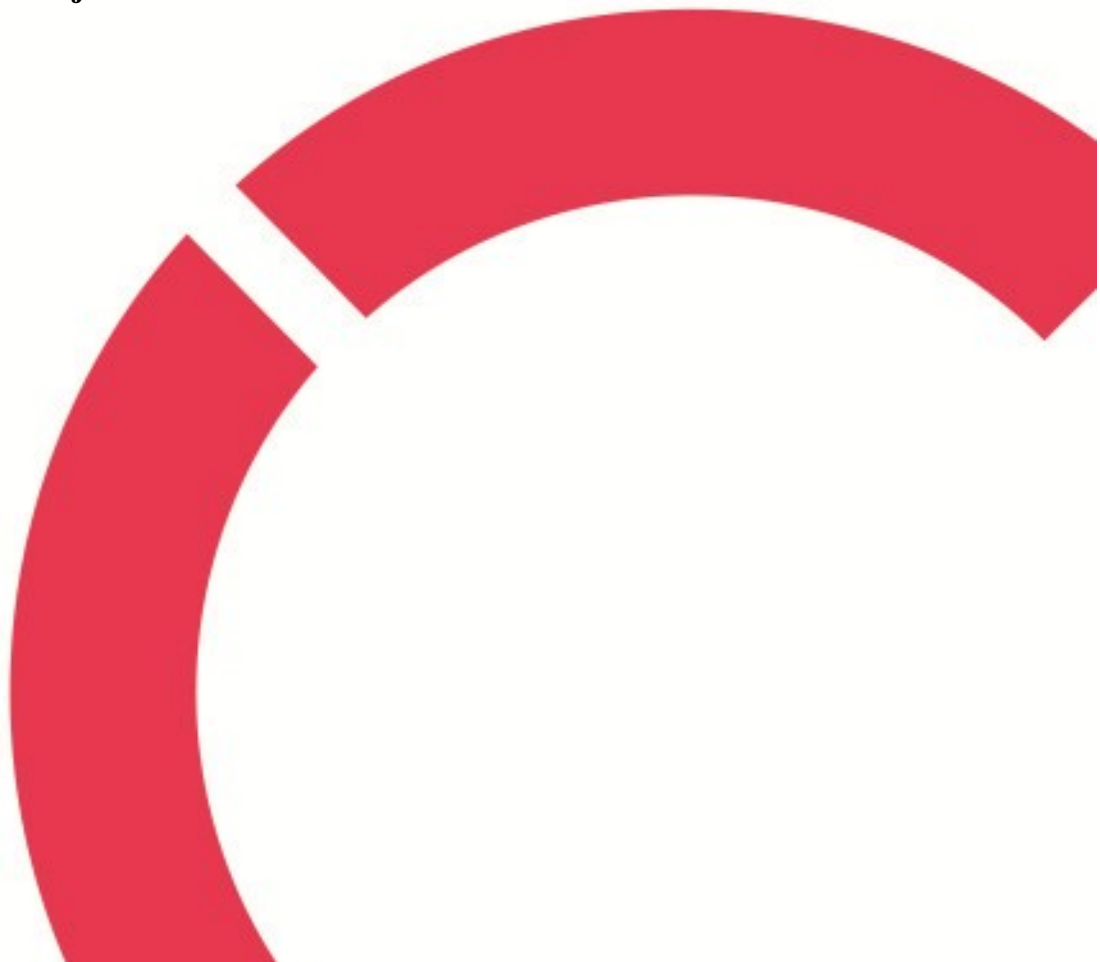


Sari Kivioja

**TUTKIMUS-, KEHITYS- JA INNOVAATIOTOIMINNAN TIETOI-
SUUDEN LISÄÄMINEN**

TKI-korttipeli opiskelijoille

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Toukokuu 2025**



Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Toukokuu 2025	Tekijä/tekijät Sari Kivioja
Koulutus Liiketalous (monimuoto)		<input checked="" type="checkbox"/> AMK <input type="checkbox"/> YAMK
Työn nimi TUTKIMUS-, KEHITYS- JA INNOVAATIOTOIMINNAN TIETOISUUDEN LISÄÄMINEN TKI-korttipeli opiskelijoille		
Työn ohjaaja Ville Lehtinen, Marko Hoikkaniemi		Sivumäärä 28 + 3
Työelämäohjaaja Johanna Hautamäki		
<p>Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Centria-ammattikorkeakoulu ja sen pienten ja keski-suurten yritysten tutkimus-, kehitys- ja innovaatio-polku-hanke. Hankkeen päätavoitteena oli lisätä yritysten tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa ja tietoisuutta. Opinnäytetyö pohjautui hankkeen tavoitteen ympärille ja tavoitteena oli luoda jokin konkreettinen ja luova tapa jakaa tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan tietoisuutta opiskelijoille.</p> <p>Opinnäytetyön toiminnallinen osuus alkoi ideoinnista, jonka tuloksena syntyi tutkimus-, kehitys- ja innovaatiokorttipeli, jota tässä työssä lähdettiin kehittämään palvelumuotoilun prosessin ja menetelmien avulla. Tarkoituksena työssä oli käyttää palvelumuotoilun prosessia työn perustana, se sisälsi tiedon keräämisen ja analysoinnin, prototyypin rakentamisen, prototyypin testauttamisen kohderyhmällä sekä palautteen keräämisen. Korttipelin prototyypin tavoitteena oli kasvattaa opiskelijoiden tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan tietoisuutta sekä antaa heille ymmärrystä, minkälaista hyötyä yritykset voivat saada hankeyhteistyön parista.</p> <p>Tavoiteltu lopputulos saavutettiin tarkoituksen mukaisesti palvelumuotoilun prosessia ja menetelmiä hyödyntäen. Korttipelistä rakentui digitaalinen ja fyysinen prototyyppi. Opiskelijat testasivat digitaalista versiota verkkoympäristössä ja heiltä kerätyn palautteen avulla korttipelistä voisi rakentaa prototyyppiä paremman lopullisen version.</p>		
Asiasanat Arvo, arvolutaus, asiakaslähtöisyys, idea ja innovaatio, palvelumuotoilu, pelillistäminen		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date May 2025	Author Sari Kivioja
Degree programme Business Management Administration		
Name of thesis INCREASING AWARENESS OF RESEARCH, DEVELOPMENT AND INNOVATION ACTIVITIES RDI-cardgame for students		
Centria supervisor Ville Lehtinen, Marko Hoikkaniemi		Pages 28 + 3
Instructor representing commissioning institution or company Johanna Hautamäki		
<p>This thesis was commissioned by Centria University of Applied Sciences and its research, development and innovation-path project for small and medium sized companies. The main objective of the project was to raise the awareness and activity of business research, development and innovation. The thesis was based around the goal of the project and the goal was to create a concrete and creative way to share the awareness of research, development and innovation activities for students.</p> <p>The functional part of the thesis began with idea generation, which resulted in a research, development and innovation card game, which was developed using the service design process and methods. The purpose of the work was to use the service design process as the basis for the work, which included collecting and analysing data, building a prototype, testing the prototype with a target group and collecting feedback. The aim of the card game prototype was to increase students' awareness of research, development and innovation activities and to give them understanding of the benefits that companies can gain from project collaboration.</p> <p>The desired outcome was achieved in accordance with the purpose, utilizing the process and methods of service design. A digital and physical prototype of the card game was built. The students tested the digital version in an online environment and with the feedback collected from them, the card game could be built into a final version that is better than the prototype.</p>		
Key words Customer orientation, gamification, idea and innovation, service design, value, value proposition		

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

ELY-keskus

Elinkeino, liikenne- ja ympäristökeskus

Pk-yritys

Pieni ja keskisuuri yritys

Prototyyppi

Prosessi, jossa tuotteesta tai palvelusta rakennetaan prototyyppi

TKI

Tutkimus-, kehitys- ja innovaatio

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 TOIMINTAYMPÄRISTÖ	3
2.1 Centria-ammattikorkeakoulu	3
2.2 TKI-toiminta.....	3
2.3 Pk-yritysten TKI-polku-hanke	4
3 KESKEINEN TIETOPERUSTA	5
3.1 Palvelumuotoilu.....	5
3.1.1 Palvelumuotoilun hyödyt ja haasteet	6
3.1.2 Palvelumuotoilun prosessi ja menetelmät.....	7
3.2 Arvo ja arvolupaus.....	9
3.3 Asiakaslähtöisyys.....	10
3.3.1 Asiakasymmärrys.....	10
3.3.2 Asiakaskokemus	11
3.3.3 Palvelupolku	12
3.4 Pelillistämisen hyödyt oppimiselle	13
3.5 Idea ja innovaatio	13
4 TOIMINNALLISEN TYÖN MÄÄRITTELY, RAJAUS, TARKOITUS JA TAVOITE	15
5 TKI-KORTTIPELIN TOTEUTUSPROSESSI	17
5.1 Tiedon kerääminen	17
5.2 Tiedon analysointi	18
5.3 Prototypointi.....	19
5.4 Testaus ja palautteen kerääminen	22
6 POHDINTA JA OMAN TYÖN ARVIOINTI	23
LÄHTEET	26
LIITTEET	
KUVIOT	
KUVIO 1. Desing Councilin Tuplatimantti-prosessimalli	7
KUVIO 2. Palvelupolku ja palvelutuokiot.....	12
KUVIO 3. Esimerkkikuva yhteistyömallista	18
KUVAT	
KUVA 1. Ensimmäinen prototyyppi hankekortista.....	20
KUVA 2. Ensimmäinen prototyyppi yrityskortista.....	20
KUVA 3. Ensimmäinen prototyyppi peliohjeista.....	21

1 JOHDANTO

Asiakas eli ihminen on jokaisen yrityksen keskiössä, sillä ilman asiakasta ei ole liiketoimintaa. Digitalisaation ja teknologian nopea kehitys on luonut tilanteen, että asiakkaat ovat globaalisti tietoisempia eri vaihtoehtoistaan ja sen myötä yritysten välinen kilpailu on kiristynyt. Tällä hetkellä yritysten täytyy ymmärtää asiakkaitaan ja heidän odotuksiaan, jotta yritykset osaavat kehittää toimintaansa asiakkaiden odotusten suuntaan.

Palvelumuotoilu on tänä päivänä hyvin suosittu työkalu ja lähestymistapa, jonka avulla yritykset voivat kehittää liiketoimintaansa ja palveluitansa ihmislähtöisesti. Käyttäjä tai asiakas ei ole enää pelkkä kohde, jolle myydään ja markkinoidaan jotain tuotetta tai palvelua, vaan palvelumuotoilussa hän on osa palveluiden ja koko liiketoiminnan kehittämistä.

Tämän opinnäytetyön lähtökohtana on toiminut oma haluni perehtyä palvelumuotoiluun sekä sen hyödyntämiseen käytännön tasolla. Kiinnostukseni palvelumuotoilua kohtaan antoi minulle mahdollisuuden liittyä osaksi Centria-ammattikorkeakoulun Pk-yritysten TKI-polku-hanketta, jonka tavoitteena on kasvattaa tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa pienissä ja keskisuurissa yrityksissä. Opinnäytetyön toimeksiantajan toiveena oli kehittää jokin konkreettinen ja luova tapa jakaa TKI-toiminnan tietoisuutta jollekin kohderyhmälle. Opinnäytetyöni aihe rakentui siis hankkeen päätavoitteen ympärille ja työhön annettiin lähes täydellinen toimintavapaus. Kohderyhmäksi valikoitui nopeasti opiskelijat ja työtä lähdettiin rakentamaan ideoinnin kautta. Ideoinnin tuloksena syntyi korttipeli, jota tässä työssä lähdetään kehittämään palvelumuotoilun prosessin ja menetelmien avulla. Prosessiin kuuluu tiedon kerääminen ja analysointi, pelin prototyyppi ja ohjeiden laatiminen sekä pelin testaaminen kohderyhmällä ja palautteen kerääminen. Korttipelin lopullinen tarkoitus on antaa opiskelijoille ymmärrystä TKI-toiminnasta luovalla, vuorovaikutteisella ja innostavalla tavalla.

Palvelumuotoilu on keskeinen osa tätä opinnäytetyötä, sillä pk-yritysten TKI-polku-hankkeen toimintatavat pohjautuvat palvelumuotoilun menetelmiin sekä toiminnallisen työni lopputuotos rakennetaan palvelumuotoilun prosessin ja menetelmien avulla. Tästä syystä opinnäytetyöni teoriaosuus painottuu palvelumuotoiluun sekä siihen keskeisesti liittyviin aiheisiin. Juha Tuulaniemen Palvelumuotoilu sekä Mikko Koiviston, Johanna Säynäjäkankaan ja Sofia Forsbergin Palvelumuotoilun bisneskirja ovat toi-

mineet tämän työn keskeisinä lähteinä. Teoriaosuudessa käsitellään myös toimintaympäristöä, toiminnallisen työn lähtökohtia sekä toteutuksen prosessia. Opinnäytetyöni teoriaosuuden lopuksi arvioin ja pohdin työni onnistumista.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kasvattaa opiskelijoiden tietoisuutta tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnasta sekä antaa heille ymmärrystä siitä, minkälaista liiketoiminnallista hyötyä yritykset voivat saada yhteistyöstä TKI-hankkeiden parissa. Tutkimuskysymyksenä tässä työssä oli: Miten TKI-toiminnan tietoisuutta voidaan lisätä opiskelijoille mielenkiintoisella tavalla? Toiminnallisen työn lopputulos eli korttipeli toimii vastauksena tutkimusongelmaan.

2 TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Tässä kappaleessa käsitellään opinnäytetyön toimintaympäristöä. Kappale koostuu toimeksiantajan ja sen TKI-toiminnan esittelystä. Lisäksi luvussa käsitellään lyhyesti TKI-toiminnan merkitystä Suomessa. Lopussa esitellään toimeksiantajan hanke, johon tämä opinnäytetyö pohjautuu vahvasti.

2.1 Centria-ammattikorkeakoulu

Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimi Centria-ammattikorkeakoulu. Centria on korkeakoulu, jonka koulutusaloina ovat muun muassa sosiaali- ja terveysala, tekniikan ala, liiketalous ja kulttuuriala. Organisaatio tarjoaa paljon englanninkielisiä koulutuksia ja opintojaksoja sekä mahdollistavat opiskelijoille kansainvälistä liikkuvuutta. Tämä tekee Centriasta yhden Suomen kansainvälisimmistä kouluista, sillä lähes neljännes opiskelijoista tulee ulkomailta. Kampukset sijaitsevat Kokkolassa, Pietarsaaressa ja Ylivieskassa, joissa opiskelee yhteensä noin 4400 opiskelijaa ja työskentelee noin 340 työntekijää. (Centria-ammattikorkeakoulu, opiskele tutkinto; Centria-ammattikorkeakoulu, kansainvälinen Centria; Centria-ammattikorkeakoulu, meistä.)

Centria haluaa luoda sekä tarjota osaamistaan yrityksille, jotta alueen yritysten kilpailukykyä edistetäisiin sekä koko alueen elinvoimaa kehitettäisiin. Organisaation missiona on tukea ja edistää oppimista, joka pohjautuu työelämästä sekä tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnasta syntyvään osaamiseen. Tulevaisuudessa Centria haluaa olla suunnannäyttäjä kestävään ja parempaan tulevaisuuteen. (Centria-ammattikorkeakoulu, meistä; Centria-ammattikorkeakoulu, strategia 2025–2028.)

2.2 TKI-toiminta

Suomen hyvinvointi ja kilpailukyky pohjautuu tutkimukseen, kehitykseen ja innovaatioihin. Menestyminen globaalissa toimintaympäristössä edellyttää korkeaa osaamista, uuden tiedon tuottamista sekä arvoa ja yhteiskunnallista hyötyä tuottavia innovaatioita. (Työ- ja elinkeinoministeriö.) Suomen laissa määrätään, että tutkintokoulutuksen lisäksi ammattikorkeakoulujen täytyy harjoittaa TKI-toimintaa:

4§ Ammattikorkeakoulun tehtävänä on lisäksi harjoittaa ammattikorkeakouluopetusta palvelevaa sekä työelämää ja aluekehitystä edistävää ja alueen elinkeinorakennetta uudistavaa soveltavaa tutkimustoimintaa, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa sekä taiteellista toimintaa (Ammattikorkeakoululaki 28.12.2018/1368, § 4).

Ammattikorkeakoulujen TKI-toiminta on hyvin monipuolista ja laajaa. Projektit ja hankkeet vaihtelevat soveltavasta tutkimuksesta uusien innovaatioiden tuotteistamiseen. TKI-toiminta kytkeytyy koulutukseen ja opetukseen vahvasti, sillä sen avulla varmistetaan, että koulutusten sisältö kytkeytyy ajankohtaiseen tietoon ja osaamiseen. (Arene ry.)

Centria tekee monipuolista tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotyötä yhteistyössä alueen yritysten sekä opiskelijoiden kanssa. TKI-toiminta koostuu kehittämispalveluista, koulutuspalveluista ja hanketoiminnasta. Kehittämispalvelut muodostuvat muun muassa tuotekehityksestä, asiantuntijapalveluista sekä tuotannon ja prosessin kehittämispalveluista. Koulutuspalvelut tarjoavat yrityksille asiakaskohtaisia-, työvoima- ja täydennyskoulutuksia. Hanketoiminnassa kehitetään uutta osaamista kemian- ja biotalouden, digitalisaation, tuotantoteknologian sekä yrittäjyyden ja hyvinvoinnin osa-alueilta. Pelkästään TKI-toiminta työllistää Centrialla 123 työntekijää, toiminnan kokonaisvolyyymi on 9,4 miljoonaa euroa ja hankkeita vuodessa on noin 100 kappaletta, joista viidesosa on kansainvälisiä. (Centria-ammattikorkeakoulu, tutkimus, kehitys ja palvelut.)

2.3 Pk-yritysten TKI-polku-hanke

Opinnäytetyöni pohjautuu Centria-ammattikorkeakoulun Pk-yritysten TKI-polku-hankkeeseen. Hankkeen tavoitteena on lisätä pienten ja keskisuurten yritysten tietoisuutta tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnasta, ja sen avulla halutaan kehittää yritysten liiketoimintaa sekä kasvattaa verkostoitumista. Hankkeessa tarjotaan yrityksille tukea esimerkiksi kansainvälistymisessä, digitalisaatiossa, verkostoitumisessa, rahoitusmahdollisuuksissa sekä palvelumuotoilussa. Hanke mahdollistaa muun muassa uusien innovaatioiden kokeiluja ja yhteiskehittämistä muiden yritysten kanssa. Hankkeen tarkoitus on madaltaa yritysten kynnyksiä hakea ulkopuolista rahoitusta TKI-toimintaan sekä lisätä ymmärrystä TKI-toiminnan hyödyistä. Hankkeen rahoittajana toimii Keski-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus (ELY) ja hanke toteutetaan yhteistyössä Vaasan ammattikorkeakoulun, Turun ammattikorkeakoulun ja Centria-ammattikorkeakoulun kanssa. (Centria-ammattikorkeakoulu, PK-yritysten TKI-polku.)

3 KESKEINEN TIETOPERUSTA

Tämä kappaleen sisältö toimii opinnäytetyön keskeisenä tietoperustana. Kappale koostuu palvelumuotoilun määrittelystä, sen tuomista hyödyistä ja haasteista sekä palvelumuotoilun prosessista ja menetelmistä. Lisäksi luvussa käsitellään palvelumuotoilun sekä opinnäytetyöni keskeisiä osatekijöitä, joita ovat arvo ja arvolupaus, asiakaslähtöisyys, asiakasymmärrys, asiakaskokemus ja palvelupolku. Kappaleen lopussa käsitellään vielä hyötyjä, joita pelillistäminen tuo oppimiselle sekä idean ja innovaation merkitystä.

3.1 Palvelumuotoilu

Muotoilualaan ja muotoiluajatteluun perustuva palvelumuotoilu on osaamisala, jonka avulla kehitetään palveluita, asiakas- ja työntekijäkokemuksia sekä palveluliiketoimintaa ihmislähtöisesti (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 34, 217). Tänä päivänä ihmiset hankkivat itselleen elämäänsä helpottavia asioita, ei pelkästään yksittäisiä tavaroita tai palveluita. Tämä tarkoittaa sitä, että yritysten on menestyäkseen kehitettävä kokonaisvaltaisia ratkaisuja ihmisten tarpeisiin. Palveluiden kehittämisessä tarvitaan eri osaamisalojen yhteistyötä, palvelumuotoilu tarjoaa ajattelu- ja toimintatavat, työkalut ja menetelmät tähän kehitysprosessiin. (Tuulaniemi 2011, 12, 18, 58.) Palvelumuotoilun vahvuutena pidetään sitä, että sille ei ole toistaiseksi olemassa yhtä selkeää määritelmää, vaan sen tarkoitus on olla kehittyvä ja monialainen lähestymistapa palveluiden kehittämiseen (Stickdorn & Schneider 2010, 29).

Palvelumuotoilu on konkreettista tekemistä, ei ihmisten tunteiden ja kokemusten suunnittelua. Sen toiminnan päämääränä on yhdistää käyttäjien odotukset ja tarpeet yrityksen liiketoiminnallisiin tavoitteisiin. Palvelumuotoilun keskeisenä ajatuksena on ottaa mukaan kaikki osapuolet palvelun kehittämiseen. Osallistaminen ja ymmärtäminen toimii koko palvelumuotoilun runkona, sillä on keskeistä ymmärtää käyttäjien tarpeet sekä motiivit kehitettävään palveluun. Tällä tavoin edistetään suunnittelua, tiedon kulkua ja arvon muodostumista, sekä sitoutetaan osapuolet palvelun kehittämiseen ja tuottamiseen. (Tuulaniemi 2011, 25, 116–117.)

Tavoitteena palvelumuotoilussa on luoda hyödyllisiä, sujuvia ja haluttavia palvelukokemuksia käyttäjälle sekä kannattavia, tehokkaita ja erottuvia palvelukonsepteja yritykselle. Palvelumuotoilu tarjoaa

yri­tysten haasteiden ratkaisemiseen ja toiminnan kehittämiseen monimuotoisen lähestymistavan. Palvelumuotoilu tuo liiketoimintaan asiakasymmärrystä ja ketteryyttä, joita tarvitaan alati muuttuvassa toimintaympäristössä. Sitä voidaan hyödyntää uusien palvelu­innovaatioiden rakentamiseen tai olemassa olevien palveluiden kehittämiseen. Toisin sanoen palvelumuotoilua voidaan soveltaa lähes kaikkien tekemiseen yrityksen koko elinkaaren ajan. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 71–73.)

3.1.1 Palvelumuotoilun hyödyt ja haasteet

Palvelumuotoilun tuomia hyötyjä voidaan tarkastella eri näkökulmista. Organisaatioiden näkökulmista palvelumuotoilu tuo hyötyjä muun muassa talouteen, markkinointiin, sisäisiin toimintoihin sekä työ­kulttuuriin ja osaamiseen. Palvelumuotoilu tuo yrityksiin asiakasymmärrystä ja sen avulla asiakkaiden tarpeisiin osataan vastata paremmin, tällä tavoin kasvatetaan niin asiakasuskollisuutta kuin uusien asiakkaiden määrää. Palvelumuotoilun avulla saadaan taloudellisia hyötyjä myös kustannussäästöjen, toiminnan tehostumisen ja uusien innovaatioiden myötä. Markkinoinnin näkökulmasta asiakasymmärryksen avulla saatu tieto auttaa kehittämään asiakaskokemusta, kohdistamaan markkinointia oikealle asiakasryhmälle sekä vahvistamaan brändiä. Yritysten sisäisiä toimintoja voidaan kehittää sisäisten palveluiden laadun parantamisella sekä osallistamalla henkilökuntaa kehitystyöhön. Yrityksen sisäisen toiminnan parantuminen ja työntekijäkokemuksen kehittyminen vaikuttaa suoraan myös työntekijöiden hyvinvointiin, sillä nämä toimet vahvistavat henkilökunnan työmotivaatiota, sitouttaa heidät yritykseen ja vähentää sairauspoissaoloja. (Koivisto ym. 2019, 152–156.)

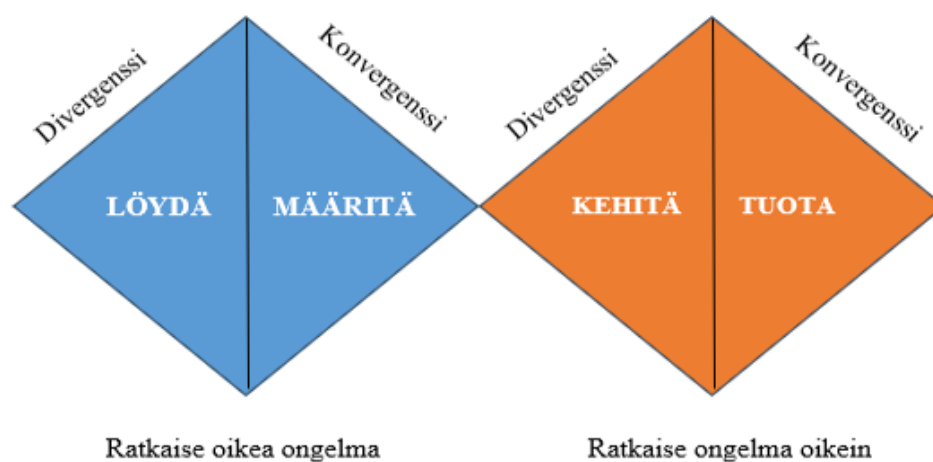
Asiakkaiden näkökulmasta palvelumuotoilun tuomat hyödyt ovat moninaisia. Palvelumuotoilun avulla voidaan muun muassa parantaa palveluiden tuloksellisuutta ja tehokkuutta, helpottaa palveluiden käyttöä sekä vähentää asiakkaiden kokemaa vaivannäköä. Sen avulla tunnistetaan myös asiakkaiden todellisia tarpeita, mikä auttaa helpottamaan heidän jokapäiväistä elämäänsä ja luomaan erilaisia vaihtoehtoja tarjolle. Palvelumuotoilun erilaisten menetelmien myötä asiakkaat pääsevät myös itse vaikuttamaan kehitystyöhön. (Innanen 2022.)

Palvelumuotoilun tuomat haasteet voivat olla hyvin erilaisia ja vaihdella huomattavasti yritysten välillä. Palvelumuotoilun tuomat hyödyt eivät ole aina mitattavissa numeerisesti ja tämä voi aiheuttaa haasteita. Ihmisten kokemia hyötyjä voivat olla esimerkiksi yhteistyön paraneminen, ihmisten innosta-

minen tai rakentavan keskustelun avulla luotu yhteinen näkemys, mutta näistä saatujen tulosten mittaaminen on haasteellista. Myös muutosvastarinta on yksi palvelumuotoilun keskeisimpiä haasteita, sillä ihmisillä on tapana luoda omat toimintatavat ja uuden toimintatavan käyttöönotto voi aiheuttaa vastustusta. Palvelumuotoilun luonne on kuitenkin osallistava, joten henkilöstö voi kokea tulevansa kuulluksi sekä voivansa vaikuttaa työhönsä. Tällä tavoin voidaan auttaa vähentämään muutosvastarintaa, sillä henkilöstö on itse saanut vaikuttaa muutokseen. (Whatley 2023; Innanen 2022.)

3.1.2 Palvelumuotoilun prosessi ja menetelmät

Palvelumuotoiluprosessia on hankala määrittellä täysin yhdenmukaiseksi prosessiksi, koska kehitystyössä luodaan aina uutta, ja sen myötä se on aina ainutlaatuista. On kuitenkin luotu yleinen toimintarunko, joka antaa kokonaiskuvan palvelumuotoiluprosessista. (Tuulaniemi 2011, 126.) Toimintarunko pohjautuu usein Desing Councilin vuonna 2005 esittämään Tuplatimantti-prosessimalliin (KUVIO 1). Prosessissa on kaksi timanttia, jotka kuvaavat prosessin eri vaiheita. Ensimmäisen timantin aikana pyritään tunnistamaan oikea ongelma. Toisen timantin aikana pyritään kehittämään ratkaisu tunnistettuun ongelmaan. Tässä prosessissa divergentti- ja konvergenttiajattelu vaihtelee, mikä tarkoittaa sitä, että divergentti luo vaihtoehtoja ja konvergentti rajaa vaihtoehtoja. Tuplatimantin neljä vaihetta esitetään lineaarisena prosessina, mutta todellisuudessa se on iteratiivinen. Tällä tarkoitetaan sitä, että aikaisempiin vaiheisiin voidaan palata ja vaiheita voidaan toistaa, niin kauan kunnes tavoiteltu lopputulos on saavutettu. (Koivisto ym. 2019, 42–46.)



KUVIO 1. Desing Councilin Tuplatimantti-prosessimalli (mukaillen Koivisto ym. 2019, 43)

Löydä-vaihe toimii tiedonkeruuvaiheena. Tietoa kerätään asiakkaiden tarpeista sekä liiketoiminnallisista tavoitteista ja ehdoista. Tutkimuksen kohteena on erityisesti asiakkaiden käyttäytyminen sekä heidän sisäiset tarpeensa, kuten unelmat ja motiivit. Niiden ymmärtäminen toimii asiakaslähtöisen liiketoiminnan rakentamisen keskiössä. Tiedon keräämisessä käytetään pääsääntöisesti laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Näitä perinteisiä menetelmiä ovat muun muassa erilaiset haastattelut, kyselyt ja käyttäytymisen havainnointit. (Koivisto ym. 2019, 44.)

Määritä-vaiheessa kerätty tieto analysoidaan ja ymmärretään. Ymmärryksen avulla prosessin ongelma tai mahdollisuus täytyisi selkiintyä, jotta siihen voidaan lähteä ideoimaan ratkaisuja prosessin seuraavissa vaiheissa. Tämän vaiheen lopputulos voi olla myös kehitettävän ratkaisun vaatimusmäärittely tai ymmärrys asiakkaiden tarpeista tai käyttäytymisestä. Tavoitteena määritä-vaiheessa on tiivistää löydä-vaiheesta kerätty tieto selkeään muotoon, jotta sitä on helpompi hyödyntää. (Koivisto ym. 2019, 45–46.)

Kehitä-vaiheessa pureudutaan aikaisemmassa vaiheessa tunnistettuun ongelmaan tai mahdollisuuteen. Ratkaisumalleja pyritään tässä vaiheessa ideoimaan yhteiskehittämisen ja erilaisten ideointimenetelmien avulla. Menetelmiä voivat olla esimerkiksi erilaiset työpajat tai muotoilupelit, joiden avulla pyritään luomaan ymmärrystä, rentoa ilmapiiriä sekä yhteistä kieltä osallistujien kesken. Keskeisin piirre tässä vaiheessa on kuitenkin prototyyppien rakentaminen ja visualisointi. Visualisoinnilla ja prototyyppien avulla tarkoitetaan ideoinnin tulosten tuomista näkyviksi, sillä vain konkreettisia asioita voidaan viedä sidosryhmille testattaviksi. (Koivisto ym. 2019, 46; Ojasalo ym. 2014, 72.)

Tuota-vaiheessa rajataan ja tunnistetaan ideoista tulleita vaihtoehtoja, jotka vastaavat asetettuihin tavoitteisiin. Tässä vaiheessa myös testataan vaihtoehtoja eri sidosryhmillä sekä arvioidaan tekninen toteutettavuus ja taloudellinen näkökulma. Tämän vaiheen lopuksi tehdään päätös siitä, että toteutetaanko kehitetty ratkaisu vai ei. (Koivisto ym. 2019, 46.)

Tiedon kerääminen eri menetelmillä on palvelumuotoilussa hyvin laajaa, luovaa ja monipuolista (Ojasalo ym. 2014, 72). Palvelumuotoilijan täytyy hallita perinteisten menetelmien lisäksi myös liiketoiminnan kehittämisen menetelmiä, kuten kilpailija- ja markkina-analyyseja, kannattavuus- ja tuottolaskelmia sekä riskianalyysejä. Palvelumuotoilu on luovaa, mutta silti analyttistä, sillä se yhdistää samaan prosessiin tulosten analysoinnin sekä ratkaisujen kehittämisen. (Koivisto ym. 2019, 42.)

Palvelumuotoilun sekä sen menetelmien tunnuspiirteitä ovat ymmärtäminen, osallistaminen ja yhteensovittaminen. Ymmärtämällä syvällisesti asiakkaiden tarpeet tai ongelmat, saadaan lähtökohta palvelumuotoiluun. Osallistamalla käyttäjät ja sidosryhmät kehitystyöhön, voidaan ongelmakohtia ruveta ratkaisemaan. Yhteensovittamisella tarkoitetaan, että ratkaisun kehittämisessä otetaan huomioon asiakkaiden tarpeet, ratkaisun tekninen toteutus sekä yrityksen liiketoiminnalliset tavoitteet. Yhteensovituksen tuloksena syntyy ratkaisu, joka luo menestystä yritykselle ja luo arvoa sen käyttäjille. (Koivisto ym. 2019, 51.)

3.2 Arvo ja arvolupaus

Yritysten perustehtävänä on tuottaa arvoa asiakkailleen. Ihmiset ostavat tuotteita ja palveluita ongelmien ratkaisuun tai saavuttaakseen jotain. Jos tuote tai palvelu ratkaisee asiakkaan ongelman tai sen avulla hän saa haluamansa, kokee hän silloin saavansa arvoa. Arvolla tarkoitetaan asiakkaan kokemaa hyötyä, jota hän saa palvelua tai tuotetta käyttäessään. Asiakkaiden arvonmuodostuksen ymmärtäminen toimii palvelumuotoilun sekä yritysten keskeisenä osana. (Tuulaniemi 2011, 30–31, 33.)

Ihmiset ovat yhä tietoisempia omista valinnoistaan ja suosivat sellaisia yrityksiä, joiden arvot kohtaavat omien arvojen kanssa. Tänä päivänä asiakkaat odottavat, että asiat mistä he ovat valmiita maksamaan tai mihin he ovat valmiita käyttämään aikaansa, tuottavat heille hyötyä ja arvoa. Asiakkaat odottavat, että yritysten tarjoamat palvelut ennakoivat heidän tarpeensa ja tarjoavat heille erinomaisen käyttökokemuksen eri palvelukanavissa. He myös odottavat, että palvelut ovat helposti saatavilla, säästävät heidän aikaansa ja ovat toiminnaltaan helppokäyttöisiä sekä ymmärrettäviä. Palvelun tekninen lopputulos ja hyöty eivät enää riitä asiakkaille, vaan asiakaskokemuksen merkitys on heille tärkeämpää. He haluavat henkilökohtaisia kohtaamisia ja etuja sekä räätälöityjä kokemuksia. Asiakkaat haluavat, että yritys arvostaa heitä ja odottavat, että heidän aiempi toimintansa muistetaan. (Koivisto ym. 2019, 22–24.)

Yrityksen täytyy ymmärtää ja tunnistaa asiakkaan arvonmuodostumisen osatekijät, jotta yritys voi tuottaa asiakkailleen arvoa sekä lunastaa oman arvolupauksensa (Tuulaniemi 2011, 71). Arvolupauksella tarkoitetaan yrityksen lupaus asiakkaalle tuotteen tai palvelun tuomasta hyödystä. Se toimii keskeisenä osana yrityksen strategiaa, sen avulla erotutaan kilpailijoista, ohjataan liiketoimintaa sekä luodaan pohjaa asiakassuhteiden rakentamiselle. Vahvan ja selkeän arvolupauksen avulla houkutellaan

uusia asiakkaita, sitoutetaan nykyisiä asiakkaita, kasvatetaan markkinaosuutta sekä parannetaan yrityksen kannattavuutta. Se ohjaa myös markkinointia ja tuotekehitystä sekä varmistaa, että liiketoiminnan eri osa-alueet kulkevat yhteistä tavoitetta kohti. Arvolupauksen tulisi kertoa asiakkaalle ytimekkäästi siitä, miksi hänen pitäisi valita juuri sinun yrityksesi tuote tai palvelu. Asiakaskeskeinen arvolupaus herättää asiakkaan mielenkiinnon henkilökohtaisesti sekä kertoo miten tuote tai palvelu parantaa asiakkaan elämänlaatua. (Digitaalisenmarkkinoinninsanakirja.)

3.3 Asiakslähtöisyys

Asiakslähtöisyydellä tarkoitetaan liiketoimintamallia tai strategiaa, jossa yrityksen toiminta perustuu asiakkaan tarpeisiin ja odotuksiin. Asiakslähtöisyyden avulla yritykset pyrkivät lisäämään asiakastytyväisyyttä, kehittämään parempia asiakaskokemuksia sekä sitouttamaan asiakkaita yritykseen. (Suomisanakirja.) Asiakslähtöisyys toimii palvelumuotoilun sekä liiketoiminnan perustana. Palvelumuotoilua hyödyntävältä yritykseltä edellytetään asiakkaiden tarpeiden ja odotusten ymmärtämistä sekä ymmärryksen avulla saadun ratkaisun toteuttamista. Asiakslähtöisyyden tulisi ohjata yrityksen toimintaa kokonaisvaltaisesti. (Koivisto ym. 2019, 166.)

3.3.1 Asiakasymmärrys

Asiakslähtöisyys edellyttää asiakasymmärrystä. Asiakkaat, loppukäyttäjät, oma henkilöstö, kumppanit ja kaikki sidosryhmät koostuvat ihmisistä ja ymmärrys heidän toimintatavoistansa toimii lähtökohdana palvelumuotoilulle sekä asiakslähtöisen yrityksen toiminnalle. Asiakasymmärryksen periaatteena toimii halu perehtyä ihmisen käyttäytymiseen syvällisesti. Pelkän näkyvän käyttäytymisen ymmärtäminen ei ole riittävää, vaan on tärkeää ymmärtää päätöksenteon taustalla olevia tekijöitä. (Hänti 2021, 11; Ojasalo ym. 2014, 72.)

Asiakasymmärrystä hyödyntämällä yritys voi vahvistaa kilpailukykyään sekä mahdollistaa liiketoiminnan jatkuvaa kehitystä. Asiakkaiden todellisten tarpeiden sekä heidän todellisuutensa syvälinen ymmärtäminen on menestyvän liiketoiminnan sekä palvelumuotoilun keskeisimpiä piirteitä. (Tuulaniemi 2011, 71–72.)

3.3.2 Asiakaskokemus

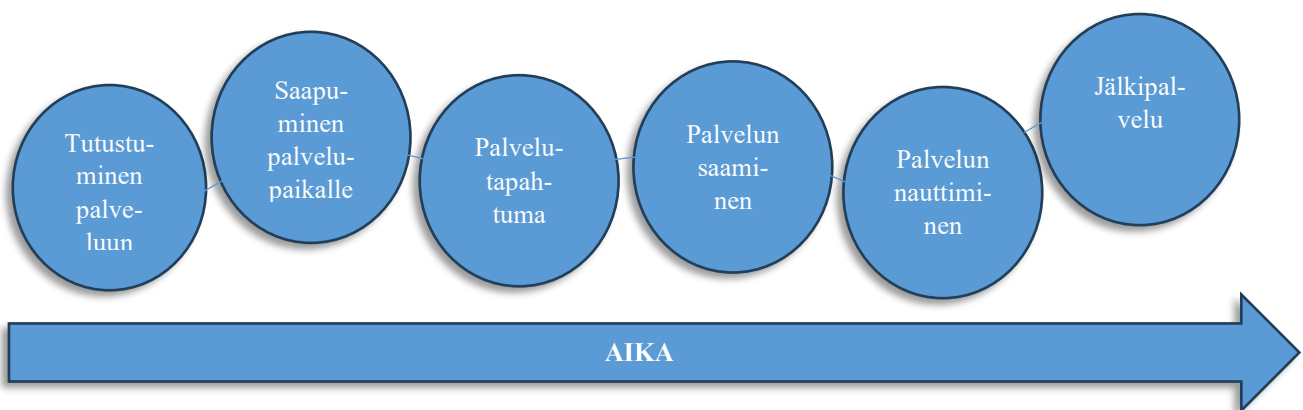
Ymmärtämällä ihmisten todelliset tarpeet, odotukset ja motivaatiotekijät, voidaan heille suunnitella ja kehittää asiakaskokemuksia, jotka ylittävät asiakkaiden odotukset sekä erottavat yritykset kilpailijoista. Asiakaskokemus on asiakkaan mielessä rakentama käsite yrityksestä, jonka hän on muodostanut eri kohtaamisten kosketuspisteissä, yrityksen herättämien tunteiden sekä vanhojen ja uusien ajatusten perusteella. Asiakaskokemuksella tarkoitetaan siis asiakkaan henkilökohtaista ja kokonaisvaltaista kokemusta yrityksen tuotteista ja palveluista sekä kaikista vuorovaikutustilanteista. (Tuulaniemi 2011, 71, 74; Korkiakoski 2019, 19.)

Kyky luoda erinomaisia asiakaskokemuksia on yritykselle valtava pääoma. Tätä osaamista muut yritykset eivät voi kopioida. Asiakaslähtöinen yrityskulttuuri, korkea henkilöstötyytyväisyys, sitoutuneet työntekijät ja hyvä johtaminen ovat asioita, joita rakennetaan yrityksissä vuosikymmeniä systemaattisesti ja sitoutuneesti, näiden asioiden kopioiminen tai nopea kehittäminen on lähes mahdotonta. Erinomainen asiakaskokemus rakennetaan perusasioiden oikein tekemisellä ja toistamisella. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 105–106.) Asiakaskokemuksen ollessa positiivinen, voi yritys tehdä huomattavia kustannussäästöjä sekä kasvattaa tuottoaan. Palvelun virheet, ja reklamaatiot vähenevät asiakastytyvyyden parantuessa, asiakkaiden suosittelu lisääntyy, mikä vähentää markkinoinnin kustannuksia, asiakkaiden tyytyväisyys heijastuu myös työntekijöiden hyvinvointiin, mikä vähentää henkilöstön sairauspoissaoloja. Asiakaskokemuksien parantaminen vahvistaa vuorovaikutussuhteita yrityksen ja asiakkaan välillä, joka tarkoittaa, että he ostavat enemmän ja useammin kyseisen yrityksen tuotteita ja palveluita. Asiakkaat ovat uskollisempia asiakaslähtöistä yritystä kohtaan, mikä kasvattaa yrityksen liikevaihtoa. (Koivisto ym. 2019, 26.)

Asiakaskokemuksen merkitys on kasvanut viime vuosina huomattavasti. Yritysten palvelut ja tuotteet ovat samankaltaisia ja vaihtoehtoja on paljon tarjolla, joten erottautuvuus kilpailijoista on vaikeaa. Muutoksia tapahtuu liiketoimintaympäristöissä aikaisempaa arvaamattomammin sekä nopeammin. Tiedon määrä kasvaa ja olennaisen tiedon erottaminen vaikeutuu ja se luo epävarmuutta sekä tekee päätöksien teosta haastavampaa. Yrityksiltä vaaditaan entistä enemmän joustavuutta, epävarmuuden hallintaa ja ensisijaisesti oppimisen kykyä. Tulevaisuudessa menestyvän yrityksen täytyy pyrkiä uudistamaan ketterästi toimintaansa, visioimaan rohkeasti tulevaisuutta sekä ymmärtämään asiakkaidensa piileviä tarpeita. Palvelumuotoilu tarjoaa kehittämisotteen yrityksille, jotta heillä on mahdollisuus menestyä epävarmassa toimintaympäristössä. (Koivisto ym. 2019, 26–28.)

3.3.3 Palvelupolku

Palvelupolku toimii palvelukokonaisuuden visuaalisena kuvauksena ja sen avulla tuodaan asiakkaan kokemus aidosti kehitystyön keskiöön. Palvelupolun avulla havainnollistetaan sekä kehitetään asiakaskokemusta ja sitä käytetään, kun halutaan nähdä palvelu asiakkaan näkökulmasta. Palvelupolun avulla muutetaan näkymätön palvelu näkyväksi kokonaisuudeksi, jotta ymmärretään, miten asiakas kulkee ja mitä hän kokee palvelun eri vuorovaikutustilanteissa. Asiakkaan kulkema ja kokema matka kuvataan vaiheittain, jotta palvelua voidaan analysoida ja kehittää paremmaksi kokonaisuudeksi. (Tuulaniemi 2011, 78; Ojasalo ym. 2014, 73.)



KUVIO 2. Palvelupolku ja palvelutuokiot (mukaillen Tuulaniemi 2011, 79)

Palvelupolku koostuu erilaisista palvelutuokioista (KUVIO 2). Palvelutuokiot seuraavat toisiaan ja muodostavat aikajanalla palvelupolun, josta kehittyy asiakkaalle arvoa tuottava asiakaskokemus. Palvelutuokio tarkoittaa asiakkaan ja palveluntarjoajan välistä kohtaamista eli sitä hetkeä, jolloin palvelun tuotanto tapahtuu. Palvelutuokiot sisältävät lukemattomia kontaktipisteitä, jotka koostuvat muun muassa ihmisistä, ympäristöstä, esineistä ja toimintatavoista. Näissä pisteissä asiakas on yhteydessä palveluun kaikilla aisteillaan ja niiden avulla asiakkaat muodostavat kokemuksen palvelun käyttämisestä. Palvelutuokiota suunniteltaessa on kartoitettava mitkä kontaktipisteet ovat tärkeitä sekä mitkä tuottavat arvoa asiakkaalle vähillä kustannuksilla. Näin palvelukokemuksesta voidaan muodostaa yhtenäinen, selkeä ja johdonmukainen kokonaisuus. (Miettinen 2011, 49–53.)

Jokainen asiakas kulkee yksilöllisen palvelupolun, sillä yritys voi tarjota asiakkailleen useita eri tapoja ja kanavia kuluttaa palvelua tietyissä vaiheissa. Palvelumuotoilun avulla tunnistetaan kriittisimmät käyttäytymismallit ja tarpeet, mitkä ohjaavat palvelun kuluttamista, jotta asiakaskokemus voidaan suunnitella eri asiakkaiden tarpeita ja odotuksia vastaaviksi. (Miettinen 2011, 50.)

3.4 Pelillistämisen hyödyt oppimiselle

Pelillistämällä tarkoitetaan prosessia, jossa mikä tahansa palvelu, tuote tai toiminta muutetaan pelin kaltaiseksi. Pelin ja pelillistämisen erona on se, että pelin tarkoitus on viihdyttää, kun taas pelillistämisen tarkoituksena on pyrkiä johonkin konkreettiseen tavoitteeseen. Pelillinen tekeminen sopii kaikentyyppisille ja useisiin erilaisiin käyttötarkoituksiin, sillä se on ihmisille luontaista toimintaa. (Mitä on pelillistäminen?.)

Pelillistäminen on tehokas työkalu uuden oppimiseen. Pelillisyyden avulla oppija näkee oman kehittymisen ja etenemisen konkreettisesti, mikä motivoi ja aktivoi oppimaan lisää. Sen avulla kannustetaan myös tiimityöskentelyyn, sillä yhteistyö on useissa peleissä ratkaisevan tärkeää. Pelillisuus kehittää ongelmanratkaisutaitoja sekä kannustaa luovuuteen. Riskin otto ja epäonnistumisen pelko ovat osia pelin sisällöstä, joten tämä antaa mahdollisuuden oppia tekemistään virheistä ja kannustaa pelaajia uusien asioiden kokeilemiseen. Pelillistäminen tuo oppijoille vuorovaikutusta ja jännitystä sekä osaamisen ja onnistumisen tunteita, mikä auttaa jättämään oppijaan vaikuttavan muistijäljen. (Kuinka pelillisuus vaikuttaa oppimiseen?.)

3.5 Idea ja innovaatio

Toimintaympäristöjen ja asiakkaiden vaatimusten muuttuessa koko ajan, täytyy yritysten pysyä mukana muutoksessa. Ideat ja innovaatiot ovat välttämättömiä, jotta yritykset voivat menestyä ja reagoida nopeasti muutoksiin. (Solatie & Mäkeläinen 2013, 17.) Idealla tarkoitetaan yhden ihmisen uutta ajatusta, oivallusta tai päähänpistoa (Tieteen termipankki 2023). Innovaatiolle löytyy useampi määritelmä, mutta yleisimmin se tarkoittaa uuden luomista. Se voidaan ajatella prosessina, jossa ideasta rakennetaan onnistuneesti jotain uutta, minkä myötä se luo uutta arvoa käyttäjilleen sekä yrityksille. (What is innovation?.)

Ideoiden ja innovaatioiden avulla edistetään taloudellista kehitystä, josta hyötyvät kuluttajat, yritykset ja koko maailmantalous. Niillä vauhditetaan talouskasvua ja lisätään tuottavuutta. Tuottavuuden avulla kasvatetaan palkkakehitystä ja parannetaan liiketoiminnan kannattavuutta. Työntekijöiden palkkojen kehittyessä, lisätään heidän ostovoimaansa ja yritysten kannattavuuden kasvu mahdollistaa niille investoinnit ja uusien työntekijöiden palkkauksen. (Euroopan keskuspankki 2017.)

Innovointi on kannattavaa myös muista kuin taloudellisista syistä. Sen avulla muun muassa luodaan yrityksille kilpailuetua, kasvatetaan yrityksen imagoa ja kehitetään työn mielekkyyttä. Lisäksi sijoittajat ovat kiinnostuneita yrityksistä, joiden tulevaisuuteen uskotaan. Rahoituksilla mahdollistetaan yrityksen menestyminen. Joskus voi olla myös tilanne, että yrityksen ainoa vaihtoehto selviytyä on luoda jotain uutta. (Solatie ym. 2013, 19–23.)

Yritykset voivat kehittää innovatiivisuuttaan tekemällä itsenäisesti tutkimus- ja kehitystyötä ja panostamalla henkilökuntaansa, sillä ideointiin tarvitaan luovia yksilöitä ja innovointiin vaaditaan organisatioita (Euroopan keskuspankki 2017; Solatie ym. 2013, 8). Tässä maailman tilanteessa ihmisten tulisi löytää uusia tapoja luoda uusia asioita, jotta tulevaisuudesta voitaisiin rakentaa kaikille parempi paikka (Thiel & Masters 2014, 195).

4 TOIMINNALLISEN TYÖN MÄÄRITTELY, RAJAUS, TARKOITUS JA TAVOITE

Opinnäytetyöni toiminnallisen osuuden määrittely aloitettiin keskustelemalla Pk-yritysten TKI-polku-hankkeen projektipäällikön Johanna Hautamäen kanssa. Hankkeen päätavoitteena on kasvattaa pienten ja keskisuurten yritysten tietoisuutta tutkimus-, kehitys- ja innovaatio toiminnasta, joten keskusteluissa nousi esiin projektipäällikön toive jakaa TKI-toiminnan tietoisuutta luovalla tavalla jollekin toiselle kohderyhmälle. Työn toteutukseen sekä kohderyhmän valintaan annettiin täysi toimintavapaus.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä lopputuotos tehdään aina jonkun käytettäväksi, joten kohderyhmän valinta on tärkeää. Kohderyhmän valinnalla ohjataan koko toiminnallisen työn suunnittelua, rajataan työn laajuutta ja sitä voidaan hyödyntää myös opinnäytetyön kokonaisarviointissa. (Vilka & Airaksinen 2003, 38–40.) Kohderyhmäksi valikoitui nopeasti opiskelijat, syy valinnalle oli se, että kuulun itse tähän kohderyhmään. Tällä tavoin pystyin peilaamaan omia tuntemuksiani, näkökulmiani ja kokemuksiani siihen, miten TKI-toiminnan viestiminen olisi opiskelijoille ymmärrettävää ja mielenkiintoista.

Kohderyhmän valinnan jälkeen kävimme opinnäytetyöni ohjaajan Ville Lehtisen kanssa useita keskusteluja toiminnallisen työn määrittelemisestä sekä toteutustavoista. Keskusteluiden pohjaltaideoimme ohjaajan kanssa korttipelin, jonka avulla opetetaan opiskelijoille, miten erilaiset liiketoiminnot voivat hyötyä TKI-hankeyhteistyöstä. Korttipeli rakentuu kahdenlaisista korteista, hankekortit esittelevät Centria-ammattikorkeakoulun TKI-hankkeita ja yrityskortit sisältävät tietoa pk-yrityksistä. Korttien tarkemmat sisällöt eivät olleet tässä vaiheessa vielä tiedossa, vaan peli koostui alustavasta ideasta ja pelimekaniikasta. Korttipelin ideana on löytää hankekortille oikea pari yrityskorteista ja peliä pelatessa opiskelija oppii erilaisista Centria-ammattikorkeakoulun TKI-hankkeista sekä niiden tuomista liiketoiminnallisista hyödyistä.

Korttipelin lopullinen toteutus rajattiin ohjaajan toimesta neljään hankekorttiin ja neljään yrityskorttiin, tällä tavoin pelin toimintaa voidaan testata, mutta opinnäytetyön laajuus ei kasva kuitenkaan liian suureksi. Pelin testauttaminen kohderyhmällä on olennainen osa tätä opinnäytetyötä, se kuuluu palvelumuotoilun prosessiin sekä toiminnallisen opinnäytetyön lopputuotoksen käytännön toimivuuden testaamiseen. Testauttamisen ajankohta ja tarkempi toteutus oli tässä vaiheessa vielä epäselvää, mutta korttipeli oli mahdollista digitalisoida ja testauttaa verkkoympäristössä tai vaihtoehtoisesti järjestää tapaami-

nen, jossa peliä testataan perinteisillä fyysisillä pelikorteilla. Tuotteen jatkokehitys ja konseptin lopullinen valmistusprosessi rajataan opinnäytetyöstäni pois. Tarkoituksena on luoda pelistä kokeiluversio, jota testataan ja josta kerätään palaute.

Toiminnallisen opinnäytetyön lopputuotoksen määrittelyn ja rajaamisen jälkeen luotiin toimintasuunnitelma. Toimintasuunnitelma luodaan toiminnallisessa opinnäytetyössä siksi, että työn idea ja tavoite tulee olla tiedostettu, harkittu ja perusteltu. Sen avulla vastataan kysymyksiin, miten tehdään, mitä tehdään ja miksi tehdään. Tärkein merkitys toimintasuunnitelmalla on opinnäytetyön tekijälle, sen avulla jäsenetään mitä ollaan tekemässä, osoitetaan että tekijä kykenee johdonmukaiseen päättelyyn sekä annetaan lupaus, mitä toiminnallisessa työssä aiotaan tehdä. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 26–27.) Toimintasuunnitelmani ensimmäinen vaihe toimii tiedon keräämisvaiheena ja toisessa vaiheessa tietoa analysoidaan. Kolmannessa vaiheessa tehdään lopputuotoksen prototyyppi ja neljännessä vaiheessa tuote testautetaan kohderyhmällä sekä suoritetaan palautteen kerääminen.

Palvelumuotoilun prosessin ensimmäisessä vaiheessa keskitytään tunnistamaan oikea ongelma (Koivisto ym. 2019, 43). Tämän opinnäytetyön ongelmana oli kohderyhmän epätietoisuus TKI-toiminnasta. Ongelman ymmärtäminen johti opinnäytetyöni tutkimuskysymykseen: miten TKI-toiminnan tietoisuutta voidaan lisätä opiskelijoille mielenkiintoisella tavalla? Tämän toiminnallisen työn lopputuotoksen tavoite on vastata tutkimuskysymykseen sekä oikean tunnistetun ongelman ratkaisuun, tuottamalla opiskelijoille konkreettinen korttipeli, jonka avulla lisätään tietoisuutta tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnasta.

5 TKI-KORTTIPELIN TOTEUTUSPROSESSI

Tässä kappaleessa käydään läpi TKI-korttipelin toteutusprosessia. Prosessi pohjautuu palvelumuotoilun Desing Councilin Tuplatimantti-prosessimalliin, jota käsittelin keskeisen tietoperustan palvelumuotoilun prosessi ja menetelmät -luvussa. Kyseisessä prosessissa ensimmäisen timantin aikana pyritään tunnistamaan oikea ongelma ja toisen timantin aikana ongelmaan pyritään kehittämään ratkaisu (Koivisto ym. 2019, 42–43). Tässä opinnäytetyössä ongelma on jo tunnistettu ja ratkaisu ideoitu, joten prosessia mukaillaan tarpeiden mukaiseksi. Ensimmäisen timantin aikana tietoa kerätään kehitetyn idean eli TKI-korttipelin tueksi ja toisen timantin aikana idea toteutetaan innovaatioksi eli pelin prototyypiksi.

5.1 Tiedon kerääminen

Opinnäytetyöni lopputuotoksen toteuttamista varten, tarvitsin ajankohtaisia tietoja ja ymmärrystä Centria-ammattikorkeakoulun TKI-hankkeista sekä yrityksistä, mitkä ovat hankkeissa mukana. Lähdin keräämään tietoa palvelumuotoilun prosessia mukaillen laadullisilla tutkimusmenetelmillä eli kyselyillä ja haastatteluilla. Haastattelu sopii monenlaisiin kehittämistehtäviin, se toimii yhtenä suosituimmista tiedonkeruumenetelmistä, sillä sen avulla saadaan nopeasti kerättyä syvällistä ymmärrystä tarvittavasta kohteesta (Ojasalo ym. 2014, 106).

Tavoitteenani oli haastatella kolmen eri hankkeen projektipäällikköä, jotta saisin kolmeen hankekorttiin sekä kolmeen yrityskorttiin tarvittavat tiedot. Neljännen korttiparin päätin tehdä Pk-yritysten TKI-polku-hankkeesta, sillä tämän hankkeen sisältö, hankeyhteistyöyritys ja muut tarvittavat tiedot oli minulla jo valmiina.

Ennen haastatteluja laadin haastattelukysymykset (LIITE 1). Haastattelukysymyksissä keskityin neljään osa-alueeseen: hankkeen perustietoihin, hankkeen tuomiin hyötyihin yrityksille, yhteistyömalliin sekä resursseihin ja tuloksiin. Kysymyksiä kertyi 13 kappaletta, joiden avulla uskoin saavani selkeää ymmärrystä TKI-hankkeiden toiminnasta sekä tietoa hankkeisiin osallistuneista yrityksistä.

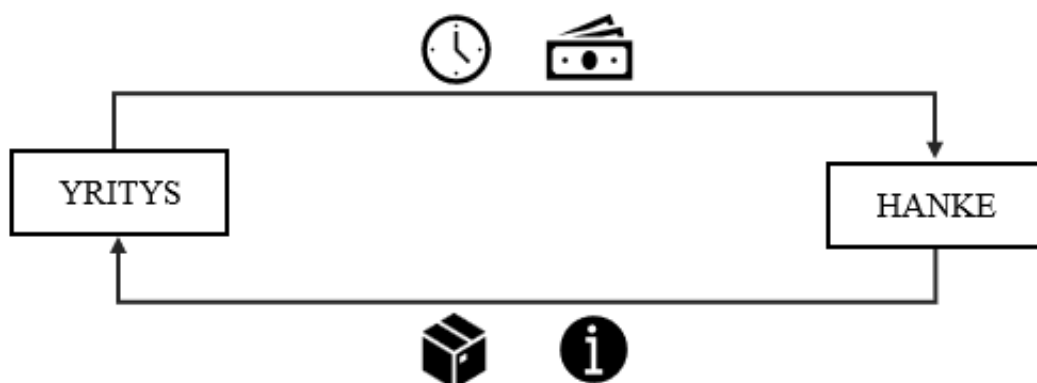
Hyödynsin omia ammattiverkostoja ja otin yhteyttä RoboDemo-hankkeen projektipäällikkö Heidi Kaartiseen. Hän lupautui haastateltavakseni ja auttoi myös löytämään SUMMATION- ja Älypilot-

hankkeiden projektipäällikön Marjut Koskelan yhteistyöhön kanssani. Heidi Kaartisen haastattelun suoritin kasvotusten Centria-ammattikorkeakoulun Ylivieskan kampuksella. Haastattelu pohjautui luomiini kysymyksiin ja äänitin keskustelun, jotta sain kaikki yksityiskohdat huomioitua. Marjut Koskelan haastattelu päätettiin suorittaa sähköisessä muodossa aikataulullisista syistä. Lähetin hänelle sähköpostiin valmistelemani haastattelukysymykset ja hän vastasi kysymyksiini kirjallisesti.

5.2 Tiedon analysointi

Prosessin toisessa vaiheessa kerätty tieto täytyy analysoida ja tulkita, jotta tietoa on helpompi hyödyntää (Koivisto ym. 2019, 45–46). Ensimmäisenä litteroin äänitetyn haastattelun. Litteroinnilla tarkoitetaan äänitetyn tai nauhoitetun haastattelun puhtaaksi kirjoittamista (Ojasalo ym. 2014, 110). Kävin läpi moneen kertaan haastattelusta ja kyselystä saadut vastaukset ja niiden analysoinnin myötä, aloin hahmottamaan TKI-korttipelin korttien sisältöjä.

Päädyn määrittelemään ensin hankekorttien sisällön. Hankekorttien sisältö koostuu hankkeen perustiedoista, joita ovat toimiala, toiminta-alue, rahoitusmalli, projektin kesto sekä projektipäällikkö. Sen lisäksi korteissa kerrotaan hankkeen tavoitteista, yritykselle tuomista lisäarvoista ja yhteistyömallista. Yhteistyömallilla tarkoitetaan kuviota, jossa kerrotaan mitä resursseja yritys joutuu hankkeeseen panostamaan ja vastavuoroisesti, mitä hanke antaa yritykselle (KUVIO 3).



KUVIO 3. Esimerkkikuva hankekorttiin sisällytettävästä yhteistyömallista

Tiedon keräämisen avulla sain selville yritykset, mitkä ovat yhteistyössä hankkeiden kanssa. Lisäksi sain selvitettyä mitä mukana olevat yritykset hankeyhteistyöltä haluaa sekä minkälaisia resursseja yri-

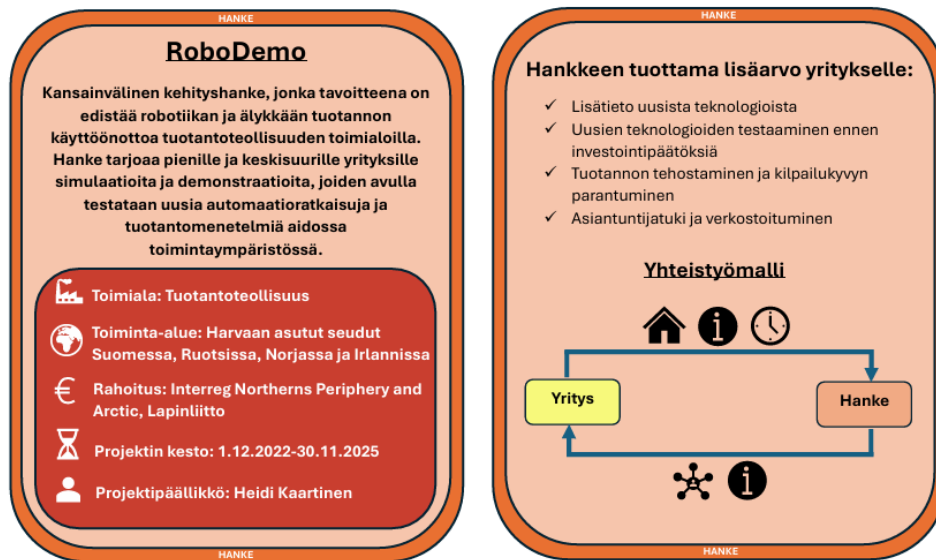
tykseltä vaaditaan, jotta yhteistyötä voidaan toteuttaa. Tietojen analysoinnin jälkeen päädyin sisällyttämään yrityskortteihin tiedot yrityksen missiosta, visiosta, arvoista sekä strategisista tavoitteista. Missio kertoo, miksi yritys on olemassa, visiolla tarkoitetaan yrityksen tulevaisuuden tavoitetilaa, arvoilla kerrotaan liiketoiminnan periaatteet ja strategia kertoo, miten haluttu visio saavutetaan (Yrityksen arvot, missio ja visio). Näillä tiedoilla pelaaja saa yrityksen toiminnasta kokonaisvaltaisen kuvan. Lisäksi yrityskortissa kerrotaan, mitä yritys hankeyhteistyöltä haluaa sekä mitä se on valmis hankkeeseen panostamaan. Yrityskortteihin sisällyttämät tiedot vaativat runsaasti lisätietojen hakua, joita sain yritysten kotisivuilta.

Olennaista oli tässä vaiheessa myös ymmärtää, miten hanke- ja yrityskorttien sisällöt yhdistetään toimivaksi pelimekaniikaksi. Päädyin yhdistämään hankekortit ja yrityskortit yhteistyömallin avulla. Hankekortti sisältää yhteistyömalli-kuvion, jossa kerrotaan kuvakkeiden avulla yrityksen ja hankkeen vuorovaikutuksista. Yrityskortissa yrityksen panostukset ja toiveet yhteistyöhön esitetään samanlaisten kuvakkeiden avulla. Yhdistämällä hanke- ja yrityskortin kuvakkeet toisiinsa, löytää pelaaja oikeat parit korteille.

5.3 Prototypointi

Tämä vaihe toimii palvelumuotoilun prosessissa yleisimmin prototyypin valmistusvaiheena (Koivisto ym. 2019, 46). Olin kerännyt ja analysoinut tarvitsemiä tiedot kortteihin jo edellisissä vaiheissa. Jaotelin jokaisen hankkeen ja yrityksen tiedot omille sivuilleen Word-ohjelmassa ja lähdin kokoamaan niitä korttimuotoon. Tärkeintä oli, että saan sisällytettyä tarvittavat tiedot selkeään ja ymmärrettävään muotoon. Halusin, että korttien sisältö ei koostu pelkästään tekstistä, vaan sisältää myös kuvia. Visualisointiin en kuitenkaan halunnut panostaa liikaa, sillä peli on testausversio, ei valmis tuote.

Hankekortin etupuolen sisältö lähti rakentumaan hankkeen nimellä ja tavoitteella. Sen jälkeen lisäsin hankkeen perustiedot omaan laatikkoonsa. Kortin takapuolelle lisäsin hankkeen tuottamat lisäarvot yritykselle sekä yhteistyömallikuvion. Osiot päädyin tekemään eri tyyleillä, jotta sisällöt ovat selkeästi eroteltavissa toisistaan (KUVA 1). Korttiin sisällytetyt tiedot ovat hankittu Heidi Kaartisen (2025) haastattelusta.



KUVA 1. Ensimmäinen prototyyppi hankekortista

Yrityskortin etupuolelle sisällytyn yrityksen nimen sekä logon. Sen lisäksi lisäsin tiedot yrityksen toimialasta ja toiminnasta lyhyesti. Missio, visio ja arvot mahtuivat myös kortin etupuolelle. Kortin takapuolelle tuli yrityksen logo, strateginen tavoite sekä kuvakkeilla kerrotut hankeyhteistyö toiveet ja resurssit, mitä yritys on valmis panostamaan yhteistyöhön (KUVA 2). Tiedot korttiin on hankittu Heidi Kaartisen (2025) haastattelusta sekä yrityksen kotisivuilta (Sorvipojat).



KUVA 2. Ensimmäinen prototyyppi yrityskortista

Korttien ulkomuodon hahmotuttua, valmistin neljä hankekorttia ja neljä yrityskorttia samalla tyyllillä. Värimaailman valinta perustui pelkästään siihen, että hanke- ja yrityskortit erotetaan selkeästi toisistaan. Korttien valmistuttua, siirryin tekemään peliohjetta. TKI-korttipelin ohjeet koostuvat pelin tavoitteesta, sisällöstä ja erilaisista pelitavoista. Ensimmäinen prototyyppi sisälsi selitykset myös kuvakkeista (KUVA 3).

TKI-korttipelin ohjeet:

Pelin tavoite:
Pelin tarkoituksena on yhdistää yrityskortti oikeaan hankekorttiin. Korttipelin tavoitteena on opettaa miten erilaiset liiketoiminnot voivat hyötyä TKI-hankeyhteistyöstä.

Pelin sisältö:

- ✓ **Hankekortit** (oranssit) – Näissä esitellään eri TKI-hankkeita
- ✓ **Yrityskortit** (keltaiset) – Näissä esitellään eri pk-yrityksiä












Peliohje 1
Opiskelija valitsee itselleen yhden yrityskortin ja lähtee etsimään siihen sopivaa hankekorttia.

Peliohje 2
Opiskelija valitsee itselleen yhden hankekortin ja lähtee etsimään siihen sopivaa yrityskorttia.

Peliohje 3
Puolet opiskelijoista saa hankekortit ja puolet yrityskortit. Hankekortin omaavat opiskelijat lähtevät markkinoimaan ja myymään hankettaan yrityskortin omaaville opiskelijoille.

Peliohje 4
Puolet opiskelijoista saa hankekortit ja puolet yrityskortit. Yrityskortin omaavat opiskelijat lähtevät tutustumaan hankkeisiin ja selvittävät voisiko hankeyhteistyöstä saada liiketoiminnallista hyötyä yritykselle.

Kuvakkeet:

										
Aika	Tieto	Verkostoituminen	Raha	Toimitilat	Toimintaympäristö	Uusi teknologia	Innovaatio	Henkilökunta	Työkalut	Liiketoiminnan kasvu

KUVA 3. Ensimmäinen prototyyppi peliohjeista

Prototyyppien raakaversioiden valmistuttua osallistin opinnäytetyöni ohjaajaa pelin kehittämiseen. Lähetin hänelle pelin digitaalisen version sähköpostiin ja pyysin palautetta. Palautteessa hän ehdotti, että korttien selkeyttä voisi parantaa kasvattamalla pelikorttien leveyttä, tällöin hankekorttien kuvakkeisiin saisi sisällytettyä kuvakkeiden selitykset ja peliohjeista saisi poistaa kuvakkeiden selitykset. Tein tarvittavat muutokset sekä lisäsin muutamia visuaalisia elementtejä, jonka jälkeen digitaalinen kokeiluversio TKI-pelistä oli valmis (LIITE 2).

Digitaalisen prototyypin valmistuttua tulostin fyysiset testiversiot korteista. Halusin nähdä konkreettisesti korttien todellisen koon, luettavuuden ja yleisilmeen. Tuote oli mielestäni selkeä ja helposti ymmärrettävä, joten tulostuksen jälkeen laminoin tuotteet ja fyysiset pelikortit olivat valmiit (LIITE 3). Prototyyppien ollessa valmiina hyväksyin opinnäytetyöni toimeksiantajallani työni lopputuotoksen.

5.4 Testaus ja palautteen kerääminen

Tämä vaihe toimii prosessissa kehitetyn tuotteen testaamis- ja palautteen keräämisvaiheena. Tämä vaihe sisältää myös palvelumuotoilun keskeisen ajatuksen, joka on osapuolten osallistaminen kehitystyöhön (Tuulaniemi 2011, 118). Vaihtoehtoinani oli järjestää tilaisuus, jossa kohderyhmä testaa TKI-korttipeliä fyysisillä pelikorteilla tai testauttaa pelin digitaalinen versio verkkoympäristössä. Sovimme opinnäytetyöni ohjaajan ja toimeksiantajan kanssa, että aikataulullisista syistä testautan kohderyhmällä pelin digitaalisen version.

Hyödynsin omia verkostojani testausryhmän valinnassa ja valitsin ryhmään viisi opiskelijaa. Lähetin jokaiselle opiskelijalle sähköpostin, missä liitteenä oli TKI-korttipelin digitaalinen versio ja ohjeet. Sähköpostissa ohjeistin heitä pelaamaan peliä ohjeiden mukaan, ja sen jälkeen antamaan minulle vastaukset sekä palautetta. Ohjeistin palautteen antamisessa suuntaa antavasti, halusin tietää muun muassa oliko pelin idea ja ohjeet helposti ymmärrettävissä, oliko peli helppo vai vaikea ja löysikö pelaaja pelistä kehitettävää.

Tämän vaiheen lopuksi opinnäytetyöni lopputuotos eli TKI-korttipelin prototyyppi on valmis, mutta lopullinen versio pelistä ei ole vielä valmis. Tästä vaiheesta saatu kohderyhmän palaute ja kehitysideoit toimivat lopullisen työn jatkokehityksen kannalta ratkaisevina tekijöinä.

6 POHDINTA JA OMAN TYÖN ARVIOINTI

Toimeksiantajana tässä työssä toimi Centria-ammattikorkeakoulu ja opinnäytetyöni toiminnallisen osuuden lähtökohdat rakentuivat pk-yritysten TKI-polku hankkeen tavoitteen ympärille, joka on pienten ja keskisuurten yritysten tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan lisääminen. Toimeksiantajan toiveena ja lopputuotoksen tavoitteena oli löytää jokin luova tapaa jakaa tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan tietoisuutta opiskelijoille. Tavoitteena lopputuotoksen valmistuksessa oli käyttää palvelumuotoilun prosessia ja menetelmiä sekä vastata tutkimuskysymykseen: miten TKI-toiminnan tietoisuutta voidaan lisätä opiskelijoille mielenkiintoisella tavalla? Opinnäytetyöni toiminnallisen osuuden tulokseksi syntyi prototyyppi TKI-korttipelistä, jonka avulla TKI-toiminnan tietoisuutta voidaan lisätä. Sen avulla annetaan opiskelijoille ymmärrystä, miten yritykset voivat hyötyä TKI-hankeyhteistyöstä sekä samalla jaetaan tietoa Centria-ammattikorkeakoulun käynnissä olevista hankkeista. Mielestäni prototyyppi korttipelistä toimii luovana työkaluna tiedon jakamiseen opiskelijoille, joten se vastaa tutkimuskysymykseen sekä toiminnallisen osuuden tavoitteeseen.

Opinnäytetyöni lopputuotoksen valmistuksessa oli tavoitteena käyttää palvelumuotoilun prosessia ja menetelmiä. Tavoite täyttyi, sillä palvelumuotoilu antoi tälle työlle toimintamallin, joka ohjasi selkeästi työni jokaista vaihetta. Palvelumuotoilun menetelmiä hyödyntämällä sain ymmärrystä tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnasta ja sen myötä pelikorttien sisältö rakentui. Osallistamalla sidosryhmiä pystyin ratkaisemaan ongelmakohtia sekä rakentamaan pelistä toimivan kokonaisuuden. Vaikka palvelumuotoilu mielletään usein palveluiden kehittämistyökaluksi, osoittaa tämä opinnäytetyö, että sitä voidaan hyödyntää myös fyysisten tuotteiden kehitystyöhön. Työni lopputuotos on fyysinen tuote, mutta palvelumuotoilun näkökulmasta, sitä voidaan ajatella myös koulutuksellisenä palveluna, sillä sen avulla voidaan hahmottaa TKI-toiminnan tarkoitusta sekä edistää ja motivoida oppimista. Yhteen vetona voin todeta, että palvelumuotoilun avulla TKI-korttipelistä rakentui selkeä ja ymmärrettävä kokonaisuus.

Opinnäytetyöni lopputuotos on prototyyppi TKI-korttipelistä ja palvelumuotoilun prosessin mukaan jatkokehittäisin sitä ennen valmiin version tuottamista. Palautteesta saadun tiedon mukaan osa testausryhmäläisistä piti peliä liian helppona. Syy siihen oli, että kortit voidaan yhdistää toisiinsa pelkästään kuvakkeiden avulla, ilman korttien tarkempiin sisältöihin perehtymistä. Palautteen avulla tuli myös kehitysideoita. Yksi idea oli, että hankekortteihin voisi lisätä QR-koodin, joka veisi suoraan hankkeen

kotisivuille. Kotisivuilla hankkeen sisältöön ja ajankohtaisiin tietoihin voisi syventyä halutessaan tarkemmin. Palautteista saatujen tietojen mukaan jatkokehittäisin peliä poistamalla kuvakkeet hankekorista ja tilalle laittaisin QR-koodin hankkeen kotisivuille. Tällä tavoin peliin saataisiin lisää vaikeutta, informatiivisuutta ja vuorovaikutusta. Palautteen mukaan pelaajat pitivät pelin ohjeita selkeänä ja pelin kulkua ymmärrettävänä.

Kokonaisuudessaan pelistä saatu palaute oli positiivista, mutta mielestäni se sisältää myös heikkouksia. Isoimmaksi TKI-korttipelin heikkoudeksi voi muodostua sen kiinnostavuus. Peliin ei sisälly tarpeeksi haasteellisuutta, kilpailua tai tunteita herättäviä ominaisuuksia, joten opiskelijat voivat ajatella pelin olevan pelkästään oppimateriaali, ei niinkään viihdyttävä kokemus. TKI-teema voi myös rajata opiskelijoiden kiinnostusta, sillä jos aihe ei kiinnosta pelaajaa, ei kiinnosta silloin pelin pelaaminenkaan. Haasteeksi voi myös muodostua myös pelin ajankohtaisuus. Korttien sisällöt vaativat päivityksiä, jotta pelin käyttöikä ei lyhene eikä pelin tiedot vanhene. Pelin jatkokehityksen kannalta TKI-korttipelin pelimekaniikkaa kannattaisi kehittää strategisemmaksi, haasteellisemmaksi ja kilpailullisemmaksi, jotta peli ei jäisi kertakäyttöiseksi ja tylsäksi oppimateriaaliksi.

Kaiken kaikkiaan korttipelistä rakentui kuitenkin lyhyessä ajassa hyvin monikäyttöinen prototyyppi. Sitä voidaan pelata yksin, pareittain tai ryhmissä, ja sitä voidaan hyödyntää digiympäristössä tai fyysisesti paikan päällä. Pelin avulla voidaan edistää yhteistyötä ja verkostoitumista sekä tarjota oppimiskokemuksia eri kohderyhmille. Kohderyhmänä tässä työssä oli opiskelijat, mutta mielestäni TKI-korttipeliä voidaan hyödyntää myös muissa kohderyhmissä. Esimerkiksi yritykset voivat nähdä pelin avulla konkreettisia esimerkkejä hankeyhteistyön liiketoiminnallisista hyödyistä, opettajat voivat hyödyntää peliä osana opetustaan ja hankkeiden projektipäälliköt voivat saada tietoja muista käynnissä olevista hankkeista.

Opinnäytetyöni oli haastava ja innostava prosessi, joka sisälsi paljon oppimiskokemuksia. Olen aina kokenut kirjoittamisen itselleni haastavaksi, mutta tätä työtä tehdessä opin valtavasti sanoittamaan omia ajatuksiani. Teoriaosuuden sisällön halusin pitää selkeänä ja ymmärrettävänä, samoin kuin opinnäytetyöni lopputuotoksenkin. Tavoitteeni mukaisesti opin myös palvelumuotoilusta sekä suunnitelmallisesta prosessityöskentelystä. Haasteita opinnäytetyöni valmistukseen toi toimeksiantajan antama toimintavapaus. Tämä teki työn hahmottamisesta ja aloittamisesta hyvin haastavaa, mutta opinnäytetyöni ohjaajalla oli hyvin merkittävä rooli näiden haasteiden ratkaisemisessa. Työn määrittely ja rajaaminen sekä selkeä toimintasuunnitelma olivat opinnäytetyöni valmistumisen kannalta kriittisimmät asiat, jotta

lopulta pääsin tavoiteltuun ja onnistuneeseen lopputulokseen. Mielestäni saavutin hyvin opinnäytetyöni tavoitteet, ja opinnäytetyöni toiminnallisen osuuden lopputuloksesta rakentui prototyyppi, jota kehittämällä voidaan rakentaa pelillinen oppimisväline, joka tuottaa arvoa sekä luo yksilöllisiä kokemuksia pelaajilleen.

LÄHTEET

Ammattikorkeakoululaki. 28.12.2018/1368. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20140932#L1>. Viitattu 20.2.2025.

Arene ry. *Mikä ihmeen TKI?* Saatavissa: <https://tki.fi/>. Viitattu 10.3.2025.

Centria-ammattikorkeakoulu. *Kansainvälinen Centria*. Saatavissa: <https://net.centria.fi/koulutus/kansainvalinen-centria/>. Viitattu 21.1.2025.

Centria-ammattikorkeakoulu. *Meistä*. Saatavissa: <https://net.centria.fi/centria/meista/>. Viitattu 20.1.2025.

Centria-ammattikorkeakoulu. *Opiskele tutkinto*. Saatavissa: <https://net.centria.fi/koulutus/tutkinnot/>. Viitattu 20.1.2025.

Centria-ammattikorkeakoulu. *PK-yritysten TKI-polku*. Saatavissa: <https://net.centria.fi/hanke/pk-yritysten-tki-polku/>. Viitattu 22.1.2025.

Centria-ammattikorkeakoulu. *Strategia 2025–2028*. Saatavissa: https://net.centria.fi/wp-content/uploads/2024/10/STRATEGIA-2025-2028_w.pdf. Viitattu 21.1.2025.

Centria-ammattikorkeakoulu. *Tutkimus, kehitys ja palvelut*. Saatavissa: <https://net.centria.fi/tki/>. Viitattu 21.1.2025.

Digitaalisen markkinoinnin sanakirja. 2025. *Value Proposition*. Saatavissa: <https://digitaalisenmarkkinoinninsanakirja.fi/value-proposition/>. Viitattu 25.2.2025.

Euroopan keskuspankki. 2017. *Miten innovaatiot vauhdittavat talouskasvua?* Saatavissa: <https://www.ecb.europa.eu/ecb-and-you/explainers/tell-me-more/html/growth.fi.html>. Viitattu 28.3.2025.

Hänti, S. 2021. *Asiakkaista ansaintaan: Asiakaskeskeinen liiketoimintamalli*. Helsinki: Alma Talent.

Innanen, P. 2022. *Palvelumuotoilun hyödyt. Palvelumuotoilu Palo-blogi*. Saatavissa: <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-hyodyt/>. Viitattu 31.1.2025.

Kaartinen, H. 2025. *Projektipäällikön haastattelu*. 7.2.2025.

Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. *Palvelumuotoilun bisneskirja*. Helsinki: Alma Talent.

Korkiakoski, K. 2019. *Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus: Uusi aika, uudenlainen johtaminen*. Helsinki: Alma Talent.

Koskela, M. 2025. *Projektipäällikön haastattelu*. Yksityinen sähköposti. 19.2.2025. Viestin saaja Sari Kivioja.

- Kuinka pelillisuus vaikuttaa oppimiseen?* Saatavissa: <https://seppo.io/fi/ratkaisut/koulut-ja-jarjestot/>. Viitattu 12.3.2025.
- Miettinen, S. 2011. *Palvelumuotoilu: Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Helsinki: Teknologiateollisuus.
- Mitä on pelillistäminen?* Blogi. Saatavissa: <https://seppo.io/fi/blogi/mita-on-pelillistaminen/>. Viitattu 11.3.2025.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. *Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. 3. uud. p. Helsinki: Sanoma Pro.
- Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. *Strategiana asiakaskokemus: Miksi, mitä, miten?* Jyväskylä: Docendo.
- Solatie, J. & Mäkeläinen, M. 2013. *Ideasta innovaatioksi: Luovuus hyötykäyttöön*. 2. p. Talentum.
- Sorvipojat. *Puunsorvausta jo yli 50 vuotta – potkureista pylväisiin*. Saatavissa: <https://sorvipojat.fi/>. Viitattu 20.2.2025.
- Stickdorn, M. & Schneider, J. 2010. *This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases*. The Netherlands: BIS Publishers.
- Suomisanakirja. *Asiakaslähtöisyys*. Saatavissa: <https://www.suomisanakirja.fi/asiakaslahtoisuus>. Viitattu 24.2.2025.
- Thiel, P. A. & Masters, B. 2014. *Zero to one: Notes on startups, or how to build the future*. New York: Crown Business.
- Tieteen termipankki. 2023. *Idea*. Saatavissa: <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:idea>. Viitattu 27.3.2025.
- Tuulaniemi, J. 2011. *Palvelumuotoilu*. Helsinki: Talentum.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 23.4.2020. *Kestävän ja kehittyvän yhteiskunnan ratkaisuja tuottava Suomi*. Valtioneuvosto. Saatavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/2095051/Kansallisen%20TKI-tiekartan%20tavoitteet%20ja%20p%C3%A4%C3%A4m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4t/1ed3c9bf-30b9-2e74-5619-ae7468456dd9/Kansallisen%20TKI-tiekartan%20tavoitteet%20ja%20p%C3%A4%C3%A4m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4t.pdf>. Viitattu 18.2.2025.
- Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. *Toiminnallinen opinnäytetyö*. Helsinki: Tammi.
- What is innovation?* Saatavissa: <https://innolytics.net/what-is-innovation/>. Viitattu 28.3.2025.
- Whatley, S. 2023. *Challenges in service design*. Saatavissa: <https://www.simonwhatley.co.uk/writing/challenges-in-service-design/>. Viitattu 30.1.2025.

Yrityksen arvot, missio ja visio. Saatavissa: <https://yrityksen-perustaminen.net/yrityksen-arvot/>. Viitattu 20.3.2025.

HAASTATTELUKYSYMYKSET

Perustiedot hankkeesta:

Hankkeen nimi ja päätavoite?

Mitä tarpeita tai ongelmia hanke ratkaisee?

Yhteistyömalli?

Rahoitus?

Hankkeen hyödyt yrityksille:

Millaisille yrityksille hanke on suunnattu?

Mitä lisäarvoa/hyötyä hanke tuottaa yrityksille?

Millaiseen liiketoimintatavoitteeseen hanke vastaa?

Voitko nimetä hankkeeseen osallistuneita yrityksiä?

Yhteistyö:

Miten yhteistyö yrityksen ja hankkeen välillä on käytännössä toteutettu?

Miten yritys voi hakea/pääsee hankkeeseen mukaan ja mitä se vaatii?

Resurssit ja tulokset:

Vaatiiko hanke yritykseltä muita resursseja? Esimerkiksi aikaa, rahaa, materiaaleja, henkilöstöä?

Onko hankkeella saavutettu jo tuloksia? Jos niin millaisia?

Voiko yritys hyödyntää hankkeen tuloksia laajemmin toiminnassaan?

TKI-KORTTIPELIN PROTOTYYPPI (DIGITAALINEN VERSIO)

Hankekortti 1.



Yrityskortti 1.



Hankekortti 2.

HANKE

RoboDemo

Kansainvälinen kehityshanke, jonka tavoitteena on edistää robotiikan ja älykkään tuotannon käyttöönottoa tuotantoteollisuuden toimialoilla. Hanke tarjoaa pienille ja keskisuurille yrityksille simulaatioita ja demonstraatioita, joiden avulla testataan uusia automaattioratkaisuja ja tuotantomenetelmiä aidossa toimintaympäristössä.

 **Toimiala:** Tuotantoteollisuus

 **Toiminta-alue:** Harvaan asutut seudut Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Irlannissa

 **Rahoitus:** Interreg Northern Periphery and Arctic, Lapinliitto

 **Projektin kesto:** 1.12.2022-30.11.2025

 **Projektipäällikkö:** Heidi Kaartinen


HANKE

HANKE

Hankkeen tuottama lisäarvo yritykselle:

- ✓ Lisätieto uusista teknologioista
- ✓ Uusien teknologioiden testaaminen ennen investointipäätöksiä
- ✓ Tuotannon tehostaminen ja kilpailukyvyyn parantuminen
- ✓ Asiantuntijatuki ja verkostoituminen

Yhteistyömalli



HANKE

Yrityskortti 2.

YRITYS



Sorvi-Pojat Oy

Sorvi-Pojat Oy on puunsorvauksen sarjatuotantoon erikoistunut suomalainen perheyhtiö. Heidät tunnetaan ketterästä palvelusta, tehokkaista tuotantomenetelmistä ja toimitusten täsmällisyydestä.

Missio: Tuottaa korkealaatuisia puukomponentteja vastuullisesti ja tehokkaasti.

Visio: Kehittää liiketoimintaa kansainvälisille markkinoille sekä luoda uusia innovatiivisia tuotteita vastuullisesti.

Arvot:

- ✓ Laatu
- ✓ Innovatiivisuus
- ✓ Ekologisuus
- ✓ Asiakaslähtöisyys
- ✓ Kestävä kehitys

YRITYS

YRITYS

Strateginen tavoite



Investoida uutta teknologiaa tuotantokapasiteetin kasvattamiseksi sekä tarjota asiakkaille entistä parempia ratkaisuja ympäristöystävällisesti.

Mitä yritys hankeyhteistyöstä haluaa?

-  Tietoa uusista teknologioista
-  Verkostoitumista

Mitä yritys on valmis investoimaan hankeyhteistyöhön?

-  Aikaa
-  Toimitilojen lainaus
-  Tietoa

YRITYS

Hankekortti 3.

HANKE

SUMMATION

— Sustainable Autonomous Systems and Solutions

Hankkeen tavoitteena on edistää innovaatiovalmiuksia ja kehittyneiden teknologioiden käyttöönottoa Interek Aurora -alueen ilmastosta ja luonnosta riippuvaisilla aloilla. Hankkeessa tehdään teknologiademonstraatioita (3D-mallintaminen ym.) joiden avulla vastataan mm. poronhoidon, turismin ja majoituspalvelujen haasteisiin.

 Toimiala: Digitalisaatio

 Toiminta-alue: Pohjois-Suomi, Pohjois-Ruotsi ja Pohjois-Norja

 Rahoitus: Interreg Aurora Lapin Liitto

 Projektin kesto: 1.1.2023-30.12.2025

 Projektipäällikkö: Marjut Koskela

HANKE

HANKE

Hankkeen tuottama lisäarvo yritykselle:

- ✓ Lisätieto uusista teknologioista
- ✓ Uusien teknologioiden testaaminen käytännössä
- ✓ Innovaatiokapasiteetin kasvu
- ✓ Toiminnan tehostaminen
- ✓ Uusien liiketoimintamahdollisuuksien luominen

Yhteistyömalli



The diagram illustrates a mutual relationship between a company (YRITYS) and a project (HANKE). At the top, 'Tieto' (Information) and 'Aika' (Time) are shown as inputs from the project to the company. At the bottom, 'Innovaatio' (Innovation), 'Tieto' (Information), 'Materiaali' (Materials), and 'Uusi teknologia' (New technology) are shown as outputs from the company to the project.

HANKE

Yrityskortti 3.

YRITYS



Sallan paliskunta

Sallan paliskunta on poronhoitoyksikkö, joka sijaitsee Itä-Lapissa Sallan kunnassa. Paliskunnan tehtävänä on vastata poronhoidosta ja porotalouden harjoittamisesta omalla alueellaan.

Missio: Ylläpitää ja kehittää poronhoitoa, ja siitä saatua elinkeinoa kestäväällä ja vastuullisella tavalla.

Visio: Tavoitteena pyrkiä yhdistämään perinteiset ja modernit menetelmät poronhoidossa.

Arvot:

- ✓ Paikallisuus
- ✓ Perinteiden vaaliminen
- ✓ Innovatiivisuus
- ✓ Ympäristön kunnioittaminen

YRITYS

YRITYS

Strateginen tavoite




Vaalia ja turvata porotalouden jatkuvuutta kestäväenä ja vastuullisena elinkeinona muuttuvassa toimintaympäristössä. Pyritään pitämään porotalous olennaisena osana Lapin kulttuuria.

Mitä yritys hankeyhteistyöstä haluaa?

-  Kasvattaa innovaatiokapasiteettia
-  Uuden teknologian testausta
-  Tietoa uusista teknologioista

Mitä yritys on valmis investoimaan hankeyhteistyöhön?


Tietoa


Aikaa

YRITYS

Hankekortti 4.

HANKE

ÄlyPilot

Pohjois-Pohjanmaan alueen hanke, jonka tavoitteena on edistää miehittämättömien järjestelmien hyödyntämistä maa- ja metsätaloudessa sekä teollisuudessa. Hanke tarjoaa pienille ja keskisuurille yrityksille mahdollisuuden testata ja pilotoida drone-teknologiaa käytännön ympäristöissä.

-  Toimiala: Maa- ja metsätalous, teollisuus
-  Toiminta-alue: Pohjois-Pohjanmaa
-  Rahoitus: Euroopan aluekehitysrahasto
-  Projektin kesto: 1.5.2023-30.4.2026
-  Projektipäällikkö: Marjut Koskela

HANKE

HANKE

Hankkeen tuottama lisäarvo yritykselle:

- ✓ Lisätieto uusista teknologioista
- ✓ Uusien teknologioiden testaaminen käytännössä
- ✓ Ymmärrystä lainsäädännön rajoituksista ja vaatimuksista
- ✓ Asiantuntijatuki
- ✓ Toiminnan tehostaminen

Yhteistyömalli



The diagram illustrates a cyclical relationship between a company (YRITYS) and a project (HANKE). The company provides four inputs: Information (Tieto), Money (Raha), Time (Aika), and Environment (Ympäristö). The project then provides two outputs back to the company: New technology (Uusi teknologia) and Information (Tieto).

HANKE

Yrityskortti 4.

YRITYS



Metsänhoitoyhdistys Siikalakeus

Metsänhoitoyhdistys Siikalakeus tuottaa metsäpalveluita Pohjois-Pohjanmaan alueen metsänomistajille ja sitä hallinnoi metsänomistajat. Toimintaan kuuluu muun muassa metsänhoitopalveluita, puukauppaa, metsäsuunnittelua sekä lainsäädäntö- ja tukineuvontaa.

Missio: Luoda hyvinvointia metsästä

Visio: Olla maailman paras, tunnetuin ja vaikuttavin metsänomistajien edunvalvonta- ja palveluketju

Arvot:

- ✓ Vastuullisuus
- ✓ Paikallisuus
- ✓ Asiantuntijuus
- ✓ Innovatiivisuus

YRITYS

YRITYS



Strateginen tavoite

Etsiä uusia innovatiivisia ratkaisuja luonnon monimuotoisuuden turvaamiseksi. Haluamme kehittää toimintaamme jatkuvasti ja olla edelläkävijöitä metsänhoidossa. Haluamme varmistaa, että metsänomistajuus kannattaa nyt ja tulevaisuudessa.

Mitä yritys hankeyhteistyöstä haluaa?

-  Tietoa uusista teknologioista
-  Uuden teknologian testausta

Mitä yritys on valmis investoimaan hankeyhteistyöhön?

 Tietoa
  Rahaa
  Ympäristö
  Aikaa

YRITYS

Peliohjeet

TKI-korttipelin ohjeet:

Pelin tavoite:

Pelin tarkoituksena on yhdistää yrityskortti oikeaan hankekorttiin, peliä voidaan pelata yksin, pareittain tai ryhmissä. Korttipelin tavoitteena on opettaa miten erilaiset liiketoiminnot voivat hyötyä TKI-hankeyhteistyöstä sekä antaa tietoa Centria-ammattikorkeakoulun hankkeista.

Pelin sisältö:

- ✓ **Hankekortit** (oranssit) – Näissä esitellään eri TKI-hankkeita
- ✓ **Yrityskortit** (keltaiset) – Näissä esitellään eri pk-yrityksiä

Peliohje 1

Opiskelija valitsee itselleen yhden yrityskortin ja lähtee etsimään siihen sopivaa hankekorttia.

Peliohje 2

Opiskelija valitsee itselleen yhden hankekortin ja lähtee etsimään siihen sopivaa yrityskorttia.

Peliohje 3

Puolet opiskelijoista saa hankekortit ja puolet yrityskortit. Hankekortin omaavat opiskelijat lähtevät markkinoimaan ja myymään hankettaan yrityskortin omaaville opiskelijoille.

Peliohje 4

Puolet opiskelijoista saa hankekortit ja puolet yrityskortit. Yrityskortin omaavat opiskelijat lähtevät tutustumaan hankkeisiin ja selvittävät voisiko hankeyhteistyöstä saada liiketoiminnallista hyötyä yritykselle.

TUTKI, KEHITY ja INNOVOI!

KUVIA TKI-KORTTIPELIN FYYSISESTÄ VERSIOISTA

