

Aida Luuppala

”Kulttuuripalvelun kehittäminen ja tuotteistaminen” -oppikirjan kehittäminen tuotekehitysprosessin tuloksena

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja AMK

Kulttuurituotanto

Opinnäytetyö

12.5.2015

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Aida Luuppala ”Kulttuuripalvelun kehittäminen ja tuotteistaminen” -oppikirjan kehittäminen tuotekehitysprosessin tuloksena 37 sivua 12.5.2015
Tutkinto	Kulttuurituottaja AMK
Koulutusohjelma	Kulttuurituotanto
Ohjaaja(t)	Kulttuurituotannon lehtori Laura-Maija Hero
<p>Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö kulttuurituotannon opinnäytetöihin perustuvan oppikirjan kehittämisestä. Opinnäytetyön tilaajana on Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon koulutusohjelma. Metropolia on monialainen ja kansainvälinen ammattikorkeakoulu pääkaupunkiseudulla. Oppikirjan kohderyhmänä eli tulevana käyttäjinä ovat kulttuurituotannon opiskelijat.</p> <p>Opinnäytetyössä kehitetään konsepti oppikirjalle kulttuurituotannon lehtori Laura-Maija Heron kanssa. Oppikirja tulee koostumaan Metropolian yamk ja amk –opinnäytetöistä. Kirjaan tuotetaan opinnäytetöihin perustuvia toimitettuja artikkelikokoelmia, joihin kerätään valitun näkökulman mukainen teoriaosuus ja tutkituilla tapausesimerkeillä varustettuja artikkeleja. Kirjan nimeksi tulee: Hero & Luuppala (Toim.): Kulttuuripalvelun kehittäminen ja tuotteistaminen.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettisena viitekehystenä on tuotekehitys, josta sovelletaan opinnäytetyöhön tuotekehitysprosessin vaiheita. Opinnäytetyö on rajattu tuotekehitysprosessin esitutkimus- ja luonnosteluvaiheisiin, joiden tavoitteina on kirjan kehittäminen.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä on: Miten kehitetään opinnäytetöistä koostuva oppikirja? Tutkimuskysymykseen vastataan aineistonhankintamenetelmillä. Opinnäytetyössä aineistonhankintamenetelminä on käytetty toivelistatekniikkaa, benchmarkingia ja dokumenttianalyysejä. Toivelistamenetelmän keinoin kehitetään tuotetta käyttäjälähtöisesti, benchmarkingin avulla pyritään selvittämään hyviä käytäntöjä, joita voisi mahdollisesti soveltaa kirjaan ja dokumenttianalyysejä menetelmällä kehitetään kirjan rakenne.</p> <p>Opinnäytetyön tuloksena on oppikirjan rakenne, sisällysluettelo sekä ensimmäinen käsikirjoitus kirjasta.</p>	
Avainsanat	tuotekehitys, tuotekehitysprosessi, tuote, oppikirja

Author(s) Title Number of Pages Date	Aida Luuppala The development of a “Development and Productization of Cultural Service” textbook; based on a product development process 37 pages 12 May 2015
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Cultural Management
Instructor(s)	Laura-Maija Hero, Senior Lecturer
<p>This Bachelor’s thesis is a functional study, which aims to develop a textbook which consists of cultural management Bachelor’s theses. This thesis has been commissioned by Helsinki Metropolia University of Applied Sciences Degree Programme of Cultural Management. Metropolia is a multidisciplinary and international University of Applied Sciences based in the Helsinki metropolitan area. The target group and possible users of the textbook are Cultural Management students.</p> <p>The concept for the textbook has been developed in cooperation with Senior Lecturer Laura-Maija Hero. The textbook will consist of Metropolia University of Applied Sciences Bachelor’s theses. The book is based on produced articles, which are collected from selected cultural management Bachelor’s theses. The book will be called: Hero & Luuppala (Ed.): The Development and Productization of Cultural Service.</p> <p>A product development framework will be used as the theoretical framework with stages of the product development process applied accordingly. This thesis outlines the product development process, acts as a feasibility study and outlines aims in developing the textbook.</p> <p>The data collecting methods supporting this thesis will include the wish list method, benchmarking, and document analysis. The wish list method aims to develop the product in a user-friendly manner. The benchmarking method aims to establish good practices that could possibly be applied to the textbook. And documentary analysis aims to develop the structure of the textbook.</p> <p>The objective of this thesis is to outline the structure, contents and the first manuscript of the textbook.</p>	
Keywords	product development, product development process, product, textbook

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Oppikirjan tuotekehitys	2
2.1	Mitä on tuotekehitys?	2
2.2	Tuotekehitysprosessi	7
2.3	Käyttäjät tuotekehittäjinä	12
2.4	Oppikirjan tuotekehitys	14
3	”Kulttuuripalvelun kehittäminen ja tuotteistaminen” -oppikirjan kehittäminen	15
4	Tutkimuskysymykset	16
5	Toiminnallinen opinnäytetyö	17
5.1	Aineiston kerääminen toivelistamenetelmällä	19
5.2	Benchmarking eli vertaisanalyysi	20
5.3	Dokumenttianalyysi	21
6	Tulokset ja kirjan rakenteen muodostuminen	23
6.1	Käyttäjälähtöinen esitutkimusvaihe - Toivelistatyöpajan tulokset	23
6.2	Esitutkimus benchmarking menetelmällä	26
6.3	Kirjan rakenteen muodostuminen dokumenttianalyysin menetelmällä	27
7	Pohdinta	31
	Lähteet	36

1 Johdanto

Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa kehitetään opinnäytetöistä koostuva oppikirja tuotekehitysprosessin esitutkimus- ja luonnosteluvaiheiden tuloksena. Oppikirjan kohderyhmänä eli oppikirjan tulevana käyttäjinä ovat kulttuurituotannon opiskelijat. Kirjan tuotekehitysprosessia tarkastellaan opinnäytetyössä tuotekehityksen teoreettisessa viitekehyksessä. Opinnäytetyön teoreettiseksi viitekehykseksi on valittu tuotekehitys, sillä kirja kehitetään tuotekehitysprosessina.

Metropolian kulttuurituotannon koulutusohjelma tilasi tämän selvityksen ja alustavan suunnitelman kirjan sisällöksi, sillä kulttuuripalvelujen kehittämisestä on hyvin vähän koottuja oppaita tai käsikirjoja. Kulttuurituottajat voisivat hyötyä työelämässä kokoavasta ja käytännönläheisestä oppaasta. Tilaaja halusi, että kirjassa yhdistyy kulttuuripalvelujen kehittämiseen liittyvä teoreettinen tieto sekä aidot esimerkit kehittämisprojekteista. Teoriaosiin haluttiin infograafeja ja niiden avulla koottua asiantuntijätietoa. Tapausesimerkeiksi haluttiin valittavan niitä, jotka olisivat hyviä kartoituksia ja edustavia, yleistettäviä sekä helposti sovellettavia esimerkkejä. Kirjan laajuudeksi suositeltiin noin 150 sivua.

Päädyin opinnäytetyöhön tilaajan ja kirjan toisen toimittajan kulttuurituotannon lehtori Laura-Maija Heron ehdotuksesta. Opinnäytetyön tilaajana on Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon koulutusohjelma. Metropolia on monialainen ja kansainvälinen ammattikorkeakoulu, joka toimii pääkaupunkiseudulla. Metropolia kouluttaa tekniikan, liiketalouden, sosiaali- ja terveysalan sekä kulttuurin asiantuntijoita ja kehittäjiä. (Metropolia Ammattikorkeakoulu 2014)

Oppikirja tulee koostumaan Metropolian yamk ja amk –opinnäytetöistä. Kirjaan tuotetaan opinnäytetöihin perustuvia toimitettuja artikkelikokoelmia, joihin kerätään valitun näkökulman mukainen teoriaosuus ja tutkituilla tapausesimerkeillä varustettuja artikkeleja. Kirjan nimeksi tulee: Hero & Luuppala (Toim.): Kulttuuripalvelun kehittäminen ja tuotteistaminen.

Kehitän konseptin kulttuurituotannon lehtori Laura-Maija Heron kanssa. Toteutan opinnäytetyön toiminnallisena opinnäytetyönä ja aineistonhankintamenetelminä käytän toivelistatekniikkaa, benchmarkingia ja dokumenttianalyysia. Toivelistatekniikalla pyrin ke-

hittämään oppikirjaa käyttäjälähtöisesti, benchmarkingilla pyrin selvittämään hyviä käytäntöjä, joita voi mahdollisesti soveltaa oppikirjaan ja dokumenttianalyysin avulla pyrin kehittämään oppikirjan rakenteen.

Opinnäytetyöni tuloksena on oppikirjan rakenne, sisällysluettelo ja ensimmäinen käsikirjoitus (liite 1) oppikirjasta.

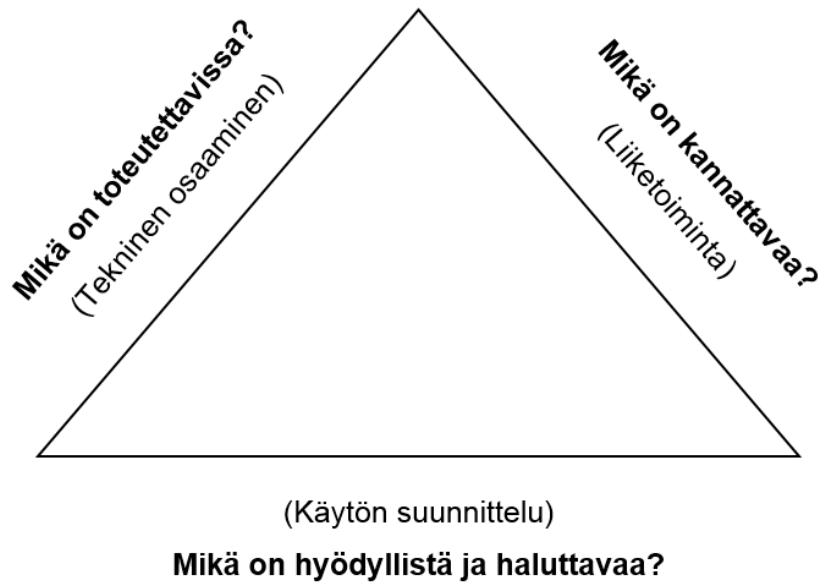
2 Oppikirjan tuotekehitys

2.1 Mitä on tuotekehitys?

Tuotteet muuttuvat ajan kuluessa käyttäjien tarpeiden sekä teknisen kehityksen mukana. Tuote ei ole vain pelkkä tavara vaan myös hyötykimppu, joka sisältää itse esineen lisäksi mielikuvan tuotteesta, palvelut myyntitapahtumassa sekä tuotteen myöhemmät edut, kuten esimerkiksi takuun ja huollon. Jaakkolan & Tunkelon (1987) mukaan ”tuote on kaikki se, mistä asiakas maksaa.” (Jaakkola & Tunkelo 1987, 11)

Caganin & Vogelín (2003) mukaan ”tuote on laite, joka antaa ihmisen saamaa kokemusta kohdentavan palvelun. Se kuuluu aina osana yritykseen, joka toimittaa asiakkailleen palvelua.” Caganin & Vogelín (2003) mukaan taas ”palvelu on asiakkaan saamaa kokemusta kohentava toiminto, jonka toimittamisessa tarvitaan myös tuotteita.” (Cagan & Vogel 2003, 39) Tuote menestyy, kun sillä on tärkeä asema markkinoilla ihanteellisen asiakaskokemuksen luomisessa (Cagan & Vogel 2003, 38).

Välimaan ym. (1994) mukaan tuotekehitys on tuotteiston kehittämistä mahdollisimman kilpailukykyiseen muotoon markkinoilta saatavan tiedon perusteella ja oman osaamisen avulla sekä tuotannon rajoitukset huomioon ottaen. (Välimaa, Kankkunen, Lagerroos & Lehtinen 1994, 9).



Kuvio 1. Tuotekolmio eli onnistuneen tuotteen kolme tukipilaria (mukaillen Cooper. 2003, 73).

