

Lapsiperheen matkailukokemuksen kehittäminen palvelumuotoilun keinoin

Heinolan keskustan kesäkaudella



**Lapsiperheen matkailukokemuksen
kehittäminen palvelumuotoilun
keinoin** Heinolan keskustan
kesäkaudella

LAB-ammattikorkeakoulu
Muotoiluinstituutti
Muotoilija (AMK)
Palvelumuotoilu
Syksy 2024
Toni Korhonen
Opinnäytetyö 68 sivua

**Developing the tourist experience of
a family with children by means of
service design** in summer season
in the center of Heinola

LAB University of Applied Sciences
Institute of Design
Bachelor of Culture and Arts
Service design
Autumn 2024
Toni Korhonen
Bachelor's thesis 68 pages



LAB-ammattikorkeakoulu / Muotoiluinstituutti

Ohjaus

Sara Ikävalko
Kaupunki- ja palvelumuotoilun lehtori

Opponentti

Moona Villa
Palvelumuotoilun opiskelija



Heinola

Toimeksiantaja Heinolan kaupunki

Toimeksiantajan edustaja

Noora Kumpulainen
Kaupunkimuotoilija
Heinolan kaupunki

Tiivistelmä

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Heinolan kaupunki. Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoite oli selvittää miten Heinolan nykyiset asukkaat, paikalliset yrittäjät ja matkailijat kokevat kaupungin keskustan, mitkä tekijät vaikuttavat heidän kokemukseensa ja rajata sitä kautta aihe, sekä kohderyhmä. Tutkimus- ja kehittämistyössä käytettiin palvelumuotoilun menetelmiä, kuten havainnointia, kyselyitä, haastatteluita ja yhteiskehittämistyöpajoja. Menetelmiä hyödynnettiin valikoiduille kaupungin sidosryhmille eli asukkaille, paikallisille yrittäjille, sekä matkailijoille, saaden tietoa kehitystarpeista. Tutkimusaineistosta nousi esille lapsiperheiden, sekä lasten ja nuorten vähäinen määrä Heinolan keskustan alueella. Paikallisten yrittäjien haastatteluissa, sekä yhteiskehittämistyöpajojen keskusteluissa korostui se, että lapsiperheet puuttuvat Heinolan torin ympäristöstä, mutta heitä näkyy viettämässä aikaa perhepuisto Bongarissa, varsinkin sen liikennepuistossa. Lapsiperheitä pitäisi myöskin huomioida paremmin keskustan alueen palveluissa. Tarkempi aihe saatiin rajattua ja kehityskohde muotoutui lopulta käsittämään lapsiperheen matkailukokemuksen kehittämisen palvelumuotoilun keinoin Heinolan keskustan kesäkaudella. Kesäkausi on tutkimuksen löydösten mukaan aktiivisinta aikaa matkailulle Heinolassa. Lapsiperheiden tarpeita, toiveita, sekä käyttäytymistä tutkittiin kyselyllä ja sen pohjalta laaditulla haastattelulla perhepuisto Bongarissa. Opinnäytetyön lopputuotos on lapsiperheen päivä Heinolassa -konsepti, johon kuuluu skenaario, käyttäjäperheet sekä käyttäjäperheiden palvelupolut. Lopputuotoksissa on otettu huomioon kohderyhmän todelliset tarpeet ja sitä on tarkoitettu hyödyntää perhepuisto Bongarin alueen, sekä lapsiperheiden palveluiden kehittämisessä Heinolan keskustan alueella.

Asiasanat: palvelumuotoilu, kaupunkimuotoilu, muotoiluprosessi, elinvoimapaalvelut, lapsiperheet, matkailukokemus, kaupunkikokemus, käyttäjälähtöinen kehittäminen

Abstract

This thesis was commissioned by the city of Heinola. The goal of this thesis was to find out how Heinola's current residents, local entrepreneurs and tourists experience the city center, which factors affect their experience and thereby narrow down the topic and target group. The research and development work used methods of service design and urban design, such as observation, surveys, interviews and co-development workshops. These methods were used for selected city stakeholders which included residents, local entrepreneurs and tourists to get information about development needs. The research material revealed that there is a too small number of families with children, as well as young people using services in the center of Heinola. In the interviews with local entrepreneurs as well as in discussions within co-development workshops, it was emphasized that families with children are absent from the area around Heinola city center. Instead they can be seen spending time in the Heinola family park Bongari, especially in its traffic park for children. According the research, families with children should also be better taken into account in the city center area services. A more precise topic was narrowed down and the development finally took shape as developing the tourist experience of a family with children by means of service design in summer season in the center of Heinola. According to the findings of the study, summer season is the most active time for tourism in Heinola. The needs, wishes and behavior of families with children were studied with a survey and an interview in the Heinola family park Bongari. The final product of this thesis is a day in Heinola concept for families with children, which includes a scenario, user families and user families service paths. The real needs of the target group have been taken into account in the final products and it is intended to be used in the development of the Heinola family park Bongari area and services for families with children in the center of Heinola.

Keywords: service design, urban design, design process, vitality services, families with children, tourism experience, urban experience, user-oriented development

Sisällys

1 Johdanto	7	4 Osallisuus ja vuorovaikutus	23
1.1 Lähtökohdat opinnäytetyölle ja toimintaympäristön raja	8	4.1 Nykytilanteen kartoitus ja ongelman määrittäminen	24
1.2 Toimeksiantajan esittely	9	4.2 Kysely Heinolaan liittyvistä mielikuvista	24
1.3 Tavoitteet, aiheen raja	9	4.3 Havainnointia kaupungin tapahtumissa	26
1.4 Tutkimusstrategia	10	4.3.1 Duunitreffit WPK-talolla	26
1.5 Aikataulu	11	4.3.2 Tulevaisuuden kirjasto	28
		4.3.3 Talven ja valon juhla	30
2 Kaupunki muotoilutyön toimeksiantajana	12	4.4 Työpaja paikallisille yrittäjille	31
2.1 Heinolan kaupungin strategia ja sitä ohjaavat lait	13	4.5 Vuorovaikutusta kaupungin tapahtumissa	33
2.2 Kasvava kaupunkimuotoilun perinne Heinolassa	15	4.5.1 Yhdessä enemmän -messut	34
2.3 Viestintä ja kaupungin vetovoima	15	4.5.2 Heinolan kesän avaus	38
3 Palvelumuotoilu kehittämistyössä	16	5 Kohderyhmä	42
3.1 Palvelumuotoiluajattelu	17	5.1 Sidosryhmähaastattelut	43
3.2 Palvelumuotoilu	18	5.1.1 Paikalliset yrittäjät	43
3.3 Teoreettinen viitekehys	19	5.1.2 Matkailijat	46
3.4 Menetelmät	19	5.2 Kohderyhmä tarkentuu	46
3.5 Muotoiluprosessi	20	5.3 Nykytilanne	48
		5.4 Kysely lapsiperheille	49
		5.5 Haastattelu lapsiperheille	51
		5.6 Analyysi ja johtopäätökset	53
		5.7 Suunnittelun ohjurit	54

6 Ideointi ja ratkaisuehdotusten kehittäminen	55	Lähteet
6.1 Lapsiperheen päivä Heinolassa -konsepti	56	
6.2 Käyttäjäperheet	57	Liitteet
6.3 Käyttäjäperheiden palvelupolut	57	
6.4 Jatkokehitys	65	
 7 Opinnäytetyöprosessin arviointi	 66	
7.1 Yhteenveto	67	
7.2 Prosessin analyysi	67	

1 Johdanto

- 1.1 Lähtökohdat opinnäytetyölle ja toimintaympäristön raja
- 1.2 Toimeksiantajan esittely
- 1.3 Tavoitteet, aiheen raja
- 1.4 Tutkimusstrategia
- 1.5 Aikataulu

1.1 Lähtökohdat opinnäytetyölle ja toimintaympäristön rajaus

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Heinolan kaupunki ja sen aihe alkoi muotoutua palvelumuotoilun koulutukseen kuuluvan työharjoittelun aikana Heinolan kaupungin elinvoimapalveluissa talvella 2024. Elinvoimatoimialaan kuuluvat elinvoimapalvelut, kaupunkisuunnittelu, kiinteistö- ja mittauspalvelut, kulttuuri ja tapahtumapalvelut, sekä työllisyyspalvelut. Heinolan kaupungin elinvoimapalveluissa heräsi vuoropuhelussa kaupungin toimijoiden kanssa tarve kehittää kaupungin keskustan matkailukokemusta palvelumuotoilun keinoin ja tämä valikoitui opinnäytetyön aihepiiriin perustaksi.

Heinolan kaupungin keskusta sijaitsee vesistön äärellä ja on kaunis, sekä idyllinen näyttävine siltoineen. Keskusta on kuitenkin näivettynyt aikojen saatossa ja väestö ikääntyy vauhdilla. Kaupungin väestön ennustetaan vähentyvän melkein 2000 asukkaalla vuoteen 2040 mennessä. Heinolan kaupungin syntyvyys on vähäistä, yksi lapsi kuluva vuoden 2024 huhtikuuhun mennessä. (Heinola 2024a.) Kaupunki on elinvoimaisimmillaan kesäkaudella, jolloin keskustan yrittäjien elinkeino on matkailijoiden palveluiden käytön varassa. Heinolan keskustan vetovoimaisia kesänviettopaikkoja ovat kuuluisa kesäteatteri, Rantapuisto ja satama, Maaherranpuisto, Kylpylän uimaranta, Siltasaari, sekä harjumaiseman näköala ja kahvipaikat. Lähellä keskustaa sijaitsee myös lintuhoitola ja perhepuisto, frisbeegolfpuisto Heinola DiscGolfPark World (Kippis), sekä Vierumäen liikunta ja vapaa-ajan keskus, joka on Euroopan suurin ja monipuolisin. (Visit Heinola 2024.)

Heinolan keskustan alue on kuitenkin erilainen eri ihmisten käsityksen mukaan, joten syntyi tarve määrittää se tarkasti. Opinnäytetyön toimintaympäristö rajattiin käsittämään Heinolan toria ympäröivä alue, sen ympäristössä toimivat yritykset, sekä Rantapuiston, Kylpylän uimarannan, Niemelän rannan, Siltasaaren, perhepuisto Bongarin ja Lintuhoitolan alueet (kuva 1).

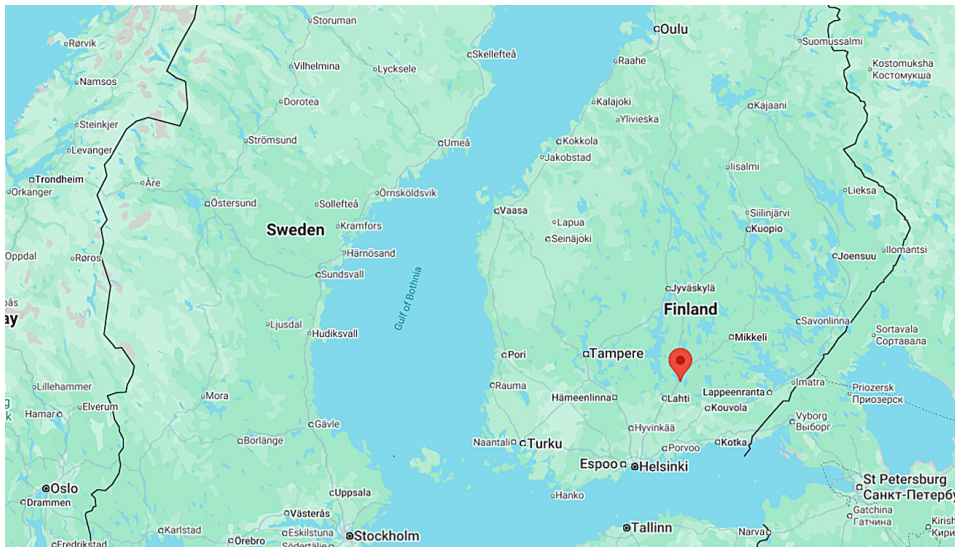


Kuva 1. Opinnäytetyön toimintaympäristö rajattuna (Google Maps 2024)

1.2 Toimeksiantajan esittely

Heinolan kaupunki sijaitsee Päijät-Hämeen maakunnassa noin 30 kilometriä Lahdesta, 130 kilometriä Helsingistä ja 170 kilometriä Tampereelta suorinta ajoreittiä pitkin. Kaupungissa on asukkaita 17 953 ja sen pinta-ala on 839 neliökilometriä (kuva 2). Väestö jakautuu kolmen eri taajaman kesken, jotka ovat Heinolan keskustaajama, Heinolan kirkonkylä ja Vierumäki. Heinolan naapurikuntia ovat Lahti, Iitti, Kouvola, Hartola, Asikkala, Pertunmaa, Mäntyharju ja Sysmä. Kaupungissa on vahva puuteollisuuden, sekä matkailun perinne. (Business Heinola 2024.)

Heinola sijoittui vuonna 2023 Suomen toiseksi parhaaksi matkailualueeksi Rovaniemen jälkeen. Sijoitus ratkaistiin rekisteröityihin majoitusliikkeisiin saapuneiden vieraiden määrän kehityksen, matkailijoiden viipymän kehityksen, matkailijoiden yöpymisten määrän tasaisen eri kuukausille jakautumisen, sekä majoitusmyynnin perusteella. (Yle-uutiset 2024.) Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Heinolan kaupungin elinvoimapalvelut. Elinvoimapalveluissa toteutetaan kehityshankkeita sekä yhdistetään tekijöitä ja yrityksiä. Toiminnan keskiössä on yritystoiminnan tukeminen ja kehittäminen, kasvun sekä kansainvälistymisen edistäminen ja eri toimialojen vahvuuksien hyödyntäminen. Positiivisen



Kuva 2. Heinolan kaupungin sijainti Suomen kartalla (Google Maps 2024)

yrityskulttuurin ja yhteistyön vaaliminen on myös tärkeä osa toimintaperiaatteita. Toiminnan tukena kootaan ja julkaistaan runsaasti tietoa Heinolan seudun energia ja raaka-ainetarjonnasta, sekä alueen elinvoimaisuudesta. (Business Heinola 2024.)

1.3 Tavoitteet, aiheen rajausta ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten Heinolan nykyiset asukkaat, paikalliset yrittäjät ja matkailijat kokevat kaupungin keskustan, mitkä tekijät vaikuttavat heidän kokemukseensa ja rajata sitä kautta aihe, sekä kehitystyön kohderyhmä. Tämän jälkeen tavoitteena oli kehittää ratkaisuehdotukset kohderyhmän tarpeita ajatellen. Tiedonhankinnan alkaessa opinnäytetyön alustava aihe oli *supistuvan kaupungin keskustan elinvoimaisuuden kehittämismahdollisuudet palvelumuotoilun keinoin*.

Seminaareissa saatu palaute aiheen laajuudesta aiheutti sen tarkentumisen tiedonhankinnan edetessä *matkailukokemuksen kehittäminen Heinolan keskustassa palvelumuotoilun keinoin* -muotoon. Tiedonhankinnan, ongelman, sekä kohderyhmän määrittämisen jälkeen aihe saatiin rajattua tarkasti *lapsiperheen matkailukokemuksen kehittäminen palvelumuotoilun keinoin Heinolan keskustan kesäkaudella* -muotoon. Lopullisen aiheen rajauksen myötä opinnäytetyön tavoitteet syvenyivät erilaisten lapsiperheiden tarpeiden selvittämiseen palvelumuotoilun keinoin ja kehitysratkaisujen ideoimiseen tutkimusaineiston pohjalta. Tavoitteeksi muotoutui kohderyhmän profilointi ja sen tarpeiden ja toiminnan määrittäminen.

OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHTAISET TUTKIMUSKYSYMYKSET:

- mitkä tekijät vaikuttavat matkailukokemukseen Heinolan keskustassa?
- mitkä käyttäjäryhmät puuttuvat Heinolan keskustasta?
- minkä käyttäjäryhmän palveluita pitäisi kehittää Heinolan keskustassa?

1.4 Tutkimusstrategia

Tämä opinnäytetyö toteutettiin laadullisena toimintatutkimuksena. Juuti & Puusa (2020) kertovat, että toimintatutkimus yhdistetään lähinnä laadulliseen tutkimusperinteeseen. Omintakeista tälle lähestymistavalle on tutkimuksen ja käytännön samanaikaisuus, eli toimintatutkimus yhdistää käytäntöä ja teoriaa. Vaikka toimintatutkimus on kieltämättä käytännönläheinen, myös siltä vaaditaan tieteen tiettyjen menetelmien käyttämistä järjestelmällisellä tavalla. Käytännön näkökulmasta toimintatutkimukseen kytkeytyy aina uuden oppimista ja oivaltamista, sekä siihen johtavan ymmärtävän prosessin tarkkailua. Tämän seurauksena käytännön elämässä pitäisi tapahtua muutoksia, sekä toimintatutkimuksen kohteena olevaan ongelmaan kytkeytyvän teoreettisen ymmärryksen pitäisi lisääntyä.

Toimintatutkimukselle ei ole rakennettu yksiselitteistä määritelmää. Sitä sovelletaan monilla tieteenaloilla ja kirjallisuudessa esiintyy lukuisia eri koulukuntia. Nämä koulukunnat eroavat toisistaan niin tavoitteiltaan, menetelmiltään ja taustaoletuksiltaan. Yhteistä näille erilaisille koulukunnille on kuitenkin keskittyminen toimintaan, sen havainnointiin, reflektointiin ja muuttamiseen. Lisäksi yhteisenä ajatuksena kaikilla koulukunnilla toimii se, että toimijat ja tutkijat osallistuvat yhdessä tutkimusprosessiin. (Juuti & Puusa 2020, 2-4.)

Juuti & Puusa (2020) mukaan lähestymistavaltaan laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tarkasteltavaa ilmiötä tutkittavien henkilöiden näkökulmasta. Tämä tarkoittaa kiinnostusta heidän kokemuksiinsa, ajatuksiinsa, tunteisiinsa, sekä siihen merkitykseen jonka he antavat tutkimuksen kohteena olevalle asialle. Vaikka emme voi täysin astua toisen henkilön kokemusten sisään ja nähdä maailmaa hänen tavallaan, on kehitetty erilaisia menetelmiä jotka auttavat tutkimusaiheen lähestymisessä ja tutkimuskysymyksiin vastaamisessa.

Tutkimuksen lähestymistapa viittaa usein siihen onko tutkimus laadullinen, määrällinen, empiirinen tai ei-empiirinen. Tutkimusote, josta voidaan käyttää nimitystä tutkimusstrategia kertoo usein täsmällisemmin millainen tutkimus on. Tutkimus voi olla vaikka laadullinen, narratiivinen, tai laadullinen etnografinen

tutkimus. Valitut tutkimusmenetelmät heijastavat tutkijan käsityksiä tutkimuskohteen luonteesta ja olemuksesta, sekä siitä miten ilmiöstä voidaan saada tietoa.

Laadullinen tutkimus perustuu aineistolähtöisiin johtopäätöksiin. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksessa hyödynnetään paljon aineistossa esiintyviä käsitteitä, sanoja ja lauseita joita haastatellut tai havainnoinnin kohteena olleet henkilöt ovat käyttäneet. Laadullisen tutkimuksen tyypillinen piirre on yksityiskohtaisen tiedon tuottaminen jostakin tietystä ilmiöstä. Tämä tieto pyritään hankkimaan ihmisiltä, jotka toimivat luonnollisissa ympäristöissään. Tutkijan omalla vastuulla on päästä sisälle toiminnan keskelle, jossa kohteena olevien ihmisten sosiaalinen elämä tapahtuu. Tämä auttaa ymmärtämään ihmisten vuorovaikutusta ja toimintaa. Laadullisen tutkimuksen vaiheisiin kuuluvat yleisesti aiheen valinta, tavoitteiden asettaminen, tutkimuskysymysten muotoileminen, rajojien esittely, teoreettisen viitekehyksen laatiminen, lähestymistavan valinta, menetelmien valinta, aineiston hankinta, aineiston analysointi ja tulkinta, tulosten raportointi ja tutkimuksen luotettavuuden arviointi. (Juuti & Puusa 2020, 17.)

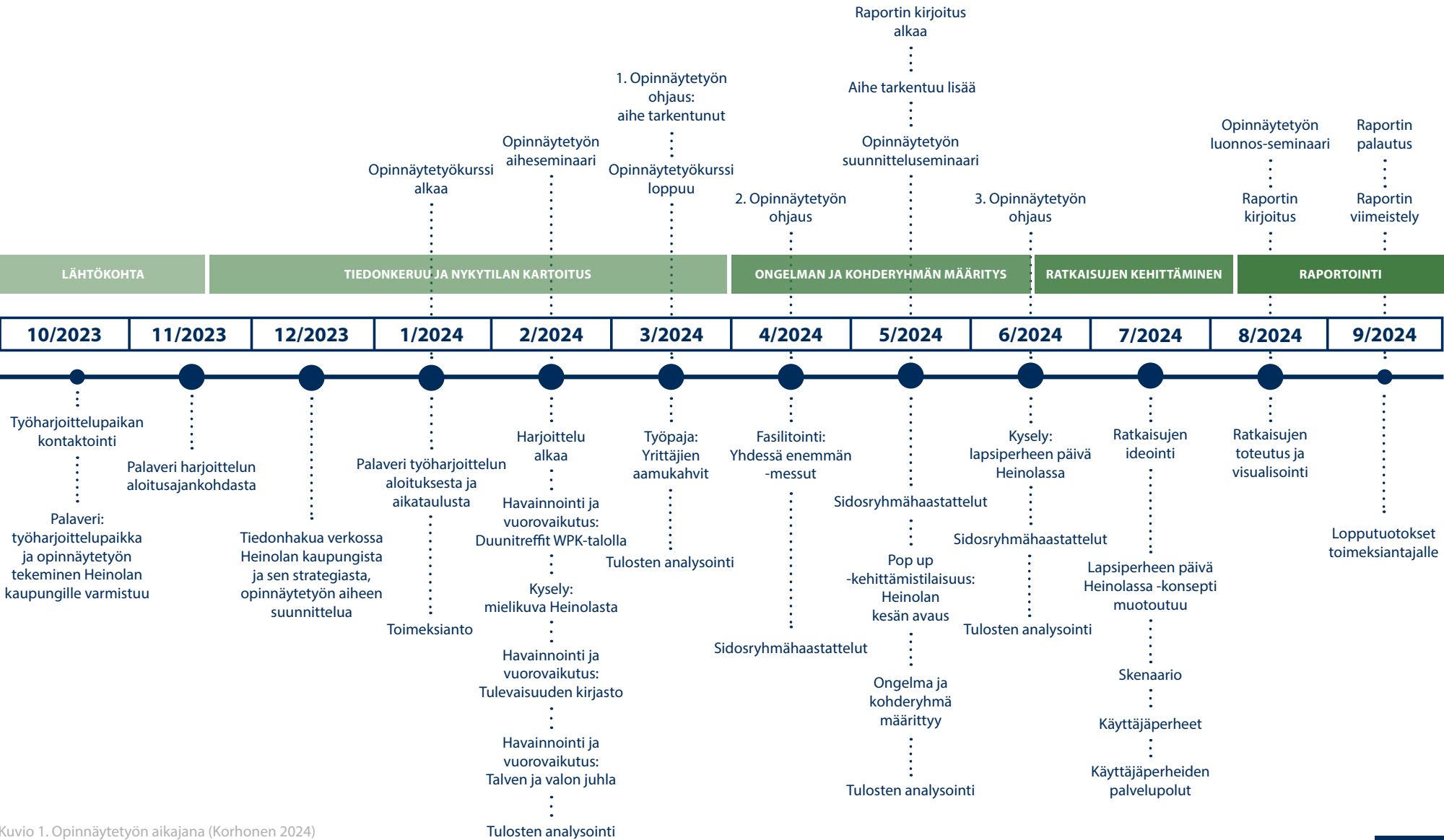
Tämän laadullisen toimintatutkimuksen toimintaympäristöksi rajautui Heinolan keskustan alue tarkasti määriteltynä ja tärkeimmiksi sidosryhmiksi jaoteltiin Heinolan asukkaat, paikalliset yrittäjät ja matkailijat. Tiedonhankinnan menetelminä toimivat havainnointi, työpajat, kyselyt ja haastattelut.

Tutkijan omalla vastuulla on päästä sisälle toiminnan keskelle, jossa kohteena olevien ihmisten sosiaalinen elämä tapahtuu. Tämä auttaa ymmärtämään ihmisten vuorovaikutusta ja toimintaa.

(Juuti & Puusa 2020, 17.)

1.5 Aikataulu

Tämä opinnäytetyö toteutettiin ajallisesti välillä lokakuu 2023–syyskuu 2024. Varsinainen aiheen äärellä työskentely tapahtui välillä helmikuu 2024–elokuu 2024. Opinnäytetyöstä luotiin aikajana, joka sisältää tärkeitä tapahtumia prosessin aikana. Aikajanaa luodessa huomioitiin opinnäytetyön aloitusprosessi työharjoittelussa Heinolan kaupungin elinvoimapalveluissa, koska se liittyi vahvasti toimeksiantoon (kuvio 1).



Kuvio 1. Opinnäytetyön aikajana (Korhonen 2024)

2 Kaupunki muotoilutyön toimeksiantajana

- 2.1 Heinolan kaupungin strategia ja sitä ohjaavat lait
- 2.2 Kasvava kaupunkimuotoilun perinne Heinolassa
- 2.3 Viestintä ja kaupungin vetovoima

2.1 Heinolan kaupungin strategia ja sitä ohjaavat lait

Heinolan kaupungin strategia 2030 on pitkän aikavälin suunnitelma, joka ohjaa kaupungin kehitystä tulevina vuosina. Strategiassa asetetaan keskeiset tavoitteet ja painopistealueet, joiden avulla Heinola pyrkii vastaamaan tulevaisuuden haasteisiin ja mahdollisuuksiin.

Tavoitteena on luoda elinvoimainen, viihtyisä ja kestävä kaupunki, jossa asukkaiden hyvinvointi ja ympäristöarvot ovat keskiössä. Heinola pyrkii vahvistamaan vetovoimaansa, niin asukkaiden kuin yritystenkin näkökulmasta. Kaupunki panostaa elinkeinoelämän monipuolistamiseen, uusien työpaikkojen luomiseen ja asuinalueiden viihtyisyyteen. Heinola sitoutuu ilmastotavoitteisiin, kuten hiilineutraaliuden saavuttamiseen ja edistää kestävästä kehitystä kaikilla toimintansa osa-alueilla. Kaupunki panostaa energiatehokkuuteen, uusiutuvaan energiaan ja kiertotalouteen.

Kaupungin strategia korostaa asukkaiden osallistumista päätöksentekoon ja yhteisöllisyyden vahvistamista. Heinola haluaa kehittää vuorovaikutteisia ja osallistavia menetelmiä, joilla kaupunkilaiset voivat vaikuttaa kaupungin kehitykseen. Heinola keskittyy laadukkaiden ja saavutettavien palveluiden tarjoamiseen kaikille asukkaille pyrkien myös rikastuttamaan kulttuuritarjontaa ja vahvistamaan vapaa-ajan mahdollisuuksia.

Heinola haluaa olla kaupunki, jossa kulttuurielämä on monipuolista ja helposti saavutettavissa. Heinolan kaupungin strategia 2030 on laaja-alainen suunnitelma, joka kattaa talouden, ympäristön, yhteisön ja palveluiden kehittämisen. Tavoitteena on tehdä Heinolasta entistä parempi paikka asua, työskennellä ja vierailla. (Heinola 2024b.)

VÄLITTÄMINEN

Välitämme toisistamme. Kohtaamme, kysymme, kerromme ja kuuntelemme. Teemme yhdessä ja arvostamme toisiamme.

UUDISTAMINEN

Haastamme itseämme ajattelemaan toisin. Kokeilemme, kehitämme ja kannustamme. Haluamme parempaa, emme roiku menneessä vaan katsomme tulevaan.

TULOKSELLISUUS

Toimimme tavoitteellisesti. Pohdimme, pistämme töpinäksi ja saamme asioita aikaan. Olemme johdonmukaisia.

Kunnat järjestävät asukkailleen palveluita, joista suurin osa on laissa määritelty niiden tehtäviksi. Kunnille voidaan osoittaa uusia tehtäviä ainoastaan säätämällä niistä laissa. Lainsäädäntö sisältää myös runsaasti velvoitteita siitä kuinka näitä tehtäviä on hoidettava. Lakisääteisten tehtävien lisäksi kunnat voivat omasta aloitteestaan ottaa hoitaakseen muita itsehallinnollisia tehtäviä. Nämä tehtävät liittyvät usein talouteen, työllisyyteen, elinkeinotoiminnan edistämiseen ja asumiseen. (Valtionvarainministeriö 2024a.)

Perustuslaki määrittää kunnallisen itsehallinnon ja kuntajaon periaatteet. Kuntien toimintaa säätelevät yleinen kuntalainsäädäntö, sekä alakohtaiset lait eri hallinnonaloilla. Nykyinen kuntalaki astui voimaan 1.5.2015. Sen tarkoituksena on edistää kunnan asukkaiden itsehallintoa, sekä parantaa osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia. