

# Asiakaslähtöinen palvelun kehittäminen palvelumuotoilun keinoin

CASE: Hyvinvointitapahtuma pohjoiskarjalaisille nais-  
yrittäjille

Noora-Emilia Hassinen

OPINNÄYTETYÖ  
Marraskuu 2020

Liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto  
Yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tutkinto-ohjelma

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto  
Yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tutkinto-ohjelma

HASSINEN, NOORA-EMILIA:

Asiakaslähtöinen palvelun kehittäminen palvelumuotoilun keinoin  
CASE: Hyvinvointitapahtuma pohjoiskarjalaisille naisyrittäjille

Opinnäytetyö 71 sivua, joista liitteitä 18 sivua  
Marraskuu 2020

---

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä toteutettiin asiakaslähtöisen kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessin ensimmäinen osa. Palvelumuotoiluprosessin ensimmäisen osan tavoitteena oli löytää ratkaisuvaihtoehtoja kysymykseen: ”Kuinka voimme tarjota pohjoiskarjalaisille naisyrittäjille hyvinvointipalveluita, joilla ennaltaehkäistään uupumista, tuetaan henkistä ja fyysistä hyvinvointia, mädalletaan avunpyytämisen kynnyksiä sekä edesautetaan menestystä yrittäjänä?”.

Kehitystarve nousi esiin opinnäytetyön tekijän eli kehittämishankkeen toteuttajan eli palveluntuottajan tarpeesta luoda palvelu, jota hän voisi tulevaisuudessa lähteä toteuttamaan yrityksensä liiketoimintana tai sen osana. Palvelun täytyi vastata palveluntuottajan osaamista, joten palvelu rajattiin pohjoiskarjalaisille naisyrittäjille suunnatuksi hyvinvointitapahtumaksi.

Opinnäytetyön keskeiset teoriat koskivat palvelumuotoilua. Lisäksi opinnäytetyössä analysoitiin naisyrittäjien työhyvinvoinnin haasteita kokooma-artikkeleiden, yritysbarometrien, yrittäjägallupien ja muiden tutkimuksien avulla.

Palvelumuotoiluprosessissa hyödynnettiin IDEO.org:n julkaiseman Design Kit:n ihmiskeskeisen muotoilun työkaluja. Näiden pohjalta palvelumuotoiluprosessin ensimmäisen osan eli opinnäytetyön lopputuloksena syntyi naisyrittäjille suunnatun hyvinvointitapahtuman raamit.

---

Asiasanat: palvelumuotoilu, muotoiluajattelu, hyvinvointipalvelu, naisyrittäjä

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Entrepreneurship and Team Leadership

HASSINEN, NOORA-EMILIA:  
Customer-centric Service Development Using the Service Design Methods  
Case: Wellness Event for North Karelian Female Entrepreneurs

Bachelor's thesis 71 pages, appendices 18 pages  
November 2020

---

In this functional thesis, the first part of the service design process of customer-centric service development was implemented. The aim of the first part of the service design process was to find solutions to the question: "How can we provide North Karelian female entrepreneurs with wellness services that prevent fatigue, supports mental and physical wellbeing, lowers the threshold for asking for help as well as contributes to success as an entrepreneur?".

The need for this service development arose from the need of the author of the thesis i.e. the implementer of the development project and the service provider to create a service that she could implement as a part of her business. The service had to match the competence of the service provider, so the service was limited to a wellness event for North Karelian female entrepreneurs.

The main theories of the thesis concerned service design. In addition, female entrepreneurs' challenges with well-being at work were analyzed through review articles, business barometers, entrepreneurial polls, and other researches.

In the service design process, the human-centered design tools of the Design Kit published by IDEO.org were utilized. Based on these, the first part of the service design process i.e. the thesis resulted in the framework of a wellness event for female entrepreneurs.

---

Key words: service design, design thinking, wellness service, female entrepreneur

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	ASIAKASLÄHTÖINEN PALVELUN KEHITTÄMINEN .....	8
2.1	Palvelumuotoilu tuottaa kilpailuetua .....	8
2.2	Palvelumuotoilulla tuotetaan arvoa käyttäjälle .....	11
2.3	Muotoiluajattelu tukee asiakaslähtöistä palvelun kehittämistä .....	12
2.4	Naisyrittäjien työhyvinvoinnin haasteet .....	14
2.5	Keskeiset käsitteet .....	18
3	KEHITTÄMISHANKKEEN PALVELUMUOTOILUPROSESSI .....	20
3.1	Määrittelyvaihe .....	24
3.2	Tutkimusvaihe .....	27
3.3	Suunnitteluvaihe.....	35
4	TULOKSET .....	40
5	POHDINTA JA YHTEENVETO .....	46
	LÄHTEET .....	50
	LIITTEET .....	54
	Liite 1. Frame your design challenge (Frame your design challenge n.d.) 54	
	Liite 2. Ansioluettelo.....	55
	Liite 3. Facebook-tapahtuman kansikuva.....	56
	Liite 4. Facebook-tapahtuman esittelyteksti .....	57
	Liite 5. Facebook-tapahtuman päivitykset.....	58
	Liite 6. LIEKKI-päivän mainos/infokirje.....	60
	Liite 7. Hyvinvointitapahtuman prototyyppi.....	61
	Liite 8. Yksilöhaastattelu 1 .....	62
	Liite 9. Yksilöhaastattelu 2 .....	64
	Liite 10. Yksilöhaastattelu 3 .....	66
	Liite 11. Yksilöhaastattelu 4 .....	68
	Liite 12. Yksilöhaastattelu 5 .....	70

## 1 JOHDANTO

Lähes neljännesosa yrittäjistä kokee olevansa yllirasittunut tai lähellä loppuun palamista (Hyry 2020a, 3–5). Naisyrittäjien työhyvinvoinnilla on tärkeä merkitys kansantaloudelle, sillä naisyrittäjien työhyvinvoinnilla edistetään yritysten menestystä, kasvua ja korkeaa työllisyyttä Suomessa (Jokio ym. 2018, 130). Tutkimusten mukaan naisyrittäjät hyödyntävät puutteellisesti työterveyshuoltoa työhyvinvointinsa tukemiseen. Tilanteen parantamiseksi palvelujen saatavuutta, hintaa sekä korvattavuutta on kehitettävä. (Jokio ym. 2018, 130.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on löytää ratkaisuvaihtoehtoja kysymyksen: ”Kuinka voimme tarjota pohjoiskarjalaisille naisyrittäjille hyvinvointipalveluita, joilla ennaltaehkäistään uupumista, tuetaan henkistä ja fyysistä hyvinvointia, madalletaan avunpyytämisen kynnyistä sekä edesautetaan menestystä yrittäjänä?”.

Opinnäytetyön tavoitteena on toteuttaa asiakaslähtöisen kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessin ensimmäinen osa (kuvio 5). Palvelumuotoiluprosessin ensimmäisen osan tavoitteena on tuottaa lopputulos, jonka pohjalta opinnäytetyön tekijä eli kehittämishankkeen toteuttaja ja palveluntuottaja voi palvelumuotoiluprosessin toisessa osassa lähteä jatkokehittämään saatua lopputulosta yritystoimintansa palveluksi. Palvelumuotoiluprosessin aikana kehitettävän palvelun on vastattava kehittämishankkeen toteuttajan eli palveluntuottajan osaamista, jotta hän voi tulevaisuudessa tarjota sitä palvelunaan.

Kehittämishankkeen toteuttaja on koulutukseltaan luonto- ja elämystoimintaan erikoistunut nuoriso- ja vapaa-ajanohjaaja sekä kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin erikoistunut LCA Life coach® eli ratkaisukeskeinen valmentaja. Joulukuussa 2020 hän valmistuu Tampereen ammattikorkeakoulun Proakatemiasta yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tradenomiksi (AMK). Viimeiset kolme vuotta palveluntuottaja on toiminut tiimiyrittäjänä Promisia Osk:ssa. Palveluntuottajan vahvinta osaamisalaa ovat valmentaminen, kouluttaminen, ohjaaminen, tapahtumatuotanto, palvelumuotoilu ja asiakaspalvelu. Palveluntuottajan tulevaisuuden tavoitteena

on yhdistää liiketoiminnassa kokonaisvaltainen hyvinvointi, valmentaminen, luonnon terveysvaikutukset sekä yrittäjyystaidot. Näiden tietojen valossa opinnäytetyön tarkoituksiksi syntyi asiakaslähtöisen hyvinvointipalvelun kehittäminen palvelumuotoilun keinoin.

Kehittämishankkeen kohderyhmäksi valikoituivat naisyrittäjät, sillä palveluntuottaja halusi kohderyhmäksi palvelunkäyttäjät, jotka todella hyötyisivät kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin tukemiseen tarkoitetusta palvelusta. Kohderyhmää tarkennettiin koskemaan pohjoiskarjalaisia naisyrittäjiä, sillä palveluntuottaja kokee luontevaksi tarjota palvelua alkuun alueelle, jonka kulttuuria ja ihmisiä ymmärtää taustansa vuoksi parhaiten. Palveluntuottaja on kotoisin Pohjois-Karjalasta.

Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestön eli OECD:n mukaan palvelusektorin osuus OECD:n jäsenmaiden talouksien työllisyys- ja tuotantorakenteesta on jo noin 70 % ja palvelusektorin osuus kasvaa entisestään (Wöfl 2005, 7). Myös Tilastokeskuksen Kansantalouden tilinpidon mukaan suurin osuus Suomen bruttoarvonlisäyksestä on palveluiden osuus eli 69,4 % (Tilastokeskus 2020).

Palvelumuotoilu valikoitui kehittämishankkeen menetelmäksi, sillä palvelumuotoilulla voidaan vastata näitä palveluita kohtaan kasvaneisiin odotuksiin ja sillä voidaan kasvattaa yrityksen kilpailukykyä (Wrigley, Nusem & Straker 2020, 125, 127; Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 33). Palvelumuotoilua pidetään strategisena liiketoimintaresurssina, sillä sen avulla pystytään tarjoamaan ongelmiin ratkaisuja, joissa yhdistyy analyyttisyys, empatia, luovuus ja rationaalisuus (Wrigley ym. 2020, 126).

Palvelumuotoilun tarkoituksena on lisätä uusien palveluiden arvoa käyttäjälähtöisellä ja muotoiluosaamisen yhdistävällä palveluiden kehittämisellä (Tikka & Gävert 2018, 135; Miettinen 2011, 10–11, 13, 24; Tuulaniemi 2011, 13, 24). Käyttäjälähtöisellä ajattelulla tarkoitetaan, että palveluidenkäyttäjän näkökulma tuodaan palveluiden kehittämisen keskiöön (Miettinen 2011, 13). Palvelumuotoilussa hyödynnetään muotoiluajattelua, jolla pyritään yhdistämään käyttäjien tarpeet ja odotukset sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi kokonaisuuksiksi (Wrigley ym. 2020, 126; Brown 2019; Koivisto ym. 2019, 232; Tikka & Gävert 2018, 135; Tuulaniemi 2011, 25).

Kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessissa hyödynnetään IDEO.org:n ihmiskeskeisen muotoilun tukemiseen suunniteltua Design Kit -työkalupakkia. Design Kitin työkalut tukevat asiakaslähtöistä suunnittelua, vapauttavat luovuutta ja auttavat innovatiivisten ratkaisujen löytämisessä, asiakaskeskeisin menetelmin. (Methods n.d.) Design Kit:n materiaalit valikoituivat kehittämishankkeen työkaluiksi, sillä ne vastaavat kehittämishankkeen asiakaslähtöisen kehittämisen tarpeeseen ja ne tukevat erinomaisesti palvelumuotoiluprosessille ominaista divergentin ja konvergentin ajattelun yhdistämistä.

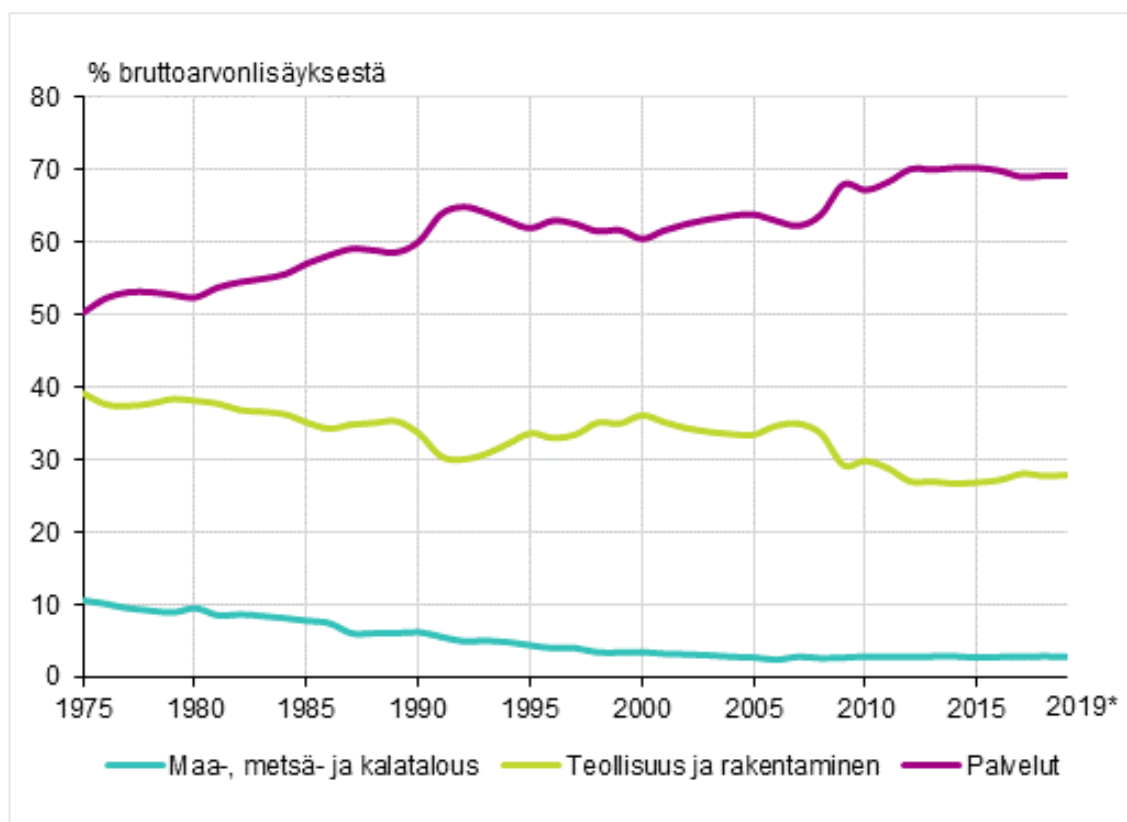
## 2 ASIAKASLÄHTÖINEN PALVELUN KEHITTÄMINEN

### 2.1 Palvelumuotoilu tuottaa kilpailuetua

Tuulaniemen (2011, 24) mukaan nykyinen kulttuurillinen, taloudellinen ja sosiaalinen murros vaatii meiltä palvelumuotoilun osaamista. Palveluiden merkitys kasvaa koko ajan, sillä kulttuurillisten ja sosiaalisten muutoksien vuoksi tarvitsemme entistä enemmän palveluita arkipäiväisessä elämässämme, ja odotuksemme palveluita kohtaan ovat kasvaneet. Elämme Suomessa jälkiteollisessa ajassa eli suurin osa bruttokansantuotteestamme tulee jo palveluliiketoiminnasta, ja palveluiden merkitys taloudelle kasvaa entisestään. (Koivisto ym. 2019, 17; Honkatukia, Tamminen & Ahokas 2014, 1–2; Tuulaniemi 2011, 22–24.) Brownin ja Katzin (2011, 381) mukaan kasvava kiinnostus palvelumuotoilua kohtaan nousee tästä väistämättömästä muutoksesta teollisesta aikakaudesta kohti tieto- ja palveluyhteiskuntaa.

Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen mukaan Suomen talouden ja talouskasvun kannalta on keskeistä, että Suomessa tuotetut palvelut ovat tulevaisuudessakin innovatiivisia ja kilpailukykyisiä (Honkatukia ym. 2014, 9). Tilastokeskuksen antaman ennakkotiedon mukaan vuonna 2019 palveluiden osuus Suomen bruttoarvonlisäyksestä on 69,4 %, teollisuuden ja rakentamisen osuus on 28 % ja maa-, metsä-, ja kalatalouden vain 2,7 %. Kuviossa 1 on nähtävillä Suomen talouden rakennemuutos vuosien 1975–2020 aikana. (Tilastokeskus 2020.) Tuulaniemen mukaan (2011, 29) palvelumuotoiluosaaminen on yksi keino lisätä näiden palveluiden kilpailuetua.





KUVIO 1. Talouden rakennemuutos (Tilastokeskus 2020).

Perinteisellä tuotantotalousajattelulla ei enää pärjätä kansainvälisessä kilpailussa, vaan siihen tarvitaan palveluiden ja asiakaskokemuksen suunnittelua eli muotoilua (Tikka & Gävert 2018, 7). Palvelumuotoilulla voidaan vastata palveluita kohtaan kasvaneisiin odotuksiin, kansainvälisen kilpailun haasteisiin ja jälkiteollisen ajan tarpeisiin (Koivisto ym. 2019, 17, 33, 236). Muotoilun lisääminen organisaation strategiaan on yksi keino lisätä innovaatioita ja kilpailukykyä (Wrigley ym. 2020, 125, 127). Miittisen (2011, 10) mukaan yhä useammat menestyvät kansainväliset yritykset soveltavat käyttäjälähtöisen kehittämisen menetelmiä liiketoiminnassaan.

Muotoilukeskeisessä yrityskulttuurissa keskitytään erityisesti käyttäjien emotionaalisiin kokemuksiin. Muotoilukeskeinen yritys havainnoi käyttäjien käyttäytymistä, jotta empaattista ymmärrystä voidaan rakentaa käyttäjien toiveiden ja tarpeiden pohjalta. Muotoilukeskeisessä yrityksessä käytetään kvantitatiivisten sanojen sijaan tunnesanoja kuvaamaan käyttäjän toiveita, tarpeita ja kokemuksia palvelusta tai tuotteesta. Muotoilu- ja käyttäjakeskeisessä yrityksessä strategisia päätöksiä tehtäessä keskitytään operatiivisten hyötyjen sijaan käyttäjien tarpei-

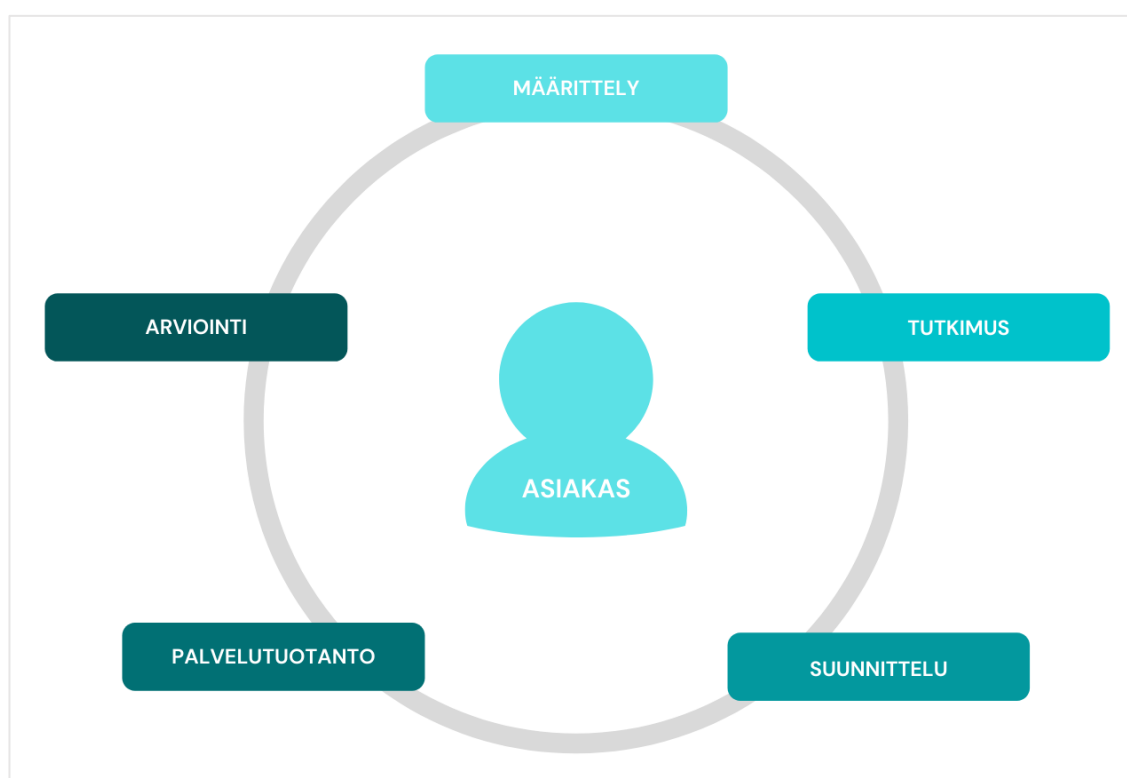
siin ja kuinka päätöksillä vaikutetaan positiivisesti käyttäjän kokemuksiin. Muotoilukeskeisessä kulttuurissa luodaan konkreettisia malleja eli prototyyppejä monimutkaisten ongelmien tutkimiseksi, määrittelemiseksi ja kommunikoimiseksi. Muotoilukeskeiset yritykset eivät ole arkoja ideoimaan uutta ja testaamaan prototyyppejään nopeasti käytännössä. He tietävät, että onnistuminen vaatii myös epäonnistumista. Prototyypit voivat olla mallinnuksia uusista ideoista, tuotteista tai palveluista. Prototyyppien testaamisen eli prototypoinnin avulla voidaan lisätä käyttäjäymmärrystä ja löytää vaihtoehtoisia tapoja tarkastella ongelmaa ja siihen sopivia ratkaisuja. (Kolko 2015, 4–5.)

Yritykset ja asiantuntijaorganisaatiot pyrkivät yhä enemmän luomaan muotoilukeskeisiä kulttuureja. Muotoilukeskeisen kulttuurin omaksuminen ei ole helppoa, vaan se vaatii yrityksiltä moninaista kyvykkyyttä sekä aikaa muutokselle. (Kolko 2015, 5, 7.) Muotoilukeskeisen kulttuurin rakentuminen vaatii vahvaa johtajuutta, henkilökuntaa, jolla on mentaliteettia innovatiivisen kulttuurin omaksumiseen ja asianmukaisia taitoja sekä kykyä sopeutua ja kehittyä muutoksessa (Wrigley ym. 2020, 125). Johtajilla on suuri vastuu yrityskulttuurin luomisesta, jossa työntekijät voivat ottaa sosiaalisia riskejä esittämällä puolivalmiita ideoitaan, kokematta pelkoa julkisesta nolaamisesta (Kolko 2015, 5). Muotoilukeskeisessä yrityskulttuurissa täytyy olla valmis hyväksymään enemmän epävarmuutta, sillä kokemuksiin ja luoviin kokeiluihin pohjautuvien ratkaisujen arvoa on lähes mahdotonta arvioida ennakkoon. Muotoilukeskeisyys vaatii riskinsietokykyä, sillä yleensä toteutetaan jotain innovatiivista, jota kukaan muu ei ole tehnyt aiemmin. (Kolko 2015, 7.)

Kolkon (2015, 6) mukaan jokaisen tuotteista palveluiden tuottamiseen siirtyneen yrityksen on keskityttävä käyttäjäkokemukseen ja kyettävä määrittelemään ongelma taitavasti, kokeillen erilaisia ratkaisuja. Tärkeää on ymmärtää, että muotoilu ei ratkaise kaikkia ongelmia, vaan se tarjoaa työkaluja monimutkaisten ongelmien ymmärtämiseen ja innovaatioiden luomiseen (Kolko 2015, 7).

## 2.2 Palvelumuotoilulla tuotetaan arvoa käyttäjälle

Palvelumuotoilun tarkoituksena on lisätä uusien palveluiden arvoa ja kehittää jo olemassa olevia palveluita käyttäjälähtöisellä ja muotoiluosaamisen yhdistävällä palveluiden kehittämisellä (Tikka & Gävert 2018, 135; Miettinen 2011, 10–11, 13, 24; Tuulaniemi 2011, 13, 24). Käyttäjälähtöisyys tarkoittaa sitä, että käyttäjä eli asiakas on palvelun kehittämisen keskiössä (Koivisto ym. 2019, 229; Tikka & Gävert 2018, 134; Miettinen 2011, 13). Kuviossa 2 kuvataan, kuinka palveluntuottaja näkee asiakkaan olevan kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessin kaikkien vaiheiden keskiössä. Kuva on opinnäytetyön tekijän tuotos, joten siinä ei ole lähdetietoja.



KUVIO 2. Asiakaslähtöisyys kehittämishankkeessa

Palvelumuotoilu lähtee liikkeelle käyttäjien inhimillisten tarpeiden, tunteiden, toiminnan ja motiivien kokonaisvaltaisesta ymmärtämisestä (Miettinen 2011, 13). Palvelumuotoilu on konkreettista toimintaa, jossa yhdistetään muotoilun menetelmin käyttäjien tarpeet ja odotukset sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palvelukokonaisuuksiksi (Tikka & Gävert 2018, 135; Tuulaniemi 2011, 25).

Palvelumuotoilussa palveluiden kehittämistä ja innovointia lähestytään systemaattisesti, analyyttisesti ja intuitiivisesti. Intuitiivisella näkökulmalla pyritään siihen, että nähdään asiat, jotka eivät ole vielä olemassa eli mitä tulevaisuudessa voisi olla tai tapahtua. Analyttisessä näkökulmassa keskitytään asioihin, jotka ovat loogisesti pääteltävissä eli esim. dataan, tosiasioihin ja asiakas- ja markkinatutkimuksista saataviin tietoihin. (Tuulaniemi 2011, 10–11.)

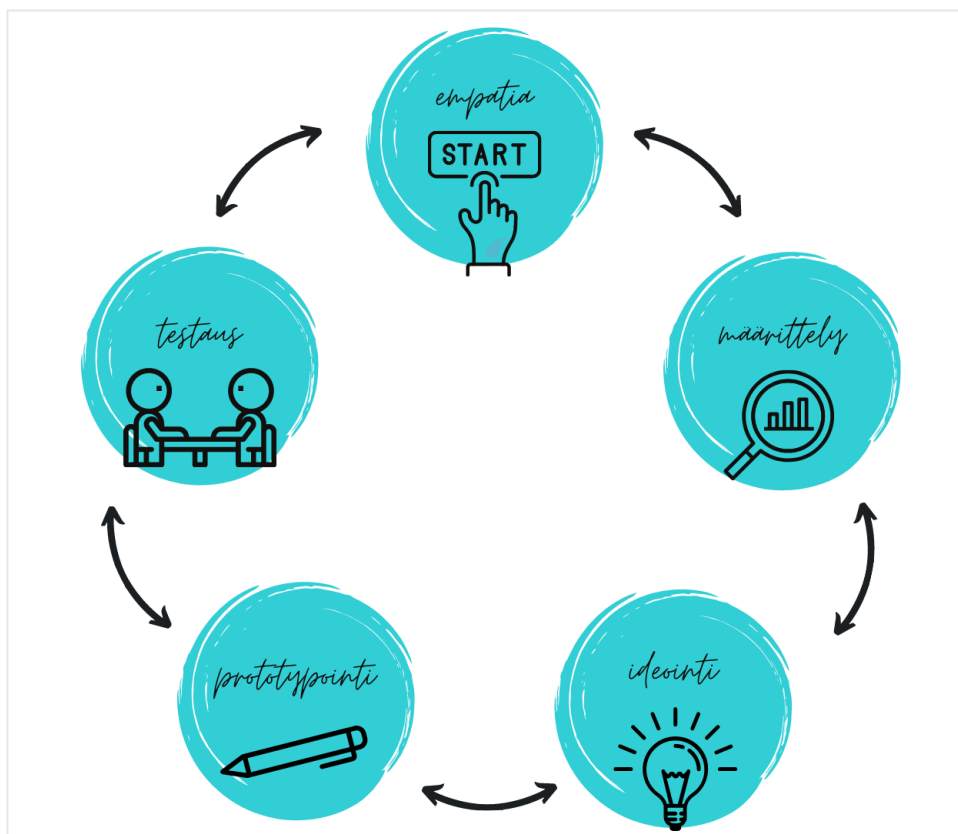
Palvelumuotoilussa arvon tuottamiseen pyritään tuomalla tuotteen- tai palvelun käyttäjä kehittämisen keskiöön (Miettinen 2011, 13; Tuulaniemi 2011, 26). Arvo, jota käyttäjille pyritään tuottamaan, on hinnan ja hyödyn välinen suhde. Se ei siis välttämättä ole rahallista arvoa, vaan esimerkiksi hyödyllisyys, jonka asiakas on palvelusta kokenut. Arvo ei ole aina absoluuttista, vaan se on aina riippuvainen käyttäjän aiemmista kokemuksista. Ihminen kokee saavansa arvoa, jos hänen ongelmansa pystytään ratkaisemaan tarjolla olevalla palvelulla. (Tuulaniemi 2011, 30–31.) Tuulaniemen (2011, 156) mukaan yrityksen asiakkaiden arvonmuodostuksen ymmärtäminen on erityisen tärkeää erinomaisen asiakaskokemuksen tuottamisen kannalta. Runcien (2020) mielestä nopea digitaalinen, biologinen ja teknologinen kehitys edellyttää organisaatioilta sopeutumista ja uusien toimintatapojen omaksumista, jotta asiakkaan tarpeet ovat aina ratkaisujen kehityksen keskiössä.

### **2.3 Muotoiluajattelu tukee asiakaslähtöistä palvelun kehittämistä**

Muotoiluajattelu on osa palvelumuotoiluprosessia. Se on toimintamalli, jonka tarkoituksena on yhdistää luovuus, empatia ja rationaalisuus läpi koko muotoiluprosessin. (Tikka & Gävert 2018, 135; Kreapal n.d., 27.) Muotoiluajattelua voidaan kuvata kognitiivisiksi prosesseiksi, joita hyödynnetään sidosryhmien tarpeiden tunnistamiseksi ja ongelmien ratkaisemiseksi (Wrigley ym. 2020, 126). Brownin ja Katzin (2011, 382) mukaan muotoiluajattelun tavoitteena on kääntää käyttäjistä tehdyt havainnot oivalluksiksi ja nämä oivallukset tuotteiksi tai palveluiksi, jotka parantavat käyttäjien elämää.

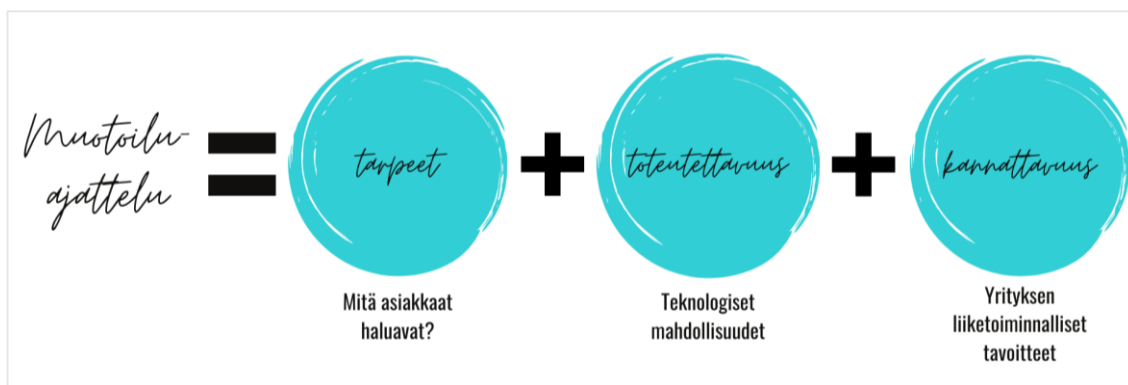
Muotoiluajattelua voidaan toteuttaa erilaisten menetelmien, kuten brainstormingin eli aivoriihien, sketchingin eli luonnostelun tai esimerkiksi observoinnin kautta.

Muotoilujattelu on iteratiivinen prosessi, jossa prosessin kulkusuuntaa voidaan hallitusti vaihtaa kesken prosessin. Muotoilujattelun vaiheita ovat empatia, määrittely, ideointi, prototyyppi ja testaus. (Wrigley ym. 2020, 126.) Vaiheita voidaan nimittää myös etsinnäksi, ideoinniksi, reflektoinniksi ja implementoinniksi (Sun 2020, 51). Muotoilujattelun prosessi on kuvattu kuviossa 3.



KUVIO 3. Muotoilujattelun prosessi (Dam & Siang 2020, muokattu)

Muotoilujattelun tarkoituksena on yhdistää asiakkaan tarpeet, teknologiset mahdollisuudet eli toteutettavuus ja yrityksen liiketoiminnalliset tavoitteet eli ratkaisun kannattavuus (Wrigley ym. 2020, 126; Brown 2019; Koivisto ym. 2019, 232; Tikka & Gävert 2018, 135; Tuulaniemi 2011, 25). Muotoilujattelussa yhdistyvät näkökulmat on esitetty kuviossa 4.



KUVIO 4. Muotoiluajattelun näkökulmat (What is design thinking? n.d., muokattu)

Kolkon (2015, 6) mukaan muotoiluajattelun täytyy olla muotoilukeskeisten yritysten ydinosaamista, sillä se on välttämätön työkalu kompleksisten ongelmien yksinkertaistamisessa ja inhimillistämisessä.

## 2.4 Naisyrittäjien työhyvinvoinnin haasteet

Asiakaslähtöisessä palvelun kehittämisessä erityisen tärkeää on kohderyhmän ymmärrys (Tuulaniemi 2011, 117, 142). Erityisesti naisyrittäjien hyvinvointia koskevia tutkimuksia on Suomessa tehty erittäin vähän. Tästä syystä kohderyhmän ymmärrystä kasvatettiin naisyrittäjiä koskevien tutkimusten ja artikkelien lisäksi yleisesti yrittäjien hyvinvointia käsittelevillä kokooma-artikkeleilla, yritysbarometreilla, yrittäjägallupeilla ja muilla tutkimuksilla.

### Yrittäjän jaksaminen ja avun hakeminen

Lokakuussa 2017 Yrittäjägallupiin vastanneista yrittäjistä 50 % on kertonut olevansa joskus yllirasittunut, 9 % on kertonut olevansa jatkuvasti yllirasittunut ja 3 % on kertonut olevansa lähellä loppuun palamista (Hyry 2020a, 4; Hyry 2017, 5). Vuoden 2020 maaliskuussa yrittäjistä 38 % on kertonut olevansa joskus yllirasittunut eli määrä on laskenut 12 % vuodesta 2017. Sen sijaan jatkuvasti yllirasittuneiden määrä on kasvanut 7 % vuodesta 2017 eli jatkuvasti yllirasittuneita on jo 16 % vastaajista. Myös lähellä loppuun palamista olevien yrittäjien määrä on kasvanut 5 % eli luku on näin ollen jo 8 % vastaajista. (Hyry 2020a, 4; Hyry 2020b, 4.) Tämä tarkoittaa, että vuonna 2020 jo lähes neljännes yrittäjistä eli 24 % on

kokenut olevansa ylirasittunut tai lähellä loppuun palamista. Vuonna 2017 vastaava luku oli vain puolet vuoden 2020 luvusta eli 12 %. (Hyry 2020b, 4.) Vuoden 2020 luvut kertovat huolestuttavaa tilannetta yrittäjien jaksamisesta.

Maaliskuussa 2020 yrittäjistä 57 % on arvioinut, että oma jaksaminen vaikuttaa yrityksen toimintaan paljon (Hyry 2020a, 6–7). Heistä 10 % oli hakenut apua työssäjaksamiseen (Hyry 2020a, 8). Vastaajilta kysyttiin, että keneltä he hakisivat apua, jos kokisivat jaksamisongelmia. Vastaajista 56 % kertoi, että puolisoilta, 44 % yrittäjäkollegoilta, 38 % ystävältä, 27 % työterveyshuollosta, 3 % konsultilta ja loput joltakin muulta, eivät keneltäkään tai eivät osanneet sanoa. (Hyry 2020a, 9). Luvut kertovat, että vain joka kymmenes yrittäjä hakee apua jaksamisen haasteisiin. Tärkeimpinä avunlähteinä pidettiin yrittäjäkollegoilta saatavaa vertaistukea sekä läheisiltä saatavaa apua.

Vuoden 2020 vastaukset eroavat paljon vuoden 2017 todellisuudesta. Vuonna 2017 vastaajista 9 % kertoi hakeneensa apua työssäjaksamiseen (Hyry 2017, 6). Heistä suurin osa eli 69 % oli hakenut apua terveydenhuollon ammattilaisilta, 56 % perheeltä ja ystävilta tai harrastuksista, 24 % yrittäjäverkostoista ja 20 % jostain muualta (Hyry 2017, 7).

Vuoden 2019 Yksinyrittäjäkyselystä ilmenee, että vastaajista vain joka viides viettää lomaa vuodessa neljä viikkoa tai enemmän (Hämeenniemi, Hellstén & Ketvel 2019, 3). Maaliskuussa 2020 Yrittäjägallupin vastaajista lähes puolet eli 44 % oli sitä mieltä, että ei koe voivansa pitää riittävästi lomaa. Viimeisen 12 kuukauden aikana vastaajista 36 % oli pitänyt lomaa yli neljä viikkoa tai neljä viikkoa ja 58 % oli pitänyt lomaa joko ei ollenkaan tai maksimissaan kolme viikkoa. (Hyry 2020a, 21–22.) Hyvinvointibarometrin vastaajista alle kolme viikkoa lomaa vuodessa pitäneet kokivat enemmän stressiä kuin muut (Lundell, Visuri & Luukkonen, 2014). Yksinyrittäjäkyselystä selviää, että 20 % eli joka viides yrittäjä-äideistä ei ole myöskään pitänyt perhevapaita (Hämeenniemi ym. 2019, 3).

### **Työterveyshuoltopalvelut**

Laitisen (2018, 24) mukaan yrittäjien työterveyshuoltopalvelujen järjestämisaste on paljon palkansaajia alhaisempi. Yrittäjägallupin vuoden 2020 tulokset kertovat,

että vastaajista 43 % kuuluu työterveyshuoltopalveluiden piiriin (Hyry 2020a, 23). Naisyrittäjien työhyvinvoinnista tehdyistä tutkimuksista ilmenee, että naisyrittäjistä 11 % on käyttänyt kuntoutuspalveluita ja työterveyspalvelujen kattavuus on erityisen heikkoa yksinyrittäjien keskuudessa. Tutkimuksen mukaan työn keskeytyksistä ja kiireestä kärsivät yksinyrittäjät kuuluivat muita yleisemmin työterveyshuoltopalvelujen piiriin. (Jokio ym. 2018, 130.)

Yrittäjille suunnatun työkyky ja -hyvinvointikyselyn mukaan yrittäjät kaipaavat lisää ennaltaehkäiseviä työterveyspalveluja hyvinvoinnin tueksi. Vastaajista 42 % kaipaa eniten neuvontaa ja ohjausta työhyvinvoinnin ja työkyvyn ylläpitämiseksi. Noin kolmannes vastaajista kaipasi myös ohjausta ja neuvontaa terveistä elämäntavoista. (Malinen 2010, 10–11.)

Tutkimusten mukaan yrittäjät kaipaavat tukea ajanhallintaan läpi alku-, kasvu-, vakiintumis- ja uudistumisvaiheiden. Lisäksi omaan hyvinvointiin ja terveyteen tarvittava tuki korostui erityisesti vakiintumis- ja uudistumisvaiheissa. (Elon yrittäjämittari 2018, 8.) Vakiintumisvaiheessa olevat yrittäjät kokivat huolta omasta jaksamisestaan ja terveydestään. Tutkimuksen mukaan vaikuttaa siltä, että kasvuvaiheessa suurikaan työmäärä ei vielä heikennä yrittäjän työhyvinvointia, mutta loppuun palamisen riski kasvaa, mikäli tilanne jatkuu pidempään. (Koli 2016, 4.)

### **Työstressi ja ylipitkät työpäivät**

Yrittäjiä kuormittavat tekijät ovat moninaisia, sillä kuormitusta aiheuttavat sekä yrittäjyyden kuormitustekijät, että työn ja ammatin yleiset vaatimukset (Laitinen 2018, 24). Yrittäjägallupiin vastanneiden keskuudessa suurin stressin aiheuttaja töissä oli ollut tulospaineet 44 %, toisena tulivat byrokratia ja kiire 36 % ja kolmantena työ- ja perhe-elämän yhteensovitus sekä henkilöasiakkaat 25 % (Hyry 2020a, 10–13). Tutkimusten mukaan liiallinen työn rasitus eli työstressi on yhteydessä kasvaneeseen masennusriskiin (Madsen ym. 2017, 1342).

Tutkimusten mukaan myös ylipitkillä työpäivillä eli yli 55 tunnin työviikoilla on yhteys masennusoireiden ilmaantumiseen (Virtanen ym. 2018, 239). Yrittäjägallupiin mukaan yli 44 % yrittäjistä tekee yli 50 tuntista tai pidempää työviikkoa (Hyry 2017, 4). Vuoteen 2020 mennessä tilanne on pysynyt lähes samanlaisena, kuin



vuonna 2017. Yrittäjägallupin vastaajista jopa 12 % kertoo tekevänsä 60–69 tuntia töitä viikossa ja 8 % vastaajista yli 70 tuntia. (Hyry 2020a, 15.) Myös yksinyrittäjäkyselyn tulosten mukaan yrittäjistä joka neljäs tekee töitä keskimääräisesti yli 50 tuntia viikossa (Hämeenniemi ym. 2019, 3). Hyvinvointibarometrin mukaan yli 49 tuntisia työviikkoja tehneet vastaajat arvioivat työkykynsä huonommaksi kuin muut ja kokivat enemmän stressiä kuin muut (Lundell ym. 2014). Yrittäjän viikoittaisia työtunteja käsittelevät tutkimustulokset vaikuttavat huolestuttavilta, sillä niistä paljastuu, että lähes puolet yrittäjistä kuuluu jo kasvaneen masennusriskin piiriin.

### **Mielenterveyden häiriöt**

Vuonna 2019 eläketurvakeskuksen tilaston mukaan mielenterveyden häiriöt olivat yleisin syy jäädä työkyvyttömyyseläkkeelle. Mielenterveyssyistä työkyvyttömyyseläkkeelle jäi 33 % työkyvyttömyyseläkkeensaajista. Työkyvyttömyyseläkkeelle jääneistä naisista 37 % jäi työkyvyttömyyseläkkeelle mielenterveyssyiden vuoksi, kun miesten vastaava luku oli 29 %. Mielenterveyssyistä työkyvyttömyyseläkkeelle jääneistä naisista 23 % jäi työkyvyttömyyseläkkeelle masennuksen vuoksi. Tämä tarkoittaa lähes joka neljättä työkyvyttömyyseläkettä saavaa naista. (Eläketurvakeskus 2020, 4, 16, 17.)

Tilastojen mukaan koulutus-, terveys- ja sosiaalialalla sekä tieteellisen toiminnan alalla mielenterveyshäiriöt ovat useammin sairauspoissaolon syynä, kuin tukku- ja vähittäiskaupan, majoitus- ja ravintolatoiminnan tai rakentamisen ja teollisuuden aloilla. Mielenterveydellisistä syistä aiheutuneiden sairauspoissaolojen määrä on kasvanut vuodesta 2016, vuoteen 2018 mennessä 35 %. (Terveystalo 2019.) Naisyrittäjät toimivat yleisimmin palvelualalla, kuten sosiaali- ja terveydenhuoltopalvelujen, liike-elämän tai koulutuksen parissa (Jokio ym. 2018, 130). Voi siis päätellä, että naisyrittäjät toimivat pääosin aloilla, joilla mielenterveyshäiriöihin sairastumisen riski on suurentunut.

## **Naisyrittäjien kokemukset**

Laineen (2018) mukaan yrittäjien taloudelliset huolet koettelevat voimakkaasti yrittäjien hyvinvointia ja erityisesti ne koskettavat yksinyrittäjiä. Yksinyrittäjien tulo- taso on matala, sillä yrittäjäkyselyyn vastanneista noin puolet on ilmoittanut bruttotulokseen alle 2 000 euroa kuukaudessa (Hämeenniemi ym. 2019, 2). Taloudellisten haasteiden vuoksi useat yrittäjät joutuvat venymään liian pitkään jak- samisen ja hyvinvoinnin kustannuksella. Laineen mielestä yrittäjä on itse vas- tuussa omasta jaksamisestaan ja hyvinvoinnistaan, sillä kukaan ei tule pysäyttä- mään heidän työntekoaan. (Laine 2018.)

Erlundin mukaan uupuminen uhkaa kaikkia yrittäjiä ja monesti siihen ajaa resurs- sien puute. Pienyrittäjällä ei Erlundin mukaan ole välttämättä riittävästi osaamista tai tietoa hankkia apua itselleen ajoissa. Hänen mukaansa avun hankkimista es- tää monella yrittäjällä ”pakko jaksaa” -asenne. Erlundin mielestä tästä avunpyy- tämisen häpeästä olisi päästävä eroon. (Mäkilä 2017.)

Lappalaisen mielestä vaikeinta uupumuksen keskellä oli, että yksinyrittäjänä lä- hellä ei ollut ketään, kenen kanssa purkaa raskaita asioita ja loman pitäminen oli hänen mielestään mahdotonta. Kokemansa uupumuksen jälkeen Lappalainen joutui lopettamaan yritystoimintansa. (Mäkilä 2017.) Työuupumuksen taustalla voi olla useita tekijöitä, kuten kohtuuton työmäärä, kiire, huono johtaminen, epä- selvät tavoitteet ja arvostuksen puute tai työtä hankaloittava byrokratia (Sarkki- nen 2019).

## **2.5 Keskeiset käsitteet**

### *Asiakaslähtöisyys*

Asiakas ja hänen tarpeensa ovat palveluiden, tuotteiden tai yritystoiminnan ke- hittämisen keskiössä (Koivisto ym. 2019, 229; Tikka & Gävert 2018, 134; Mietti- nen 2011, 13). Asiakaslähtöisyydestä voidaan käyttää myös termejä käyttäjä- ja ihmislähtöisyys.

### *Muotoiluajattelu*

Muotoiluajattelu on ihmiskeskeinen, luova ja iteratiivinen prosessi, jolla pyritään luomaan uusia ratkaisuja suunnitteluongelmiin (Sun 2020, 51). Muotoiluajattelussa yhdistetään asiakkaan tarpeet, ratkaisun toteutettavuus sekä ratkaisun kannattavuus yrityksen liiketoiminnan kannalta (Wrigley ym. 2020, 126; Koivisto ym. 2019, 232).

### *Prototyyppi*

Prototyyppi on konkreettinen mallinnus uudesta ideasta, tuotteesta tai palvelusta. Prototyyppi voi olla esim. analyttinen aineeton malli, fyysinen objekti, piirros tai digitaalinen tuotos. Prototyyppiä käytetään ideasta kommunikoimiseen. (Kolko 2015, 5; Miettinen 2011, 147.)

### *Prototypointi*

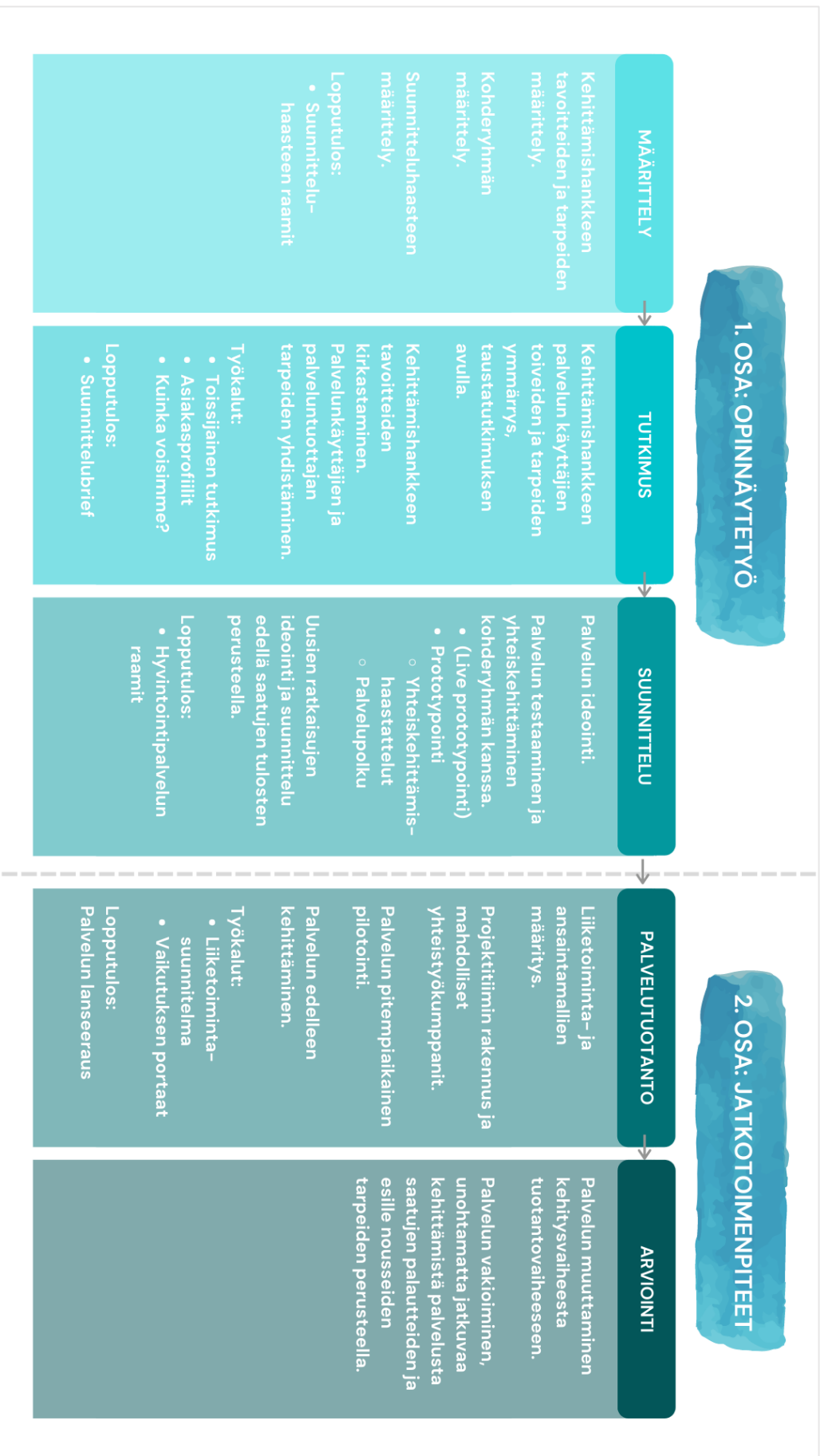
Prototypointi on prototyyppien eli erilaisten konkreettisten mallien testaamista. Prototypoinnilla testataan ideoiden toimivuutta yhdessä tuotteen- tai palvelun- käyttäjien kanssa. (Kolko 2015, 5.)

### *Yhteiskehittäminen*

Yhteiskehittäminen on palvelumuotoilussa käytettävä työtapo ja periaate. Yhteiskehittämisessä palvelun eri osapuolet osallistetaan palvelun kehittämiseen. (Tuulaniemi 2011, 116, 118.)

### 3 KEHITTÄMISHANKKEEN PALVELUMUOTOILUPROSESSI

Kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessin ensimmäinen osa etenee kuviossa 5 esitetyllä tavalla määrittelyvaiheesta, tutkimusvaiheeseen ja viimeisenä suunnitteluvaiheeseen. Palvelutuotanto- ja arviointivaiheet ovat kehittämishankkeen jatkotoimenpiteitä, jotka toteutetaan omana, tämän opinnäytetyön ulkopuolisena jatko-osana. Kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessin visuaalisen kuvauksen pohjana on käytetty Tuulaniemen (2011, 130–131) esittelemää palvelumuotoiluprosessia. Prosessia on muokattu vastaamaan paremmin juuri tämän kehittämishankkeen tarpeita, yhdistämällä eri vaiheisiin IDEO.org:n julkaiseman Design Kit:n ihmiskeskeisen muotoilun työkaluja.



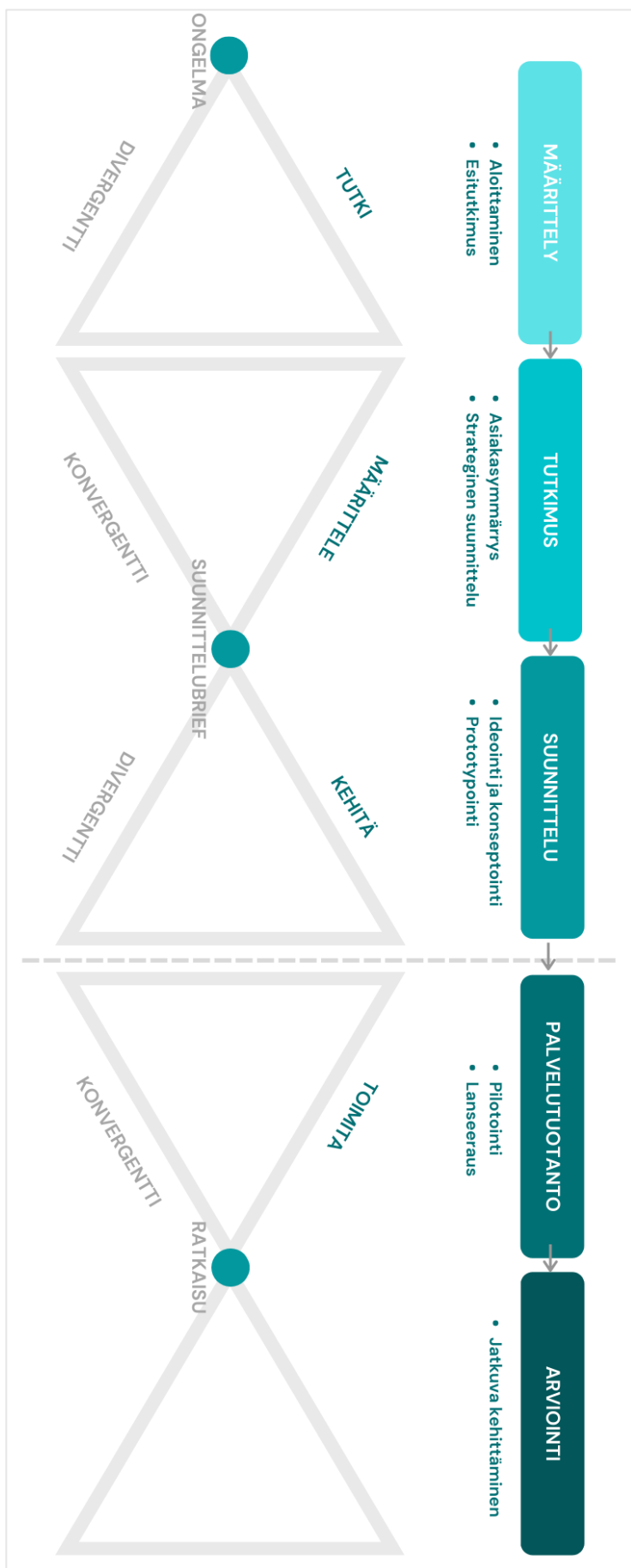
KUVIO 5. Kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessi (Tuulaniemi 2011, 130–131, muokattu)

Kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessin kuvaamiseen käytettiin myös palvelumuotoilun tunnetuinta prosessimallinnusta eli tuplatimanttia (kuvio 6). Tuplatimantti on Iso-Britannian suunnitteluneuvoston vuonna 2004 julkaisema prosessimallinnus palvelumuotoilulle. (What is the framework for innovation? 2015.)

Tuplatimantin tarkoituksena on tehdä ”näkyvätön” suunnitteluprosessi näkyväksi, jotta se olisi mahdollisimman helppo viestiä kaikille suunnitteluprosessin osapuolille. Strukturoidun prosessin tarkoituksena on herättää luottamusta ja varmuutta eri toimijoiden välillä. (Ball 2019; Drew 2019.)

Tuplatimantti rakentuu neljästä erillisestä vaiheesta: tutki, määrittele, kehitä ja toimita. Tutki-vaiheen tarkoituksena on kyseenalaistaa suunnitteluongelma ja siirtyä nopeasti etsimään lisätietoa käyttäjien tarpeiden tunnistamiseksi. Määrittele-vaiheessa tarkoituksena on ymmärtää aiempia havaintoja ja kuinka suunnitteluongelma ja käyttäjien tarpeet yhdistyvät. Määrittelyvaiheen tuotoksena on suunnittelubrief, jossa kuvataan selkeästi suunnitteluhaaste ja aiemmat oivallukset. Kehitä-vaiheessa etsitään mahdollisimman paljon erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja ongelmaan, testataan niitä ja muotoillaan uudestaan saatujen tulosten perusteella. Toimita vaiheessa valitaan yksi ratkaisuvaihtoehto, pilotoidaan sitä ja valmistellaan se lanseerausta varten. Timanttien muodot kuvaavat sitä, kuinka konvergentti ja divergentti ajattelu sopivat eri suunnitteluvaiheisiin ja kuinka ne yhdistyvät palvelumuotoiluprosessin kokonaisuudessa. Kuvanmukaisesti (kuvio 6) kaksi timanttia alkaa siis ongelmasta, yhdistyvät keskellä suunnittelubriefiin ja päätyvät lopulta ratkaisuun. (Ball 2019.)

Tuulaniemen palvelumuotoiluprosessissa ja suunnitteluneuvoston tuplatimantissa (kuvio 6) jotkin vaiheet kulkevat eri nimityksillä, mutta vaiheet ovat sisällöltään samanlaisia. Tässä opinnäytetyössä vaiheiden niminä käytetään Tuulaniemen määrittely-, tutkimus-, suunnittelu-, palveluntuotanto- ja arviointivaiheita.



KUVIO 6. Tuplatimantti kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessissa (Framework for innovation 2019, muokattu & Tuulaniemi 2011, 130–131, muokattu)

### 3.1 Määrittelyvaihe

Määrittelyvaiheen tavoitteena on lisätä kohderyhmän ymmärrystä sekä löytää luovia vaihtoehtoja ja mahdollisimman paljon erilaisia ratkaisuja suunnitteluongelmaan. Tavoitteeseen pyritään divergentillä ajattelulla eli laajentamalla katsontakantaa suunnitteluongelman ympärillä. (What is the framework for innovation? 2015.)

Kehittämishankkeen määrittelyvaiheen tarkoituksena on kyseenalaistaa ongelma, jota palveluntuottaja on lähdössä ratkaisemaan. Taustalla mietitään kysymyksiä:

- Onko ongelma oikeasti todellinen?
- Onko palvelun käyttäjien tarpeet todella ymmärretty?
- Kuinka voisimme vastata niihin?

Kehittämishankkeen määrittelyvaihe lähti liikkeelle kehittämishankkeen tavoitteiden, tarpeiden ja kohderyhmän määrittelystä. Kehittämishankkeen tavoitteena on luoda pohjoiskarjalaisille naisyrityksille hyvinvointipalvelu, jolla tuetaan heidän hyvinvointiaan ja menestystään yrittäjänä. Kattavampi määrittely kehittämishankkeen tavoitteista ja tarpeista löytyy kappaleesta 1 Johdanto.

Tavoitteiden, tarkoituksen ja tarpeiden määrittelyn jälkeen määrittelyvaiheessa luotiin suunnitteluhaasteen raamit, joiden tarkoituksena on auttaa ymmärtämään ja kuvaamaan ongelmaa, jota ollaan ratkaisemassa (Frame your design challenge n.d.).

#### **Suunnitteluhaasteen raamit**

Frame Your Design Challenge eli Suunnitteluhaasteen raamit -työkalun tarkoituksena on sanoittaa ja määritellä ongelma, jota kehittämishankkeessa pyritään ratkaisemaan. Suunnitteluhaasteen raamien määrittelyyn käytettiin Frame Your Design Challenge Worksheet -työskentelypohjaa (liite 1). Työkalun aikana oli tärkeä pohtia, että ajaako määritelty suunnitteluhaaste kohti suurempaa vaikutusta, huomioiko se sitä ympäröivän kontekstin ja mahdollistaako se monta erilaista ratkaisua. Suunnitteluhaasteen raamien määrittelyn tarkoituksena ei ole antaa liian



tarkkaa kuvaa ongelmasta tai sen ratkaisusta, vaan divergentin ajattelun mukaisesti muodostaa lauea, luovia ratkaisuja mahdollistava kuvaus aiheesta. (Frame your design challenge n.d.)

Työskentelypohjan täyttö alkaa ytimekkäällä ongelman määrittelyllä. Ongelma, joka kehittämishankkeessa halutaan ratkaista, on:

- Lähes neljännes osa yrittäjistä kokee olevansa yllirasittunut tai lähellä loppuun palamista (Hyyry 2020a, 3–5).

Ongelman määrittelyä jatketaan suunnitteluhaasteen määrittelyyn. Suunnitteluhaaste kuuluu kirjata ylös kysymysmuodossa, lyhyesti ja mieleenpainuvasti. Suunnitteluhaasteeksi kirjattiin:

- Kuinka voimme tukea pohjoiskarjalaisten naisyrittäjien hyvinvointia?

Seuraavassa kohdassa pohditaan muutosta, jonka asian saralla haluaa saavuttaa. Muutos, joka kehittämishankkeella halutaan saavuttaa, on:

- Pohjoiskarjalaiset naisyrittäjät ymmärtäisivät omasta hyvinvoinnista huolehtimisen merkityksen sekä oman yksityiselämän, että yrityksen menestyksen kannalta.

Tämän jälkeen tarkoituksena on pohtia erilaisia näkökulmia, jotka on tärkeä ottaa huomioon suunnitteluongelmaan ja haluttuun muutokseen liittyvässä kontekstissa. Näkökulmat voivat olla esim. teknologiaan, maantieteeseen, ajankohtaan tai kulttuuriin liittyviä muutoksia, joita palvelun käyttäjien ympärillä tarvitsisi tapahtua. (Frame your design challenge n.d.) Työskentelypohjaa täyttäessä kirjoitetaan ajatuksenvirtaa, eikä lähteiden etsiminen ole tässä kohtaa tarpeellista. Palveluntuottajalta nousseet näkökulmat:

- Suomessa vallitsee ajatusmalli, että yrittäjän täytyy tehdä kaikki itse ja avun pyytämistä vältetään viimeiseen asti.
- Avun pyytämistä täytyisi normalisoida, jotta esim. vakavia uupumistilanteita voitaisiin ennaltaehkäistä aikaisella avunsaannilla.
- Suurin osa naisyrittäjistä toimii palvelualoilla, mutta palvelualojen arvostus ei aina ole kovin korkealla tasolla.
- Pohjois-Karjalassa välimatkat ovat pitkiä ja aikaa voi kulua huomattavasti yrittäjille tarpeellisten palveluiden pariin pääsemiseen.

Toiseksi viimeisessä kohdassa esitetään mahdollisia ratkaisuja aiemmin määritelyyn suunnitteluhaasteeseen eli tässä tapauksessa ”Kuinka voimme tukea pohjoiskarjalaisten naisyrittäjien hyvinvointia?” -kysymykseen. Tarkoituksena ei ole löytää valmiita ratkaisuja, vaan ajatella laajasti uusia mahdollisuuksia. Kohdan vastaukset esitetään, ”mitä jos” tai ”entä jos” -kysymysmuodossa. Kohdassa esitetyt kysymykset, ratkaisun löytämiseksi:

- Mitä, jos avun pyytäminen normalisoitaisiin ja se olisi yrittäjälle helpompaa?
- Entä, jos yrittäjille suunnatut palvelut sähköistettäisiin kokonaan ja aikaa ei menisi pitkiin välimatkoihin?
- Mitä, jos palvelualueiden arvostusta kasvatettaisiin ja tehdystä työstä saisi enemmän tuloja?
- Mitä, jos naisyrittäjät saisivat apua digitalisaation kautta esimerkiksi verkkopalveluilla?
- Mitä, jos naisyrittäjille tarjottaisiin hyvinvointia tukevia ja uupumista ennaltaehkäiseviä palveluita, joissa heidän menestystään yrittäjänä tuetaan?

Viimeisen kohdan tarkoituksena on tarkastella aiemmin määriteltyä suunnitteluhaastetta ja tarvitseeko se muutosta muissa kohdissa saatujen näkökulmien ja ideoiden valossa. Aiemmin määritelty kysymys oli: ”Kuinka voimme tukea pohjoiskarjalaisten naisyrittäjien hyvinvointia?”. Kysymys muutettiin muotoon:

- Kuinka voimme tarjota pohjoiskarjalaisille naisyrittäjille hyvinvointipalveluita, joilla ennaltaehkäistään uupumista, tuetaan henkistä ja fyysistä hyvinvointia, madalletaan avunpyytämisen kynnyistä sekä edesautetaan menestystä yrittäjänä?

Suunnitteluhaasteen raamit -työkalun aikana määriteltyä suunnitteluhaastetta voi tarvittaessa syventää Impact Ladder eli vaikutuksen portaat -työkalulla, jossa määritellään lyhyen ja pitkän tähtäimen tavoitteita, joita suunnitteluhaasteen ratkaisemisella halutaan saavuttaa (Align on your impact goals n.d.). Tässä kehittämissuunnitelmassa vaikutuksen portaat -työkalu on asetettu vasta palvelutuotantovaiheeseen, jotta hankkeeseen mahdollisesti myöhemmin liittyvät projektitilimiläiset sekä yhteistyökumppanit voivat vaikuttaa asiaan.

Työskentelypohjan viimeisessä kohdassa määritelty suunnitteluhaaste eli ”Kuinka voimme tarjota pohjoiskarjalaisille naisyrittäjille hyvinvointipalveluita, joilla ennaltaehkäistään uupumista, tuetaan henkistä ja fyysistä hyvinvointia, mädalletaan avunpyytämisen kynnyistä sekä edesautetaan menestystä yrittäjänä?” tarjoaa hyvän raamin tutkimusvaiheeseen etenemiseen. Tutkimusvaiheessa syvennytään suunnitteluhaasteesta esille nousseisiin teemoihin sekä määriteltyyn kohderyhmän toiveiden ja tarpeiden ymmärrykseen.

### **3.2 Tutkimusvaihe**

Tutkimusvaiheen tarkoituksena on kerätä syvempää tietämystä kohderyhmästä ja heidän toiveistansa ja tarpeista. Menetelmiä voivat olla esim. haastattelut, kyselyt, markkinatutkimukset, valmiit tausta-aineistot eli lähteet, havainnointi ja kohderyhmän osallistaminen. (Miettinen 2011, 63–65; Tuulaniemi 2011, 142–148.) Yleisnimikkeenä näille tiedonhankintamenetelmille voidaan pitää etnografia tai muotoiluetnografia termiä, joka tulee antropologiasta eli ihmistutkimuksesta (Miettinen 2011, 71; Tuulaniemi 2011, 146). Tutkimusvaiheessa käytetään tuplatimantin (kuvio 6) mukaista konvergenttia ajattelua eli kavennetaan katsontakantaa aiheeseen liittyen ennen suunnitteluvaiheeseen siirtymistä.

Kehittämishankkeen tutkimusvaiheessa toteutettiin toissijainen tutkimus, asiakasprofiilien kuvaus ja kuinka voisimme? -työkalu. Näiden menetelmien avulla lopputulokseksi saatiin kehittämishankkeen suunnittelubrief.

#### **Toissijainen tutkimus**

Secondary Research eli toissijainen tutkimus on Design Kitin työkalu, jonka avulla etsitään tarkempaa dataa kohderyhmästä suunnittelun taustalle. Tarkoituksena on yhdistää erilaisista lähteistä ja erilaisilla menetelmillä saatua tietoa ja analysoida niitä kehitystyön tueksi. Lähteinä voi olla esim. kohderyhmään liittyvät kirjat, tutkimukset ja tilastot. (Secondary research n.d.) Tässä tapauksessa lähteinä käytettiin mm. kokooma-artikkeleita, yritysbarometreja, yrittäjägallupeja, artikkeleita sekä kyselyiden tuloksia.

Tutkimusten mukaan naisyrittäjät ovat omistautuneita sekä tarmokkaita työssään. Eniten naisyrittäjiä kuitenkin kuormittavat töissä kiire, keskeytykset ja työn yleinen epävarmuus. (Jokio ym. 2018, 130.) Yrittäjän viikoittaisia työtunteja käsittelevät tutkimustulokset vaikuttavat huolestuttavilta, sillä niistä paljastuu, että lähes puolet yrittäjistä kuuluu kasvaneen masennusriskin piiriin. Lisäksi naisyrittäjät toimivat pääosin aloilla, joilla mielenterveyshäiriöihin sairastumisen riski on suurentunut. Vuoden 2020 yrittäjägallupin tulokset ovat hälyttäviä, sillä niistä käy ilmi, että lähes neljännes osa yrittäjistä kokee olevansa ylirasittunut tai lähellä loppuun palamista (Hyry 2020a, 3–5). Toissijaisessa tutkimuksessa selville saadut tulokset on esitelty tarkemmin kappaleessa 2.4 Naisyrittäjien työhyvinvoinnin haasteet. Toissijaisesta tutkimuksesta saatujen tulosten pohjalta lähdettiin luomaan kehittämishankkeen asiakasprofieileja.

### **Asiakasprofiilit**

Asiakasprofiilit kuvaavat kuvitteellisia palvelunkäyttäjiä tutkimusainestosta saatujen tulosten pohjalta (Miettinen 2011, 59; Tuulaniemi 2011, 154). Asiakasprofiilien avulla palvelu voidaan kohdentaa, viestiä ja suunnitella paremmin palvelun kohderyhmälle eli palvelunkäyttäjille. Asiakasprofiilit auttavat ymmärtämään, että kenelle palvelua kehitetään ja miksi. (Tuulaniemi 2011, 156.) Asiakasprofiileissa kuvattiin kolmea mahdollisimman erilaista asiakasta, jotka voisivat olla naisyrittäjälle suunnatun hyvinvointipalvelun kohderyhmää eli palvelunkäyttäjiä (kuviot 7, 8 & 9).

Tinja Timantti (kuvio 7) on asiakasprofiileissa kuvatuista palvelunkäyttäjistä nuorin. Hän on 25-vuotias sinkku, jolle terveet elämäntavat, itsensä kehittäminen ja hyvä varallisuus ovat tärkeitä. Tinja on pohjoiskarjalainen naisyrittäjä ja hän toimii hyvinvointialalla. Hänen tavoitteenaan on, että yritystoiminta olisi niin tuotteliasta, että hän voisi tulevaisuudessa reissata ulkomailla. Tinjan ongelmana on, että hänellä on paljon kiinnostuksen kohteita, mutta liian vähän aikaa niille. Hänellä on korkeat tavoitteet, mutta hän kokee uusasiakashankinnan haastavaksi ja potee tästä syystä kovaa vauhtia kasvavaa stressiä.



KUVIO 7. Asiakasprofiili: Tinja Timantti

Tuula Tuskainen (kuvio 8) on 34-vuotias pohjoiskarjalainen naisyrittäjä, joka toimii palvelualalla. Hän on ruuhkavuosia elävä perheenäiti, jonka kädet täyttyvät kotiaskareista. Tuulalla on puoliso ja 1-, 3- ja 6-vuotiaat lapset. Kiireisen perhearjen vuoksi Tuulalla ei ole aikaa omille harrastuksille, mutta harrastusten jättämää tyhjötä paikkaa perheen koiran kanssa lenkkeily. Tuula haaveilee omasta ajasta, rentoutumisesta ja harrastusten pariin palaamisesta. Hän kaipaa vertaistukea muilta yrittäjä-äideiltä, arjen ja yritystoiminnan tasapainottelemiseen. Tuula alkaa

olla todella uupunut ja terveysongelmia on jo havaittavissa, sillä aikaa ja jaksamista ei ole ollut omasta hyvinvoinnista huolehtimiseen.



KUVIO 8. Asiakasprofiili: Tuula Tuskainen

Saija Sähäkkä (kuvio 9) on muihin asiakasprofiileihin verrattuna jo konkari alallaan. Saija on 56-vuotias, pohjoiskarjalainen, kiinteistövälitysalan yksinyrittäjä. Hänen lapsensa ovat jo lentäneet pesästä, ja Saija asuu kahdestaan puolisonsa kanssa. Saija on kiireisimpien ruuhkavuosien jälkeen palannut jälleen omien harrastuksien pariin ja nauttii elämästään täysin rinnoin. Hän on ymmärtänyt omasta

hyvinvoinnista huolehtimisen merkityksen ja on valmis laittamaan siihen aikaa ja rahaa. Saija kaipaa elämäänsä uusia haasteita sekä yksityis-, että yritys-elämän puolelle. Hän haluaa auttaa muita yrittäjiä vankalla kokemuksellaan ja on siihen aina valmiina.



KUVIO 9. Asiakasprofiili: Saija Sähäkkä

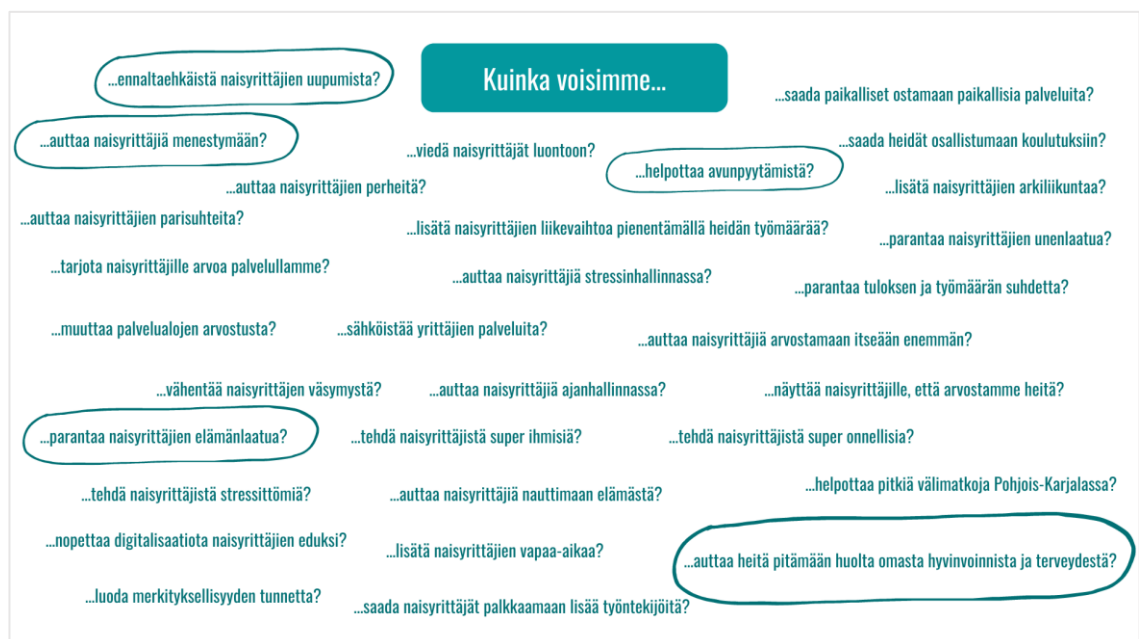
Edellä kuvattuja asiakasprofileja eli palvelunkäyttäjiä yhdistää se, että he ovat pohjoiskarjalaisia naisyrittäjiä ja heiltä löytyy jokin ongelma tai tarve, johon nais-

yrittäjille suunnattu hyvinvointipalvelu voisi vastata. Näiden asiakasprofiilien tarkoituksena on tukea suunnitteluprosessia, kun luodaan asiakkaan tarpeisiin, toiveisiin ja ongelmaan pohjautuvaa palvelua.

### Kuinka voisimme?

”How might we?” eli kuinka voisimme? -työkalun tavoitteena on löytää useita erilaisia suunnittelumahdollisuuksia eli Kuinka voisimme? -kysymyksiä. Useiden suunnittelumahdollisuuksien löytäminen viittaa siihen, että suunnitteluongelma on todellinen ja siihen on mahdollista löytää innovatiivinen ratkaisu. Kuinka voisimme? -työkalun tarkoituksena on antaa riittävän kapea kehys suunnittelubriefiin siirtymiseen, mutta myös tarpeeksi tilaa innovatiivisille ideoille. (How might we n.d.)

Kuinka voisimme? -kysymystä kysyttäessä mietitään aiemmin määriteltyä suunnitteluhaastetta sekä kehittämishaasteen kohderyhmää ja millaisiin kysymyksiin vastaamalla voidaan löytää heidän ongelmaansa ratkaisuja. Kuinka voisimme? -kysymyksiä luodessa keskityttiin siis pohjoiskarjalaisten naisyrittäjien hyvinvoinnin tukemiseen. Kuinka voisimme? -työkalussa esiin nousseet suunnittelumahdollisuudet on esitetty kuviossa 10.



KUVIO 10. Kuinka voisimme? -työkalun koonti



Pääkohdiksi eli suunnittelumahdollisuuksiksi Kuinka voisimme? -työkalusta palveluntuottaja valitsi:

- Kuinka voisimme ennaltaehkäistä naisyrittäjien uupumusta?
- Kuinka voisimme auttaa naisyrittäjiä menestymään?
- Kuinka voisimme helpottaa avunpyytämistä?
- Kuinka voisimme parantaa naisyrittäjien elämänlaatua?
- Kuinka voisimme auttaa heitä pitämään huolta omasta hyvinvoinnista ja terveydestä?

Pääkohdat valittiin muotoiluajattelun mukaisilla näkökulmilla (kuvio 4). Pääkohdissa yhdistyvät asiakkaan tarpeet, ratkaisun toteutettavuus ja palveluntuottajan osaaminen eli liiketoiminnallinen kannattavuus. Työkalu ei sinällään tuottanut tässä vaiheessa mitään uutta, mutta tuki aiemmin määritellyn suunnitteluhaasteen ”Kuinka voimme tarjota pohjoiskarjalaisille naisyrittäjille hyvinvointipalveluita, joilla ennaltaehkäistään uupumista, tuetaan henkistä ja fyysistä hyvinvointia, madalletaan avunpyytämisen kynnyistä sekä edesautetaan menestystä yrittäjän?” sopivuutta suunnitteluhaasteen raameiksi.

### **Suunnittelubrief**

Suunnittelubriefin tarkoituksena on saada kattava kuvaus kehittämishankkeen tavoitteista ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Suunnittelubrief kertoo suunnan, johon kehittämishankkeella halutaan suunnata. Suunnittelubrief ei kerro lopullista tulosta, sillä sitä ei voida ennakkoon tietää. Hyvän suunnittelubriefin tarkoituksena on viestiä työn tavoitteet kaikille projektin osapuolille. (Tuulaniemi 2011, 132-133.) Taulukossa 1 esiteltävän suunnittelubriefin lopputulokseen päästiin aiemmin käytettyjen työkalujen ja niistä saatujen tulosten avulla.

TAULUKKO 1. Kehittämishankkeen suunnittelubrief

KEHITTÄMISHANKKEEN SUUNNITTELU BRIEF	
Tavoite	Luoda hyvinvointipalvelu
Kohderyhmä	Pohjoiskarjalaiset naisyrittäjät
Taustatietoja kohderyhmästä	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lähes neljännes osa yrittäjistä kokee olevansa ylirasittunut tai lähellä loppuun palamista (Hyry 2020a, 3–5).</li> <li>- Naisyrittäjiä kuormittaa töissä kiire, työn yleinen epävarmuus ja keskeytykset (Jokio ym. 2018, 130).</li> <li>- Yrittäjägallupin mukaan yli 44 % yrittäjistä tekee yli 50 tuntista tai pidempää työviikkoa (Hyry 2017, 4). Tutkimusten mukaan myös ylipitkillä työpäivillä eli yli 55 tunnin työviikoilla on yhteys masennusoireiden ilmaantumiseen (Virtanen ym. 2018, 239).</li> <li>- Naisyrittäjät toimivat yleisimmin palvelualalla, kuten sosiaali- ja terveydenhuoltopalvelujen, liike-elämän tai koulutuksen parissa (Jokio ym. 2018, 130). Tilastojen mukaan koulutus-, terveys- ja sosiaalialalla sekä teollisuuden toiminnan alalla mielenterveyshäiriöt ovat useammin sairauspoissaolon syynä, kuin tukku- ja vähittäiskaupan, majoitus- ja ravintolatoiminnan tai rakentamisen ja teollisuuden aloilla (Terveystalo 2019).</li> </ul>
Liiketoiminnalliset tavoitteet	Luoda palvelu, jota kehittämissuunnitelman toteuttaja eli palveluntuottaja voi lähteä toteuttamaan yrityksensä liiketoimintana tai sen osana.
Toteuttajan osaaminen	Kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin valmentaminen, kouluttaminen ja ohjaaminen. Asiakaspalvelu, myynti ja palvelumuotoilu. Lisätietoja liitteessä 2.
Visio, missio	<p>Missiona on tukea naisyrittäjien hyvinvointia tarjoamalla palveluita, jotka ennaltaehkäisevät heidän uupumistansa, tukevat henkistä ja fyysistä hyvinvointia sekä madaltavat avunpyytämisen kynnyksen.</p> <p>Visiona on luoda menestyviä ja hyvinvoivia naisyrittäjiä, jotka eivät pala työssään loppuun.</p>

Projektin taustatietoja	Palveluntuottaja haluaa luoda yritystoiminnalleen palvelun, jossa yhdistyvät kokonaisvaltainen hyvinvointi, valmentaminen, luonnon terveystvaikutukset sekä palveluntuottajan osaaminen. Hyvinvointipalvelu rajattiin tässä kohtaa tapahtumaksi, sillä se vastaa hyvin palveluntuottajan osaamista sekä antaa loistavan mahdollisuuden aiemmin mainittujen teemojen yhdistämiseen.
-------------------------	--

### 3.3 Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaiheen tarkoituksena on kehittää erilaisia ideoita toteutettavasta palvelusta. Ideoita testataan ja kehitetään yhdessä palvelunkäyttäjien eli kohderyhmän kanssa. Testaukset vievät kohti uusia ratkaisuideoita ja niiden suunnittelua asiakaslähtöisesti. (What is the framework for innovation? 2015; Tuulaniemi 2011, 131.) Suunnitteluvaiheessa käytetään divergenttiä ajattelua kuvion 6 mukaisesti (Frame work for innovation 2019).

Kehittämishankkeen suunnitteluvaiheessa yhteiskehittämistä pyrittiin toteuttamaan live prototypoinnin avulla. Live prototypointi ei kuitenkaan onnistunut, joten yhteiskehittämistä toteutettiin palvelupolun mallinnuksen eli prototypoinnin ja yksilöhaastatteluiden avulla.

#### Liveprototypointi

Prototypointi on tutkimusmenetelmä, jonka avulla kartutetaan lisää tietoa aiemmin määritellystä suunnitteluongelmasta. Prototyyppejä testaamalla voidaan selvittää, onko suunnittelun taustalla jokin toinen syvempi ongelma, joka vaatii palaamista palvelumuotoiluprosessin alkuun vai voidaanko jo määritellyllä suunnitteluongelmalla jatkaa etenemistä. (Drew 2019.) Prototypoinnin avulla voidaan vauhdittaa ideointiprosessia ja kerryttää tietoa käyttäjien kokemuksista (Koivisto ym. 2019, 233). Prototypoinnilla voidaan testata esimerkiksi palvelun toimivuutta, palvelun kiinnostavuutta ja haluttavuutta asiakkaan näkökulmasta, palvelun strategista sopivuutta palveluntuottajalle tai palvelun käytettävyyttä (Tuulaniemi 2011, 197).

Liveprototyypointi antaa mahdollisuuden testata suunniteluideoita käytännössä. Liveprototyypoinnin kesto voi vaihdella tarpeen mukaan, muutamasta viikosta esimerkiksi muutama kuukauteen. Liveprototyypoinnin tarkoituksena on todeta ratkaisun kannattavuus ja toteutettavuus mahdollisimman nopeasti, jotta ratkaisun toimivuutta voidaan parantaa entisestään. (Live prototyping n.d.)

Liveprototyypoinnin ensimmäinen vaihe on määrittää, että mitä prototyypoinnilla halutaan testata ja oppia. Kun testauskohde on määritelty, voidaan päättää liveprototyypoinnin kesto ja laajuus. Nyrkkisääntönä voi pitää, että mitä pienempi liveprototyypointi on laajuudeltaan, sen parempi, koska iteratiivisen prosessin mukaisesti testausta on luultavasti tehtävä vielä uudelleen. On tärkeä myös miettiä, että millaisia käytännönjärjestelyjä liveprototyypointi vaatii ja millaisilla keinoilla tiedonkeruu live prototyypoinnissa toteutetaan. (Live prototyping n.d.)

Kehittämishankkeessa luotava hyvinvointipalvelu tarkennettiin suunnitelubriefissä hyvinvointitapahtumaksi, joten palveluntuottaja päätti live prototyypoinnilla testata hyvinvointitapahtuman käytännön toteutusta sekä tapahtuman sisällön toimivuutta. Tätä tarvetta varten palveluntuottaja loi LIEKKI-päivä nimisen hyvinvointitapahtuman pohjoiskarjalaisille naisyrityksille (liite 6). Tapahtuman yhteistyökumppaneiksi löytyi majoituspalveluita tarjoavan Mantan Majatalon ja ohjelma- ja luontopalveluita tarjoavan Mantan Luontopalveluiden yrittäjä Tuija Lauronen sekä Life Coach Academyn perustaja ja koulutusjohtaja Auli Hedman. Hyvinvointitapahtuma oli tarkoitus järjestää lauantaina 24.10.2020 Ilomantsin Mönkössä, Mantan Majatalon ryhmille suunnatuissa tiloissa. LIEKKI-päivä ei kuitenkaan kerryttänyt tarpeeksi osallistujia viimeiseen ilmoittautumispäivään mennessä, jolloin live prototyypointi peruuntui. Tapahtuman jälkeen osallistujilta olisi kerätty kyselylomakkeen avulla palautetta live prototyypistä, jonka pohjalta kehitystyötä olisi jatkettu seuraavaan vaiheeseen. LIEKKI-päivästä tehtiin Facebook-tapahtuma, jolla palvelun kohderyhmää koitettiin tavoittaa (liitteet 3, 4 & 5). Tapahtumaa jaettiin Facebookissa erilaisissa naisyrityksille suunnatuissa ryhmissä ja sivustoilla. Live prototyypin eli tapahtuman sisältöön voi tutustua tarkemmin liitteestä 6.

Liveprototyypinnin peruuduttua hyvinvointitapahtuman testaamiselle sekä palvelun yhteiskehittämiselle haettiin uusia vaihtoehtoja. Palveluntuottaja päätyi toteuttamaan yhteiskehittämistä palvelupolun mallinnuksen eli prototyypinnin ja yksilöhaastatteluiden avulla.

### **Palvelupolun mallinnus eli prototyypointi**

Brownin (2018) mukaan ideat ja ratkaisut ovat harvoin parhaita mahdollisia jo heti suunnittelun alussa, jonka vuoksi prototyypointi ja ideoiden nopea testaus käyttäjien kanssa on erityisen tärkeää. Tämän todistaa myös ensimmäisen prototyypinnin peruuntuminen, joka näytti, että suunnitteluideaa on kehitettävä edelleen eteenpäin yhdessä käyttäjien kanssa, jotta siitä saadaan luotua heitä kiinnostava palvelu.

Kehittämishankkeessa palvelun mallinnukseen eli prototyypointiin hyödynnettävä palvelupolku auttaa tunnistamaan suunnitellun palvelun tai kokemuksen tärkeimmät hetket. Palvelupolun tarkoituksena on visualisoida asiakkaan palvelukokemus alusta loppuun. Palvelupolulla kuvataan sitä, kuinka asiakas kulkee palvelun läpi ja mitä hän kokee palvelun aikana. (Tuulaniemi 2011, 78; Journey map n.d.)

Palvelupolku koostuu palvelutuokioista ja palvelun kontaktipisteistä. Palvelutuokiot ovat palvelupolun eri vaiheita, jotka esitetään palvelupolussa kronologisessa järjestyksessä. Palvelutuokiot koostuvat useista kontaktipisteistä, joiden kautta asiakas on kontaktissa kokemaansa palveluun. Asiakas kokee kontaktipisteet kaikilla aisteillaan. Kontaktipisteitä voivat olla esimerkiksi tapahtuman ympäristö, palvelua tuottavat ihmiset, palvelun toteutumiseen liittyvät tavarat ja palveluhenkilökunnan toimintatavat. (Tuulaniemi 2011, 78–82.)

Palvelupolkua suunnitellessa voi miettiä ensi hetkeä, jolloin asiakas kuulee palvelustasi. Mitä kautta hän kuulee siitä ja millainen kokemus se on asiakkaalle? (Jorney Map, n.d.) Tämä ensi hetki eli esipalvelu valmistaa asiakasta varsinaisen arvon muodostumiseen eli ydinpalveluun. Ydinpalvelun jälkeen asiakas kokee jälkipalvelun eli asiakkaan ja palveluntuottajan välisen kontaktin varsinaisen palvelutapahtuman jälkeen. (Tuulaniemi 2011, 79.)

Tuulaniemen (2011, 78) mukaan suunnittelun ensimmäinen toimenpide on määrittellä osio, joka palvelupolusta otetaan ensimmäisenä suunnittelun kohteeksi. Hyvinvointitapahtuman palvelupolusta ensimmäiseksi suunnitteluosioksi valittiin ydinpalvelun isoimpien palvelutuokioiden esittely. Ydinpalvelun isoimmat palvelutuokioidet muodostuivat LIEKKI-päivään suunnitellun sisällön ja aikataulun pohjalta. Ydinpalvelun isoimmat palvelutuokioidet on esitelty hyvinvointitapahtuman prototyypissä liitteessä 7.

Prototyypin ei ole tarkoitus olla täydellinen kuvaus palvelusta, vaan helposti lähestyttävä luonnos, jonka tarkoituksena on auttaa välittämään idea, jota palvelumuotoiluprosessissa on suunniteltu (Build & run prototypes n.d.). Prototyypin testaamisen tavoitteena on saada nopeasti palautetta ihmisiltä, joita varten palvelua suunnitellaan (Build & run prototypes n.d.).

### **Yksilöhaastattelut**

Ei ole parempaa tapaa ymmärtää suunnittelutyön kohderyhmän toiveita ja tarpeita kuin heiltä suoraan kysyminen. Palvelun käyttäjän ajattelutavasta, käyttäytymisestä ja elämäntavoista oppii parhaiten keskustelemalla heidän kanssaan. (Interview n.d.). Tämän vuoksi prototyypin testaaminen toteutettiin palvelunkohderyhmälle suunnatuin yksilöhaastatteluin.

Ennen yksilöhaastatteluiden toteuttamista on tärkeä miettiä, että ketkä ovat haastatteluihin sopivaa kohderyhmää, millaista tietoa on tarkoitus kerätä ja millä keinoin. Haastateltavia valitessa on hyvä miettiä useita tekijöitä, kuten ikä, sukupuoli, etnisyys, ammatti tai sosiaalinen asema. (Recruiting tools n.d.) Haastatteluihin on hyvä valita osallistujia kohderyhmän molemmista ääripäistä. Idea, joka toimii ääripään käyttäjälle, toimii luultavasti myös useimmille muille kohderyhmän jäsenille. (Extremes and mainstreams n.d.)

Haastatteluiden osallistujiksi valittiin viisi mahdollisimman eri elämäntilanteessa olevaa, taustoiltaan ja iältään erilaista sekä eri aloilla toimivaa pohjoiskarjalaista naisryhtäjää. Haastatteluihin valitut osallistajat vastasivat hyvin asiakasprofiileissa kuvattuja potentiaalisia palvelunkäyttäjiä. Yksilöhaastattelut toteutettiin etäyhteyksin joko puhelimitse tai Zoomilla.

Haastatteluihin on tärkeä valmistautua ennakkoon miettimällä kysymyksiä, jotka tukevat suunnittelutyötä. On hyvä aloittaa kysymällä haastateltavan arvoista, totumuksista tai esimerkiksi arjesta, ennen kuin siirtyy kysymään suunnitteluhaasteeseen liittyviä kysymyksiä. (Interview n.d.)

Yksilöhaastatteluissa jokaiselle haastateltavalle kerrottiin ensin lyhyesti kehittämishankkeesta, jonka palvelumuotoiluprosessia oltiin toteuttamassa. Haastateltaville kerrottiin, että tarkoituksena on luoda naisryrittäjille suunnattu hyvinvointipalvelu eli tapahtuma, jota palveluntuottaja eli tässä tapauksessa myös haastateltaja, voisi toteuttaa yrityksensä liiketoimintana tai sen osana.

Tämän jälkeen haastateltaville esitettiin taustakysymyksiä, joilla kartoitettiin heidän ikänsä, perheenjäsenet, yrityksen toimiala, aika yrittäjänä sekä haasteet hyvinvoinnin ja / tai jaksamisen kanssa. Taustojen kartoituksen jälkeen haastatteluissa siirryttiin prototyypin testaukseen. Haastateltaville esitettiin liitteessä 7 esitetty hyvinvointitapahtuman prototyyppi. Tämän jälkeen haastateltavilta kartoitettiin prototyypin hyviä ja huonoja puolia sekä haastateltavan omia toiveita, ideoita ja tarpeita naisryrittäjille suunnattua hyvinvointitapahtumaa kohtaan.

Jokainen haastattelu on koottu omaksi taulukokseen, jossa haastateltavan vastaukset on esitetty teemoittain. Kehittämishankkeessa toteutettuja yksilöhaastatteluja voidaan pitää teemahaastatteluina, sillä niissä on käyty läpi teemoja, jotka ovat olleet ennalta suunniteltuja (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a). Puolistrukturoiduissa teemahaastatteluissa haastateltavilta kysytään samat tai lähes samat kysymykset samassa järjestyksessä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006b). Haastateltavien vastaukset on esitelty liitteissä 8–12.

Haastateltavien vastaukset ovat tärkeä kirjata mahdollisimman tarkkaan ylös, jotta niistä ilmenee, mitä haastateltavat ovat todella sanoneet ja tarkoittaneet (Interview n.d). Haastattelujen koonnit on tarkastettu haastateltavilla jälkikäteen, jotta on voitu varmistaa, että heidän sanomansa on varmasti ymmärretty ja kirjattu oikein, eikä mitään ole myöskään jäänyt uupumaan tai lisätty jälkikäteen. Haastatteluiden tulokset esitellään seuraavassa kappaleessa 4 Tulokset.

## 4 TULOKSET

Kehittämishankkeen prototypoinnin toteuttamismenetelmä esiteltiin edeltävässä kappaleessa 3.3 Suunnitteluvaihe, joten tässä kappaleessa keskitytään prototypoinnista eli palvelupolun mallinnuksesta ja yksilöhaastatteluista saatuihin tuloksiin. Tuloksena edellä mainituista saatiin pohjoiskarjalaisille naisyrityksille suunnatun hyvinvointitapahtuman raamit.

Tuulaniemen (2011, 116) mukaan palvelumuotoilun yksi keskeisimmistä ajatuksista on, että palvelun eri osapuolia osallistetaan palvelun kehittämiseen. Yhteiskehittäminen edesauttaa palvelun arvon rakentumista (Tuulaniemi 2011, 117). Tämä toteutui yksilöhaastatteluissa, kun hyvinvointitapahtuman prototyyppiä testattiin yhdessä palvelun kohderyhmän kanssa.

### **Hyvinvointitapahtuman raamit**

Hyvinvointitapahtuman raamit kuvaavat naisyrityksien tarpeita, toiveita ja ideoita heille suunnattua hyvinvointitapahtumaa kohtaan. Hyvinvointitapahtuman raamit on esitelty kuvioissa 11–16. Kuvioiden aihealueet ja sisällöt on koottu naisyrityksien yksilöhaastatteluista (liitteet 8–12) saatujen vastausten perusteella. Kuvioissa 11–16 on pyritty yhdistämään jokaisen viiden haastateltavan vastaukset saman teeman alle.

Ensimmäiseksi kuviossa 11 on esitelty naisyrityksien tarpeet hyvinvointitapahtuman taustalla. Naisyrityksien tarpeissa oli yllättävän paljon samankaltaisuutta, riippumatta henkilön iästä tai perhestatuksesta. Vertaistuen tarve nousi esiin lähes jokaiselta viideltä haastatellulta naisyritykseltä. Yrittäjän hyvinvointi -valmennuksen kuvauksessa (liitteet 4 ja 7) esiin nostetut stressin- ja ajanhallinnan työkalut sekä hyvinvointihaasteiden ennaltaehkäisy koettiin myös erityisen merkitykselliseksi. Osa haastatelluista naisista kaipasi myös lisää omaa aikaa tai työnohjauksellista tukea.





KUVIO 11. Naisyrittäjien tarpeet

Kaikki viisi naisyrittäjää kaipasivat hyvinvointitapahtumalta hyvin samankaltaisia asioita. Erityisesti naiset arvostivat, että hyvinvointitapahtumalla olisi jatkumoa, jolloin pysyviä muutoksia saataisiin varmemmin aikaiseksi. Tapahtumat tai tapaamiset eivät kuitenkaan saisi olla liian tiuhalla aikavälillä, sillä se olisi yrittäjien osallistumisen kannalta haasteellista. Tapahtumasta toivottiin mahdollisimman kokonaisvaltaista, jolloin sen aikana huomioitaisiin sekä henkinen, että fyysinen hyvinvointi. Vertaistuen ja verkostoitumisen merkitys koettiin suuressa arvossa ja niille haluttiin antaa lisää tilaa ohjelmassa. Tapahtumalle yleisesti esitetyt raamit on kuvattu tarkemmin kuviossa 12.

*Tapahtuman raamit*

- Tapahtuma, jolla on jatkumoa, esim. kolme tapaamista vuoden aikana
- Ei viikoittaista sitoutumista
- Tavoitteena rakentaa kestävää yrittäjyyttä, ennaltaehkäisemällä pohjoiskarjalaisten naisyrittäjien uupumusta sekä edesauttamalla heidän henkistä ja fyysistä hyvinvointia
- Tarkoituksena auttaa rakentamaan kestäviä verkostoja naisyrittäjien välille, madaltaa avunpyytämisen kynnystä ja tarjota vertaistukea
- Vuoden hinta esim. n. 1000€ (sis. alv 24%) tai 1500€ (sis. alv 24%) sisältäen yksilövalmennukset.
- Hinnoittelussa kohderyhmän huomioiminen tärkeää



KUVIO 12. Tapahtuman raamit

Naisyrittäjät pitivät prototyypin (liite 7) tapahtumarungosta, mutta kehitysehdotuksina tuli, että tapahtuma voisi olla kestoaltaan pidempi, jolloin yrittäjä kokisi saavansa siitä enemmän arvoa ja siihen sitoutuminen olisi näin ollen mielekkäämpää. Suoraa vastausta ei löytynyt siihen, että olisiko tapahtuma hyvä olla viikolla vai viikonloppuna, mutta esimerkiksi perjantai-illasta lauantai-iltapäivään kestävä tapahtumaa pidettiin hyvänä ideana. Tällöin yrittäjälle jäisi vielä sunnuntaille omaa aikaa, mutta tapahtumalla olisi myös sen verran kesto, että se mahdollistaisi hyvän irtioton arkeen. Perjantai-illalle ohjelmaksi ehdotettiin esimerkiksi saunomista, aikaa verkostoitumiselle ja rauhoittumista. Tapahtuman esimerkkirunko on esitetty kuviossa 13.



KUVIO 13. Tapahtuman esimerkki runko

Prototyypin (liite 7) sisältämien elementtien lisäksi naisyrittäjät toivoivat tapahtumaan mahdollisuutta verkostoitua muiden yrittäjien kanssa sekä aikaa vertaistuen jakamiselle. Lisäksi he toivoivat elämyksellisiä kokemuksia, jotka poikkeaisivat arjesta, toisivat onnistumisen kokemuksia ja voimaannuttaisivat sitä kautta. Myös hemmottelu, kuten hieronta- ja kauneushoidot olivat kaikkien haastateltavien toiveissa. Naisyrittäjien toiveet on esitelty kuviossa 14.



KUVIO 14. Naisyrittäjien toiveita

Hyvinvointitapahtumalle sopivasta ympäristöstä haastatellut naisyrittäjät olivat hyvin yksimielisiä. Ympäristön täytyisi ehdottomasti olla rauhallinen ja luonnonläheinen, jossa rentoutuminen on taattua. Turhia ääniä, ihmispaljoutta tai ylimääräistä elektroniikkaa ei pidetty tapahtumaympäristön kannalta otollisina asioina. Tapahtumalle sopivia toteutusympäristöjä tai majoituspaikkoja haastateltavien mielestä olisivat esimerkiksi Pohjois-Karjalassa sijaitsevat Mantan Majatalo, Hyvärilä, Petkeljärvi, Megrin Matkailu ja Koli. Tapahtumaympäristöä koskevat toiveet on esitelty kuviossa 15.



KUVIO 15. Tapahtuman ympäristö

Lisäksi haastateltavilta tiedusteltiin hyvinvointitapahtumalle sopivia tai ei-sopivia yhteistyökumppaneja. Kaikki vastaajat eivät pitäneet yhteistyökumppaneita tarpeellisina. Siitä vastaajat olivat kuitenkin yhtä mieltä, että vakuutus- tai työeläkeyhtiöt yhteistyökumppaneina lisäisivät vain stressiä, keskellä hyvinvointitapahtumaa. Hyvinä yhteistyökumppani vaihtoehtoina naisyrittäjät näkivät selkeästi tapahtuman teemaan liittyvät yhteistyökumppanit, jotka tukisivat kokonaisvaltaista hyvinvointia lempeästi. Tällaisia yhteistyökumppaneita voisi olla esim. kauneusalan opiskelijat, jotka tarjoaisivat hemmotteluhoitoja tai life- ja business-coachit, jotka voisivat tarjota yksilövalmennuksia hyvinvointitapahtuman lisäpalveluna. Myös Pohjois-Karjalan naisyrittäjiä ehdotettiin hyväksi yhteistyökumppaniksi tapahtuman järjestämisen kannalta. Toiveet yhteistyökumppaneista on esitelty kootusti kuviossa 16.



KUVIO 16. Tapahtuman toivotut ja ei-toivotut yhteistyökumppanit

Brown (2018) toteaa, että prototyypit ovat keino oppia idean toimivuudesta yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa. Brown on aivan oikeassa, sillä tapahtuman prototyyppi palvelupolun mallinnuksen ja yksilöhaastatteluiden kautta opetti todella paljon naisyrittäjien toiveista ja tarpeista sekä prototyypin hyvistä ja huonoista puolista. Prototyypinnin aikana oli tärkeää tuoda ilmi haastateltaville, että heiltä kaivataan rehellisiä ja suoria mielipiteitä, kehitysideoita ja palautteita prototyypistä (Get feedback n.d.).

Tapahtuman prototyyppi tarjosi todella kattavat raamit pohjoiskarjalaisille naisyrittäjille suunnatulle hyvinvointitapahtumalle, jota voi lähteä jälleen edelleen kehittämään palvelumuotoiluprosessin seuraavassa vaiheessa eli tuotantovaiheessa (kuvio 5).

## 5 POHDINTA JA YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli löytää ratkaisuvaihtoehtoja kysymykseen: ”Kuinka voimme tarjota pohjoiskarjalaisille naisryrittäjille hyvinvointipalveluita, joilla ennaltaehkäistään uupumista, tuetaan henkistä ja fyysistä hyvinvointia, mädalletaan avun pyytämisen kynnyistä sekä edesautetaan menestystä yrittäjänä?”. Opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa asiakaslähtöisen kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessin ensimmäinen osa (kuvio 5). Palvelun täytyi vastata palveluntuottajan osaamista (liite 2), jotta hän voisi tulevaisuudessa lähteä toteuttamaan sitä yrityksensä liiketoimintana tai sen osana.

Opinnäytetyön tavoitteeseen päästiin, sillä kysymykseen löydettiin ratkaisuvaihtoehtoksi hyvinvointitapahtuman raamit, jotka vastaavat naisryittäjien hyvinvointihaasteisiin. Palvelu vastaa myös palveluntuottajan osaamista ja on jatkokehittävissä palvelumuotoiluprosessin toisessa osassa.

### **Kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessin ensimmäinen osa**

Opinnäytetyössä ei toteutettu vielä kokonaista palvelumuotoiluprosessia, vaan määrittely-, tutkimus- ja suunnitteluvaiheet, jotka palveluntuottaja oli määritellyt kehittämishankkeen ensimmäiseksi osaksi eli tämän opinnäytetyön sisällöksi.

Palvelumuotoiluprosessin laajuuden rajaaminen opinnäytetyötä varten onnistui hyvin, mutta työn aikataulutamisessa oli haasteita. Tuulaniemen palvelumuotoiluprosessin (kuvio 5) hyödyntäminen tämän kehittämishankkeen tarpeisiin onnistui kuitenkin hyvin. Tuulaniemi (2011, 129) toteaaakin, että tärkeintä on tiedostaa omat tarpeensa ja käytettävissä olevat resurssit, jonka mukaan palvelumuotoiluprosessin mallia voi hyödyntää parhaiten omaan tarpeeseen.

IDEO.org:n Desing Kitin ihmiskeskeisen muotoilun työkalut olivat todella toimivia ja monipuolisia kehittämishankkeen asiakaslähtöiseen tarpeeseen. Ne täydensivät hienosti Tuulaniemen palvelumuotoiluprosessia vastaamaan paremmin juuri tämän kehittämishankkeen tarpeita. Palvelumuotoiluprosessin vaiheet soljuivat

luontevasti aina edeltävästä seuraavaan, sillä vaiheissa hyödynnetyt työkalut täydensivät toisiaan tarkoituksenmukaisesti.

Lisäksi kehittämishankkeessa huomioitiin Iso-Britannian suunnitteluneuvoston luoma mallinnus palvelumuotoiluprosessista eli tuplatimantti (kuvio 6). Tuplatimantti muistutti eri vaiheille ominaisesta divergentin ja konvergentin ajattelun yhdistämisestä. Tuplatimantin ensimmäisen osan tarkoituksena on määritellä ongelma ja kyseenalaistaa suunnittelubrief. Näin ollen mietitään, että suunnitellaanko oikeaa asiaa. Timantin toisen osan tarkoituksena on tutkia mahdollisuuksia, testata ja kehittää iteratiivisesti. Kun edellisessä timantissa mietittiin, että suunnitellaanko oikeaa asiaa, toisessa timantissa keskitytään siihen, että asia suunnitellaan oikein. (Ball 2019.) Mielestäni tämä kuvaus tiivistää palvelumuotoiluprosessin ja tuplatimantin tarkoituksen todella hienosti. Kehittämishankkeen palvelumuotoiluprosessi eteni edellä kuvatun kaltaisesti.

### **Hyvinvointitapahtuman raamit**

Lähes neljännes osa yrittäjistä kokee olevansa ylirasittunut tai lähellä loppuun palamista (Hyry 2020a, 3–5). Yrittäjien työkyky on yhteiskunnallisesti merkittävä asia, sillä mikro- ja pk-yritykset ovat keskeinen työllistäjä Suomessa (Terveyttä ja työhyvinvointia yrityksiin 2019). Mikroyrittäjät kokevat yksilöllisten, työn ja yrittäjyyden vaatimukset huomioivien kokonaisvaltaisten ja ennaltaehkäisevien palvelujen edelleen kehittämisen tärkeiksi (Laitinen 2018, 25). Laitisen (2018, 36) mukaan tarvitaan uusia näkökulmia mikroyrittäjien työkyvyn, työhyvinvoinnin ja terveyden parantamiseen ja edistämiseen. Uuden naisyrittäjille suunnatun hyvinvointipalvelun/-tapahtuman luominen voisi olla yksi uusi näkökulma mikroyrittäjien työkyvyn, työhyvinvoinnin ja terveyden parantamiseen ja edistämiseen.

Työeläkeyhtiö Elo ja Suomen Yrittäjät toteuttivat vuonna 2018 Menesty Yrittäjänä -kyselyn, jonka pohjalta Elon työkykyjohtamisen palvelut loi Menesty yrittäjänä -oppaan. Oppaan mukaan yrityksen menestyksen ja yrittäjän hyvinvoinnin taustalla on neljä asiaa: hyvä työkyky, vahva yrittäjäosaaminen, terveyttä edistävät tekijät ja vahva työn imu. Hyvään työkykyyn panostaminen nähtiin suorana investointina yrityksen menestykseen. Ilman yrittäjän hyvinvointia ei voi olla menestyvää ja kestävää yritystä. (Menesty yrittäjänä 2019, 2.) Myös verkostoituminen on

erittäin tärkeää yrityksen menestyksen kannalta (Wallin 2019, 5–6). Yrittäjän hyvään työkykyyn, työssä jaksamiseen ja stressin vähäisyyteen ovat yhteydessä kokemus vapaa-ajan riittävydestä, ihmissuhteisiin panostaminen, työstä irtautuminen ja ajanhallinta (Lundell ym. 2014, 3).

Kaikkia näitä edellä mainittuja elementtejä voidaan toteuttaa kappaleessa 4 Tu-  
lokset määritellyillä hyvinvointitapahtuman raameilla. Tapahtuman raamit vastaa-  
vat siis selkeästi tarpeeseen: ”Kuinka voimme tarjota pohjoiskarjalaisille naisyrit-  
täjille hyvinvointipalveluita, joilla ennaltaehkäistään uupumista, tuetaan henkistä  
ja fyysistä hyvinvointia, madalletaan avunpyytämisen kynnyistä sekä edesauteta-  
taan menestystä yrittäjänä?”.

Hyvinvointitapahtuman kaltainen palvelu on erittäin tarpeellinen, sillä henkisen  
hyvinvoinnin tukemisessa tärkeää on ennaltaehkäisy sekä avun saaminen var-  
haisessa vaiheessa (Terveystalo 2019). Tämänkaltaisen hyvinvointitapahtuman  
kautta avun pyytämisen ja saamisen kynnyistä voidaan madaltaa sekä yrittäjille  
tärkeitä kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin edistämisen ja ylläpitämisen työkaluja  
voidaan valmentaa jo ennaltaehkäisevästi. Tapahtuman raamit eivät kuitenkaan  
ole vielä valmis palvelu lanseerattavaksi, vaan hyvä pohja, josta palvelun jatko-  
kehitystä voidaan lähteä toteuttamaan.

### **Jatkotoimenpiteet**

Palvelun yhteiskehittämisestä eli prototypoinnista ja yksilöhaastatteluista saadut  
hyvinvointitapahtuman raamit tarjoavat laajan näkemyksen naisyrittäjille parhai-  
ten sopivasta hyvinvointitapahtumasta. Tarkoituksena on, että laajasta näkemyk-  
sestä valitaan parhaiten palveluntuottajalle sopivat palvelukonseptin elementit,  
joita voi lähteä edelleen kehittämään (Tuulaniemi 2011, 117). Prototypoinnin ja  
yksilöhaastatteluiden lopputuloksena syntyneet hyvinvointitapahtuman raamit  
mahdollistavat monia erilaisia toteutusvaihtoehtoja, joiden testaamiseen on hyvä  
jatkaa palvelumuotoiluprosessin palvelutuotanto- ja arviointivaiheissa (kuvio 5).



Palvelutuotantovaiheessa pohditaan hyvinvointipalvelulle/-tapahtumalle sopivat liiketoiminta- ja ansaintamallit. Ennen tätä palveluntuottaja haluaa kuitenkin muodostaa itselleen projektitiimin, jonka kanssa palvelun kehittämistä voitaisiin yhdessä jatkaa kohti tapahtuman pilotointia ja lanseerausta.

On hyvä miettiä, että montako projektijäsentä olisi hyvä olla ja millaisiin tehtäviin he tulisivat. Hyvä tiimi rakentuu monista eri alojen osaajista, jotka täydentävät toistensa heikkouksia ja vahvuuksia. (Build a team n.d.) Palveluntuottaja on itse vahvasti käytännön tekijä ja kaipaa rinnalleen lisää luovia ja analyyttisiä ajattelijapersoonia. Kun palvelun toteuttamiseen sopiva projektitiimi ja mahdolliset yhteistyökumppanit ovat kasassa, voidaan lähteä toteuttamaan palvelun pitempiaikaista pilotointia ja lopulta lanseerata palvelu. On tärkeää muistaa, että palvelun kehittäminen ei lopu palvelun lanseeraukseen, vaan se jatkuu aina edelleen esille nousseiden tarpeiden ja palautteiden pohjalta.

### **Yhteenveto**

Palveluntuottaja on hyvin tyytyväinen palvelumuotoiluprosessin ensimmäisen osan lopputulokseen, sillä nämä hyvinvointitapahtuman raamit mahdollistaisivat monenlaisia käytännön toteutuksia, jotka innostavat jatkamaan kehittämishanketta eteenpäin. Hyvinvointitapahtuman raamit vastaavat hyvin palvelua, jonka palveluntuottaja voisi osaamisellaan toteuttaa ja konseptoida. Palvelun suunnittelussa on myös huomioitu onnistuneesti asiakaslähtöisyys, palvelumuotoilulle ominaisella tavalla.

Palveluntuottaja uskoo, että näiden hyvinvointitapahtuman raamien avulla on mahdollista lähteä jatkokehittämään palvelua, jolla todella voidaan auttaa naisyrittäjiä. Palveluntuottajan missiona on edelleen tukea naisyrittäjien hyvinvointia tarjoamalla palveluita, jotka ennaltaehkäisevät heidän uupumistansa, tukevat henkistä ja fyysistä hyvinvointia sekä madaltavat avun pyytämisen kynnyksiä. Visiona on luoda menestyviä ja hyvinvoivia naisyrittäjiä, jotka eivät pala työssään loppuun.

## LÄHTEET

Align on Your Impact Goals. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 24.10.2020.  
<https://www.designkit.org/methods/align-on-your-impact-goals>

Ball, J. 2019. The Double Diamond: A universally accepted depiction of the design process. Design Council. Luettu 1.11.2020.  
<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/double-diamond-universally-accepted-depiction-design-process>

Bernoff, J. 2011. Competitive Strategy In The Age Of The Customer. CMO & Marketing Leadership Professionals. Forrest Research, Inc.

Brown, T. 2018. Design Thinking. Lab Postal 2018. Haastattelutallenne. Julkaistu 12.4.2018. Viitattu 13.11.2020.  
[https://www.youtube.com/watch?v=PAhMW\\_ixYil](https://www.youtube.com/watch?v=PAhMW_ixYil)

Brown, T. & Katz, B. 2011. Change by Design. Journal of Product Innovation Management. Vol. 28 (3): 381-383.

Build a Team. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 23.11.2020.  
<https://www.designkit.org/methods/build-a-team>

Build and Run Prototypes. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 24.10.2020  
<https://www.designkit.org/methods/build-run-prototypes>

Dam, R. & Siang, T. 2020. 5 Stages in the Design Thinking Process. Interaction Design Foundation. Viitattu 13.11.2020.  
<https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>

Drew, C. 2019. The Double Diamond, 15 years on... Medium. Luettu 1.11.2020.  
<https://medium.com/design-council/the-double-diamond-15-years-on-8c7bc594610e>

Elon Yrittäjämittari –uskallatko katsoa peiliin?. 2018. Työeläkeyhtiö Elo & Helsingin yrittäjät.

Extremes & Mainstreams. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 24.10.2020.  
<https://www.designkit.org/methods/45>

Forsberg, S., Koivisto, M. & Säynäjäkangas, J. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Suomi: Alma Talent Oy.

Frame Your Design Challenge. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 24.10.2020.  
<https://www.designkit.org/methods/frame-your-design-challenge>

Framework for innovation. 2019. Design Council. Luettu 13.11.2020.  
<https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Double%20Diamond%20Model%202019.pdf>

Get Feedback. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 24.10.2020.  
<https://www.designkit.org/methods/get-feedback>

Honkatukia, J. & Tamminen, S. & Ahokas, J. 2014. VATT Policy Brief 1-2014. Suomi on jo palvelutalous.

How might we. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 24.10.2020.  
<https://www.designkit.org/methods/3>

Human-centered design sits at the intersection of empathy and creativity. n.d. Ideo. Luettu 1.11.2020.  
<https://www.ideo.org/tools>

Hyyry, J. 2017. Yrittäjägallup lokakuu 2017. Kantar TNS Oy.

Hyyry, J. 2020a. Yrittäjägallup huhtikuu 2020. Yrittäjien työmäärä, lomat ja jaksaminen. Kantar TNS Oy.

Hyyry, J. 2020b. Yrittäjägallup toukokuu 2020. Työssä jaksaminen ja sen vaikutus yritykseen. Kantar TNS Oy.

Hämeenniemi, M., Hellstén, H. & Ketvel, E. 2019. Yksinyrittäjäkysely 2019. Suomen Yrittäjät.

Interview. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 24.10.2020.  
<https://www.designkit.org/methods/interview>

Jokio, J., Palmgren, H., Kaleva, S., Kanste, O., Kaakinen, P., & Pölkki, T. 2018. Naisyrittäjien työhyvinvointi. Sosiaalilääketieteellinen Aikakauslehti. Vol. 55 (2). 130-142.

Journey Map. n.d. Design Kit. Luettu 19.11.2020.  
<https://www.designkit.org/methods/journey-map>

Koli, A. 2016. Elon Yrittäjämittari 2016. Yhteenveto tutkimuksesta. Työeläkeyhtiö Elo.

Kolko, J. 2015. Design Thinking Comes of Age. The approach, once used primarily in product design, is now infusing corporate culture. Harvard Business Review.

Kreapal. n.d. Palvelumuotoilu – Opas palvelumuotoiluun.

Laine, T. Yrittäjien väsymys ja työuupumus – vaiettu salaisuus?. Suomen Yrittäjät. Luettu 20.11.2020.  
<https://www.yrittajat.fi/blogit/yrittajien-vasymys-ja-tyouupumus-vaiettu-salaisuus>

Laitinen, J. johtava asiantuntija. 2018. Terveyttä ja työhyvinvointia mikroyrityksiin. Seminaari. Promo@Work päätöseminaari 20.8.2019. Tampereen yliopisto. Tampere.

Live Prototyping. n.d. Design Kit. Luettu 19.11.2020.

<https://www.designkit.org/methods/live-prototyping>

Lundell, S., Visuri, S. & Luukkonen, R. 2014. Hyvinvointibarometri 2014. Suomen Yrittäjät.

Madsen, I. & co. 2017. Job strain as a risk factor for clinical depression: systematic review and meta-analysis with additional individual participant data. Psychological Medicine. 2017. Vol. 47. 1342–1356. Cambridge University.

Malinen, P. 2010. Työkyky ja -hyvinvointikysely. Suomen Yrittäjät.

Menesty yrittäjänä -opas. 2019. Elon työkykyjohtamisen palvelut.

Methods. n.d. Design Kit. Luettu 1.11.2020.

<https://www.designkit.org/methods>

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Mäkilä, P. 2017. Masennus on vaarallinen yrittäjän ammattitauti. Y-studio.fi. Luettu 19.11.2020.

<https://y-studio.fi/yrityksen-kasvu/jaksaminen/masennus-on-vaarallinen-yrittajan-ammattitauti/>

Näin Suomi voi: Mielenterveyden ongelmat näkyvät kasvavina sairauspoissaoloina eri aloilla. 2019. Terveystalo. Luettu 1.11.2020.

<https://www.terveystalo.com/fi/Tyoterveys/Ajankohtaista/Uutiset/Nain-Suomi-voi-Mielenterveyden-ongelmat-nakyvat-kasvavina-sairauspoissaoloina-eri-aloilla/>

Recruiting Tools. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 24.10.2020.

<https://www.designkit.org/methods/recruiting-tools>

Runcie, E. 2020. A Framework for Designing the Future: Ellie Runcie, Chief Design Officer, BBC. Design Council. Luettu 1.11.2020.

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/framework-designing-future-ellie-runcie-chief-design-officer-bbc>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006a. 6.3.2 Teemahaastattelu. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettu 23.11.2020.

[https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_2.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html)

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006b. 6.3.3 Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettu 23.11.2020.

[https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_3.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html)

Sarkkinen, M. 2019. Kuusi myyttiä työuupumuksesta – ”Ei työ uuvuta, vaan yksityiselämänkriisit”. Työhyvinvointi. Työpiste. Helsinki: Työterveyslaitos. Luettu 19.11.2020.

<https://www.ttl.fi/tyopiste/kuusi-myyttia-tyouupumuksesta-ei-tyo-uuvuta-vaan-yksityiselaman-kriisit/>

Secondary Research. n.d. Design Kit. Ideo.org. Luettu 24.10.2020.

<https://www.designkit.org/methods/secondary-research>

Sun, Q. 2020. Towards a New Agenda for Service Design Research. The Design Journal. Vol. 23 (1). 49-70.

Suomen työeläkkeensaajat 2019. 2020. Eläketurvakeskuksen tilastoja 05/2020. Tilasto. Helsinki: Eläketurvakeskus.

Terveyttä ja työhyvinvointia yrityksiin – Promo@Work-hankkeen loppuseminaarit Tampereella 20.8.2019. 2019. Työterveyslaitos. Luettu 23.11.2020.

<https://www.ttl.fi/tutkimushanke/promo-at-work/terveytta-ja-tyohyvinvointia-yrityksiin-seminaari/>

Tikka, V. & Gävert, N. 2018. Designin uusi aalto. Merkitystä ja menestystä tälle vuosisadalle. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Siltala.

Tilastokeskus. 2020. Kansantalous. Luettu 13.10.2020.

[https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_kansantalous.html](https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_kansantalous.html)

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. 2. painos. Helsinki: Talentum Media Oy.

Virtanen, M. & co. 2018. Long working hours and depressive symptoms: systematic review and meta-analysis of published studies and unpublished individual participant data. Scandinavian Journal of Work, Environment & Health. Vol. 44 (3): 239–250.

Wallin, M. 2019. Miten voit suomalainen yrittäjä 2018?. Menesty yrittäjänä -tutkimuksen tuloksia. Työeläkeyhtiö Elo.

What is Design Thinking? n.d. IDEO U.

<https://www.ideo.com/blogs/inspiration/what-is-design-thinking>

What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond. 2015. Design Council. Luettu 1.11.2020.

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

Wrigley, C. Nusem, E. & Straker, K. 2020. Implementing Design Thinking: Understanding Organizational Conditions. California Management Review. Haas School of Business University of California Berkeley. Vol. 62 (2). 125-143.

Wölfel, A. 2005. The service economy in OECD countries. OECD Science, Technology and Industry Working Papers. 2005/3.

## LIITTEET

## Liite 1. Frame your design challenge (Frame your design challenge n.d.)

FRAME YOUR CHALLENGE METHOD WORKSHEET

---

## Frame Your Design Challenge

What is the problem you're trying to solve?

**1. Take a stab at framing this challenge as a question:**

---



---

**2. Now state the key outcome you're trying to achieve:**

---



---

**3. Write down important aspects of the context or constraints that you need to consider:**  
*These could be shifts that we need to see in the ecosystem around the user, or factors that are technological, geographic or time-based.*

---



---



---

**4. What are some possible solutions to your design question?**  
*Think broadly. It's fine to ... sentence is same as existing.*

---



---



---

**5. Does your original design question need a tweak? Try it again.**

---



---

**DESIGN KIT** Human-Centered Design Resources

## Liite 2. Ansioluettelo

## Noora-Emilia Hassinen



Tampere / Finland



[linkedin.com/in/noora-emilia-hassinen/](https://www.linkedin.com/in/noora-emilia-hassinen/)

"Noora-Emilia on paitsi sitkeä ja tahdonvoimainen, myös lempeä ja ihmisläheinen persoona. Hän osaa lukea ihmisiä hyvin ja pystyy toimimaan ryhmässä kaikenlaisten persoonallisuuksien kanssa. Kovalla työmoraalilla varustettu nuori nainen tarvitsee joskus lepoa, mutta Noora-Emilia osaa puhua myös omista heikkouksistaan ja tarpeistaan suoraan. Häneltä saa mitä tilaa, eikä hänen sanomisiaan joutu koskaan kyseenalaistamaan."  
- Lassi Seppä, Promisia Osk

## TAIDOT

- Vuorovaikutus- ja tiimityötaidot
- Valmentaminen
- Kouluttaminen
- Fasilitointi
- Tiimi- ja projektijohtaminen
- Ongelmanratkaisu
- B2B-myynti
- B2C-myynti
- Palvelumuotoilu
- Yrittäjän perustaidot
- Englanti, puhuminen
- Englanti, kirjoittaminen
- Englanti, kuullun/luetun ymmärtäminen
- Microsoft 365 -ohjelmat
- Graafinen suunnittelu Canvalla

## INSPIROI

Kouluttaminen, valmentaminen, kehittäminen, muutos, ihmiset, rohkeus, yrittäjäyys, käytännölläisyys, työhyvinvointi, motivaatiotekijät, merkityksellisuuden tunne, auttaminen.

## KOULUTUS

**Yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tutkinto-ohjelma, tradenomi (AMK)**  
Tampereen ammattikorkeakoulu, Proakatemia  
08/2017 - 12/2020

**LCA Life Coach®**  
LCA Life Coach Academy  
Business-, yksilö- ja ryhmäcoaching  
10/2019 - 10/2020

**Nuoriso- ja vapaa-ajanhajaajan perustutkinto**  
Pohjois-Karjalan opisto ja ammattiopisto Niittylahti  
08/2013 - 04/2016

## TYÖKOKEMUS

- Tiimiyrittäjä / Promisia Osk**  
01/2018 - nykyinen  
Innovaatiopalveluita, tiimi- ja yksilövalmennuksia, B2B- ja B2C-myyntiä, markkinointia sekä promootioita yrityksille.
- > **Yrittäjä / Tapolan Tytöt (Pyynikin mustamakkara-auto)**  
04/2019 - 07/2019
  - > **Tiiminvetäjä / Promisia Osk**  
02/2019 - 06/2019
  - > **Tapahtumakoordinaattori / Squad Tampere**  
11/2018 - 01/2019
  - > **Projektijohtaja, kahvilaesimies / Ilomantsin Matkailuyhdistys ry**  
02/2018 - 08/2018

**Myyjä / Stadium Koskikeskus**  
11/2017 - 02/2018

**Myyjä / Pohjois-Karjalan Osuuskauppa, S-Market Ilomantsi**  
01/2017 - 08/2017 (määräaikainen)

**Huoltoasematyöntekijä / Pogostan Palvelut Oy**  
12/2016 - 05/2017 & 04/2016 - 05/2016 (määräaikainen)

**Nuori Yrittäjä, ohjelmapalveluidentuottaja / Your Freetime Rytinä NY**  
08/2015 - 04/2016

**Myyjä / Pohjois-Karjalan Marjatilat Ay**  
06/2015 - 08/2015 & 06/2014 - 07/2014 (määräaikainen)

**Nuori Yrittäjä, kahvilaesimies / Bake My Day NY**  
10/2014 - 04/2015

## SUOSITTELIJAT

**Eero Tuomisto**  
Projektiasiakas, Ilomantsin Matkailuyhdistys ry

**Auli Hedman**  
Kouluttaja, LCA Life Coach Academy

**Salla Nieminen**  
Kollega, Promisia Osk

## Liite 3. Facebook-tapahtuman kansikuva





#### Liite 4. Facebook-tapahtuman esittelyteksti

##### MIKÄ LIEKKI-PÄIVÄ?

Päivän tavoitteena on rakentaa kestävää menestystä yrittäjänä!

Noora-Emilia Hassisen Yrittäjän hyvinvointi -valmennuksessa löydät ratkaisuja yrittäjän hyvinvointiin liittyviin haasteisiin. Saat työkaluja mm. stressin ehkäisemiseen, ajanhallintaan, rentoutumiseen ja aikavarkaiden taltuttamiseen. Luot toimintasuunnitelman hyvinvointitavoitteiden saavuttamiseksi, jolloin investoit omaan tulevaisuuteesi yrittäjänä.

Tuija Laurosen ohjaaman Metsämieli-kävelyn aikana unohdat arjen kiireen ja annat itsellesi luvan aistia luonnon lähelläsi. Metsämieli-hyvinvointimenetelmässä vahvistetaan tietoisesti ohjatuin harjoittein luonnon meissä synnyttämiä positiivisia vaikutuksia.

Päivän aikana pääset unohtamaan elektroniikan, nautit nuotion loimusta kodalla ja herkuttelet Mantan Majatalon maukkaalla Mantan kiusaukset -menulla. Huomioimme tapahtumassa sen hetkiset koronarajoitukset.

##### ILMOITTAUTUMINEN:

LIEKKI-päivä on nyt pilottihintaan 85€ (sis. alv 24%).

Hinta sisältää: aamukahvin, Metsämieli-kävelyn, Mantan kiusaukset -menun sekä LCA Life & business coachin® 3h Yrittäjän hyvinvointi -valmennuksen.

Paikkoja on rajoitetusti!

Ilmoittautuminen pe 16.10.2020 mennessä:

<https://forms.gle/ijbutwhM99cLmbvU6>

Ilmoittautuminen on sitova. Peruutuksista perimme 45€ (sis. alv 24%).

##### LISÄTIETOJA:

Noora-Emilia Hassinen

LCA Life & business coach®

[noora-emilia.hassinen@promisia.fi](mailto:noora-emilia.hassinen@promisia.fi)

+358 50 4326551

---

LIEKKI-päivä on osa Noora-Emilia Hassisen yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tutkinto-ohjelman (tradenomi AMK) opinnäytetyötä, jonka tavoitteena on kehittää ryhmävalmennusta palvelumuotoilun keinoin.

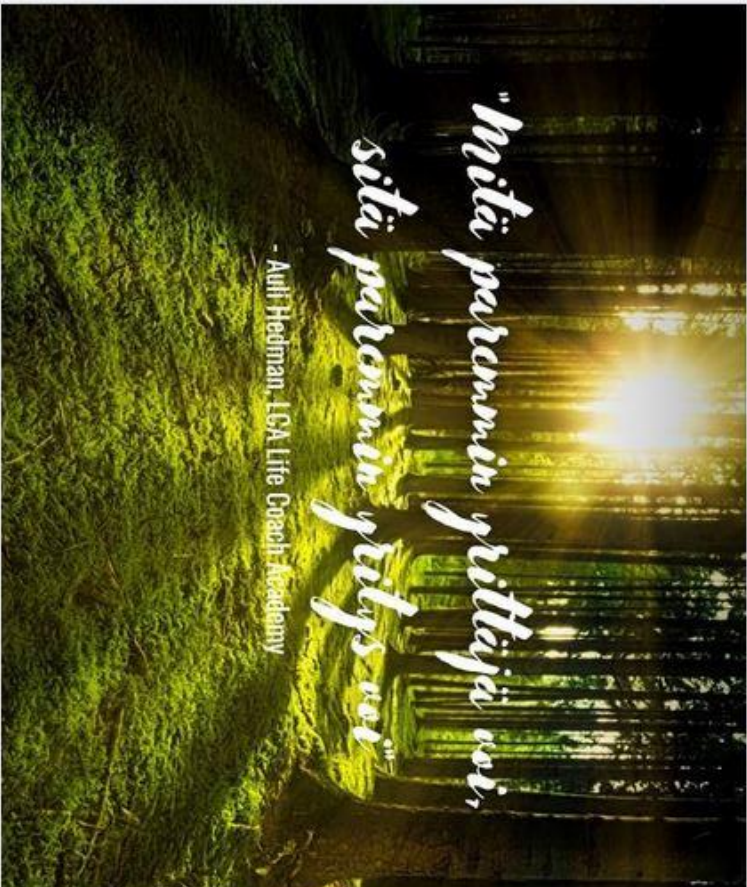
## Liite 5. Facebook-tapahtuman päivitykset

Noora-Emilia Hassinen  
8. lokakuuta kello 19:17 · 🌐

Auli Hedman totesi osuvasti, että "Mitä paremmin yrittäjä voi, sitä paremmin yritys voi".

Tähän ajatuksen myös me keskityimme lauantaina 24.10.2020 LIEKKI-päivässä! 🧡

Päivän aikana saat työkaluja mm. ajanhallintaan, priorisointiin, mindsetin suuntaukseen sekä aikavarkaiden taltuttamiseen! 🗄️



...

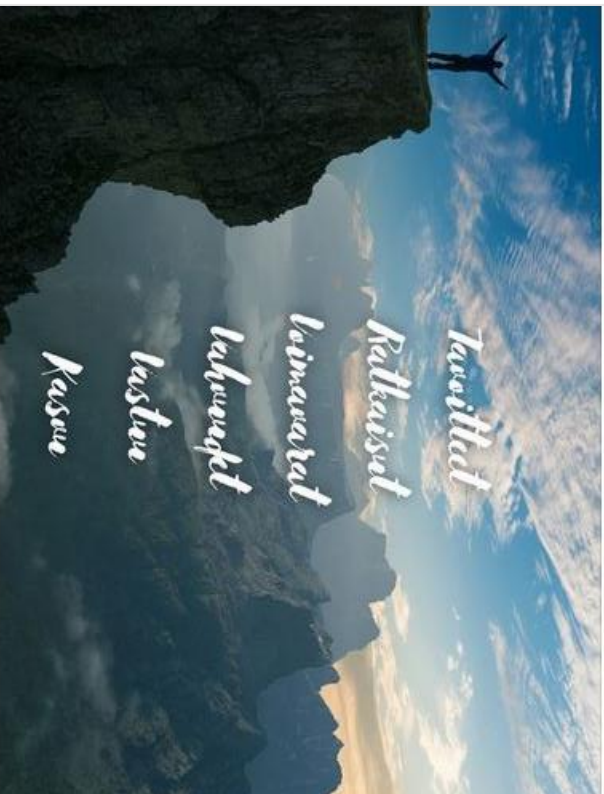
Noora-Emilia Hassinen  
10. lokakuuta kello 12:45 · 🌐

LIEKKI-päivässä pääsemme tutustumaan coachingin maailmaan! Coaching on ratkaisukeskeistä valmennusta, jonka tarkoituksena on dialogin ja erilaisten harjoitteiden avulla auttaa valmennettavaa itse oivaltamaan ratkaisut hänen tilanteeseensa. 🧐

Coaching-prosessin tuloksellisuus perustuu omiin oivalluksiin, vastuunottamiseen, toiminnallisuuteen ja growth mindsetiin. Yrittäjän hyvinvointi -valmennuksen aikana autan teitä saavuttamaan omat hyvinvointi tavoitteenne! 🧡

Viim. ilmoittautuminen pe 16.10.2020 mennessä: <https://forms.gle/fjbutwhM99cLmbvU6>

Nähdään Möhkössä! ❤️



...



Noora-Emilia Hassinen

12. lokakuuta kello 18:12 · 🌐



Vielä neijä päivää aikaa ilmoittautua LIEKKI-päivään! 🤔

Lauantaina päivämme starttaa rentouttavalla Metsämieli-kävelyllä. 🌿



"Metsämieli hyvinvointimenetelmässä vahvistetaan tietoisesti ohjautun harjoittein luonnon meissä synnyttämiä positiivisia vaikutuksia.

Luontokävelyn aikana unohdat arjen kiireen ja annat itsellesi luvan aistia luonnon lähelläsi."

Metsässä olemisen laskee stressitasojamme, sydämensykeämme ja rauhoittaa hengitystämme eli toimii todellisenä hyvinvointi-lääkkeenä!



Kuva: Mõhkõn Manta



Noora-Emilia Hassinen

Ellen 20.44 · 🌐



Elon ja Suomen Yrittäjien toteuttamasta Menesty Yrittäjänä -kyselystä (2018) selviää, että yrityksen kestävää menestystä ei voi olla ilman yrittäjän hyvinvointia. 🙌

LIEKKI-päivässä otat vastuun omasta hyvinvoinnistasi ja teet valintoja yrityksesi menestyksen eteen. 🌟

Ilmoittaudu mukaan LIEKKI-päivään - panostat työkykyysi ja investoit yrityksesi menestykseen! 🙌👇

<https://forms.gle/tjbutwhM99clmbvU6>

Viim. ilmo. pe 16.10. Klo 14 mennessä.



## Liite 6. LIEKKI-päivän mainos/infokirje



## HEI SIE, IHANA NAISYRITTÄJÄ!

### LIEKKI-PÄIVÄ LAUANTAINA 24.10.2020 KLO 9-15 ILOMANTSIN MÖHKÖSSÄ, KOULURANNANTIE 3 A

#### MITÄ?

Päivän tavoitteena on kerätä voimaa luonnosta, vahvistaa henkistä ja fyysistä hyvinvointia, löytää ratkaisuja hyvinvoinnin ylläpitämiseen sekä rentoutua hyvässä seurassa.

Noora-Emilia Hassisen **Yrittäjän hyvinvointi** -pienryhmävalmennuksessa etsit ratkaisuja hyvinvointiin liittyviin haasteisiin, opit ehkäisemään stressiä ja uupumista sekä luot toimintasuunnitelman hyvinvointitavoitteiden saavuttamiseksi.

Tuija Laurosen ohjaaman **Metsämieli-kävelyn** aikana unohdat arjen kiireen ja annat itsellesi luvan aistia luonnon lähelläsi. Metsämieli-hyvinvointimenetelmässä vahvistetaan tietoisesti ohjatuin harjoittein luonnon meissä synnyttämiä positiivisia vaikutuksia.

Päivän aikana pääset nauttimaan nuotion loimusta kodalla ja herkuttelemaan Mantan Majatalon maukkaalla **Mantan kiusaukset** -menulla.

#### ILMOITTAUTUMINEN

LIEKKI-päivä on **85€** (sis. alv 24%) / henkilö. Hinta sisältää: aamukahvin, Metsämieli-kävelyn, Mantan kiusaukset -menun sekä Yrittäjän hyvinvointi -pienryhmävalmennuksen.

Paikkoja on rajoitetusti!  
Ilmoittautuminen pe 16.10.2020 mennessä: [ilmoittautumislomakkeeseen TÄSTÄ](#).  
Ilmoittautuminen on sitova. Peruutuksista perimme 45€ (sis. alv 24%).

#### Lisätietoja:

Noora-Emilia Hassinen  
LCA Life & business coach@  
noora-emilia.hassinen@promisia.fi  
+358 50 4326551

*LIEKKI -päivä on osa Noora-Emilia Hassisen yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tutkinto-ohjelman (tradenomi AMK) opinnäytetyötä, jonka tavoitteena on kehittää ryhmävalmennusta palvelumuotoilun keinoin.*

#### Yhteistyössä:



## Liite 7. Hyvinvointitapahtuman prototyyppi



## Liite 8. Yksilöhaastattelu 1

<b>Zoom-haastattelu, keskiviikkona 21.11.2020</b> <b>Pohjoiskarjalainen naisyrittäjä</b> <b>Ikä: 56-vuotta</b> <b>Perhe: puoliso ja 21- ja 25-vuotiaat lapset</b> <b>Toimiala: palveluala, vaatetus</b> <b>Toiminut yrittäjänä: kaksi vuotta</b>					
<b>Haasteet hyvinvoinnin ja jaksamisen kanssa</b>	Luova työ "imaisee" helposti sisälle, joten työstä irrottautuminen voi olla välillä vaikeaa.	Työstä irrottautuminen henkisesti ja fyysisesti haaste, koska töitä tekee kotoa käsin.	Kotona työskennellessä työolosuhteet ovat ergonomisesti huonot.	Fyysisen kunnon ylläpitäminen ja ulos lähteminen ovat asioita, joihin täytyy kiinnittää erikseen huomiota.	Työn luonteen vuoksi haasteeksi voi muodostua syvät asiakassuhteet ja niiden rajaaminen.
<b>Millaista tukea kaipaa hyvinvointi haasteisiin</b>	Vertaistukea muilta saman tai eri alan yrittäjiltä. Voisi olla yhteisiä kokouksia, joissa käydään läpi erilaisia yrittäjyyteen liittyviä haasteita.	Työnohjauksellista tukea.			
<b>Tapahtuman toivottu kesto ja ajankohta</b>	Tapahtuma mieluummin viikonloppuna kuin viikolla.	Kun irrottaa aikaa työstään, niin toivoo paljon sisältöä vastineeksi. Parempi siis olisi, että tapahtuma olisi kestoltaan pidempi.	Tapahtuma voisi olla perjantai-ilta lauantai-ilta päivään, jolloin sunnuntai jäisi vielä vapaaksi. Tämä tuottaisi lisää arvoa annettua vapaa-aikaa vastaan.	Mieluummin tapahtuma, jolla olisi jatkoa. Tällöin jää aikaa käsitellä asioita, kartoittaa nykytilannetta ja seurata tapahtuvia muutoksia.	Jatkuva tapahtuma voisi olla esim. vuoden mittainen, joka sisältäisi vuoden aikana kolme kertaa eli osiot olisivat n. 4kk välein. "Hyvän yrittäjän vuosi!"
<b>Prototyypin hyvät puolet</b>	Hyvänä puolena päivän aloittaminen Metsämieli-kävelyllä, ajatukset kirkastuvat ulkona.	Yrittäjän hyvinvointi -valmennus (2 x 1,5h) vaikuttaa sopivan mittaiselta.			
<b>Ympäristö</b>	Toivoo luontoa, tulta, rauhallisuutta ja lämpöä.	Ei koulumaista paikkaa tai ylimääräistä elektroniikkaa, turhia ääniä tai ihmispaljoutta.	Ruokailun ja majoittumisen täytyy olla helppoa, jotta voi rentoutua.	Sopivaan vuodenaikaan voisi toimia myös vaellus erämaassa tai pohjoisessa Suomessa.	Hyviä majoitus- / tapahtumapaikkoja olisivat esim. Koli, Mantan Majatalo tai Hyvärilä. Tapahtumapaikat voisivat vaihtua.

<b>Ideota ja muita toiveita</b>	Tapahtuma voisi alkaa perjantai-iltana, jolloin olisi esim. aikaa verkostoitumiselle sekä kokemusten jakamiselle toisten yrittäjien kanssa ja saunomista.	Toivoo verkostoitumiselle aikaa, jotta voisi syntyä silmiä avaavia keskusteluja ja tulevaisuuden yhteistyökumppanuuksia.	Toivoo voimaantumista, rentoutumista ja helppoutta. Majoitus-paikkaan helppo mennä ja olla, ja joku muu tekee esim. ruoat valmiiksi.	Tapahtumassa voisi olla myös fyysistä hemmottelua, kuten esim. hierontaa tai kauneushoitoja. Osallistujat voisivat itse valita sopivan hemmottelun.	Olisi hyvä olla toimintaa, jossa huomioitu, että jokainen voi osallistua tasollaan. Esimerkkejä toiminnasta: soutuveneilyä, makkaranpaistoa, jousiamuntaa, melontaa.
<b>Yhteistyökumppanit</b>	Tapahtuman voisi järjestää yhteistyössä Pohjois-Karjalan naisyrittäjien kanssa.	Hemmotteluja voisi tarjota esim. alan opiskelijat.	Lisäpalveluna personal trainerit ja life- & business coachit voisivat tarjota yksilövalmennusta osioiden välillä.	Ei-toivottuja yhteistyökumppaneita olisivat esim. vakuutus- tai työeläkeyhtiöt.	
<b>Hinta</b>	Aina parempi, jos hinnasta voi laittaa arvonsäverot vähennyksiin. Tässä voi olla kuitenkin eroja yrityksen toimialan mukaan.	Eri viikonlopuilla voi olla erilainen hinta riippuen esim. majoituspaikasta. Mieluummin kuitenkin yksi kokonaissumma koko vuoden kokonaisuudesta.	Jos tapahtuma olisi perjantai-iltasta lauantai-iltapäivään esim. Koliilla, voisi yhden osion hintataso olla 300€ (sis. alv 24%) eli vuoden kokonaisuus n. 1000€ (sis. alv 24%).	Vaihtoehtona voisi olla myös hintapaketti, jossa olisi valmiiksi huomioituna yksilövalmennukset/-ohjaukset, jolloin koko paketti voisi olla esim. 1500€ (sis. alv 24%).	

## Liite 9. Yksilöhaastattelu 2

<p style="text-align: center;"><b>Zoom-haastattelu, torstaina 22.11.2020</b>  <b>Pohjoiskarjalainen naisryrittäjä</b>  <b>Ikä: 48-vuotta</b>  <b>Perhe: puoliso ja 23-, 24-, 26- ja 27-vuotiaat lapset</b>  <b>Toimiala: luontoliikunta ja wellness-hyvinvointipalvelut</b>  <b>Toiminut yrittäjänä: kaksikymmentä vuotta</b></p>					
<b>Haasteet hyvinvoinnin ja jaksamisen kanssa</b>	Kokee olleensa työnarkomaani. Hyvinvointi-haasteet ovat keskittyneet enemmän menneisyyteen.	Taustalla kaksi vakavaa ja yksi lievempi burnout. Joutunut burnoutin vuoksi sairaalahoitoon asti.	Viimeiset kahdeksan vuotta opetellut kanta-pään kautta omasta hyvinvoinnista huolehtimista, kuten ajanhallintaa ja oikeanlaisia ruokailutottumuksia.	On opetellut hakemaan minä-pystyvyyden-, arvostuksen- sekä hyväksynnän tunteita muun kuin työn kautta ja opetellut rakastamaan itseään ensin, jotta voi auttaa muita.	Tietää, että voimavarat eivät ole entisellään, mutta kokee, että tilanne on hyvä juuri näin.
<b>Millaista tukea kaipaa näihin haasteisiin</b>	Menneiden haasteiden aikana prototyypin kaltainen hyvinvointitapahtuma olisi tullut tarpeeseen.	Olisi ollut hyvä, että joku olisi pitänyt huolta jaksamisesta ja auttanut esim. stressin- ja ajanhallinnan työkalujen löytämisessä.			
<b>Tapahtuman toivottu kesto ja ajankohta</b>	Tapahtuma kaipa- ehdottomasti jatkumoa, jotta innostuksesta päästään rakentamaan todellisia muutoksia ja uusia pysyviä toimintamalleja. Jatkumo edesauttaa ”ryhmän imun” syntymistä, joka lisää ryhmästä saatavaa tukea.	Yrittäjät tarvitsevat säännöllistä katkaisua työputkeen, jotta oppivat ottamaan aikaa myös itselleen. Yrittäjät ovat aina valmiina auttamaan ja palvelemaan muita, joten olisi erittäin tärkeää oppia huomioimaan myös omia tarpeita. Jatkuva tapahtuma vastaisi paremmin tähän tarpeeseen.	Jatkuva tapahtuma voisi olla esim. vuoden mittainen, jossa kokoontumisia olisi muutaman kuukauden välein tai toisena vaihtoehtona tiiviimpi kokonaisuus, jossa olisikin kerran viikossa niin sanottuja ”pikkutarppejä” ja esim. kuukauden välein päivänmittainen tapahtuma.	”Pikkutarppi” voi olla esim. kerran viikossa tapahtuva tunnin mittainen Metsämieli-kävely, jota jatketaan muutamman viikon ajan. Muutamman viikon päästä ”pikkutarppien” aktiviteetti voi vaihtua. ”Pikkutarppien” tarkoituksena on ottaa yhdessä haltuun yrittäjälle hyödyllisiä ja hyvinvointia tukevia, uusia toimintamalleja.	Viikolla vai viikonloppuna -kysymykseen ei löydy yhtä oikeaa vastausta, koska riippuu todella paljon yrittäjän toimialasta, yms.
<b>Prototyypin hyvät puolet</b>	Ihastui päivän sisältöön, kuten Yrittäjän hyvinvointi-valmennuksen työkaluihin ja Metsämielikävelyyn.	Kokee erityisen hyväksi Metsämielikävelyssä luonnon moninaisten terveysvaikutusten hyödyntämisen.	Kokee hyväksi, että yrittäjät tekisivät itse tietoisia valintoja oman hyvinvointinsa eteen ja saisivat käyttöönsä toimivia työkaluja.	Tapahtuma tarjoaisi vaihtoehdon yrittäjiltä uupuvien hyvinvointipalveluiden tilalle sekä mahdollistaisi vakavien hyvinvointihaasteiden ennaltaehkäisyn.	Tällaisen tapahtuman avulla voitaisiin auttaa yrittäjiä pärjäämään ilman ”kanta-pääkouluu”.



<b>Ympäristö</b>	Ympäristön täytyy olla todellisen rauhan keskellä.	Ei ylimääräisiä ääniä, hulinaa, elektroniikkaa tai väenpaljoutta.	Ympäristössä pitää pystyä irrottautumaan arjen kiireestä.	Hyvä vaihtoehto esim. Kolin Keidas.	
<b>Ideota, toiveita, muita huomioita</b>	Ryhmän tuottama moniulotteinen vertaistuki olisi erittäin tärkeää ja erityisesti yksinyrittäjille hyödyllistä.	Ryhmän imu ja ryhmästä saatavat voimavarat sekä toisilta tulevat uudet näkökulmat ovat kokonaisuuden kannalta tärkeitä avaintekijöitä.	Toivoisi ravitsemuksen ja unen merkityksen esille tuomista.	Henkisen ja fyysisen hyvinvoinnin saaminen balanssiin täytyisi olla kaiken a ja o.	Jos yrittäjä uhraa tapahtumalle vähäisen vapaa-aikansa, täytyy hänen saada ”tajunnan räjäyttävää” arvoa ajalleen.
<b>Yhteistyökumppanit</b>	Toivoo, että yhteistyökumppanit olisivat ns. ”lempedenlähettä” eli ei pakottamista mihinkään, vaan lempeästi esille tuottuja, positiivisia vaihtoehtoja.	Hyvä yhteistyökumppani voisi olla esim. Puhdistamo.	Ei-toivottuja yhteistyökumppaneita olisivat esim. vakuutus- tai työeläkeyhtiöt, sillä ne veisivät ajatukset pois rentoutumisesta.		
<b>Hinta</b>	Prototyypin kaltaisen tapahtuman hinta voisi olla esim. 129-149€ (sis. alv 24%) /henkilö.	Jos prototyypin kaltaista tapahtumaa myytäisiin suoraan isoille yrityksille, hinta voisi olla kolminkertainen, esim. 360-450€ + alv 24%.	Jos kohderyhmänä on pienyrittäjät hinta voisi olla esim. 75€/henkilö (+/- alv 24%).	Hinnoittelussa kohderyhmän huomioiminen on tärkeää.	

## Liite 10. Yksilöhaastattelu 3

<p style="text-align: center;"><b>Zoom-haastattelu, perjantaina 23.11.2020</b>  <b>Pohjoiskarjalainen naisyrittäjä</b>  <b>Ikä: 27-vuotta</b>  <b>Perhe: puoliso ja 1-, 4-, ja 7-vuotiaat lapset</b>  <b>Toimiala: palveluala, parturi-kampaaja</b>  <b>Toiminut yrittäjänä: kaksi kuukautta</b></p>					
<b>Haasteet hyvinvoinnin ja jaksamisen kanssa</b>	Yrityksen käynnistämisvaiheessa lukuisat yhteydenotot (mainostajilta, yms.) sekä toiminnan käynnistäminen ja uuden oppiminen kuormittivat.	Lapsiperhearkeittuo omat haasteensa jaksamiseen, kuten unen määrän.	Pitkien päivien vastapainoksi täytyy huolehtia vapaata esim. viikonloppuisin.	Stressiä ja kuormitusta on, mutta ei koe niitä liiallisena. Tietää, että tilanteet ovat väliaikaisia.	
<b>Tapahtuman toivottu kesto ja ajankohta</b>	Tapahtuma mieluummin viikonloppuna kuin viikolla. Kuitenkin sesonkiaikana osallistuminen viikonloppu tapahtumaan voi olla haasteellista.	Jo perjantai-iltana alkava tapahtuma ei olisi huono idea. Kuitenkin yrittäjän elämäntilanne ja lapsien ikä vaikuttavat siihen, että kuinka helppoa olisi päästä osallistumaan yön yli kestävään tapahtumaan.	Tapahtuma voisi olla myös jatkuva (esim. vuoden aikana kolme kertaa), joka lähtisi liikkeelle kartoituksesta ja etenisi siitä eteenpäin. Näin kokonaisuus olisi kattavampi ja jäisi aikaa omaksua uusia toimintatapoja.		
<b>Prototyypin hyvät puolet</b>	Eryteisesti ihmisille, joilla on vaikeutta keksiä työlle vastapainoa, on hyvä, että tarjoutuu tällaisia mahdollisuuksia.	Perheenäitinä arvostaa, että pääsisi ottamaan tapahtuman kautta omaa aikaa ihan rauhassa ja voisi syödä rauhassa.	Kokonaisuutena vaikuttaa hyvältä, selkeältä ja monipuoliselta. Toimiva kokonaisuus, kun on valmennusta, ruokailua ja Metsämieli-kävelyä.	Työkalut stressin ehkäisemiseen ja ajanhallintaan vaikuttavat oleellisilta.	
<b>Ympäristö</b>	Mieluummin pois kylältä / kaupungista, eli paikka ei saisi olla liian lähellä kotia tai hälinää.	Toivoo luonnonläheisyyttä. Lähellä voisi olla esim. patikointi-/vaellusreittejä.	Hyviä vaihtoehtoja olisivat esim. Petkeljärvi, Koli, Mantan Majatalo tai Megrin Matkailu.		

<b>Ideita ja muita toiveita</b>	Huomion kiinnittäminen ajankohtaan, onko esim. metsästysaika tai lomaviikot juuri tapahtuman aikaan, jolloin joutuu valitsemaan mihin ajan käyttää.	Myös koronan huomioiminen, että milloin on hyvä ajankohta, jotta ihmiset kiinnostuvat ja uskaltavat osallistua.	Toivoisi esimerkkitarinoita tapahtumanjärjestäjiltä tai muilta yrittäjiltä erilaisista kokemuksista, sillä niistä saa tsemppiä ja tukea.	Kaipaisi aikaa myös kokemusten jakamiseen ja verkostoitumiseen toisten yrittäjien kanssa. Yrittäjät voisivat olla eri aloilta, erityisesti, jos kyseessä pieni paikkakunta.	Oma hetki rauhoittumiseen olisi hyvä. Ohjelma voisi sisältää lisäksi esim. hierontaa tai saunomista.
<b>Yhteistyökumppanit</b>	Vakuutus- ja eläkeyhtiön kaltaiset yhteistyökumppanit herättäisivät tapahtumassa stressiä, koska mainostavat jo muutenkin paljon. Yrittäjällä nämä asiat pitäisivät muutenkin olla kunnossa.	Jos yhteistyökumppaneina olisi vakuutus- tai eläkeyhtiöitä, voisi heidän palveluitansa tuoda esiin esitteillä tai esim. kertomalla, kuinka tärkeää näiden asioiden huomioiminen on mm. stressinhallinnan kannalta. Kuitenkin niin, että eivät vie liian isoa huomiota päivästä.	Yhteistyökumppaneita voisi olla, mutta niiden täytyisi herättää positiivisia tunteita.		
<b>Hinta</b>	Jos tapahtuman runko olisi aika lailla prototyyppin mukainen ja paikka suhteellisen lähellä kotia, voisi hinta olla n. 100€ (sis. alv 24%).	Hinta voisi olla korkeampi, jos tapahtuma olisi kauempana kotia esim. Kolin hienoissa puitteissa, jossa tuntuu, että on lomareissulla.			

## Liite 11. Yksilöhaastattelu 4

<b>Zoom-haastattelu, lauantaina 24.11.2020</b> <b>Pohjoiskarjalainen naisyrittäjä</b> <b>Ikä: 24-vuotta</b> <b>Perhe: ei puolisoa tai lapsia</b> <b>Toimiala: hyvinvointiala, valmentaminen</b> <b>Toiminut yrittäjänä: puolivuotta</b>				
<b>Haasteet hyvinvoinnin ja jaksamisen kanssa</b>	Monta rautaa tulessa, jolloin haasteeksi muodostuu ajankäyttö.	Asuinpaikkakunta ei ole tällä hetkellä mieluisin, mutta tiedostaa, että asia on väliaikainen.		
<b>Millaista tukea kaipaava hyvinvointihaasteisiin</b>	Osaa proaktiivisesti reagoida tilanteen niin vaatiessa. Kokee, että jokainen on vastuussa omasta hyvinvoinnistaan.	Ei suoraan kaipaa ulkopuolista tukea.		
<b>Tapahtuman toivottu kesto ja ajan kohta</b>	Kokee, että prototyypin mukaiseen puolikkaan päivän mittaiseen tapahtumaan osallistuminen on helpompaa järjestää esim. kiireen keskellä tai perheellisenä.	Toisaalta olisi hyvä, jos tapahtuma olisi pidempi, esim. muutaman päivän mittainen, jolloin tulisi todella otettua aikaa itselle ja pystyisi irtottautumaan oikeasti arjesta.	Henkilökohtaisesti ei ole merkitystä, että olisiko tapahtuma viikolla vai viikonloppuna. Myös viikonloppuihin olisi helppo järjestää aikaa.	Eryteisesti hyvinvointivalmentajan näkökulmasta katsottuna ”jatkuva” tapahtuma kuulostaisi todella järkevältä ja hyvältä vaihtoehdolta. Tällöin saataisiin pysyvämpiä muutoksia aikaan. ”Kertaus on opintojen äiti” ja seuraavilla kerroilla voitaisiin syventää aiemmin opitua.
<b>Prototyypin hyvät puolet</b>	Yrittäjän hyvinvointi-valmennuksessa nostettu esiin tärkeitä teemoja ja työkaluja niiden tukemiseen. Hyvä on, että joku konkreettisesti näyttää ja kertoo, että miten esim. stressiä ehkäistään.	Päivän keston verrattuna tapahtuman sisältö vaikuttaa laajalta, mutta ei liian täyteen ahdetulta.	Kokonaisuus vaikuttaa hyvältä, mielenkiintoiselta ja kompaktilta. Tekisi mieli osallistua.	
<b>Ympäristö</b>	Toivoo rauhoittavaa ympäristöä esim. luonnon lähellä ja/tai nuotion äärellä.	Toivoo normaalista arkiympäristöstä poikkeamista.	Sisätiloissa tunnelmanluojana voisi toimia takkatuli.	

<b>Yhteistyökumppanit</b>	Ei välttämättä kaipaa tällaiseen tapahtumaan yhteistyökumppaneita, elleivät ne selkeästi liity hyvinvointiin ja rentoutumiseen.	Ei kaipaisi yhteistyökumppaneiksi esim. vakuutus- tai eläkeyhtiötä, koska ne vievät ajatukset rentoutumisesta työnteokoon.		
<b>Hinta</b>	LIEKKI-päivän mainoksessa esitetty pilottihinta 85€ (sis. alv 24%) vaikuttaa prototyypin mukaisesta kokonaisuudesta oikein kohtuulliselta.	Hinta on myös paikkasidonnainen asia ja voisi olla korkeampikin eri ympäristössä.		

## Liite 12. Yksilöhaastattelu 5

<b>Puhelinhaastattelu, lauantaina 24.11.2020</b> <b>Pohjoiskarjalainen naisyrittäjä</b> <b>Ikä: 47-vuotta</b> <b>Perhe: puoliso ja 15-, 17-, 20- ja 23-vuotiaat lapset</b> <b>Toimiala: muut terveystalvelut</b> <b>Toiminut yrittäjänä: kolme vuotta</b>					
<b>Haasteet hyvinvoinnin ja jaksamisen kanssa</b>	Asiakaskäynnit ovat painottuneet iltaan, jolloin työajan rajaaminen on ollut haastavaa. Vapaa-ajan ja työn suhteeseen täytyy aktiivisesti kiinnittää huomiota.	Työn luonteen vuoksi joutunut ajamaan paljon autolla, joka on aiheuttanut selkävaivoja.	Yritystoimintaa aloittaessa tietämättömyys toi epävarmuutta ja stressiä. Mm. kirjanpidon siirtäminen kirjanpitäjälle auttoi asiaan.	Alkuun haasteena oli, että ei laskenut paperitöitä työajaksi, eikä ollut varannut niille erikseen aikaa, jolloin töitä keriyi myös iltoihin ja viikonloppuihin.	Korona-aika laitto mieltämään, että kuinka saa asiakaskäyntejä tehtyä ja tuleeko tarpeeksi tuloja. Asiat menivät kuitenkin hyvin.
<b>Hyvinvoinnin merkitys</b>	Hyvinvointi täytyy kokea tärkeäksi / merkitykselliseksi asiaksi. Jos ei huolehdi siitä, että itse jaksaa, ei ole kenellekään muullekaan avuksi.	Väkisinkin käy niin, että kun kaikki sujuu hyvin, oman hyvinvoinnin ylläpito jää vähemmälle ja sen muistaa vasta, kun paikat remppaavat ja asiaan on pakko reagoida.			
<b>Hyvinvointia tukevat palvelut tai tuotteet</b>	Terapiasta ollut ennakkoon hyötyä.	Ei ole kokenut työnohjaukselle tarvetta tällä hetkellä, mutta tietää, että jos tarvetta ilmenee, niin ohjauksen pariin kannattaa hakeutua mahdollisimman pian.	Eläimet toimivat omina "hyvinvointivalmentajina", pakkottavat lähtemään ulos ja harrastusten pariin sekä tuovat lisää läheisyyttä.		
<b>Hyvä hyvinvointiratkaisu</b>	Yksilöllinen ja joustava, vastaa juuri sen hetken tarpeeseen. Ei yleisluontoinen, vaan täsmällinen, kohdennettu palvelunkäyttäjälle.	Hyvä hyvinvointiratkaisu olisi tapahtuma / kurssi / koulutus, jolla olisi jatkumoa, jotta muutoksia kerkeää tapahtua.	Hyvän hyvinvointiratkaisun osallistujista muodostuisi "vertaistukiryhmä", joiden kanssa voi käydä syvällisiä keskusteluja.		
<b>Huono hyvinvointiratkaisu</b>	Vaikea kuvitella täsmällistä sitoutumista esim. joka keskiviikko tiettyyn kellonaikaan.	Ryhmämuotoiset palvelut, joissa ei kerkeä muodostua luottamusta, jotta voitaisiin käydä syvällisiä keskusteluja.			

<b>Tapahtuman toivottu kesto ja ajankohta</b>	Toivoo tapahtumalle ehdottomasti jatkumoa, jotta saadaan oikeita muutoksia aikaan ja tapahtuman aikana pääsee kunnolla irtautumaan arjesta.	Jatkumo tärkeää myös ryhmän luottamuksen syntymisen kannalta, jotta osallistujat pystyvät jakamaan kokemuksia ja ajatuksiaan.	Pidemmässä kestoissa on se hyvä puoli, että silloin pystyy tarjoamaan monipuolista sisältöä, sisältäen esim. erilaisia harjoitteita ja tieto-osioita.	Jatkumo mahdollistaa eri tavalla eri tavalla kannustuksen ja tuen saamisen muutokseen.	Kokee hyväksi, että tapahtuma olisi viikolla, jotta viikonloppuna jää vielä aikaa muulle. Tootea, että riippuu varmasti yrittäjästä ja toimialasta.
<b>Prototyypin hyvät puolet</b>	Stressi ja ajanhallinta varmasti jokaiselle yrittäjälle keskeisiä asioita, joihin tarvitsee keskittyä.	Luonnon terveysvaikutusten mukaan ottaminen on aina hyvä asia. Hyvä, että luonto tulee osaksi päivää heti aamusta.			
<b>Ympäristö</b>	Toivoo, että paikka on lähellä luontoa, jossa pääsee liikkumaan esim. metsään tai järven rannalle.	Rauhallinen paikka, ei kaupungin keskustassa.	Voisi olla jonkun matkan päässä kotoa, jotta pääsee oikeasti irtautumaan arjen ympäristöistä.	Ympäristössä voisi olla eläimiä.	
<b>Ideota ja toiveita</b>	Toivoo pidemmän aikavälin sitoutumista vaativaa tapahtumaa, jotta saataisiin pysyviä muutoksia aikaan. Arjessa hyvin nopeasti unohtuvat asiat, joista on yhden päivän aikana innostunut, ellei tule paluuta asiaan.	Ohjelmassa voisi olla hierontaa tai kauneudenhoitopalveluita, jotka lisäisivät hyvinvointia. Jokainen osallistuja saisi valita itse mieluisan palvelun esim. illan vapaa-ajalla.	Toivoisi ohjelmaan voimaannuttavia, elämyksellisiä ja arjesta poikkeavia kokemuksia. Esim. melontaa, koskenlaskua tai kalliolaskeutumista. Ryhmän tuki auttaisi kokeilemaan jotain erilaista ja voittamaan omia pelkoja.	Toivoo, että ryhmäytymiseen kiinnittäisiin erityistä huomiota, jotta jokainen pysyisi olemaan ryhmässä "kuin kotonaan".	Eläimiä voisi olla mukana ohjelmassa. Yksi hyvä vaihtoehto olisi esim. isikkavaellus.
<b>Yhteistyökumppanit</b>	Sponsoreiksi kannattaisi hakea esim. hyvinvointialaan liittyviä tuote-esittelijöitä, joiden avulla saisi asiakkaiden kustannuksia pienemmäksi.	Vakuutus- ja eläkeyhtiöt eivät olisi hyviä yhteistyökumppaneita, elleivät osallistujat olisi vastaaloittaneita yrittäjiä, jotka kaipaavat lisätietoja heidän palvelustaan.			
<b>Hinta</b>	Ei osaa sanoa.				