa suosittu. Viime vuonna Muovan luova työskentelytila CreativeLab täyttyi yli 40 osallistujasta viikonlopun kestäneessä hackathonissa. Tämän vuoden lokakuussa toteutettu tapahtuma oli poikkeuksellinen, sillä aikaisemmista vuosista poiketen se toteutettiin täysin etäyhteyksien avulla virtuaalisena. Paikasta riippumaton osallistuminen toi mukanaan osallistujia myös Uumajasta.

Kuva: Muova ja West Coast Startup toteuttavat vuosittain useita hackathoneja. Nasan Space Apps Challenge osallistaa avaruusteeman ääreen 48 tunnin kestoiseen intensiiviseen työskentelyyn.

Vaasassa toteutetusta tapahtumasta jatkoon suoriutui mm. monialainen vaasalais-uumajalainen **“Yes, we hear you”**-kehitystiimi, joka palkittiin myös kansainvälisen tason kunniamaininnalla. Ohjelmointia ja muotoiluosaamista yhdistävä tiimi rakensi digitaaliselle alustalle julkaistun interaktiivisen visualisoinnin pitkän matkan viestintään ja tietoliikenteeseen liittyvistä haasteista. [Linkki](#).



Hackathon toiminnasta kiinnostuneet yritykset voivat olla yhteydessä West Coast Startup-hautomotoiminnan vetäjään:

JARI RATILAINEN

Projektipäällikkö | VAMK | Muotoilukeskus MUOVA
West Coast Startup | KvarkenSpaceEco
+358 40 182 9027
jari.ratilainen@muova.fi

KULTTUURIALAN UUDET LIIKETOIMINTAKONSEPTIT

Miia Lammi

ARVOA ASIAKKAALLE OSALLISUUDESTA, KOKEMUKSISTA JA TAIDOSTA

Pandemia-aika on kohdellut karusti luovan alan yrittäjiä. Teatterit, bändit ja tapahtumat ovat joutuneet etsimään uusia tapoja kohdata yleisönsä. Osa yrittäjistä on kyennyt kääntämään katastrofaalisen tilanteen mahdollisuudeksi ja innovoineet keinoja välittää ainutlaatuista osaamistaan asiakkaille. Hieno esimerkki on Kyrö Distilleryn käsidesi, jossa yhdistyvät yrityksen osaaminen, markkinoilla oleva tarve sekä tuttu design.

KYRÖ DISTILLERYN KÄSIDESI ON Hieno ESIMERKKI, JOSSA YHDISTYVÄT YRITYKSEN OSAAMINEN, MARKKINOILLA OLEVA TARVE SEKÄ TUTTU DESIGN



KUVA: KOSKI SYVÄRI

Digitaaliset alustat tarjoavat paikasta riippumattoman mahdollisuuden saavuttaa kuluttajat. Etäyhteys ei kuitenkaan tarjoile samanlaista kokemusta kuin kohtaaminen kasvokkain tai sosiaalisessa ympäristössä. Digi-palvelut täytyy suunnitella niiden rajojen puitteissa, joita digitaaliset alustat tarjoavat tai kehittää uusia ominaisuuksia yhteistyössä alustojen kanssa. Tarvitaankin erityistä kekseliäisyyttä ja yhteistyötä, jolla löydetään uudenlaisia tapoja luoda ainutlaatuisia kokemuksia ja kuluttamisen tapoja.

ELÄMYKSESTÄ LIIKETOIMINTAA

Luova alan yritys perustuu ainutlaatuiseen osaamiseen, jonka taitavasta, ainutlaatuisesta tuotoksesta asiakas luo kokemuksen tai jopa elämyksen. Elämys

on pysäyttävä hetki, jolloin oivallus muuttaa tapaa suhtautua ympäröivään maailmaan tai itseensä. Oma lempimusiikki, sykähdyttävä elokuva tai upea sisustus voivat luoda elämyksiä, jotka suuntaavat omaa toimintaa tai käyttäytymistä.

Liiketoiminta kulttuurialalla on tasapainoilemista itseilmaisun ja asiakkaan tarpeiden välillä. MUOVA kartoitti Creve 2.0 -hankkeessa kuluttajien ja luovan alan yrittäjien tarpeita Vaasan Taiteiden yössä 2017. Tuloksien pohjalta tunnistettiin erilaisia arvon luomisen malleja, joita luovan alan yrittäjät tai yrittäjiksi aikovat voivat hyödyntää innovoidessaan uusia tuote- ja palvelukokemuksia.

Haastateltavat käyttivät kulttuuripalveluita ja -tuotteita luodakseen kokemuksia ja herättääkseen muistoja. Vastaajat pitivät tärkeinä iloa ja hauskuutta, mielihyvää, kauneutta ja ylevöitymistä arjen yläpuolelle. Ammattitaidon ja osaamisen katsominen ja kokeminen aiheuttivat positiivisia kokemuksia ja herättivät inspiraatiota.

Toisille henkisyys ja rauha tai erilaiset tunnelmat olivat tärkeä syy käyttää kulttuuria. Kulttuurin parissa myös oppii ja kehittyy sekä kokee yhteenkuuluvaisuutta ja jännitystä. Uudet kulttuuripalvelut, -alustat ja -tuotteet voivat mahdollistaa sekä uusien kokemusten luomisen että tunnelmien kokemuksen uudelleen nostalgian hengessä.

HARRASTUKSISTA JAETTUJA KOKEMUKSIA

Lasten harrastukset maksavat, jopa liikaa monille perheille. Haastatteluiden perusteella harrastuskustannuksia jakavat vanhempien lisäksi läheiset sukulaiset. Vastalahjaksi harrastusten maksumiehet saavat seurata lapsen kehittymistä, kokea ylpeyden ja yhdessäolon hetkiä. Esiintymiset, kilpailut ja tapahtumat ovat yhdessä kokemuksen tilaisuuksia, jolloin maksaja lunastaa itselleen jaetun kokemuksen. Lapsi puolestaan oppii ja kehittyy, rakentaa omaa identiteettiään ja tunnistaa omia vahvuuksiaan. Niinpä lasten harrastukset luovat arvoa harrastuspalveluiden ja -tuotteiden käyttäjille ja maksajille, lapsille, vanhemmille että muille läheisille.

On kuitenkin runsaasti nousevia tai kapean segmentin kulttuuriharrastuksia, joita ei ole tuotteistettu tehokkaasti tai joita vanhemmat eivät voi jakaa lapsen kanssa. Sosiaalinen media on pullollaan uusia tuote- ja palvelumahdollisuuksia kekseliäälle luovan alan yrittäjälle, joka on kiinnostunut paketoimaan harrastukset arvoa luoviksi palveluiksi. Kannattaa olla muuntautumisky-



kyinen, sillä lasten ja nuorten trendit voivat muuttua nopeastikin.

Harrastuksen voisi myös lahjoittaa tukea tarvitsevalle. Tällöin liiketoimintamalli on melko monimutkainen. Julkinen sektori rahoittaa hyväntekijänä toimivaa osaamisyhteisöä, jotta taloudellista tai muuta tukea tarvitsevalle olisi mahdollisuus kokea harrastuksen voima. Myös yksityiset ihmiset voivat tukea toimintaa. Kannustimena on kokemus hyvän tekemisestä, jota voi vahvistaa osallistamalla lahjoittajaa mukaan toimintaan tai kertomalla hyvän tekemisen tuloksista. Hyväntekijä voi tukea kulttuuriharrastusta, vaikka paikallisestikin, ja vastalahjaksi päästä osallistumaan tapahtumiin tai kilpailuihin, joissa voi seurata lasten kehittymistä ja iloa. Miten olisi esimerkiksi lippu tanssi- tai musiikkitaapahtumaan, joissa voisi seurata oman harrastuskummin lapsen kehittymistä?

INTOHIMOA JA INSPIRAATIOTA

Aikuisten harrastukset kokoavat yhteen samanhenkisiä tai ainakin samasta aiheesta kiinnostuneita ihmisiä. Intohimoiset keräilijät eivät tyydy täyttämään varastojaan esineillä, vaan he haluavat myös jakaa kokemukseensa toistensa kanssa. Yhteinen kiinnostuksen kohde on vahva voima yhteisön rakentumisessa, oli kyse sitten postikorteista, pikkuautoista tai antiikista.

Harrastusyhteisöt tarvitsevat alustoja, joilla voidaan jakaa ajatuksia, osaamista ja materiaaleja sekä tuntea yhteisön voiman. Tapahtumissa tämän kokee konkreettisesti, mutta miten vastaava toteutetaan digitaalisilla alustoilla tai palveluna? Haaste on käsinkosketeltava

näin korona-aikana. Tarinat, kuvat ja videot tulkitsivat todellisuutta kiinnostavalla tavalla jo elokuvan ja television murroksissa. Nyt tilaa on uudenlaisille ratkaisuille.

Uusia ratkaisuja odottavat myös ne, jotka ovat yksin harrastuksensa parissa. Mitä tehdä, jos toinen puolisko on kiinnostunut jalkapallosta ja hiihdosta ja toinen käsitöistä? On tarvetta luoda uudenlaisia alustoja, jotka kokoavat yhteen sekä urheilusta että kulttuurista kiinnostuneet ihmiset.

Ammattilaisille kulttuuri on keino toteuttaa itseään mutta antaa myös elannon. Ammattilaiset tarvitsevat asiakkaita kiinnostavia alustoja, joilla tuotteita ja palveluita voidaan jakaa, myydä ja markkinoida sekä löytää oma kuluttajakuntansa. Ammattilaiset myös käyttävät kulttuuria monessa muodossa ylläpitääkseen omaa luovaa energiaansa. Kuvataiteilija hypistelee käsityötä tai arkkitehti kuuntelee musiikkia, koska luova osaaminen inspiroi. Niinpä tarvitaankin poikkikulttuurisia alustoja, joilla voi inspiroitua ja energisoitua taidon ja luovuuden monimuotoisuudesta. Vaasan taiteiden yö on erinomainen esimerkki, jollaisia voisi olla vaikka joka vuodenaikana - osa myös digitaalisesti. ●



Vipuvoimaa
EU:lta
2014-2020



Maahanmuuttajien yrittäjyysvalmiuden edistäminen

Teksti: Tanja Oravirta

Maahanmuuttajat kohtaavat usein erilaisia haasteita uudessa asuinmaassaan. Esimerkiksi uuden asuinmaan tavat ja työkaluuri ovat uusia ja erilaisia. Omaa koulutusta ei välttämättä myöskään tunnista uudessa asuinmaassa tai sen validointi voi olla vaikeaa. Erityisesti puutteellinen kielitaito voi aiheuttaa haasteita. Näin korkeastikin koulutettukin henkilö saattaa joutua tyhjän päälle. Muun muassa nämä haasteet saattavat maahanmuuttajat heikompaan asemaan työmarkkinoilla, ja usein yrittäjyys onkin heille ainoa itsensä työllistämisen muoto.^(1,2)

KORKEASTIKKIN KOULUTETTU HENKILÖ SAATAA JOUTUA TYHJÄN PÄÄLLE MUUTTAESSAAN UUTEEN MAAHAN, JOSSA KULTTUURI JA TAVAT OVAT ERILAISET, EIKÄ AIEMPAA KOULUTUSTA VÄLTÄMÄTTÄ TUNNISTETA.

YRITTÄJYYS JA MAAHANMUUTTAJAT

Euroopan komissio kokee maahanmuuttajayrittäjien roolin tärkeäksi yhteiskunnassa⁽³⁾. Kyse ei ole vain työllistävyydestä ja työllistävyydestä, vaan tarkoituksena on valjastaa myös heidän potentiaalinsa yhteiskunnan kehittämiseen. Yrittäjyys on maahanmuuttajien keskuudessa⁽⁴⁾ suurempaa kuin kantaväestön keskuudessa ja sitä tukee muun muassa maahanmuuttajien kantaväestöä nuorempi ikärakenne⁽⁵⁾. Tästä huolimatta haasteena on, että keskimäärin useampi maahanmuuttajan kuin kantaväestön yritys joutuu lopettamaan toimintansa⁽⁶⁾. Maahanmuuttajien yrittäjyyttä tulisikin tukea ja valmentaa keinoilla, jotka vastaavat paremmin heidän tarpeisiinsa. Näin voitaisiin osaltaan tukea yritysten kannattavuutta sekä lisätä yrittäjyyttä. [Kaleidoscope-projektin](#) esiselvityksen aikana kuitenkin paljastui, että erityisesti maahanmuuttajille suunnatun yrittäjyysvalmennuksen määrä on vähäinen ja haasteena on myös valmennuksen sisällön vastaaminen kohderyhmän erityistarpeisiin.

LIIKEIDEA JA PEHMEÄT TAIDOT

Yrittäjyysvalmennus keskittyy perinteisesti koviin yrittäjyyden taitoihin kuten liiketoiminnan kehittämiseen ja talouteen. Nämä ovat myös maahanmuuttajille yrittäjyyden perustaitoja, joita tarvitaan pohdittaessa esimerkiksi tarjonnan hinnoittelua ja katetta. Yrittäjyys on kuitenkin enemmän kuin kovat taidot. Esimerkik-

si liiketoiminnan ytimessä on ongelmanratkaisu, jolle liikeidea ja liiketoiminta perustuvat: yritys ratkaisee jonkin asiakkaan ongelman. Ongelmanratkaisu on yksi pehmeistä taidoista.

Euroopan Unioni korostaa elinikäisen oppimisen ohjelmassaan transversaalisten taitojen eli pehmeiden taitojen merkitystä yrittäjyydessä esimerkiksi eurooppalaisessa yrittäjyystaitojen puitekehelyksessä eli EntreComp-mallissa⁽⁷⁾. Pehmeisiin taitoihin kuuluvat ongelmanratkaisun lisäksi muun muassa luovuus, kommunikaatiotaidot, epävarmuuden sietäminen, muutoksenhallinta ja motivaatio. Ne ovat kaikki taitoja, joita tarvitaan myös yrittäjyydessä.

Pehmeät taidot kehittyvät eri tilanteissa läpi elämän. Erityisesti elämän haastavimmat hetket ja asiat ovat omiaan kehittämään niitä. Esimerkiksi uudessa asuinmaassa selviytyminen kehittää luovuutta, epävarmuuden ja muutoksen sietokykyä sekä motivaatiota ja ihmissuhdetaitoja. Näitä osaamisuuksia voidaan hyödyntää yrittäjyydessä, joten ne kannattaa tunnistaa.

Esimerkit, tarinat ja keskustelu ovat erinomaisia keinoja pehmeiden taitojen tunnistamiseen. Taitojen tunnistaminen ja siten myös oman potentiaalinn tunnistaminen voi olla voimaannuttava kokemus. Tärkeää on myös sovittaa erilaiset koviin ja pehmeiden taitojen, kokemusten ja mahdollisuuksien palaset yhteen luomaan kilpailuetua.

KULTTUURITAIIDOT TUKEMAAN YRITTÄJYYTTÄ

Kulttuuritaidot ovat tärkeitä kaikille yrittäjille, mutta ne ovat erityisen tärkeitä maahanmuuttajayrittäjille, jotka operoivat toisen kulttuurin alueella. Heidän kohdallaan kulttuuritaidot eivät koske vain toimintaa ulkomaisilla markkinoilla vaan myös kotimaan markkinoita ja jokapäiväistä yritystoimintaa, kuten tilausten toimittamista sovitusti. Kulttuurin ja kohderyhmien analysoinnista on tässä hyötyä.

Maahanmuuttajayrittäjän tulisi tunnistaa, milloin kulttuurierot voivat olla kilpailuetu ja milloin ne voivat rasittaa yritystoimintaa. Rasittaminen ei tarkoita ainoastaan yritystoimintaa itsessään, vaan se voi liittyä myös omaan jaksamiseen. Tämän vuoksi kulttuurierot ja niiden prosessoiminen kokemuksellisella tasolla tulisi sisällyttää maahanmuuttajien yrittäjyyskoulutukseen.



VALMENNUKSESTA SAATU PALAUTE OLI ERINOMAINSTA SUUREN OSAN VASTAAJISSA OLLESSA ERITYISEN TYYTYVÄISIÄ VALMENNUKSEEN, JA VALMENNUKSEN INNOITTAMANA SYNTYI MYÖS YRITYKSIÄ.

KALEIDOSCOPE-YRITTÄJYYSVALMENNUS

Kaleidoscope on esimerkki maahanmuuttajille suunnatusta yrittäjyysvalmennuksesta. Se on suunnattu erityisesti yrittäjyydestä kiinnostuneille maahanmuuttajajenaisille. Valmennus keskittyy kehittämään yrittäjyydessä tarvittavia pehmeitä taitoja, asenteita ja ominaisuuksia. Monimuoto-opetuksena toteutettavan valmennuksen menetelminä on muun muassa vertaisoppiminen, kokemuksellinen oppiminen ja kokemusten jakaminen sekä pohdinta.

Esimerkiksi moduuli 5 käyttää muun muassa Form Theatre -menetelmää, mikä auttaa kulttuuritaitojen oppimista. Valmennus muodostuu seuraavista opintomoduleista:

VALMENNUS MUODOSTUU SEURAAVISTA OPINTOMODUULEISTA:

MODUULI 1:

Oman osaamisen ja vahvuuksien tunnistaminen

MODUULI 2:

Ongelmanratkaisu, verkostoituminen ja viestintä

MODUULI 3:

Luovuus yrittäjyydessä

MODUULI 4:

Sisua yrittäjyyteen ja yritysideoon kehittämiseen

MODUULI 5:

Kuinka päästä markkinoille ja sopeutua uuteen kulttuuriin

MODUULI 6:

Katse tulevaisuuteen - miten hyödyntää valmennuksen aikana kehitettyjä taitoja omalla yrittäjyyspolulla

Valmennus pilotoitiin vuosina 2018-2019 Suomessa, Englannissa, Italiassa ja Ranskassa. Pilotointiin osallistui yli 50 maahanmuuttajajanaista 29 maasta ympäri maailmaa. Valmennuksesta saatu palaute oli erinomaista suuren osan vastaajissa ollessa erityisen tyytyväisiä valmennukseen, ja valmennuksen innoittamana syntyi myös yrityksiä.

Kaleidoscope-valmennus on saatavilla osoitteessa www.kaleidoscopeproject.eu suomeksi, englanniksi, italiaksi ja ranskaksi.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



(1)HART, M., and MICKIEWICZ, T., (2016), 'Ambitious Entrepreneurship and Migration: A Multi-Level Study across the Local Authorities in England and Wales' Enterprise Research Centre, Research Paper, No. 47.

(2)OECD (2010), "Entrepreneurship and Migrants", Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship, OECD.

(3)European Commission (2013). Entrepreneurship 2020 Action Plan. COM(2012) 795 final. Brussels, 9.1.2013.

(4)OECD(2010), Open for Business; Migrant Entrepreneurship in OECD Countries, OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264095830-en>.

(5)Koikkalainen S. & N. Yeasmin, (2014). 'Kestävä maahanmuuttajayrittäjyys Lapissa'.

(6)European Commission (2013). Entrepreneurship 2020 Action Plan. COM(2012) 795 final. Brussels, 9.1.2013.

(7)European Commission. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework.

EU disclaimers to use / Erasmus+ vastuuvapauslauseke: The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Suomessa Erasmus+ -ohjelman hallinnoinnista ja toimeenpanosta vastaa Erasmus+ -ohjelman kansallinen toimisto Opetushallituksessa. •

Fostering creativity and entrepreneurial learning in children

Text: Marianne Laurila

CREATIVITY IS A CORE ENTREPRENEURIAL SKILL PARENTS CAN HELP THEIR CHILDREN TO DEVELOP. IT IS LIKE A MUSCLE: THE MORE YOU TRAIN, THE STRONGER IT GETS.

This article focuses on developing children’s creativity through design-thinking as a part of entrepreneurial learning in the families. Creativity is a core skill for entrepreneurship and entrepreneurial learning (McCallum, et al. 2018). It has also been highlighted as an essential skill for the 21st century in order to succeed in the information age. Besides creative industries, creativity is desirable in fields outside the arts such as engineering, science, industry, marketing, and indeed in everyday family life. (OECD, 2005; Partnership for 21st Century Skills, 2006). But what exactly is creativity?

CREATIVITY IS ABOUT GENERATING NEW IDEAS

To put it simply, creativity can be seen as “adapting original and useful ideas into reality”. Creativity requires both originality and usefulness. If something is not unusual, novel, or unique, it is commonplace, mundane, or conventional – and therefore not creative. For an idea or solution to be considered as creative, it must also be useful (i.e. functional, effective) to add value for others. (Runco & Jaeger, 2012.) When you’re being creative, you can recognize hidden patterns, make broad associations, see unusual perspectives, produce new ideas and generate multiple solutions (Cropley, 2012).

DESIGN THINKING FOR BOOSTING YOUR CHILD’S CREATIVITY

Do you know children who

- say “I don’t know” a lot
- copy the behaviours of other children
- wait until another child offers an answer or idea and then agrees
- appear a little reticent to play
- rarely initiate
- don’t suggest things to do or games to play in a highly engaging environment
- have trouble sequencing simple steps to a project or physical activity
- have difficulty remembering what they did last week or yesterday or this morning
- cannot predict what will happen in a story as it’s being read.

It is often assumed that creativity is an inborn talent, which child either possesses or doesn’t possess. Creativity is typically associated positive personality characteristics, such as curiosity, tolerance towards different ideas, autonomy, imagination, self-confidence, persistence, motivation, spontaneity, resilience, and flexibility. However, rather than believing that creative people possess all of these characteristics, there are many different paths along which people can display their creative potential. (Cabra & Uribe-Larach, 2013; Nakano & Wechsler, 2018.)

According to Berry (2018) all of these behaviours exemplify children who have trouble with creativity and ideation. Fortunately, creativity is a skill that can be learned and developed. From this perspective creativity is like a muscle: the more you train, the stronger it gets. In fact, creativity is less about “teaching” children and more about cultivating it through practical activities in a fertile environment in which creativity will take root, grow and flourish (Resnick, 2020). But how can creativity be fostered at home? Are there any practical tools for this purpose? The answer is yes. In fact, there are literally hundreds of creativity tools that can be applied in many different kinds of contexts, including with children at home.

For instance, design thinking can be a powerful tool for boosting your child’s creativity and innovativeness. It is a catalyst that facilitates the transformation of creative ideas into innovations – realistic products, services, or even business models. Design thinking can be seen as “a process for delivering creative solutions” through five stages: 1. empathising, 2. defining, 3. Ideating, 4. prototyping, and 5. testing. While most commonly applied to product design, design thinking can be used in problem-solving and creating almost anything. (Manchamanda, 2020.) Following articles will help you get started when applying design thinking with your child:

[How Design Thinking Can Transform Your Child’s Creativity](#)
[Design Thinking for Kids](#)
[Creative Games to Promote Design Thinking in Children](#)

BENEFITS OF CREATIVITY

You may wonder why creativity should be fostered at home at all. Are there any benefits for individual children and larger society? It is generally believed that creativity is a good thing itself and is also good for people. Creativity has following influences on the society: creating and promoting an appropriate atmos-



phere, building the skills required in a future workforce, generating new knowledge, and promoting entrepreneurial activity (Cropley, 2012). At the individual level creativity helps people to adapt in increasingly complex and uncertain times, and address crisis in transformative ways. Creativity is related to self-actualization and mental health, such as subjective well-being, resilience, optimism, quality of life, and other aspects emphasized by positive psychology. (Nakano & Wechsler, 2018.) Researchers believe that a creative life fosters happiness, and that there is a significant connection between creativity, meaning, and intrinsic motivation (Price-Mitchell, 2017).

Creativity can actually improve overall health of human being. It might sound too good to be true, but there is a plenty of scientific evidence that engaging in creative activities improves brain function as well as mental and physical health (Cohut, 2018). It seems to be a key component of overall health and happiness, and thus a core skill to practice with children.

Studies have shown many benefits for children deriving from participating in creative activities including for example:

- improved self-esteem,
 - learning to work cooperatively,
 - improved planning and goal setting,
 - developing the ability to make and accept constructive criticism,
 - better expression of emotions,
 - increased willingness to take risks and increased willingness to express ideas
 - improved problem solving
 - better stress management
 - better life skills (Cropley, 2012).
-

Basically, according to scientists being creative is pretty important in nearly everything we do. But if you are still wondering why creativity is so vital part of our daily lives, please watch this wonderful award-winning short film:



REFERENCES

Berry, R. (2018). Ideation. Available at [8.10.2020] [Link](#)

Cabra, J. F. & Uribe-Larach, D. (2013). Creative Behavior. In E. Carayannis, I. Dubina, N. Seel, D. F. J. Campbell, and D. Uzunidis' (Eds.). Springer Encyclopedia on Creativity, Invention, Innovation, and Entrepreneurship. (pp. 267-271). New York, NY: Springer. Available at [8.10.2020] [Link](#)

Cohut, M. (2018). What are the health benefits of being creative? Medical News Today. Newsletter 16/2/2020. Available at [8.10.2020] [Link](#)

Cropley, A. (2012). Creativity and Education: An Australian Perspective. The International Journal of Creativity & Problem Solving 22 (1), 9-25.

Guilford, J. P. (1950). Creativity. American Psychologist 5, 444-454.

Manchanda, N. (2016). How Design Thinking Can Transform Your Child's Creativity. What is the bottom line? Available at [8.10.2020] [Link](#)

McCallum, E., Weicht R., McMullan, L. & Price, A. (2018). EntreComp into Action - Get inspired, make it happen: A user guide to the European Entrepreneurship Competence Framework. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at [8.10.2020] [Link](#)

Nakano, T. C. & Wechsler, S. M. (2018). Creativity and innovation: Skills for the 21st Century. Estudos de Psicologia (Campinas) 35 (3), 237-246.

Organization for Economic Cooperation and Development (2005). The definition and selection of key competencies: Executive summary. Paris, France: OECD. Available at [8.10.2020] [Link](#)

Osmo (2019). Available at [8.10.2020] [Link](#)

Partnership for 21st Century Skills (2006). A state leader's action guide to 21st century skills: A new vision for education. Tucson, AZ: Partnership for 21st Century Skills. Available at [8.10.2020] [Link](#)

Price-Mitchell, M. (2017). Creativity: How parents nurture the evolution of children's ideas. Available at [8.10.2020] [Link](#)

Resnick, M. (2020). 10 tips for cultivating creativity in your kids. Available at [8.10.2020] [Link](#)

Runco, M. A. & Jaeger, G. J. (2012). The Standard Definition of Creativity. Creativity Research Journal 24 (1), 92-96. Available at [8.10.2020] [Link](#)

Singla, A. (2020). Design Thinking for kids. Available at [8.10.2020] [Link](#)

FOOTNOTES

1 This article is produced in ParENTrepreneurs project, co-funded by the European Commission under the Erasmus+ programme, aiming at promoting entrepreneurial learning in the families. The project consortium – including partners from Netherlands (IPA), Belgium (Bantani), Italy (Materahub), Spain (CEYE), United Kingdom (Inova), and Finland (VAMK) – will develop training programme for parents to facilitate their children in entrepreneurial learning process. The article is partly based on author's previous blog post Creativity: A Skill to Foster in Entrepreneurial Learning published on ParENTrepreneurs project website September 3, 2020. Disclaimer: "This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."





Älykkäiden teollisuusratkaisujen kehittäminen korkeakouluyhteistyössä

Teksti: Sanna Peltonen | Kuvat: Janne Pekkala

OPPIMINEN INNOVAATIOTOIMINNASSA

Tietointensiivisen yhteiskunnan monimuotoiset haasteet vaativat yrityksiltä luovuutta, monialaista asiantuntemusta sekä kykyä omaksua ja luoda uutta tietoa. (Hautamäki et al., 2016; Hakkarainen, 2017) Menestyäkseen yritysten on kyettävä uudistumaan ja innovoimaan. On kehityttävä, kurotettava eteenpäin, venytettävä oman osaamisen rajoja ja ylitettävä itsensä kerta toisensa jälkeen.

Teknologia-teollisuuden mukaan jatkuvasta oppimisesta peräti 90 % tapahtuu työpaikoilla työn ohessa (Juvonen, 2020). Näin ollen yritysten innovaatiotoiminta nousee merkittävään rooliin jatkuvan oppimisen alustana. Herääkin kysymys, miten työpaikoilla tapahtuvaa oppimista voidaan tehostaa?

INNOVOINTI KORKEAKOULUYHTEISTYÖSSÄ

Yritykset ovat innovaatiotoiminnassaan tottuneet kääntymään korkeakoulujen puoleen. (Kunttu, 2019). Viime vuosina yhteistyössä on korostettu entistä vahvemmin tiedon siirtämisen sijaan yhteistä ongelmien määrittelyä ja ratkaisujen hakemista. (Holm et al., 2018). Tämä edellyttää uudenlaisia oppimisen tapoja, jotka tukevat työn ja oppimisen limittymistä tarvelähtöisesti ja saumattomasti osaksi normaalia arkipäivää. (Järvilehto, 2019).

PARHAIMMILLAAN TUTKITTU TIETO VÄLITTYY SUORAAN TOIMINNAN KEHITTÄMISEEN

Yritysten kehittämishankkeet voivat toimia oivallisenä alustana jatkuvalle oppimiselle sekä yritysten ja korkeakoulujen yhteistyölle. Parhaimmillaan kehittämishankkeissa voi toteutua Sitran (2019) peräänkuuluttama tutkitun tiedon välittyminen suoraan toiminnan kehittämiseen. Tutkijoiden ja yritysten osaamisen törmäyttäminen aidon kehittämisiongelman ympärillä, synnyttää uutta osaamista molemmille osapuolille sekä mahdollistaa tiedon soveltamisen tuoreeltaan kehittämissuhteissa. (Holm et al., 2018).

DIGITAALISUUS JA PALVELULLISTUMINEN = HAASTEITA JA MAHDOLLISUUKSIA

Jatkuva uudistumisen tarve korostuu niin ikään Teknologia-teollisuuden Kasvuvoimakartoituksessa (2020). Sen mukaan yritykset näkevät keskeisinä suorituskyvyn edellytyksinä panostukset digitalisaation avaamiin liiketoimintamahdollisuuksiin sekä tuotteiden, palveluiden ja oman toiminnan aktiiviseen kehittämiseen. Kiinnostus palveluita ja digitaalisia ratkaisuja kohtaan onkin vahvassa kasvussa myös pohjalaisten valmistavan teollisuuden pk-yritysten keskuudessa. (Lammi et al., 2018).

Digitaalisuus on luonut valmistavalle teollisuudelle uudenlaisia mahdollisuuksia laitteiden käytön sekä asiakkaan toiminnan tiiviimpään seurantaan. Älykkäiden ratkaisujen kehittäminen ja digitaalisuuden hyödyntäminen liiketoiminnassa tuovat kuitenkin mahdollisuuksien lisäksi myös osaamistarpeita, jotka voivat liittyä esimerkiksi palvelullisten asiakastarpeiden tunnistamiseen ja datan jalostamiseen arvoa luovaksi ratkaisuksi. Siirtyminen datapohjaiseen palveluliiketoimintaan edellyttääkin teollisilta yrityksiltä merkittäviä muutoksia sekä strategisella että operatiivisella tasolla.

OPPIMINEN KEHITTÄMISTYÖSSÄ

Ix3-hankkeessa kehitetään ja testataan jatkuvaa oppimista tukevia oppimissisältöjä ja toimintatapoja, jotka vahvistavat yritysten ja korkeakoulujen asiantuntijoiden oppimista yritys-lähtöisten kehittämisprojektien aikana.

DIALOGI YRITYKSEN JA TUTKIJOIDEN VÄLILLÄ TULISI KÄYNNISTÄÄ JO KEHITTÄMISEN KOHDETTA MÄÄRITELTÄESSÄ.

Aito, yrityksille merkityksellinen haaste, kuten tuotteen tai palvelun kehittäminen, luo lähtökohdan ja kiintopisteen eri alojen asiantuntijoiden yhteisille ponnisteluille. Dialogi yrityksen ja tutkijoiden välillä tulisi käynnistää jo kehittämisen kohdetta määriteltäessä. Yhdessä keskustellen kehittämisen kohdetta voidaan tarkastella monesta eri näkökulmasta, täsmentää kysymyksenasettelua ja hahmotella yhdessä erilaisia ratkaisumahdollisuuksia. (Holm et al., 2018) Todellinen ja

riittävän haastava kehittämiskohde luo motivaation ja kimmokkeen oppimiselle, sillä kehittämisen eteenpäin vieminen edellyttää uuden tiedon luomisen lisäksi myös sen soveltamista käsillä olevan haasteen ratkaisemiseen.

Kehittämistyön etenemisen ja oppimisen mielekkyyden kannalta on keskeistä valita tarkoituksenmukaiset työkalut ja toimintatavat. Kehittämisen kohde luonnollisestikin määrittää mitä asioita on tehtävä ja opittava. Toteutustavan valinnassa keskiöön nousee kysymys siitä, miten yritys aikoo jatkossa toteuttaa vastaavanlaisen kehittämistyön – tehdäkö se itse, toteuttaako yhteistyössä ulkopuolisten asiantuntijoiden kanssa vaiko kenties ulkoistaa toteutuksen. Oppimisen tavoitetta tuleekin tarkastella kehittämisprosessissa vaihekohtaisesti.

DIALOGI JA KONKRETISOIMINEN OPPIMISESSÄ

Vuorovaikutus eli dialogi on keskeinen elementti sekä kehittämisessä että oppimisessä. (Holm et al., 2018). Dialogi yrityksen ja asiantuntijoiden kesken vie kehittämistyötä eteenpäin ja auttaa tekemään näkyväksi kehittämistyön aikana opittua. Oiva tapa ruokkia kehittämistä ja sen aikana tapahtuvaa vuorovaikutusta, on hyödyntää työpajatyöskentelyä, jossa tutkijat ja yrityksen edustajat työskentelevät yhdessä, nostavat esiin teemoja ja kysymyksiä, rakentavat yhteistä ymmärrystä – toinen toistaan sparraten ja haastaen.

Vaikka dialogi onkin kaiken a ja o, on selvää, että kehittämissuhteissa pelkkä keskustelu ja ajatusten jakaminen eivät riitä. Syntyneet ajatukset on kuvattava konkreettiseen muotoon, jolloin niitä voidaan kommentoida,

kehittää eteenpäin ja käyttää uusien ideoiden pohjana. (Hakkarainen, Lallimo and Toikka, 2012) Hakkarainen (2000) korostaa omistajuutta onnistuneen oppimisprosessin keskeisenä edellytyksenä. Yhteiskehittämisessä tulisikin suosia työkaluja ja käytäntöjä, jotka rohkaisevat kehittämistiimin jäseniä kertomaan kokemuksiaan, etsimään analogioita sekä tuottamaan kehittämistä tukevia kirjallisia ja kuvallisia tuotoksia.

Tehdyn työn ja opitun reflektointi ovat tärkeä osa oppimista ja uuden omaksumista. Tiedon hyödyllisyyden ja hyödynnettävyyden arviointi puolestaan toimivat välineenä tunnistaa kehittämisen aikana opittujen asioiden merkitystä, luoden pohjaa opittujen asioiden soveltamiselle myös jatkossa. ●

LÄHTEET:

Hakkarainen, K. (2000) 'Oppiminen prosessina', Aikuis-
kasvatus, 2, pp. 84–98.

Hakkarainen, K. (2017) 'Kollektiivinen luovuus, yhteisöllinen oppiminen ja itsensä ylittäminen', Aikuis-
kasvatus, 37(1), pp. 47–56. doi: 10.33336/aik.88397.

Hakkarainen, K., Lallimo, J. and Toikka, S. (2012) 'Kollektiivinen asiantuntijuus ja jaetut tietokäytännöt', Aikuis-
kasvatus, 32(4), pp. 246–256. doi: 10.33336/aik.94003.

Hautamäki, A. et al. (2016) Vaikuttavaa tutkimusta – Ko-
keiluehdotuksia tutkimuksen vaikuttavuuden ja kaupallista-
misen edistämiseksi, Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja.

Holm, Emmi et al. (2018) Yhteisluominen opas yliopiston
ja yritysten yhteistyön syventämiseen. Available [here](#).

Järvilehto, L. (2019) Suomesta jatkuvan oppimisen suun-
nannäyttäjä. Available [here](#).

Juvonen, L. (2020) Ministerit, muistakaa osaamisen kehit-
tämässä yritysten tarpeet: Osaaminen on yrityksille strate-
ginen kysymys, Teknologiateollisuus.fi. Available [here](#).

Kunttu, L. (2019) Learning practices in long-term relation-
ships. University of Vaasa. Available [here](#).

Lammi, M. et al. (2018) Teolliset palvelut Pohjanmaalla,
MUOVA Design Research. Available [here](#).

Sitra (2019) Kohti elinikäistä oppimista, Sitra. Available
[here](#).

Teknologiateollisuus ry (2020) Kasvuvoimakartoitus
2020. Available [here](#).

IX3 PÄHKINÄNKUORESSA

IX3 – ÄLYKÄS KANSAINVÄLINEN TEOLLISUUS (Intelligent International Industry)
hankkeessa kehitetään ja pilotoidaan koulutusohjelma älykkäiden teollisuusratkaisujen kehittämiseen
ja kansainvälistämiseen mikro- ja pk-yrityksissä. Yhteisoppimiseen osallistuu monialainen tutkimusryhmän
lisäksi mikro- ja pk-yrityksiä. Hankkeessa uudistetaan VAMKin ja Vaasan yliopiston koulutustarjontaa, sen laa-
tua ja osuvuutta vastaamaan paremmin nykypäivän ja tulevaisuuden vaatimuksia.

TOTEUTTAJAT:

Vaasan ammattikorkeakoulun Muotoilukeskus MUOVA sekä Vaasan yliopiston Strategic Business
Development -tutkimusryhmä ja Digital Economy -tutkimusala.

PROJEKTIN KESTO:

1.1.2020 – 30.06.2022

PROJEKTIN RAHOITUS:

Euroopan unionin ESR – Euroopan sosiaalirahasto, Vaasan
yliopisto ja Vaasan ammattikorkeakoulu.

LISÄTIETOA PROJEKTISTA:

[IX3 älykäs kansainvälinen
tulevaisuus](#)

[LinkedIn](#)



Palvelumuotoillen tukea teollisuusyritysten eko-innovointiin

Teksti: Tommi Silvan & Miia Lammi



TOIMIVAT JA TARPEELLISET TUTKIMUS-, KEHITYS- JA INNOVAATIOPALVELUT

Kestävä kehitys on keskeinen uudistava voima teollisuudessa, johon liittyy kiinnostavia liiketoimintamahdollisuuksia. Kiertotaloudessa hyödynnetään olemassa olevia resursseja mahdollisimman tehokkaasti, kierrätetään ja käytetään uudelleen materiaaleja sekä minimoidaan jätettä. Kiertotalous koskee koko tuotteen tai palvelun elinkaarta: raaka-ainesten tuotanto, suunnittelu, valmistus, jakelu, käyttö, poisto ja kierrätys. Ekologisia ratkaisuja, eko-innovaatioita voidaan kehittää kaikissa tuotteen elinkaaren vaiheissa. Tuotteen elinkaareen liittyvät toimijat muodostavat arvoketjun. Kun arvoketjun toimijat kehittävät omaa toimintaansa kestävästi, ovat vaikutukset arvoketjun tasolla huomattavia.

Ecolabnet-hanke kehittää palveluverkostoa tukemaan ekologisia ratkaisuja teollisessa arvoketjussa. TKI-palveluiden tarjoajat ja yritysten tukiorganisaatiot muodostavat tuki- ja asiantuntijaverkoston tuotteen elinkaaren eri vaiheisiin. Verkostosta löytyy erikoisosaamista biopohjaisiin materiaaleihin, erilaisiin 3D-tulostustekniikoihin, kestävien liiketoimintamallien sekä tuote-palveluratkaisujen kehittämiseen. Ecolabnet tuottaa myös demonstraatioita eko-innovoinnista, kuten uusia biomateriaaleja ja tuotekonsepteja sekä 3D-tulostettuja tuotteita. Yritykset voivat hyödyntää ja kaupallistaa Ecolabnetin tuloksia tulevissa tuotteissa. Näin Ecolabnetin palvelut yhdistävät TKI-toimijat ja pk-yritykset tuottamaan ekologisempia ja parempia tuotteita ja palveluja yhteistyössä.

MUOTOILLAAN TUTKIMUS- JA KEHITYSPALVELU

TKI-palveluita on kehitetty Ecolabnetissä asiakaslähtöisesti. Asiakasymmärrystä on kerätty teollisista pk-yrityksistä kyselyn ja haastatteluiden avulla Itämeren alueelta. Yrityksistä muodostettiin asiakaspersoonia, jotka auttoivat suuntaamaan palvelukehitystä. Palveluideat kehitettiin tukemaan pk-yritysten eko-innovointia ja ideat rakennettiin palvelupoluiksi. Palvelupolku eli palvelun käyttöprosessi muodostuu palvelutilanteista eli palvelutuokioista. Palvelutuokioissa ollaan asiakkaan kanssa kontaktissa esimerkiksi sähköpostin, puhelimen, chatin tai kasvokkain tapahtuvan kommunikoinnin kautta.

PALVELUPOLUT RAKENNETAAN MYÖTÄILEMÄÄN ASIAKKAAN TOIMINTAA

Palvelumuotoilu kehittää palvelupolkua, palvelutuokioita ja kontaktipisteitä. Ensimmäiseksi on tärkeää määritellä, minkä asiakkaan ongelman palvelu ratkaisee tai millaista hyötyä palvelu asiakkaalle tuottaa.

Tietopalvelu vastaa tietotarpeeseen, verkostoitumispalvelu etsii kumppaneita ja asiantuntijapalvelu tuo

erikoisosaamisen kehittämiseen. Palvelupolut rakennetaan myötäilemään asiakkaan toimintaa. Se vastaa kysymyksiin: Mitä palvelua tuotetaan ja miten palveluaan? Keiden kanssa ja missä tilanteessa palvelu toteutuu? Millaista kokemusta tavoitellaan?

Palvelupolut tukevat palvelujärjestelmän kehittämistä. Palvelujärjestelmässä resurssit ja prosessit tuottavat palvelun asiakkaalle. Tuotteistettuja palvelupolkuja voidaan mahdollisesti myös monistaa (franchising). Palvelupolun voi kuvata asiakastarinoiden avulla, jolloin asiakkaan on helpompi samaistua tarpeeseen ja huomata olevansa juuri samantyyppisessä tilanteessa. Näin ostopäätöstä voidaan nopeuttaa ja ostokynnystä alentaa.

PALVELUN ANSAINTAMALLEISTA POHJA HINNOITTELULLE

Kun asiakkaan kanssa on päästy selvyyteen ostettavista palveluista tulee hinnoittelun vuoro. Tavoite tulisi olla win-win tilanne, jossa sekä asiakas että palveluntarjoaja hyötyvät valitusta sopimusmallista. Malleihin tulee määritellä selkeät säännöt siitä, millä ehdoilla yritys voi hyödyntää palveluntarjoajan osaamista ja fasilitettejä kuten laboratorio- tai tuotantotiloja. Pyrkimyksenä tulisi olla mahdollisimman suuri läpinäkyvyys, jolloin estetään mahdolliset epäselvyydet ja harmaat alueet toteutuksen aikana.

Erilaisia hinnoittelu- ja yhteistyömalleja on useita. Tuntiperusteisessa mallissa yritys maksaa vain tehdyistä

tunneista. Mallin heikkoutena on se, että palveluntarjoaja ei pysty ennakkoimaan tulevaa työkuormaa. Työaikaa ei välttämättä ole silloin, kun yritys sitä tarvitsee. Tarjoukseen perustuvassa mallissa kuvataan työn sisältö, sen aikataulu ja hinta, jolloin työn aikatauluttaminen on helpompaa. Tarjous olisi hyvä kuvata selkeästi ja kattavasti vahvistamaan yhteisymmärrystä osapuolten rooleista ja palvelun sisällöstä.

Yliopistot ja ammattikorkeakoulut eivät ole perinteisiä palveluntarjoajia, mutta heillä runsaasti erityisosaamista ja yhteistyötä yritysten kanssa. Myös yhteistyöstä voi rakentaa palveluita, jotta yritysten on helpompi hyödyntää erikoisosaamista. Hankekumppanuuden voi hinnoitella kertalaskutella osallistumismaksulla ja myydä avoimella palvelualustalla. Tutkimusyhteistyöhön voi puolestaan rakentaa jäsenyyden, jossa hinta, riskit ja hyödyt ovat oikeassa suhteessa. Näin tutkimuslaitokset saisivat myös tulosten hyödyntäjiä ja kaupallistajia omaan verkostoonsa. ●

ECOLABNET

Interreg
Baltic Sea Region

EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND
EUROPEAN UNION

PÄÄTOIMITTAJA:



Miia Lammi | miia.lammi@muova.fi | +358 50 408 4969

FM (viestintä, multimediajärjestelmät) Miia Lammi toimii MUOVAssa kehittäispäällikkönä. Hän suunnittelee ja johtaa TKI-hankkeita ja toimii palvelumuotoilun tutkijana ja asiantuntijana

KIRJOITTAJAT:



Tommi Siljamäki | tommi.siljamäki@muova.fi | +358 50 573 4003

TaM (teollinen muotoilu) Tommi Siljamäki toimii MUOVAssa asiakkuuspäällikkönä. Hän organisoii MUOVAn yrityspalvelutoimintaa ja yrityskehityshankkeita sekä toimii muotoilujohtamisen asiantuntijana TKI-hankkeissa.



Jari Ratilainen | jari.ratilainen@muova.fi | +358 40 182 9027

HTM (hallintotieteet) Jari Ratilainen toimii MUOVAssa West Coast Startupin päällikkönä. Hän valmentaa yritystiimejä ja kehittää TKI-projekteissa yritysten liiketoimintaa.



Marianne Laurila | marianne.laurila@muova.fi | +358 50 408 3819

Marianne toimii jatkuvan oppimisen asiantuntijana VAMKissa. Hän on toiminut projektipäällikkönä ja asiantuntijana Muovassa koulutuksen kehittämiseen liittyvissä kansallisissa ja kansainvälisissä hankkeissa.



Sanna Peltonen | sanna.peltonen@muova.fi | +358 50 408 3638

KTM (markkinointi) Sanna Peltonen toimii MUOVAssa erikoistutkijana. Hän toimii projekteissa asiakaslähtöisen tuote- ja palvelukonseptoinnin tutkijana ja asiantuntijana sekä projektipäällikkönä IX3 hankkeessa.



Tommi Silvan | tommi.silvan@muova.fi |

Muotoija Tommi Silvan toimii muotoilijana Muovan yritysprojekteissa ja projektihenkilönä useammassa eri hankkeessa.

Tanja Oraviita | tanja.oraviita@muova.fi | +358 40 163 2940

MA (taiteiden maisteri) Tanja Oraviita toimii MUOVAssa kansainvälisten projektien projektipäällikkönä. Hän huolehtii niin kansainvälisten hankkeiden suunnittelusta, johtamisesta kuin muotoilullisten ja luovien näkökulmien tuomisesta kansainvälisiin hankkeisiin.

TAITTO:



Veera Hautala | veera.hautala@muova.fi | +358 40 7488 185

Muotoilija (amk) Veera Hautala toimii MUOVAssa muotoilijana. Yritys- ja TKI-projekteissa hän muotoilee tuotteita, palveluita ja visuaalista ilmettä.



KUVA COPROTOLABIN AVAJAISISTA 2019. LISÄTIETOA
TEOLLISTENPALVELUIDEN PROTOTYPIOINTI YMPÄRISTÖSTÄ:
WWW.COPROTOLAB.FI

Muovaaja 2/2020
Joulukuu 2020

Julkaisija: Muotoilukeskus MUOVA /
Vaasan ammattikorkeakoulu

Yhteystiedot: miia.lammi@muova.fi
Wolffintie 36 F 11, 65200 Vaasa

ISSN: 2489-4508
ISBN: 978-952-5784-45-9

MUOVA