

Rinnakkaistallenteen sivuasettelut ja typografiset yksityiskohdat *saattavat poiketa* alkuperäisestä julkaisusta.

Julkaisun tekijä(t): Välijärvi, Satu; Kastikainen, Jarmo; Mäki, Karoliina

Julkaisun nimi: Nordic NaBSin opetuksia yrittäjyydestä ja hyvinvoinnista

Julkaisuvuosi: 2021

Versio: Kustantajan versio

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Välijärvi, S., Kastikainen, J. & Mäki, K. (2021). Nordic NaBSin opetuksia yrittäjyydestä ja hyvinvoinnista. Oulun ammattikorkeakoulun tekniikan ja luonnonvara-alan lehti: Oamk_telulainen, 2(4), 35-36.

https://issuu.com/telu_oamk/docs/telulainen_vol2_nro4

Nordic NaBSin opetuksia yrittäjyydestä ja hyvinvoinnista

Nordic NaBS -hankkeessa on tehty tiivistä yhteistyötä luontoperustaisia hyvinvointipalveluja tarjoavien yritysten kanssa lähes kolmen vuoden ajan. Työpajoissa, pilotoinneissa ja keskusteluissa yrittäjien ja alan kehittäjien kanssa on nousut esiin haasteita mutta myös paljon mahdollisuuksia luontoperustaisen hyvinvointiyrittäjyyden kehittämiseen.

Luontoperustaiset hyvinvointipalvelut ovat luonnon hyvinvointivaikutuksia hyödyntäviä palveluja, joita ei välttämättä ole kehitetty Green Care -kriteerien mukaisesti. Usein ne kuitenkin täyttävät samat ammatillisuuden, tavoitteellisuuden ja erityisesti vastuullisuuden kriteerit kuin Green Care Finland ry:n laatu- ja eettisten ohjeiden mukaiset Green Care -palvelut.

Palvelujen kehittäminen voi olla alkuvaiheissaan tai luontoon perustuva hyvinvointinäkökulma vain osa esimerkiksi matkailu- tai työhyvinvointipalvelua. Kaikki alan yrittäjät eivät myöskään halua käyttää palveluistaan nimitystä Green Care tai sitoa itseään tiettyihin kriteereihin. Luontoperustaisten hyvinvointipalvelujen sateenvarjon alle mahtuukin monipuolista yrittäjyyttä, jonka perustana ovat luonnon hyvinvointivaikutukset ja vastuullisuus.

Palvelujen kehittämistä Nordic NaBSissa

Oamkin luonnonvara-ala on ollut osatoteuttajana Lapin ammattikorkeakoulun hallinnoimassa Interreg-rahoitteisessa Nordic NaBS -hankkeessa. Siinä on kehitetty luontoperustaisia hyvinvointipalveluja tarjoavien yritysten palvelumuotoiluosaimista ja yhteistyötä sosiaali-, terveys- ja kasvatustalojen kanssa. Tavoitteena on ollut parantaa liiketoimintaa, palvelujen laatua ja tunnettuutta ja lisätä mahdollisuuksia saada luontoperustaisia palveluja osaksi sote- ja kasvatustalouden toimintaa.

Pandemiasta huolimatta yhteistyötä päästiin toteuttamaan pilotoinneissa, joissa sote- tai kasvatustalouden organisaatio toi palvelua kokeilemaan oikean asiakasryhmän. Sama asiakasryhmä kokeili kutakin palvelua 3–5 kertaa ja antoi siitä palautetta. Yrittäjä sai palautetta myös asiakkaiden edustajalta ja hanketoimijoilta, ja arvioi itsekkin palvelua ja sen kehittämistä. (1.)

Yrittäjät kuvasivat pilotoitua palvelua myös Business Model Canvas -työkalulla (BMC). Sen avulla voi tiivistää liiketoiminnan tai yksittäisen palvelun perusasiat: arvolupauksen, ydintoiminnot, resurssit, asiakkaat ja kumppanit sekä tavat heidän tavoittamiseen, kustannukset ja tulovirrat. BMC

on alun perin Alex Osterwalderin ja Yves Pigneurin julkaisema työkalu. (2.)

Pilotointien ja BMC-prosessien kokemuksista ja tuloksista kerrotaan NaBSin julkaisussa alkuvuonna 2022. Tässä käsittelemme joitain asioita, joita on nousut esiin Pohjois-Pohjanmaalla toteutetuissa pilotoinneissa ja BMC-prosesseissa sekä hankkeen tapahtumiin osallistuneiden yrittäjien ja yrittäjiksi aikovien kanssa käydyissä keskusteluissa. Samoin hyödynnetään sote- ja kasvatustalouden toimijoiden kanssa käytyjä keskusteluja.



Business Model Canvas -pohjassa (BMC) tiivistetään liiketoimintaa tai yksittäinen palvelu yhteen sivuun (3)

Palvelun kehittämisen haasteita

Business Model Canvasin sisällöt ovat tuttuja yrittäjille, jotka ovat tehneet liiketoimintasuunnitelman. Tiivis BMC kuitenkin pakottaa keskittymään olennaiseen ja katsomaan kriittisesti liiketoiminnan ja palvelun kehittämiskohteita.

Luontoperustaisia hyvinvointipalveluja kehittäville yrittäjillä on vahva usko luonnon ja vaikkapa eläinavusteisen toiminnan hyvinvointivaikutuksiin. He uskovat, että näihin perustuvista ja erilaisista ohjausmenetelmistä hyödyntävistä palveluista voi olla paljon hyötyjä laajalle asiakasryhmälle. [Vrt. 4] Arvolupauksissa kuvataan luonnon hyvinvointivaikutuksia ja osataan hyödyntää niistä saatuja tutkimustuloksia. Sen sijaan omaa osaamista ja pätevyyttä ei tuoda samalla tavoin esille, vaikka sitä

onkin. Hyvä luontoperustainen palvelu perustuu luonnon hyvinvointivaikutusten lisäksi tavoitteellisiin ohjausmenetelmiin ja ammattiosaamiseen, joita kannattaa tuoda esiin.

Asiakasryhmien määrittely luontoperustaisille hyvinvointipalveluille voi olla vaikeaa. Osa yrittäjistä suunnittelee palvelun hyvin rajatulle asiakasryhmälle, mikä ei riitä tekemään palvelusta kannattavaa. Olisikin hyvä pohtia, mikä on se ydinpalvelu, josta pienillä muutoksilla voi skaalata palveluja laajemmalle ja monipuolisemmalle asiakaskunnalle. Toiset yrittäjät taas haluavat tarjota samaa palvelua hyvin erilaisille asiakassegmenteille. Haasteeksi nousee se, miten palvelun arvolupaus määritellään niin, että se ei jää liian yleiseksi, vaan vakuuttaa erilaiset asiakkaat erilaisine tarpeineen. Entä jos asiakas ei itse maksa palvelua, vaan ostajana on tiukoilla kriteereillä ja resursseilla toimiva sote-alan julkinen toimija: miten palvelu kuvataan arvolupauksessa uskottavasti myös hänelle?

Asiakasryhmien rajaamisen haaste on myös markkinoinnin haaste. On mietittävä tarkkaan millaisella markkinoinnilla ja mitä kanavia käyttäen tavoitetaan tehokkaasti monipuolinen ja laaja kohdeyryhmä – verkkosivu ja somemarkkinointi tuskin riittävät. Löytyykö markkinointiin riittävät resurssit, joilla taataan myös sen laatu? Usein yrittäjä päätyy siihen, että tärkeimpiä tapoja tavoittaa erityisesti palvelun maksajat, ovat suorat kontaktit, osallistuminen tapahtumiin ja hankkeisiin, verkostoituminen ja yhteistyö muiden yrittäjien kanssa.

Luonnon hyvinvointivaikutukset kiinnostavat jo laajasti sote- ja kasvatusalan toimijoita ja tietoa niistä löytyy. Monelle on kuitenkin epäselvää, millaisia luonnon hyvinvointivaikutuksia hyödyntäviä palveluja on tarjolla ja mistä niitä saa. Kohtaamisissa näitä asioita voidaan avata ja parhaimmillaan yhdessä muotoilla palvelua sellaiseksi, että asiakkaat saavat siitä aidon, osoitettavissa olevan hyödyn.

Elämäntapa ja työ

Monelle alan yrittäjälle luonnossa toimiminen hyvinvointivaikutuksineen on niin tärkeä osa omaa elämää, että siitä on vaikea muotoilla myytävää palvelua. Luonnon hyödyt voivat tuntua yrittäjälle itselleen niin itsestään selviltä, että niitä ei osata sanoittaa muille. Voi myös unohtua, että palvelussa on muita hinnoiteltavia elementtejä, kuten palveluntarjoajan koulutus ja osaaminen sekä palveluympäristö esimerkiksi maatilalla. (Vrt. 4.)

Myös liiketoiminnan ydinasiat, kuten toiminnan kannattavuus, voivat unohtua. Itselle hyvin

merkityksellisen tekemisen määrittely myytäväksi, euromääräiseksi palveluksi ei ole helppoa.

Muutama hankkeessa mukana ollut ja pitkään alalla toiminut yrittäjä pystyi hyvin analysoimaan, mitä palveluja ja mihin hintaan kannattaa myydä, jotta työ on mielekästä ja sitä jaksaa tehdä. Myös me hanketoimijat muistutimme siitä, että palveluja tarjoavan yrittäjän on pidettävä huolta myös itsestään ja toimeentulostaan. Se on perusedellytys sille, että jaksaa huolehtia vastuullisesti asiakkaiden, ympäristön ja palveluissa mahdollisesti mukana olevien eläinten hyvinvoinnista ja palveluympäristön turvallisuudesta. Yrittäjän hyvinvoinnin perustaksi ei riitä se, että voi työssään olla koko ajan tekemisissä itselleen tärkeiden asioiden kanssa, jos mielen täyttää huoli taloudesta ja terveydestä.

Yhteiskehittämisen voima

Vaikka haasteita on, luontoperustaiset hyvinvointipalvelut ovat varteenotettava toimiala maaseudun yritystoiminnaksi ja lisätulonlähteeksi esimerkiksi matkailualalle ja maataloille. Yhteistyö palvelujen muotoilussa muiden yrittäjien, potentiaalisten asiakkaiden ja ostajien kanssa auttaa kehittämään toiminnasta ammattimaista ja kannattavaa. NaB-Sin kokemukset osoittivat jälleen kokeilujen hyödyn. Mitä aiemmin palvelusta pyytää palautetta muilta, sitä nopeammin osaa kohdentaa palvelun oikeille asiakasryhmille ja löytää suoranaiset virheet ja olennaiset kehittämiskohdat. Aikaa ja rahaa säästyy, ja palvelusta saadaan alusta lähtien muotoiltua niin palvelun tuottajalle, käyttäjälle kuin maksajallekin mieluisa ja hyödyllinen.

Lähteet

1. Nordic NaBS/Palvelupilotit: Hakupäivä 2.12.2021. <https://nordicnabs.com/palvelukokeilut/>.
2. Osterwalder, Alexander, Pigneur, Yves & Clark, Tim 2010. Business model generation: a Handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.
3. Business Model Canvas -kuva on otettu BMC-pohjasta, joka on julkaistu sivustolla <https://qvik.com/news/business-model-canvas-suomeksi/>. Hakupäivä 2.12.2021. Kuvassa oleva versio on suomennos Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 -lisenssillä julkaistusta Strategyzerin (strategyzer.com) tuottamasta englanninkielisestä teoksesta. Suomennos: Lassi A. Liikkanen.
4. Lahti, Eeva-Kaisa, Valtonen, Hanne-Mari, Erkkonen, Joel, Asiala, Johanna, Hakola, Jukka, Kinnunen, Kaija, Välimaa, Leena, Nikander, Mervi, Puustjärvi, Mirva, Vinblad, Sanna, Orasmaa, Sanni, Petäjä, Sari & Häyrynen, Tanja 2019. Yrittäjät Green Care - palveluiden tuottajina. Lapin ammattikorkeakoulu. Hakupäivä 7.12.2021. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-284-6>.