Hyysalon (2009) mukaan kehitetty tuote on onnistunut, jos siinä täyttyvät nämä kolme aspektia: tuotteen on oltava teknisesti toimiva, sen on oltava kaupallisesti kannattava ja sen on tuotava käyttäjilleen hyötyä ja mielihyvää. Yhtä tärkeää kuin tuotekehityksen tekninen osaaminen, on myös liiketoimintaosaaminen. Tuotekehittäjällä on osattava löytää tuotteensa ostajat, osata hinnoitella tuote oikein ja valita tuotteelle oikeat markkinointitavat ja jakelukanavat. (Hyysalo 2009, 4-5)

Kansainvälinen teollinen kilpailu ulottui lähes joka alalle jo 1980-luvulla. Tuotekehitys korostaa nimenomaan kilpailuetujen luomista. Tuloksellisessa tuotekehityksessä on otettava huomioon tuotannon, materiaalitalouden, markkinoinnin sekä kilpailutilanteen vaatimukset. Tuotekehityksen tavoitteena on kehittää tuotteita, joiden avulla yritys voi toteuttaa liiketoimintaansa kannattavasti, säilyttää ja parantaa markkina-asemaansa ja varmistaa toimintansa jatkuvuuden (Jaakkola & Tunkelo 1987, 11-12)

Tuotekehityksen tärkein käynnistäjä on tuotteen käyttäjän tarpeiden muuttuminen. Käyttäjien tarpeet muuttuvat useimmiten hitaasti. Tällöin raaka-aineissa, muotoilussa, valmistustekniikassa ja jakeluketjun luonteessa tapahtuneet muutokset on otettava huomioon tuotekehityksessä. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 12)

Ihmisten tottumukset ja vakiintuneet toimintatavat hidastavat käyttäjien tarpeiden muuttamista. Markkinoiden tarpeet pysyvät useimmiten määrältään sekä luonteeltaan suhteellisen vakaina. Tuoteparannukset muuttavat tuotetta pienin askelin. Jotkut piilevät tarpeet tulevat tietoisuuteen vasta silloin, kun ne yhdistetään johonkin toteutusmahdollisuuteen. Näin syntyy kokonaan uusia innovaatiotuotteita. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 12)

Kun innovaatiotuote tulee markkinoille, tulee sen rinnalle nopeasti lisää malleja ja valmistajia. Tuote saa vakiintuneen muotonsa tuoteparannusten kautta. Tuotevariaatioita syntyy, kun käyttäjät tarvitsevat eri tilanteisiin sopivia ratkaisuja. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 14)

Käyttäjän tarpeiden tyydyttäminen

- tuotteen suorituskyky ja yksityiskohdat
- laatu/hinta
- huollettavuus ja muut liitännäistekijät
- uudelleenkäytettävyys tai hävitettävyys

Kaupalliset näkökohdat

- uutuus ja muoti, ei kuitenkaan liiaksi aikaansa edellä
- yhtenäisen tuotevalikoiman luominen
- sopivuus jakeluketjun luonteeseen
- tuotevastuu- ym. viranomaismääräysten täyttäminen
- pakkaus ja muut jakelun vaatimukset

Valmistuksen vaatimukset

- materiaalien ja komponenttien valinta
- kilpailukykyisen teknologian käyttäminen
- valmistusmenetelmien asettamat sarjakoko- ym. vaatimukset
- materiaalitalouden näkökohdat

Liiketoiminnan edellytykset

- riittävän volyymin saavuttaminen
- kannattavuuden varmistaminen
- riskien hallitseminen

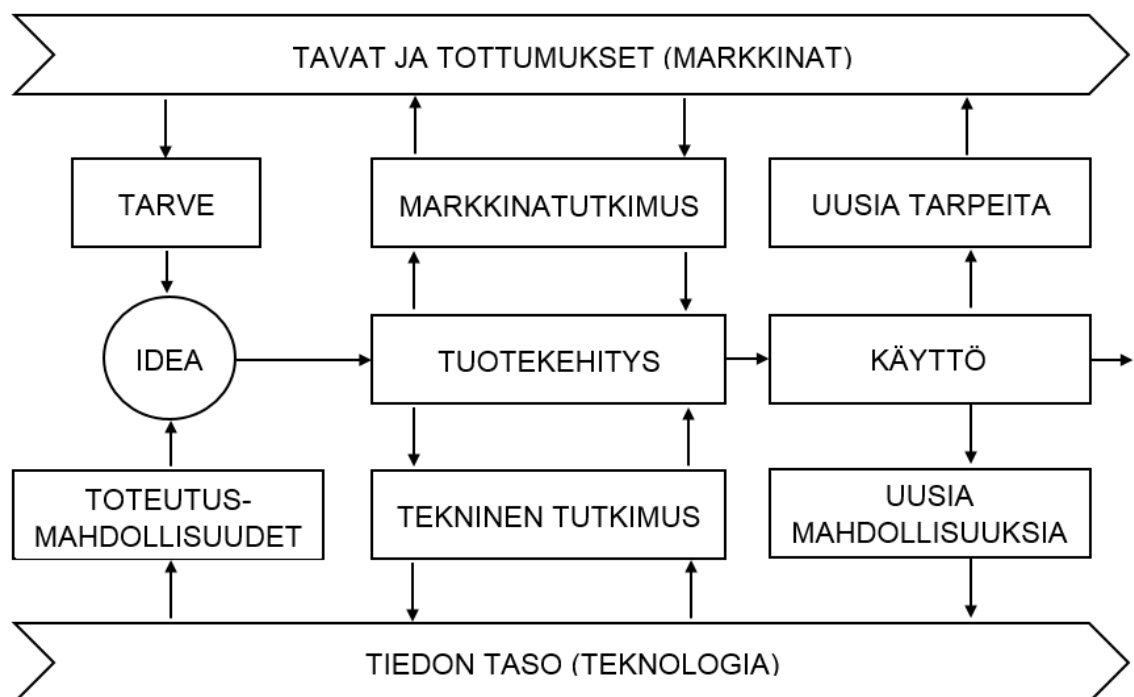
Kuvio 2. Tuotekehityksen tärkeimmät lähtökohdat (Jaakkola & Tunkelo 1987, 16).

Oli kyse tuoteparannuksesta tai innovaatiotuotteesta, tuotekehitys on aina pitkäjänteinen prosessi. Menestyvän tuotteen on oltava kilpailukykyinen markkinaominaisuuksiltaan

sekä sovelluttava tuotanto- ja jakeluketjuun. Tuotekehityksen lähtökohdat eli tuotevaatimukset on asetettava siten, että kaikkien tuotanto- ja jakeluketjun osien tarpeet otetaan huomioon. Kuviossa 2 on lueteltu tuotekehityksen tärkeimmät lähtökohdat. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 15)

Tuotevaatimuksia muuttavat jatkuvasti markkinavoimien veto sekä teknologisen kehityksen mukana tuomat uudet mahdollisuudet. Yrityksen on pidettävä tuotteensa jatkuvasti kilpailukykyisinä säilyttääkseen asemansa markkinoilla. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 16)

Uuden tuotteen tai tuoteparannuksen päätarkoituksena on yrityksen kilpailuaseman parantaminen. Tuotteen suorituskyvystä ja muista ominaisuuksista riippuu, miten se vaikuttaa yrityksen kilpailukykyyn. Tuotteella on menestyäkseen oltava yksi kilpailuetu eli ominaisuus tai tekijä, joka tekee tuotteesta muita kilpailevia tuotteita paremman. Tuotteen kilpailuedun pitää vaikuttaa oleellisesti asiakkaan ostopäätökseen ja se voi olla esimerkiksi muotoilu, teknillinen suoritusarvo tai uutuus. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 17-18)



Kuvio 3. Tuotekehityshanke elää toteutusmahdollisuuksien ja käyttäjien tarpeiden muodostamassa jatkuvasti muuttuvassa ympäristössä (Jaakkola & Tunkelo 1987, 20).

Hyväkään tuote ei pysy ikuisesti markkinoilla. Tuotteen menestymistä uhkaa kilpailu sen tuotantoketjun jokaisessa vaiheessa: markkinoille tulee uusia raaka-aineita, komponent-

tien valmistajat tarjoavat osakokonaisuuksia, jotka ovat suorituskyvyltään parempia, valmistajat tuottavat tuotteita, jotka kilpailevat keskenään, markkinointijärjestelmät tuovat omia ratkaisujaan loppukäyttäjän ulottuville. Tuotekehityksen tehtävänä on huolehtia, että tuotteet menestyvät tässä jatkuvassa kilpailussa (kuvio 3). (Jaakkola & Tunkelo 1987, 19)

Tuotekehityksessä on osattava yhdistää taloudelliseen tulokseen pystyvä järjestelmällinen työskentely ja uusiin ratkaisuihin tähtäävä luovuus oikealla tavalla, sillä kyseessä on sekä kilpailutilanne että taloudellisen toiminnan osa. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 19)

Tuotekehityksen olennainen luonteenpiirre on riski, sillä tuotekehitys toimii epävarmojen sekä oman päätösvallan ulkopuolella olevien tapahtumien puitteissa. Parhaiten tuotekehityksen riskejä voi hallita siten, että lähdetään laajemmasta joukosta vaihtoehtoja toiminnan edetessä ideasta markkinointiin. Vaihtoehtojen määrä supistuu vähitellen samalla kun kehitystyöstä aiheutuvat kustannukset kasvavat. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 22)

Ei ole olemassa absoluuttisia ulkopuolisten arvioitavissa olevia menestystekijöitä, vaan on olemassa vain puitteita, joissa on mahdollista menestyä. On rajoittavia ehtoja, joita ei voi olla huomioimatta. Näitä ovat esimerkiksi suuret sarjakoot ja markkinoiden laajuus. Jo kehityshankkeen alkuvaiheessa on karsittava yritykselle soveltumattomat hankkeet tai sitten tavoitteita on muutettava sellaisiksi, että niiden saavuttaminen on mahdollista. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 22)

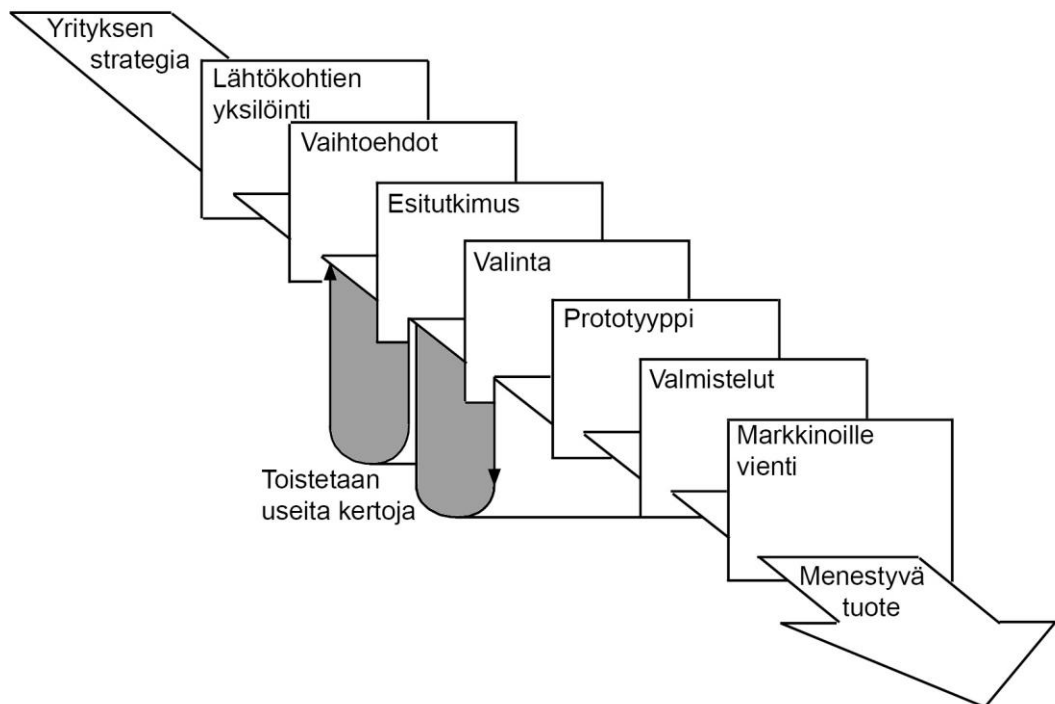


Kuvio 4. Idean kehitys innovaatioksi (Jaakkola & Tunkelo 1987, 25).

Jaakkolan & Tunkelon (1987) mukaan innovaatio syntyy kolmessa eri vaiheessa. uusia edellytyksiä luodaan ensin tutkimus- ja kehitystyöllä. Tämän jälkeen hyväksytään kehitetty tuote tai menetelmä, jonka jälkeen se leviää lopuksi laajaan käyttöön. Keksinnön ja innovaation käsite on pidettävä kuitenkin toisistaan erillään. Keksintö on uusi ratkaisumahdollisuus, joka on usein patentoitavissa. Keksintö saattaa kehittyä innovaatioksi, mutta se saattaa jäädä myös toteuttamatta. Keksintö voi jäädä toteuttamatta, jos sillä ei

ole sopivaa kasvuympäristöä tai riittävää taloudellista potentiaalia. Innovaatio taas on kokonainen tapahtumasarja ideasta sen markkinoilla saavuttamaan menestykseen saakka (kuvio 4). Innovaation leviäminen laajaan käyttöön sekä sen käyttäjille ja tuottajille synnyttämä taloudellinen hyöty ovat sen menestymisen mittana. Jaakkolan & Tunkelon mukaan "tuotekehitys pyrkii uutuuksien eli innovaatioiden synnyttämiseen. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 24-25)

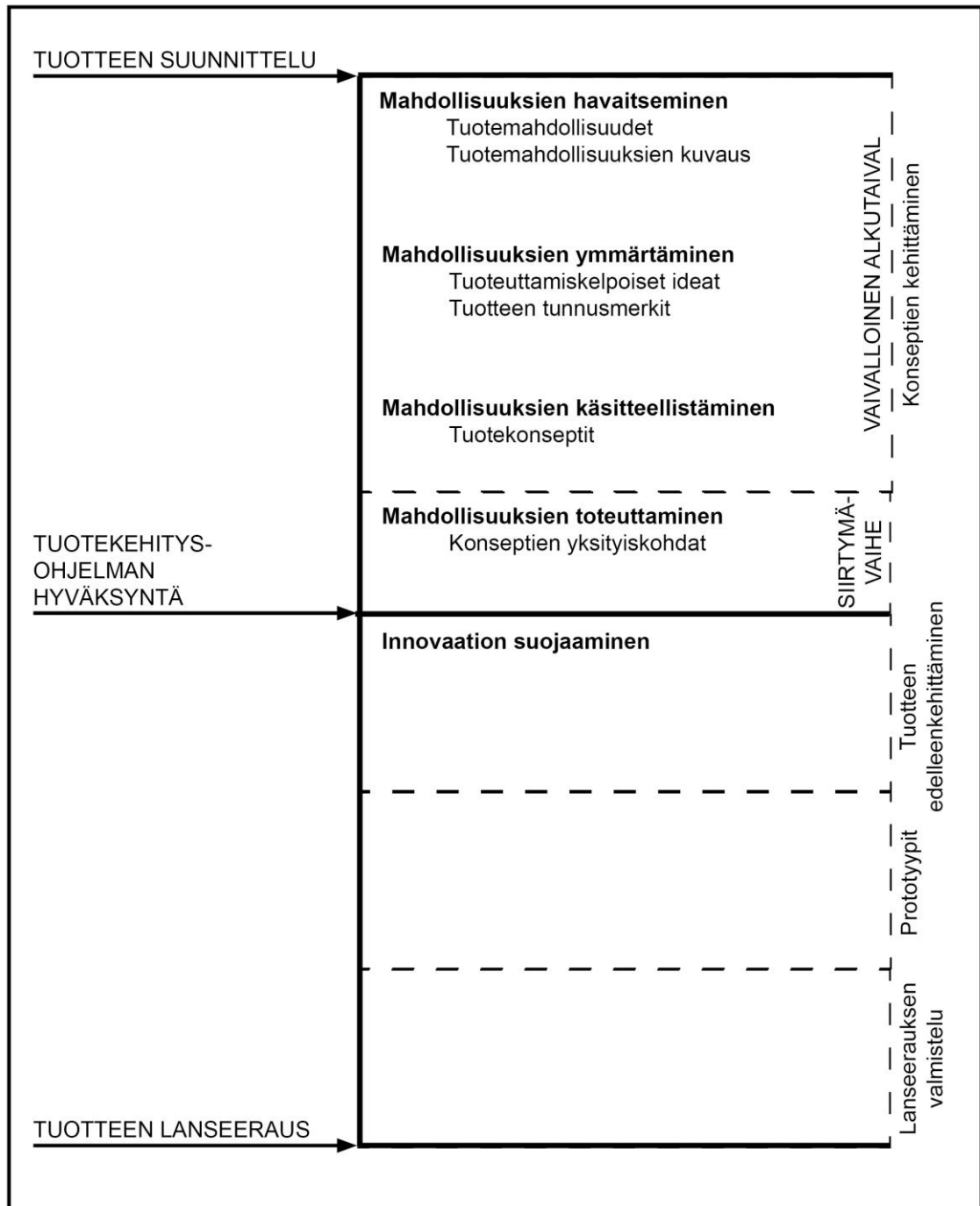
2.2 Tuotekehitysprosessi



Kuvio 5. Yrityksen strategiaan nojaavat tuotekehityksen seitsemän eri vaihetta (Jaakkola & Tunkelo 1987, 89).

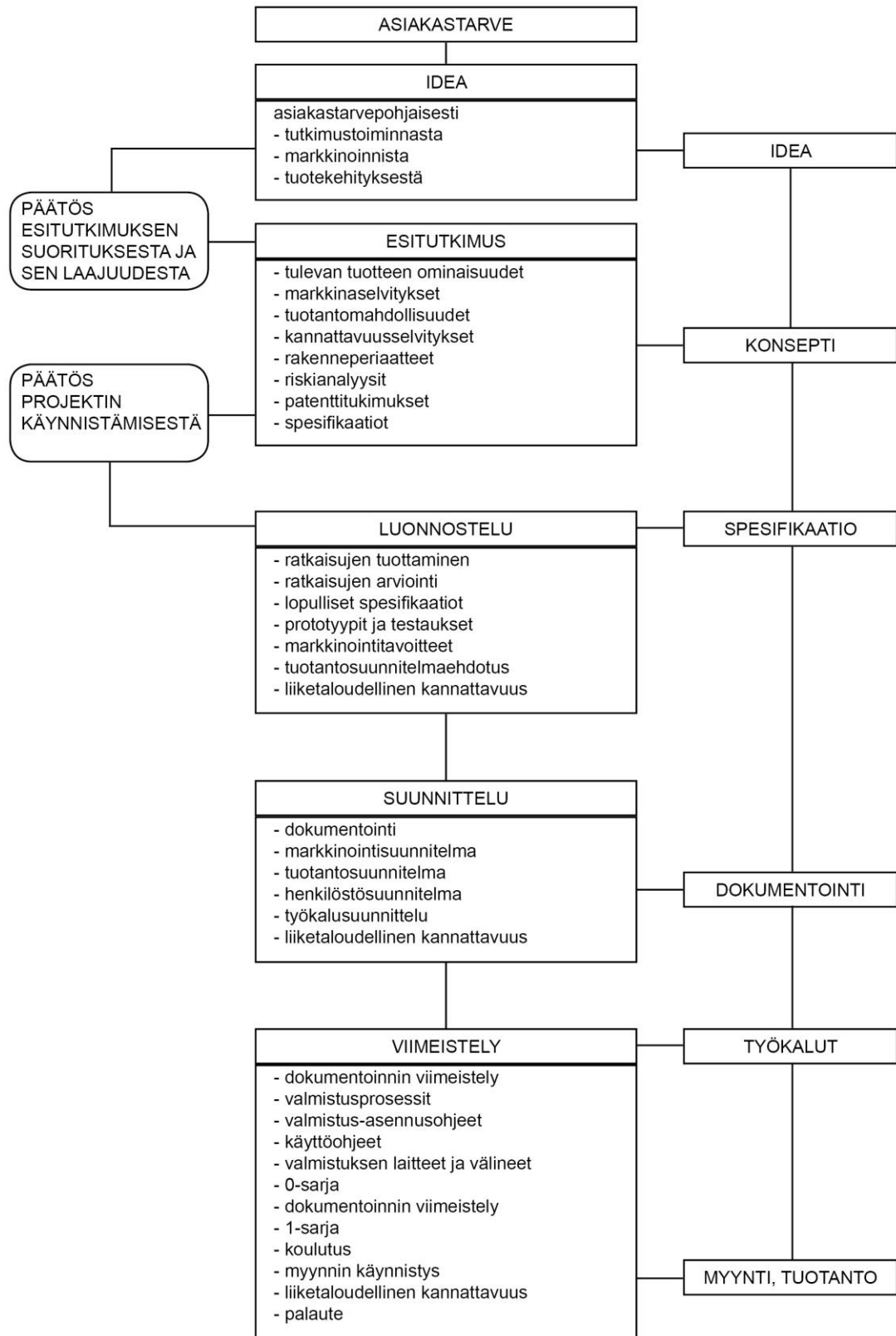
Jaakkolan & Tunkelon (1987) mukaan tuotekehitysprosessi voidaan jakaa seitsemään eri vaiheeseen, jotka seuraavat toisiaan loogisesti sekä myös osittain ajallisesti. Nämä vaiheet ovat lähtökohtien yksilöinti, ideointi ja vaihtoehtojen kehittäminen, taustatietojen hankkiminen (esitutkimus), seulonta ja valinta, prototyyppi ja kokeilu, tuotannon ja markkinoinnin valmistelu sekä markkinoille vienti. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 88)

Vaiheiden toteutusjärjestys ei ole välttämättä kaikissa projekteissa sama. Usein tuotekehityksessä joudutaan palaamaan joihinkin vaiheisiin takaisin ja toistamaan ne useaan kertaan. Tämä pätee erityisesti vaihtoehtojen käsittelyn ja valinnan vaiheisiin. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 89)



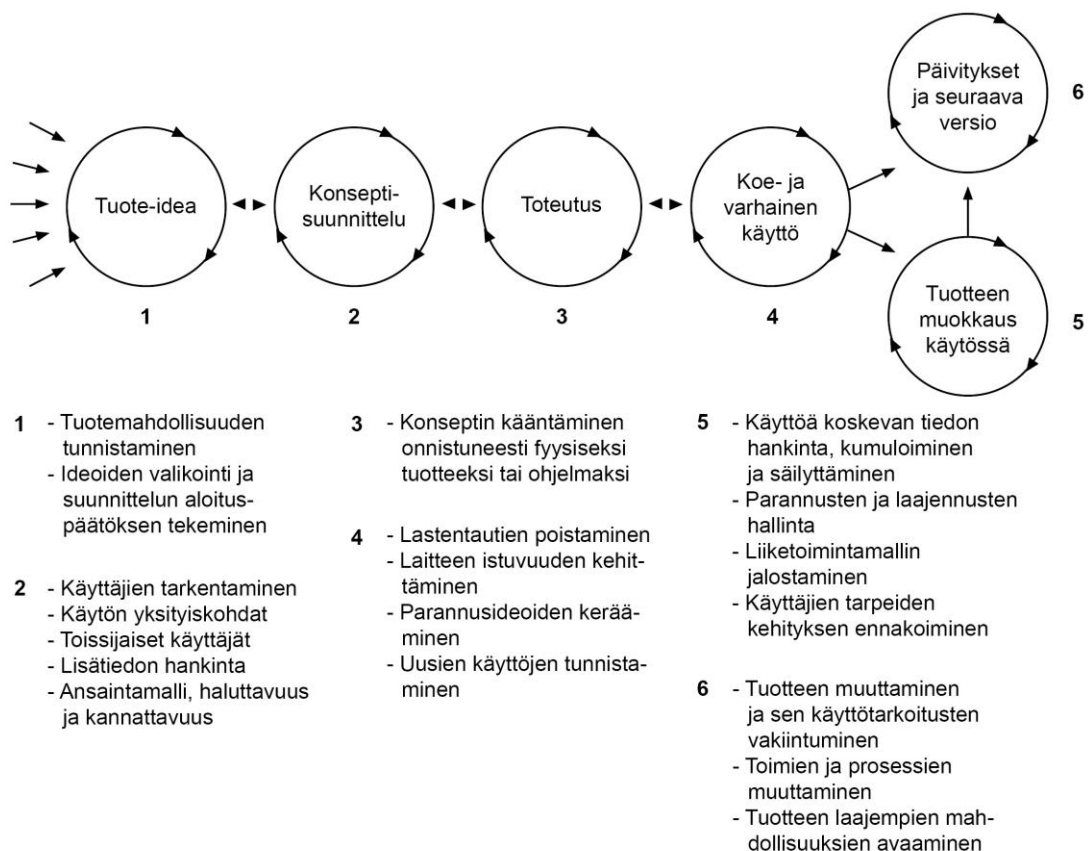
Kuvio 6. Tuotekehitysprosessi (mukaillen Cagan & Vogel 2003, 169).

Caganin & Vogelien (2003) mukaan tuotekehitysprosessi alkaa tuotteen strategisen suunnittelun jälkeen ja päättyy tuotekehitysohjelman hyväksymiseen. Tuotekehitysohjelman hyväksyminen tarkoittaa tuotteen kehittämistä ja valmistamista. Tämän jälkeen ovat vuorossa tuotekehitysprosessin yksityiskohtaisemmat kehittämisvaiheet. Näiden aikana hioetaan tuotteen muotoilua, valmistetaan ja testataan prototyyppisiä ja lopuksi lanseerataan tuote. (Cagan & Vogel 2003, 168)



Kuvio 7. Tuotekehitystoiminta on prosessi, joka lähtee aina asiakastarpeesta. Tuotekehitysprosessiin kuuluu aina esitutkimusvaihe ja varsinainen projektivaihe (Välimaa ym. 1994, 25).

Välimaan ym. (1994) mukaan ”tuotekehitystoiminta on aina asiakastarpeista lähtevä prosessi”. Asiakkaiden tarpeista syntyy uusia ideoita uusiksi tuotteiksi tai tuoteparannuksiksi. Esitutkimuksella selvitetään parhaiden tuoteideoiden kantavuus. Esitutkimuksen aikana selvitetään tuotteen konsepti ja määritellään tuote eli tehdään tuotespesifikaatio. Jos esitutkimuksen jälkeen projekti tuntuu järkevältä ja yrityksellä on siihen resursseja, käynnistetään silloin varsinainen tuotekehitysprojekti. Tuotekehitysprojektin käynnistää tuotteen luonnosteluvaihe. Tuotemäärittelyä voidaan mahdollisesti tarkistaa vielä lisääntyvän tiedon pohjalta luonnostelujakson alkuvaiheessa. Prototyypin avulla testataan tuotekehitystyön tulokset. Lopullinen tuote luodaan prototyyppiä parantelemalla ja tämän lisäksi myös dokumentoidaan. Tuotekehitysprojekti päätetään, kun tuotteen pilottisarjat on toteutettu tuotannon välinein, dokumentointi on valmis ja on annettu tuotteen edellyttämä koulutus. Tuotekehitysprojektin päättymisen jälkeen käynnistyvät myynti ja tuotanto. (Välimaa ym. 1994, 25-26)



Kuvio 8. Tuotekehitysprosessi ja tuotesuunnittelun käyttäjätiedon avainkohtia (Hyysalo 2009, 60, 65).

Hyysalon (2009) mukaan tuotekehitys lähtee liikkeelle tuoteideoista ja konseptisuunnittelusta ja pohjaa aiempaan tietoon ja tuotteisiin. Tuoteideoiden ja konseptisuunnittelun vaiheeseen sisältyy vaatimusmäärittelyiden ja tuotteen pääpiirteiden tuottamista. Iteraatiot eli suunnittelun, toteutuksen, testauksen ja koekäytön suunnittelukierrokset voivat sisältyä tähän vaiheeseen. Vaihtoehtoisesti tästä vaiheesta voidaan siirtyä suoraan tuotteen yksityiskohtaisempaan suunnitteluun ja tuotteen toteutukseen. Nämäkin vaiheet voivat tapahtua iteroidusti. Tässä vaiheessa testataan varhaisempia versioita tuotteesta ja korjataan niistä ainakin teknisiä lastentauteja. Seuraavassa vaiheessa tuotetta kehitetään käytössä, jolloin tuotekehittäjät sekä tuotteen käyttäjät parantelevat tuotetta joko yhteistyössä tai omilla tahoillansa. Jossain tuotekehityksen vaiheessa muutoksia ja laajennuksia tuotteeseen on kertynyt sen verran, että seurauksena käynnistyy uuden tuotesukupolven tai kokonaan uuden tuotteen suunnittelu. Tällöin konseptisuunnittelun pohjana toimivat aiempi tuotekehitys ja tiedonkeruu. Jokaisesta tuotekehitysprosessista löytyvät nämä elementit eri muodoissa. (Hyysalo 2009, 56, 60)

Tuotekehitysprosessit ovat erilaisia tapauksesta riippuen, mutta usein niistä löytyy kuitenkin samoja elementtejä eri muodoissa (Hyysalo 2009, 60). Siksi sovellan opinnäytetyössäni tässä luvussa käsiteltyjä eri tuotekehitysprosessikaavioita omaan toiminnalliseen opinnäytetyöhöni. Kuvaus tässä opinnäytetyössä käytetystä tuotekehitysprosessista löytyy luvusta 5.

2.3 Käyttäjät tuotekehittäjinä

Jaakkolan & Tunkelon (1987) mukaan tavoitteet ja toteutusmahdollisuudet sovitetaan tuotekehitystyössä asteittain yhteen onnistuneeksi lopputulokseksi eli markkinoitavaksi tuotteeksi. Tällainen tapahtumasarja on luonteeltaan oppimisprosessi, jossa tuotteen ominaisuuksia eli tuotevaatimuksia muokataan niin kauan, kunnes se vastaa käytännön tarpeita. Tuotekehitysprosessi tapahtuu tarpeet tuntevan käyttäjän ja toteutusmahdollisuudet hallitsevan tuotekehittäjän yhteistyössä. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 87)

Hyysalon (2009) mukaan yksi tuotekehityksen avaintaidoista on kehitettävän tuotteen käyttäjiä ja käyttöä koskeva tiedon kerääminen (Hyysalo 2009, 12). Käyttäjätiedon avulla tuotteen tosiasiallisille käyttäjille voidaan luoda hyödyllinen ja miellyttävä tuote. Tällainen tuote on:

- **Haluttava** eli tuote vastaa käyttäjien tarpeita ja toiveita.
- **Hyödyllinen** eli tuote auttaa käyttäjäänsä saavuttamaan tavoitteensa ja kehittämään toimintaansa.
- **Käytettävä** eli tuotteen käyttäminen onnistuu hyvin ja johtaa toivottuihin tuloksiin käytännössä.
- **Miellyttävä** eli tuotteen käyttäminen tai omistaminen tuo sen käyttäjälle mielihyvää ja jopa myös iloa (tai vähentää ainakin kurjuutta). (Hyysalo 2009, 18-20)

Lisäksi hyödyllisen ja miellyttävän tuotteen on sisällettävä mahdollisimman vähän kaikkea sellaista, mikä voi häiritä edellä mainittujen ominaisuuksien toteutumista. (Hyysalo 2009, 18-20)

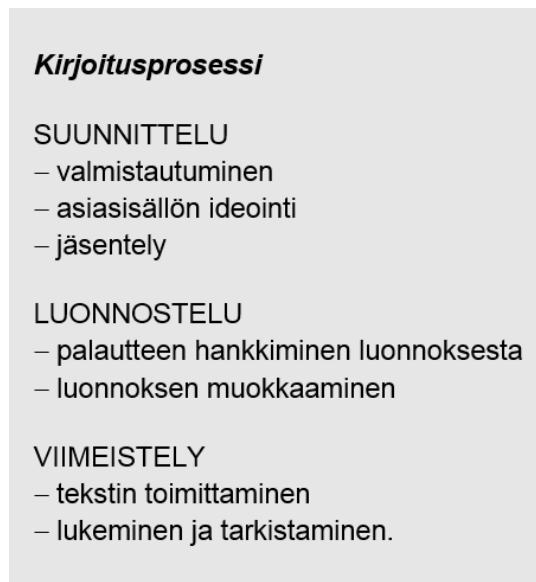
Tiedonlaji	Markkinatieto	Asiakastieto	Käyttäjätieto
Mitä kertoo käyttäjistä?	Ketkä saattavat ostaa, mistä ja miten	Kuka on ostanut, missä, mistä on valittu tai kehitetty?	Kuka, miten, mihin ja miksi laitetta lopulta käytetään
Mitä kertoo käyttäjien arvoista?	Asiakaskunnan yleisiä tyyliä ja haluja (+25v, urheilullinen)	Mitä todellisten käyttäjien tyyliä ja haluja on noussut esiin (kuntoilijat, keski-ikäiset)	Mistä käyttäjien arvot nousevat, mihin heidän arvostuksensa liittyvät niin tuotteessa kuin sen käyttöympäristöissä
Mitä kertoo käyttäjien tekemisistä?	Yleisiä luonnehdintoja (harrastaa golfia, ei kilpaile missään lajissa)	Viitteitä ongelmatilanteista ja hyvistä ominaisuuksista, parannusehdotuksia. (Jumittuu pattereiden vaihdon jälkeen)	Mistä käyttäminen koostuu, minkälaisissa ympäristöissä se tapahtuu, mikä siinä on käyttäjille tärkeintä
Mistä saadaan?	Markkinatutkimuksista, kilpailijavertailuista, ryhmäkeskusteluista, erilaisista tilastoista	Asiakas- ja vikapalautteesta, keskusteluista, partnereilta, myyjiltä, asiakastutkimuksista	Tulevien tai nykyisten käyttäjien tutkimisesta tai heidän kanssaan tehdystä yhteistyöstä
Suurin vahvuus	Antaa yleiskuvan potentiaalisista ostajista, vakiintunut tapa kertoa asiakkaista	Todellista tietoa todellisista asiakkaista	Antaa yksityiskohtaisen käsityksen siitä, miten ja miksi käyttäjät toimivat ja mitä he haluavat. Yhdistää markkina- ja asiakastiedon toisiinsa
Tyypillisiä ongelmia tai puutteita	Usein liian yleistä suunnitteluratkaisuiden tekemiselle	Hajanaista, painottuu johonkin asiakastyyppeihin, vaikea analysoida miten eri asiat liittyvät toisiinsa	Yritykset eivät osaa hankkia. Käyttäjätietoa täytyy usein täydentää laajemmilla kysely- ja markkinatutkimuksilla

Taulukko 1. Käyttäjätieto on enemmän kuin markkina- tai asiakastietoa. Käyttäjätieto pureutuu yleisten luokitteluiden ja ostopäätösten taakse sekä koskee ihmisten tosiallisia toimia. (Hyysalo 2009, 19)

Käyttäjätieto tuotekehityksessä on tarkempaa ja syvempää tietoa käyttäjistä kuin esimerkiksi markkinatutkimukset tai asiakaspalautteet. Tällaisen käyttäjätiedon avulla voidaan helposti yhdistää ja täydentää markkina- ja asiakastietämystä, joka jää muuten toisistaan erilleen. Käyttäjätiedon paras tulos on tarkentunut kuva tuotteen ostajaryhmistä. Lisäksi saadaan yleiskuva siitä, miten erilaisissa yhteyksissä käytetään tuotetta. Taulukossa 1 havainnollistetaan markkina-, asiakas- ja käyttäjätiedon eroja. (Hyysalo 2009, 18)

2.4 Oppikirjan tuotekehitys

Mertasen (2007) mukaan prosessi käsikirjoituksesta kirjaksi kulkee monen vaiheen kautta. Prosessi lähtee asiakkaasta ja päättyy asiakkaaseen, sillä kirja tehdään aina lukijaa varten. Kirjoittajan on otettava huomioon lukija etsiessään sanomalleen muotoa. Kirjoittamisessa on kyse lukijan palvelemisesta. (Mertanen 2007, 13)



Kuvio 9. Kirjoitusprosessin vaiheet (Mertanen 2007, 25).

Kirjoitusprosessissa mietitään ensimmäiseksi vain tekstin sisältöä, sitten järjestystä ja lopuksi hiotaan kieltä (Mertanen 2007, 24). Kirja on tuote, jolla on rakenne. Rakenteilla on tietokirjassa erialiset tehtävät. (Mertanen 2007, 46-47).

Tietokirjan rakenteella on erilaiset tehtävät

- Nimiö kertoo viralliset tiedot.
- Esipuhe houkuttelee.
- Tiivistelmä antaa tutkimuksesta kokonaiskuvan.
- Johdanto auttaa lukijan kirjan aihepiiriin.
- Välilehdet jakavat osiin.
- Vakiotekstit pitävät lukijan oikeassa kurssissa.
- Yhteenveto kokoaa ajatukset.
- Liitteet täydentävät kirjan kokonaisuutta.
- Hakemisto helpottaa tiedon etsimistä.
- Kirjallisuusluettelo kertoo lainausten lähteet.
- Takakansiteksti myy kirjan.

Kuvio 10. Tietokirjan rakenteiden tehtävät (Mertanen 2007, 47).

Tietokirjan toimittamiseen ja julkaisuun kuuluu olennaisesti sen kirjoittajien tekstien tekijänoikeus. Kirjoittajan luoma teos on kirjoittajan omaisuutta. Laki edellyttää, että teoksen käyttämiseen on pyydetty lupa teoksen kirjoittajalta tai hänen oikeudenomistajiltaan. Lupa teoksen käyttämiseen on aina pyydettyvä etukäteen. Kirjallinen sopimus tehdään kaikesta tekstin käytöstä ja korvauksesta sovitaan erikseen. Lähtökohtana on, että kirjoittajalle maksetaan hänen tekstinsä käytöstä. (Suomen Kirjailijaliitto r.y. 2015)

3 ”Kulttuuripalvelun kehittäminen ja tuotteistaminen” -oppikirjan kehittäminen

Opinnäytetyön tilaaja on Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon koulutusohjelma. Metropolia on monialainen ja kansainvälinen ammattikorkeakoulu, joka toimii pääkaupunkiseudulla. Metropolia kouluttaa tekniikan, liiketalouden, sosiaali- ja terveysalan sekä kulttuurin asiantuntijoita ja kehittäjiä. (Metropolia Ammattikorkeakoulu 2014)

Suurin osa Metropoliaista valmistuvista opiskelijoista työllistyy Uudenmaan alueelle. Vuonna 2013 Metropoliaista valmistui työelämään yli 2700 opiskelijaa. Metropolia tekee alueen elinkeinoelämän, kulttuuritoimijoiden sekä kolmannen sektorin kanssa kehittämis-, innovaatio ja tutkimustoimintaa. Hakijamäärältään Metropolia on Suomen suurin ammattikorkeakoulu. (Konkola 2013)

Metropolian kulttuurituotannon koulutusohjelma kouluttaa kulttuurituotannon osaajia liiketoimintapainotteisesti. Kulttuurituotannon opinnoissa opiskelija erikoittuu johonkin tiettyyn kulttuurin alaan, tuotannon alueeseen tai kohderyhmään. Kulttuurituotannon opinnoissa opiskellaan kulttuurin tuntemusta, kulttuurin rahoitusta ja taloushallintoa, markkinointia ja tiedotusta, juridiikkaa, johtamis- ja ryhmätyötaitoja, kansainvälisyyttä, yrittäjyyttä, viestintä- ja mediataitoja, kulttuuriproduktioiden tuotantoprosesseja, alan tutkimusmenetelmiä sekä tietoteknisten sovellusten käyttöä. (Metropolia 2013)

Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa kehitetään opinnäytetöistä koostuva oppikirja tuotekehitysprosessin esitutkimus- ja luonnosteluvaiheiden tuloksena. Tehtävänäni oli kehittää konsepti ensimmäiselle kulttuurituottajien opinnäytetöistä koostuvalle kirjalle. Kehitän konseptin kulttuurituotannon lehtori Laura-Maija Heron kanssa. Toteutan opinnäytetyön toiminnallisena opinnäytetyönä ja aineistonhankintamenetelminä käytän toivelistatekniikkaa, benchmarkingia ja dokumenttianalyysia.

Oppikirja tulee koostumaan Metropolian yamk ja amk –opinnäytetöistä. Kirjaan tuotetaan opinnäytetöihin perustuvia toimitettuja artikkelikokoelmia, joihin kerätään valitun näkökulman mukainen teoriaosuus ja tutkituilla tapausesimerkeillä varustettuja artikkeleja. Kirjan nimeksi tulee: Hero & Luuppala (Toim.): Kulttuuripalvelun kehittäminen ja tuotteistaminen.

4 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus on oppikirjan ensimmäinen luonnos, jossa sen rakenne määräytyy. Opinnäytetyön pää tutkimuskysymys on: Miten kehitetään opinnäytetöistä koostuva oppikirja?

Tarkentavat alakysymyksetni ovat:

1. Minkälainen on käyttäjiä eli kulttuurituotannon opiskelijoita hyödyttävä oppikirja?
2. Minkälaisia hyviä käytäntöjä voisi soveltaa oppikirjaan?
3. Minkälainen on oppikirjan rakenne?

Ensimmäiseen tarkentavaan kysymykseen pyrin vastaamaan toivelistamenetelmällä toteutetun työpajan aineiston avulla, toiseen kysymykseen pyrin vastaamaan benchmarking

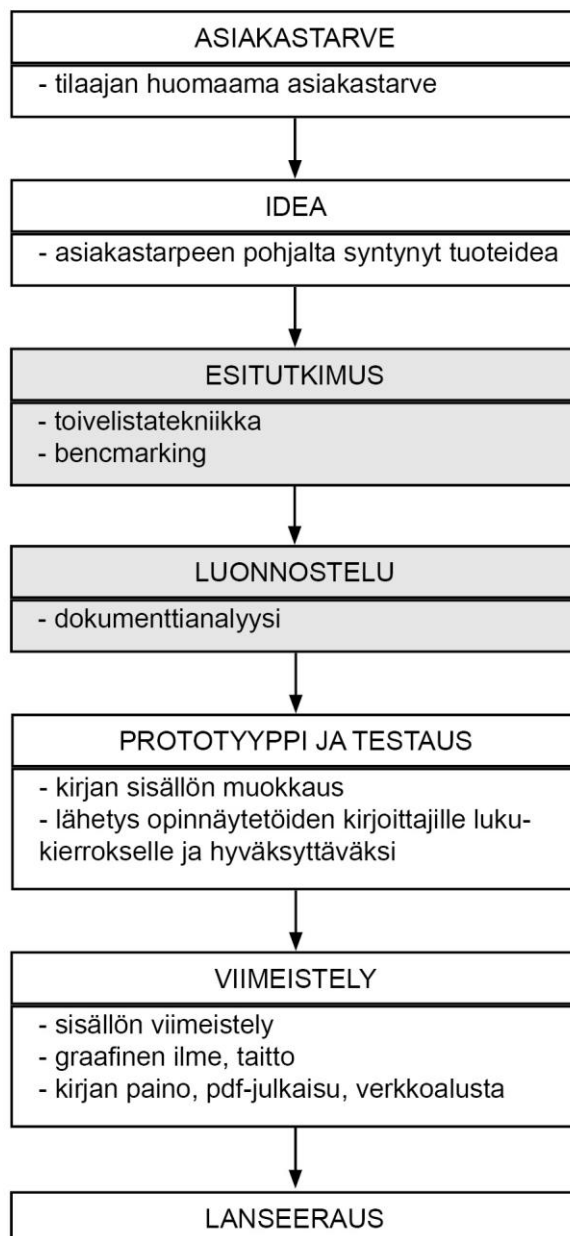
aineiston avulla ja kolmanteen kysymykseen pyrin vastaamaan dokumenttianalyysin menetelmällä kerätyn aineiston avulla.

5 Toiminnallinen opinnäytetyö

Tämä opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena opinnäytetyönä. Käytän opinnäytetyössäni aineistonhankintamenetelminä toivelistatekniikkaa, benchmarkingia ja dokumenttianalyysia.

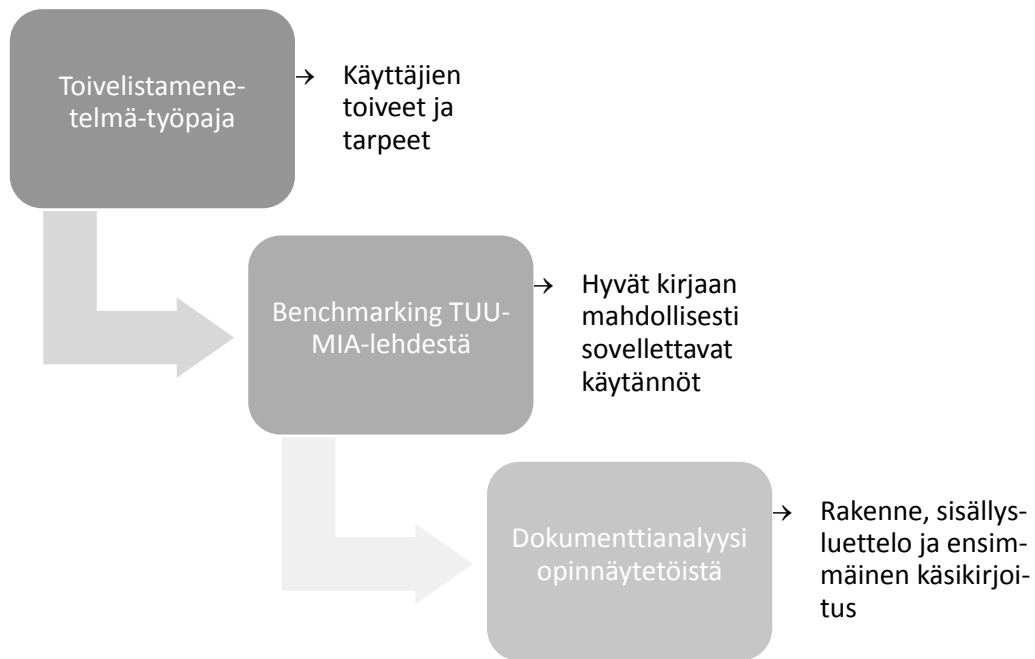
Vilkan & Airaksisen (2003) mukaan toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena ammatillisella kentällä on käytännön toiminnan ohjeistaminen, opastaminen, järjestäminen tai järjestäminen. Käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoilla yhdistyvät toiminnallisessa opinnäytetyössä. (Vilka & Airaksinen 2003, 9)

Lopputuloksena toiminnallisessa opinnäytetyössä on aina jonkinlainen konkreettinen tuote. Opinnäytetyön raportoinnissa on käsiteltävä keinoja, joita on käytetty konkreettisen tuotoksen saavuttamiseksi. (Vilka & Airaksinen 2003, 51)



Kuvio 12. Oppikirjan tutkimuksellinen tuotekehitysprosessi (mukaillen Jaakkola & Tunkelo 1987, 89; Cagan & Vogel 2003, 169; Välimaa ym. 1994, 25).

Opinnäytetyöni toiminnallinen osuus on kehittää oppikirja nimeltään: Kulttuuripalvelun kehittäminen ja tuotteistaminen. Oppikirja koostuu Metropolian yamk ja amk –opinnäytetöistä koostetuista artikkelikokoelmista, joihin kerätään valitun näkökulman mukainen teoriaosuus ja tutkituilla tapausesimerkeillä varustettuja artikkeleja. Tuotekehitysprosessin ensimmäiset kaksi vaihetta asiakastarve ja idea toteutuivat tilaajan toimesta. Oma tutkimuksellinen tuotekehitysprosessini keskittyi esitutkimus- ja luonnosteluvaiheisiin.



Kuvio 13. Tutkimuksen eteneminen.

Tutkimus eteni ensin käyttäjien toiveiden ja tarpeiden selvittämällä toivelistatekniikan avulla. Tutkimus eteni selvittämällä hyviä kirjaan mahdollisesti sovellettavia käytäntöjä benchmarkingin avulla. Lopuksi tuloksena oli kirjan rakenteen muodostuminen dokumenttianalyysin menetelmällä.

5.1 Aineiston kerääminen toivelistamenetelmällä

Toteutin ensimmäisen tutkimusvaiheen toivelistamenetelmällä. Aineistona olivat Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon opiskelijoiden toiveet kirjan toimittamiseen liittyen. Toteutin toivelistamenetelmällä tehdyn ryhmäkeskustelun yhdelletoista Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon opiskelijalle Helsingissä Metropolian Hämeentien opetustiloissa 16.10.2014. Oli perusteltua käyttää kulttuurituotannon opiskelijoita informantteina, sillä kulttuurituotannon opiskelijat tulevat olemaan tuotteen käyttäjiä. Selvitin toivelistamenetelmällä kulttuurituotannon opiskelijoiden toiveita ja tarpeita kirjaan liittyen. Menetelmällä sain selville opiskelijoiden toiveita erityisesti kirjan julkaisumuodosta ja sisällöstä. Analysoin toivelistamenetelmän tuloksia teemoittelun keinoin.

Toivelistatekniikalla pyritään selvittämään asiakkaiden toiveita ja tarpeita. Toivelistatekniikkaa käytetään usein tuotteiden ja palvelujen kehittämisessä. Tekniikalla pyritään selvittämään, mitä asiakkaat haluaisivat tuotteelta tai palvelulta, jos heillä ei olisi mitään rajoituksia. Usein asiakkaat eivät usein osaa kertoa tarpeistaan tai odotuksistaan, eivätkä välttämättä ole tietoisia niistä. Usein asiakkaiden on helpompi kertoa mitä he eivät saa, kuin mitä he haluaisivat saada. Tekniikalla pyritään keskittymään vain hyötyihin sekä todellisiin, että kuviteltuihin. Tekniikalla pyritään asiakkaita tuomaan esille määrällisesti paljon odotuksia pohtimatta niiden järkevyyttä tai toteutettavuutta. Tekniikkaa voidaan käyttää esimerkiksi henkilökohtaisten haastattelujen tai ryhmäkeskustelujen muodossa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 156-157)

Alustin työpajan kertomalla opiskelijoille tuotekehitysprosessista ja kirjan aiheesta. Toteutin menetelmän kysymällä asiakkailtani eli tässä tapauksessa Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon opiskelijoilta ”Jos ei olisi mitään esteitä ja rajoituksia, mitä odottaisit kulttuurituottajien opinnäytetöistä tehdystä kirjasta?” Valitsin kysymyksen, sillä perusteella, että tarkoituksena oli saada opiskelijat toivomaan ominaisuuksia mahdollisimman laajasti ilman rajoituksia. Toteutin menetelmän ryhmäkeskusteluna kirjoittamalla opiskelijoiden toiveita ylös lehtiötaululle. En äänittänyt menetelmää, sillä toivelistamenetelmän ideana on nimenomaan kirjoittaa toiveet osallistujien nähtäville. Toiveiden näkeminen taas synnyttää lisää toiveita ja ideoita. Lisäksi äänittäminen saattaa häiritä joitakin keskusteluun osallistuvia henkilöitä ja rajoittaa toiveiden ja ideoiden syntymistä. Kirjoitin keskustelun jälkeen oppilaiden toiveet lehtiötaululta sähköiseen muotoon.

5.2 Benchmarking eli vertaisanalyysi

Toteutin tutkimuksen benchmarking eli vertaisanalyysimenetelmällä. Aineistona benchmarkingissa oli TUUMIA-lehti, joka koostuu Metropolia Ammattikorkeakoulun vuonna 2013 valmistuneiden tekniikan ja liikenteen alan opinnäytetöistä kirjoitetuista artikkeleista (Seija Ristimäki 2013, 2). Etsin TUUMIA-lehdestä hyvin toteutettuja asioita, joita voisi mahdollisesti soveltaa oppikirjan tuotekehitykseen. Analysoin benchmarkingin tuloksia teemoittelun keinoin.

Benchmarking menetelmän perustana on kiinnostus siihen, miten muut toimivat ja menestyvät. Benchmarkingissa tutkitaan yleensä menestyvää tai menestyviä organisaatioita ja otetaan selvää niiden menestykseen johtaneita syitä sekä otetaan käyttöön hyväksi havaittuja toimintatapoja. Aluksi benchmarkingissa selvennetään oma kehittämistä

kaipaava kohde. Menetelmä soveltuu parhaiten selväpiirteisesti määriteltävien kohteiden kehittämiseen. (Ojasalo ym. 2009, 163)

Seuraavaksi etsitään kehittämiskohteelle vertailukumppanit, joilla kehitettävä asia onnistuu paremmin. Tämän jälkeen kerätään tietoa siitä, miten vertailtavat organisaatiot onnistuvat kyseisessä asiassa paremmin. Tähän voidaan käyttää apuna monipuolisesti tiedonhankintaa ja esimerkiksi tutustumiskäyntejä. (Ojasalo ym. 2009, 163-164)

Benchmarkingin jälkeen tutkitaan saatuja tutkimustuloksia kriittisesti ja luovasti sekä sovelletaan niitä omaan organisaatioon. Benchmarkingissa on tärkeää huomioida, mistä havainnoista voidaan oppia jotain uutta, mitä voidaan soveltaa suoraan omaan toimintaan. Lisäksi on huomioitava, mikä vaatii omaan toimintaa soveltuvan ratkaisun kehittämistä, sillä kaikkia hyviä puolia ei voi aina soveltaa suoraan omaan toimintaan. (Ojasalo ym. 2009, 164)

5.3 Dokumenttianalyysi

Toteutin tutkimuksen dokumenttianalyysin menetelmällä. Dokumenttianalyysin aineiston muodostivat Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon koulutusohjelman palveluja käsittelevät opinnäytetyöt.

Dokumenttianalyysissa pyritään tekemään päätelmiä kirjallisessa muodossa olevasta verbaalisesta, kommunikatiivisesta tai symbolisesta aineistosta. Dokumentteja voivat olla kaikki tutkittavasta asiasta kirjoitettu, kuvattu tai puhuttu materiaali ja jopa esineistö. Dokumenttianalyysin tavoitteena on järjestelmällisesti analysoida dokumentteja sekä luoda tutkittavasta ja kehitettävästä asiasta sanallinen ja selkeä kuvaus. Sisältöanalyysillä aineisto pyritään järjestämään tiiviiksi ja selkeäksi. Analyysin tarkoituksena on lisätä informaatioarvoa. Sillä luodaan aineistoon selkeyttä, jotta voidaan tehdä luotettavia ja selkeitä johtopäätöksiä tutkittavasta ja kehitettävästä kohteesta. (Ojasalo ym. 2009, 121)

Vahvuus dokumenttianalyysissa on sen herkkyys asiayhteydelle eli millaisena kehittämisen ja tutkimuksen kohteena oleva ilmiö esiintyy luonnollisessa ympäristössään. Dokumenttianalyysia voidaan käyttää myös sellaisten valmiiden aineistojen analysointiin, joita ei ole alun perin tarkoitettu tutkimusta varten. (Ojasalo ym. 2009, 121)

Vilkan (2009) mukaan aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä tutkimusaineistosta on tavoitteena löytää esimerkiksi jonkinlainen toiminnan logiikka tai jonkinlainen tyypillinen kertomus tutkimusaineiston ohjaamana. Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä liikkeelle lähdetään siitä, että ennen analyysia, mutta aineiston keräämisen jälkeen tutkijat päättävät, mistä lähdetään etsimään toiminnan logiikkaa tai tyypillistä kertomusta. Sitten tutkimusaineiston pelkistäminen aloitetaan. Tutkimusaineiston pelkistäminen tarkoittaa, että epäolennainen informaatio tutkimusongelman kannalta karsitaan pois tutkimusaineistosta, mutta ei kuitenkaan hävitetä tärkeää informaatiota. Tämä taas edellyttää, että tutkimusaineisto on tiivistettävä ja pilkottava osiin. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset ohjaavat tiivistämistä. Seuraavaksi ryhmitellään tutkimusaineisto uudeksi johdonmukaiseksi kokonaisuudeksi. Uuden kokonaisuuden ryhmittely määräytyy sen mukaan, mitä ollaan etsimässä tutkimusaineistosta. Ryhmittely voidaan tehdä esimerkiksi analyysin kohteena olevasta analyysiyksiköstä löytyvien ominaisuuksien, piirteiden tai käsitysten mukaan. Analyysiyksikkö voi olla ajatuskokonaisuus, lauseen osa, lause tai sana. Sitten nimetään jokainen ryhmä ”kattokäsitteellä”, joka kuvaa parhaiten ryhmän sisältöä. Ryhmittelystä muodostuu tutkimuksen tuloksena käsitteistä, luokitteluja tai teoreettinen malli. Tutkittavan aineiston kuvaamaa merkityskokonaisuutta pyritään ymmärtämään aineistolähtöisestä sisällönanalyysistä saadun tuloksen avulla. (Vilka 2009, 140)

Toteutin dokumenttianalyysin aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä tutkimalla 12 kulttuurituotannon palvelua käsittelevää opinnäytetyötä. Prosessi alkoi opinnäytetöiden halulla Theseus opinnäytetöiden julkaisupalvelusta. Hain opinnäytetöitä hakusanalla ”palvelu”, jonka jälkeen latsin löytyneet opinnäytetyöt koneelleni. Prosessi eteni analyysiprosessina. Alustava analyysirunko muodostui siten, että ensimmäiseksi etsin kaikista opinnäytetöistä teorialuvut ja lisäsin ne yhteen dokumenttiin. Seuraavaksi järjestin opinnäytetyöt aihealueittain. Tämän jälkeen poistin kaikki opinnäytetyöt, joiden teorialuvut eivät vastanneet sisällöltään palvelun kuvausta.

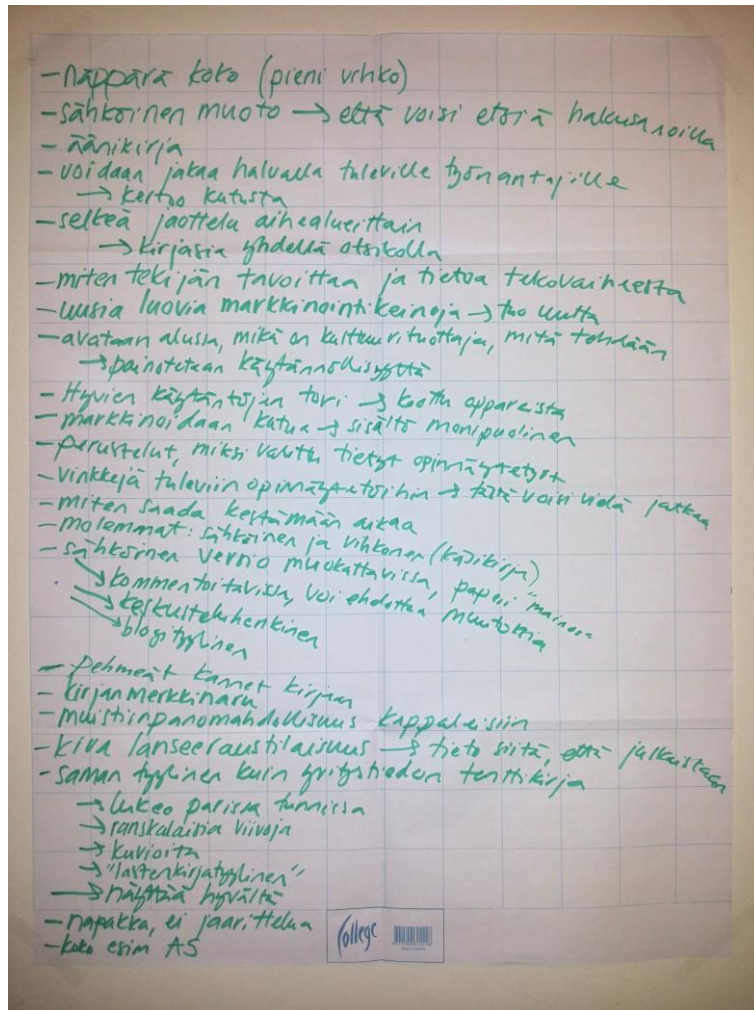
Tätä analyysiprosessin vaihetta seurasi tulosten analyysi teemoittelun keinoin. Teemoittelin aineistoa sisällöstä nousevien aiheiden mukaan nostamalla jokaisen aineiston sisällöstä samat asiat. Seuraavaksi syntyi ensimmäinen luonnos sisällysluettelosta, jota seurasi kommentointikierros toisella toimittajalla Laura-Maija Herolla. Teimme ensimmäiseen sisällysluetteloon ja käsikirjoituksen sisältöön muutoksia. Tästä johtui tarkennus valintaperusteeseen. Lisäsimme muutaman opinnäytetyön käsikirjoitukseen, muokkasimme sisällysluettelo ja tarkensimme analyysirunkoa lisäämällä yhden teorian alle

monta tapauskuvausartikkeliä. Lisäksi määritimme yhdessä tapauskuvausartikkelin rakenteen. Tämän jälkeen etsin aineistosta tapausesimerkkeihin tarvittavat tiedot ja lisäsin ne käsikirjoitukseen.

6 Tulokset ja kirjan rakenteen muodostuminen

6.1 Käyttäjälähtöinen esitutkimusvaihe - Toivelistatyöpajan tulokset

Toteutin toivelistamenetelmällä tehdyn ryhmäkeskustelun yhdelletoista Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon opiskelijalle 16.10.2014. Selvitin toivelistamenetelmällä kulttuurituotannon opiskelijoiden toiveita ja tarpeita kirjaan liittyen. Menetelmällä sain selville opiskelijoiden toiveita erityisesti kirjan julkaisumuodosta ja sisällöstä. Toteutin menetelmän kirjaamalla ryhmäkeskustelussa syntyneitä opiskelijoiden kirjaan liittyviä toivomuksia opiskelijoiden nähtäväksi.



Kuvio 14. Toivelistatyöpajan tulokset.

Sisältöön liittyvät toiveet	Muotoon liittyvät toiveet	Julkaisuun ja lanseeraukseen liittyvät toiveet
<ul style="list-style-type: none"> - Kertoo kulttuurituotannon ammatista - Selkeä jaottelu aihealueittain - Napakka sisältö, ei jaarittelua - Helppo- ja nopealukuinen - Ranskalaisia viivoja ja kuvia - Tietoa opinnäytetöiden tekovaiheista - Mahdollisuus tavoittaa opinnäytetöiden kirjoittajat - Perusteluja, miksi kyseiset opinnäytetyöt ovat valittu - Vinkkejä tuleviin opinnäytetöihin - Uusien, innovatiivisten ja hyväksi todettujen käytäntöjen esittelyä. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pieni koko (esimerkiksi A5) - Pehmeät kannet - Kirjanmerkinaru - Muistiinpanomahdollisuus kappaleisiin - Mainoslehtinen - Hyvännäköinen ulkoasu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Julkaistaan sähköisenä ja painettavana vihkona - Halpoja painettavia, jotta voi jakaa tuleville työnantajille - Äänikirja - Sähköinen versio pdf-muotoinen tiedosto, josta voisi etsiä otsikoita hakusanoilla (siirtymisruutu) - Muokattavissa oleva sähköinen versio (keskustelualusta) - Lanseeraustilaisuus - Markkinoi kulttuurituotannon ammattilaisia ja opiskelijoita.

Taulukko 2. Toivelistatyöpajan tulokset teemoiteltuna ja taulukoituna.

Kirjan sisällöstä opiskelijat toivoivat, että kirja kertoisi kulttuurituottajan ammatista käytännöllisyyttä painottaen. Sisältöön toivottiin myös selkeää jaottelua aihealueittain ja kirjasia yhdellä otsikolla eli yksi kirja käsittelisi yhtä aihealuetta. Kirjan sisällön toivottiin olevan ”napakka” eikä kirja saisi sisältää ”jaarittelua”. Opiskelijat toivoivat kirjasta, jonka lukee lyhyessä ajassa, ja se sisältäisi ranskalaisia viivoja ja kuvioita. (Toivelistatyöpaja 16.10.2014)

Lisäksi opiskelijat toivoivat kirjan sisältöön tietoa opinnäytetöiden tekovaiheesta ja mahdollisuutta tavoittaa opinnäytetöiden kirjoittajat. Opiskelijat halusivat myös perusteluja, miksi kyseiset opinnäytetyöt ovat valittu kirjaan. Kirjan toivottiin antavan myös vinkkejä tuleviin opinnäytetöihin. Jos, jostain aihealueesta voisi tehdä enemmän tutkimusta, kirjassa voisi esittää haasteita: ”Tästä voisi vielä jatkaa...”. (Toivelistatyöpaja 16.10.2014)

Kirjan toivottiin toimivan ns. ”hyvien käytäntöjen torina”. Sen toivottiin sisältävän käytäntöjä, jotka on hyväksi todettu. Opiskelijat halusivat, että kirja esittelisi opinnäytetöiden tulosten uusia innovatiivisia palvelujen kehittämisen ja tuotteistamisen keinoja ja näin toisivat uutta tietoa alalle. (Toivelistatyöpaja 16.10.2014)

Kirjan painettavaan fyysiseen ulkomuotoon liittyviä toiveita olivat, että kirjan koon tulisi olla ”näppärän” kokoinen eli pieni ja helppo ottaa mukaan. Kirjan kooksi ehdotettiin A5 - kokoista vihkosta. Lisäksi kirjaan toivottiin pehmeitä kansia, kirjanmerkkinarua, muistiinpanomahdollisuutta kappaleisiin ja, että kirja näyttäisi hyvältä. Painettava versio toimisi opiskelijoiden toiveiden mukaan ns. mainoslehtisenä kulttuurituotannon ammatista. (Toivelistatyöpaja 16.10.2014)

Opiskelija toivoivat, että kirja julkaistaisiin sekä sähköisenä että painettavana vihkona. Näiden muotojen lisäksi toivottiin äänikirjaa. Sähköisen version tulisi olla opiskelijoiden toiveiden mukaan esimerkiksi pdf-muotoinen tiedosto, josta voisi etsiä osioita hakusanoilla tai esimerkiksi siirtymisruudun avulla. Sähköisestä versiosta toivottiin myös, että se olisi muokattavissa. Toivottiin keskusteluhenkistä verkkoalustaa, jonne voisi ehdottaa muutoksia ja listata uusimpia tietoja ja tutkimustuloksia aiheesta. Tällainen sähköinen alusta voisi olla esimerkiksi blogi. Haasteeksi opiskelijat esittivät ”Miten saadaan kirja kestämään aikaa?” Aihealue on ajankohtainen nyt, mutta miten käy muutaman vuoden kuluttua. Tähän haasteeseen opiskelijat esittivät ratkaisuksi keskustelualustan, jonne voisi kommentoida uusimpia tutkimustuloksia. (Toivelistatyöpaja 16.10.2014)

Kirjan lanseeraukseen liittyviä toiveita olivat, että kirja olisi halpa painettava, jotta sitä voisi jakaa tuleville työnantajille. Tällä tavoin kirja markkinoisi kulttuurituotannon ammatillaisia sekä opiskelijoita. Lisäksi toivottiin lanseeraustilaisuutta, joka viestisi ja tiedottaisi samalla siitä, että kirja julkaistaan ja on kulttuurituottajien käytettävissä. (Toivelistatyöpaja 16.10.2014)

Toivelistateknikka kuuluu tuotekehitysprosessissa esitutkimusvaiheeseen. Tämän vaiheen avulla saimme tietoa tuotteen käyttäjistä ja heidän tarpeistaan ja toiveistaan. Tuote kehittyi tämän vaiheen avulla saaden lisää ominaisuuksia ja vaatimuksia. Toivelistamethodin lopputuloksena syntyi ideoita ja tuotteen loppukäyttäjien konkreettisia toivomuksia ja tarpeita kirjaan, käyttötapaan ja muotoon liittyen.

6.2 Esitutkimus benchmarking menetelmällä

Toteutin benchmarkingin eli vertaisanalyysin tutkimalla TUUMIA-lehden hyviä ideoita. Koin TUUMIA-lehden olevan vertainen omalle tuotteelleni, sillä se perustui myös opinnäytetöihin ja oli Metropoliassa tuotettu. Tutkittavat muuttajat olivat sellaiset TUUMIA-lehdessä esiintyvät käytännöt, joita voisi mahdollisesti soveltaa oppikirjaan.

Hyviä käytäntöjä TUUMIA-lehdessä:

- julkaistu sekä pdf-dokumenttina että painettuna lehtenä
- lehtimuoto
- artikkelimainen ja lehtimäinen ulkoasu
- selkeä sisällysluettelo, josta ilmenee artikkeleiden sivunumerot, nimet ja kirjoittajat
- kirjoittajan esittely ja kuva kirjoittajasta kappaleissa
- suuri otsikko ja selkeä artikkelia esittelevä ingressi kappaleissa
- lukemista auttavat väliotsikot
- selkeä toistuva rakenne jokaisessa kappaleessa
- sopivan mittaiset tiiviit artikkelit
- asiasisältöä havainnollistavat kuvat
- lähteet merkitty selkeästi, mutta ei liian hallitsevasti jokaiseen kappaleeseen
- muistiinpanomahdollisuus lopussa.

Sisältöön liittyvät hyvät käytännöt	Muotoon liittyvät hyvät käytännöt	Julkaisuun ja lanseeraukseen liittyvät hyvät käytännöt
<ul style="list-style-type: none"> – Selkeä sisällysluettelo, josta ilmenee artikkeleiden sivunumerot, nimet ja kirjoittajat – Selkeä toistuva rakenne jokaisessa kappaleessa – Sopivan mittaiset tiiviit artikkelit – Suuri otsikko ja selkeä artikkelia esittelevä ingressi kappaleissa – Lukemista auttavat väliotsikot – Kirjoittajan esittely ja kuva kirjoittajasta kappaleissa – Lähteet merkitty selkeästi, mutta ei liian hallitsevasti jokaiseen kappaleeseen – Asiasisältöä havainnollistavat kuvat. 	<ul style="list-style-type: none"> – Lehtimuoto – Artikkelimainen ja lehtimäinen ulkoasu – Muistiinpanomahdollisuus lopussa. 	<ul style="list-style-type: none"> – Julkaistu sekä pdf-dokumenttina että painettuna lehtenä.

Taulukko 3. Benchmarkingin tulokset teemoiteltuna ja taulukoiden.

Teemoittelin benchmarkingin tulokset TUUMIA-lehdessä esiintyviin sisältöön liittyviin hyviin käytäntöihin, muotoon liittyviin hyviin käytäntöihin sekä julkaisuun ja lanseeraukseen liittyviin hyviin käytäntöihin.

Benchmarking kuuluu tuotekehitysprosessissa esitutkimusvaiheeseen. Tämän vaiheen avulla sain tietoa, miten samantyylinen tuote on toteutettu ja mitä hyviä käytäntöjä siitä löytyi, joita voisi soveltaa oppikirjan tuotekehitysprosessiin. Tuote kehittyi tämän vaiheen avulla saaden lisää ominaisuuksia ja vaatimuksia. Benchmarkingin lopputuloksena syntyi ideoita erityisesti tuotteen sisältöön ja muotoon liittyen.

6.3 Kirjan rakenteen muodostuminen dokumenttianalyysin menetelmällä

Aineiston dokumenttianalyysiin muodostivat Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuuri-tuotannon koulutusohjelman palveluja käsittelevät opinnäytetyöt. Toteutin dokumenttianalyysin aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä tutkimalla kulttuurituotannon palveluja käsitteleviä opinnäytetyitä.

Dokumenttianalyysi eteni vaiheittain. Dokumenttianalyysin ensimmäinen tulos oli ensimmäinen rakenne, jossa oli vain opinnäytetöiden teorialuvut. Ensimmäisessä rakenteessa opinnäytetöiden teorialuvut oli jaoteltu aihealueittain kolmeen kategoriaan: palveluun yleensä, palvelun kehittämiseen ja palvelun tuotteistamiseen.

SISÄLLYSLUETTELO

1. Johdanto
2. Kulttuuripalvelujen kehittäminen kohti kokonaisu-elämystä
 - Mikä on palvelu?
 - Palvelupaketti
 - Karjalainen, J.: Lyhytelokuvakilpailun palvelutarjooman kartoitus ja kehittäminen
 - Simojoki, H.: Kuvataiteen esittäminen ja myyminen internetissä - Esiselvitys Kuvataideakatemiaan Taidemyyntimön verkkopalvelun suunnittelun tueksi
 - Palvelu elämyksenä
 - Pikkarainen, S.: Linnanmäen Ilveilijäperhe elämyksen mahdollistajana
 - Helander, J.: Ruoka osana tapahtumaelämystä
 - Palvelujen asiakaslähtöisyys
 - Hietala, H.: Kokonaisvaltaisemman asiakaskokemuksen rakentaminen oheispalvelujen avulla - Case Finlandia Trophy Espoo 2014
 - Strategiasuunnittelu ja tulevaisuusvisiointi
3. Kulttuuripalvelujen kehittäminen ja tuotteistaminen
 - Mattila, H.: Kulttuuristen hyvinvointipalvelumallien kehittämisprosessi - Case Kartanokylpylä Kaisankoti
 - Widing, A.: Teatteripalvelu Oivan asiakaspalvelun prosessianalyysi
 - Kulttuuripalvelujen kehittämiseen soveltuvat menetelmät
 - Palvelumuotoilu
 - Nisula, S.: Palvelumuotoilu Aleksanterin teatterissa
 - Palvelupolku
 - Forss, E.; Koskinen, T.: Palvelu osana Hel Yes! -tapahtumaa - Moniaistillinen ruokaa ja muotoilua yhdistävä elämys
 - Service Blueprinting
 - Kainulainen, T.: Katutaideyritys kuluttajamarkkinoille - Omanimi Productions Oy:n palvelun kehittämistä tukeva esiselvitys
4. Lopuksi

Kuvio 15. Kirjan ensimmäinen sisällysluettelo ja rakenne.

Tapausesimerkin rakenne

Tekijä ja tapauksen nimi

- Tapauksen esittely
- Opinnäytetyön tavoite
- Miten toteutettiin? Mitä tutkimusmenetelmiä käytettiin?
- Tulokset tai pohdintaa

Tapausesimerkin pituus 1-2 sivua.

Kuvio 16. Tapausesimerkin rakenne.

Seuraavan vaiheen tulos oli toinen rakenne, jossa oli teorialukujen lisäksi mukana tapausten kuvauksia. Tässä vaiheessa opinnäytetyöt oli jaoteltu useampaan pääotsikkoon ja alaotsikkoon. Tämän jälkeen seurasi kommentointikierrös kirjan toisella toimittajalla Laura-Maija Herolla. Teimme ensimmäiseen sisällysluetteloon ja käsikirjoituksen sisältöön muutoksia sekä muodostimme tapausesimerkin rakenteen (kuvio 16).

Sisällys

1 Johdanto	4
2 Kulttuuripalvelujen kehittäminen kohti kokonaiselämystä	4
2.1 Palvelupaketti ja palvelutarjooma	7
2.2 Laajennettu palvelutarjooma tuo palvelupakettiin asiakkaan kokemuksen	12
2.3 Palvelupolku	14
2.4 Palvelutuokio, kontaktipisteet ja palvelupolku	16
2.5 Palveluprosessi	17
2.6 Lyhytelokuvakilpailu Artova Film Festivalin palvelutarjooman kartoitus ja kehittäminen	18
3 Oheispalvelut kulttuuripalvelujen kokonaiselämyksen mahdollistajana	21
3.1 Palvelu elämyksenä	23
3.2 Elämystuotteet	28
3.3 Aholan malli: elämyksellisyyden kokeminen	28
3.4 Elämyksellisyys - "Pine & Gilmore –malli"	29
3.5 Elämystuotteen elementit - Elämyskolmio malli	32
3.6 Linnanmäen Ilveilijäperhe elämyksen mahdollistajana	34
3.7 Ruoka osana Flow festivaalin tapahtumaelämystä	39
3.8 Kuvataiteen virtuaalinen myyntipalvelu Kuvataideakatemian Taidemyyntimö	43
4 Palvelujen asiakaslähtöisyys	49
4.1 Asiakaslähtöinen palvelutarjooma	53
4.2 Palvelun laatu on asiakastyytyväisyyttä	54
4.3 Asiakasosaaminen ja asiakkuusosaaminen	55
4.4 Asiakaskokemus	58
4.5 Asiakkuudet suhdestrategian näkökulmasta	60
4.6 Kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen rakentaminen oheispalvelujen avulla - Finlandia Trophy 2014	62
4.7 Teatteripalvelu Oivan asiakaspalvelun prosessionalyysi	69
5 Kulttuuripalvelun tuotteistaminen	73
5.1 Palvelun kehittämisprosessi ideoinnista tuotteistamiseen	74
5.2 Palvelujen tuotteistaminen	75
5.3 Tuotteistamisen asteet	81
6 Kulttuuripalvelujen kehittämiseen soveltuvat menetelmät	82
6.1 Palvelun käytettävyyden testaaminen	84
6.2 Palveluidean määrittämisen tavat	85
6.3 Palvelun tuotantokonseptin laatiminen	86
6.4 Palvelumallin laatiminen	87
6.5 Käytäntöön soveltaminen	87
6.6 Strategiasuunnittelu ja tulevaisuusvisiointi	88
6.7 Asiakkaiden osallistuminen kehittämistyöhön	92
6.8 Lineaarinen malli	93
6.9 Spiraalimalli	94
6.10 Palveluprosessin kuvaaminen - blueprinting.	97
7 Palvelumuotoilu	102
7.1 Palvelumuotoilun prosessi	110
7.2 Palvelumuotoilu Aleksanterin teatterissa	112
7.3 Kulttuuristen hyvinvointipalvelumallien kehittämisprosessi - Kartanokylpylä Kaisankoti	116
7.4 Palvelu osana Hel Yes! -tapahtumaa - Moniaistillinen ruokaa ja muotoilua yhdistävä elämys	122
7.5 Katutaideyritys kuluttajamarkkinoille - Omanimi Productions Oy:n tapaus	124
7.6 Työväen Näyttämöiden Liitto - palveluorganisaation kehittäminen	131
7.7 Helsinki Poetry Jam - palvelumuotoiluprosessi	143
8 Lopuksi	145
LÄTEET	146
Liitteet	
Liite 1. Liitteen nimi	
Liite 2. Liitteen nimi	

Kuvio 17. Kirjan lopullinen sisällysluettelo ja rakenne.

Kolmannessa vaiheessa muodostui oppikirjan lopullinen rakenne, jossa on useampi opinnäytetyöntekijä, teorialuvut ja tapauksenkuvaus tuloksineen.

Dokumenttianalyysi kuuluu tuotekehitysprosessissa luonnosteluvaiheeseen. Tuote kehittyi dokumenttianalyysin myötä saaden rakenteensa. Dokumenttianalyysin tuloksena syntyi kirjan sisällysluettelo, rakenne ja ensimmäinen käsikirjoitus kirjasta (liite 1) jatkotyöstettävään muotoon.

7 Pohdinta

Opinnäytetyön tuloksena syntyi vaatimuksia siitä, minkälainen kirjan tulisi olla sekä kirjan rakenne, sisällysluettelo ja ensimmäinen käsikirjoitus (liite1). Tuotekehitysprosessi eteni yhteistyössä opinnäytetyön tilaajan ja kirjan toimittajan Laura-Maija Heron kanssa.

Sisältöön liittyvät tulokset	Muotoon liittyvät tulokset	Julkaisuun ja lanseeraukseen liittyvät tulokset
<ul style="list-style-type: none"> - Kertoo kulttuurituotannon ammatista - Selkeä jaottelu aihealueittain - Napakka sisältö, ei jaa-ritteltua - Helppo- ja nopealukui-nen - Ranskalaisia viivoja ja kuvia - Tietoa opinnäytetöiden tekovaiheista - Mahdollisuus tavoittaa opinnäytetöiden kirjoittajat - Perusteluja, miksi kysei-set opinnäytetyöt ovat valittu - Vinkkejä tuleviin opin-näytetöihin - Uusien, innovatiivisten ja hyväksi todettujen käy-täntöjen esittelyä - Selkeä sisällysluettelo, josta ilmenee artikkelei-den sivunumerot, nimet ja kirjoittajat 	<ul style="list-style-type: none"> - Pieni koko (esimerkiksi A5) - Pehmeät kannet - Kirjanmerkkinaru - Muistiinpanomahdolli-suus kappaleisiin - Mainoslehtinen - Hyvännäköinen ulkoasu - Lehtimuoto - Artikkelimainen ja lehti-mäinen ulkoasu - Muistiinpanomahdolli-suus lopussa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Julkaistaan sähköisenä ja painettavana vihkona - Halpoja painettavia, jotta voi jakaa tuleville työnan-tajille - Äänikirja - Sähköinen versio pdf-muotoinen tiedosto, josta voisi etsiä otsikoita haku-sanoilla (siirtymisruutu) - Muokattavissa oleva säh-köinen versio (keskustelu-alusta) - Lanseeraustilaisuus - Markkinoi kulttuurituotan-non ammattilaisia ja opis-kelijoita - Julkaistu sekä pdf-doku-menttina että painettuna lehtenä.

<ul style="list-style-type: none"> – Selkeä toistuva rakenne jokaisessa kappaleessa – Sopivan mittaiset tiiviit artikkelit – Suuri otsikko ja selkeä artikkelia esittelevä ingressi kappaleissa – Lukemista auttavat väliotsikot – Kirjoittajan esittely ja kuva kirjoittajasta kappaleissa – Lähteet merkitty selkeästi, mutta ei liian hallitsevasti jokaiseen kappaleeseen – Asiasisältöä havainnollistavat kuvat – Yhden teorian alle useampi tapauskuvausartikkeli. 		
--	--	--

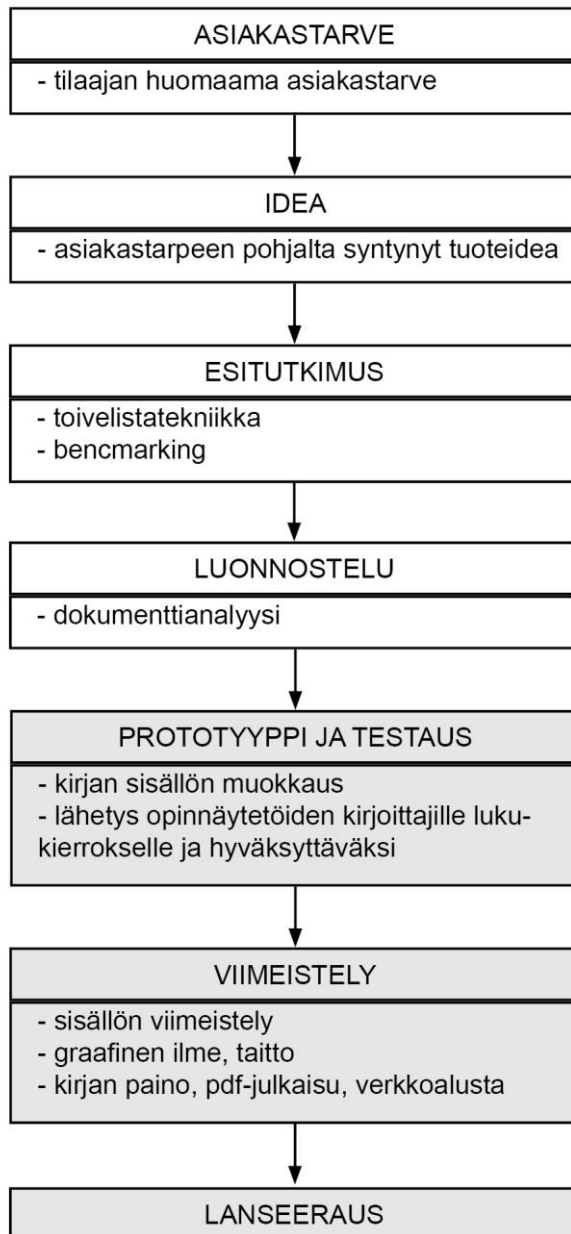
Taulukko 4. Opinnäytetyön toivelistamenetelmän ja benchmarkingin tulokset tiivistetyssä muodossa.

Tuloksien perusteella suosittelen, että kirja olisi sisällöltään napakka, artikkeleiden tulisi olla tiiviitä sekä kirjan on oltava nopea- ja helppolukuinen. Kirjan tulisi antaa selkeä ja käytännöllinen kuva kulttuurituottajan ammatista. Lisäksi kirjan tulisi antaa tietoa opinnäytetöiden tekovaiheista sekä perusteluja miksi kyseiset opinnäytetyöt on valittu ja miten niiden tekijöihin saisi yhteyden. Kirja voisi myös tarjota vinkkejä uusien opinnäytetöiden aiheisiin. Kirja voisi esitellä tapausesimerkkien avulla innovatiivisia ja hyväksi todettuja käytäntöjä.

Kirjaan kannattaa tulosten perusteella laatia selkeä sisällysluettelo, josta ilmenee artikkeleiden nimet, sivunumerot ja kirjoittajan nimi. Jokaisessa kappaleessa tulisi olla selkeä ja toistuva rakenne. Suuret otsikot ja kappaletta esittelevät ingressit helpottavat lukijan tiedonetsintää. Lukemista auttavat myös väliotsikot. Lisäksi kirjaan kannattaa laittaa ymmärtämistä helpottavia asiasisältöä havainnollistavia kuvia ja nopeasti luettavia ranskalaisia viivoja. Lähteet voisi mahdollisesti merkitä jokaisen kappaleen loppuun sivuun selkeästi, mutta ei liian hallitsevasti.

Muotoon liittyvien tulosten perusteella fyysisen kirjan tulisi olla pienen kokoinen, esimerkiksi kokoa A5. Siinä voisi olla pehmeät kannet, kirjanmerkkinaru ja muistiinpanomahdollisuus kappaleissa. Kirjan ulkomuoto voi olla myös mahdollisesti lehden tyyppinen. Tärkeää on kirjan graafinen ilme ja ulkonäkö.

Oppikirjan julkaisuun ja lanseeraukseen liittyen suosittelen tulosten perusteella, että kirja julkaistaan parhaassa tapauksessa kolmessa eri muodossa: painettuna fyysisenä kirjana, pdf-julkaisuna sekä muokattavissa olevana sähköisenä versiona. Fyysisen kirjan tulisi olla halpa painettava, jotta niitä voisi mahdollisesti jakaa esimerkiksi tuleville työntantajille. Pdf-julkaisuun olisi kannattavaa sisältää siirtymisruutuja, joiden mukaan voi etsiä otsikoita ja sisältöä. Muokattavissa oleva sähköinen versio voisi olla esimerkiksi blogityylinen alusta, jossa on kommentointimahdollisuus. Sinne opinnäytetöiden kirjoittajat ja kirjojen lukijat voisivat kommentoida ja jakaa tietoa. Näin kirja pysyy ajan tasalla ja sinne voi linkittää uusimpia tutkimustuloksia. Kirjaa voi käyttää kulttuurituottajien markkinointiin ja kouluttamiseen sekä lisäksi se tarjoaa viimeisintä tutkimustietoa kulttuurialan "kentältä". Kirjan julkaisusta voisi pitää myös lanseeraustilaisuuden, jotta kirjan julkaisu saa näkyvyyttä.



Kuvio 18. Oppikirjan tuotekehitysprosessin viimeiset vaiheet. (mukaiillen Jaakkola & Tunkelo 1987, 89; Cagan & Vogel 2003, 169; Välimaa ym. 1994, 25).

Tuotekehitysprosessin kaksi ensimmäistä vaihetta asiakastarve ja idea olivat toteutuneet tilaajan toimesta. Opinnäytetyöni on rajattu käsittelemään tuotekehitysprosessin esitutkimus- ja luonnosteluvaiheita. Tilaajalle jää toteutettavaksi tuotekehitysprosessin kolme viimeisintä vaihetta eli prototyyppi ja testaus, viimeistely ja lanseeraus opinnäytetyöni pohjalta.

Seuraavaksi suosittelen kirjan sisällön muokkaamista, josta syntyy tuloksena ensimmäinen prototyyppi. Sisällön muokkaamisessa tulisi muokata teksteistä minä-muodot ja editoida teksti yhtenäiseen muotoon. Ehdotan, että sisällön muokkauksen jälkeen prototyyppi lähetetään opinnäytetöiden kirjoittajille luettavaksi ja hyväksyttäväksi. Kirjoittajilta voi myös samalla pyytää kommentteja, joiden mukaan tuote voidaan viimeistellä. Kirjojen teksti viimeistelyvaiheessa tulisi muokata tiiviiksi sekä helposti ja nopeasti luettavaksi. Kirjan sisällön tulisi kertoa teorian ja tapausesimerkkien keinoin miten konkreettisesti kehitetään ja tuotteistetaan palvelu. Kun tuote on viimeistelty, on vuorossa tuotteen lanseeraus.

Lähteet

Cagan, Jonathan; Vogel, Craig M. 2003. Kehitä kärkituote. Ideasta innovaatioksi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Hyysalo, Sampsa 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä. Tieto, tutkimus, menetelmät. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Jaakkola, Juhani; Tunkelo, Eino 1987. Tuotekehitys, Ideoista markkinoille. Espoo: Weilin+Göös.

Konkola, Riitta 2013. Metropolia Vuosikertomus 2013, Toimitusjohtajan katsaus. <<http://vuosikertomus.metropolia.fi/2013/fi/metropolia-lyhyesti/toimitusjohtajan-katsaus>> (Luettu 17.4.2015)

Mertanen, Virve 2007. Tietokirjoittajan käsikirja. Tampere: Vastapaino.

Metropolia 2013. <<http://www.metropolia.fi/haku/koulutustarjonta-nuoret-kulttuuri/kulttuurituotanto/>> (Luettu 12.5.2015)

Metropolia Ammattikorkeakoulu 2014. <<http://www.metropolia.fi/tietoa-metropoliasta/>> (Luettu 17.4.2015)

Ojasalo, Katri; Moilanen, Teemu; Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYPro.

Ristimäki, Seija; Aarnio, Virva; Heinonen, Joonas; Lehtimäki, Tapio; Marno, Heikki; Mäkelä, Juha; Mäkäräinen, Venni; Sainio, Joonas; Ståhl, Mirka; Taskinen, Anssi; Terho, Paula; Teräsvuori, Tuomas; Tihveräinen, Frans; Tuure, Heikki; Virtanen, Juuso; Välimäki, Johannes; Yli-Sipilä, Anna 2013. Lankinen, Pasi (toim.): TUUMIA. Makupaloja Metropolia Ammattikorkeakoulun insinööritöistä. Espoo: Metropolia digipaino

Suomen Kirjailijaliitto r.y. 2015. <<http://www.kirjailijaliitto.fi/kirjailijan-tyo/tekijanoikeus/>> (Luettu 11.5.2015)

Vilka, Hanna 2009. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Välimaa, Veikko; Kankkunen, Martti; Lagerroos, Olle; Lehtinen, Markku 1994. Tuotekehitys. Asiakastarpeesta tuotteeksi. Helsinki: Painatuskeskus Oy.

Toivelistatyöpajaan (16.10.2014) osallistuneet Metropolian kulttuurituotannon opiskelijat:

Anna Autio

Jimi Eloranta

Antti Hanhisuonto

Henna Hietala

Jutta Jääskö

Sanja Karppinen

Ulla Niemi-Pynttäre

Noora Palomäki

Julia Rantakari

Marjo Rinne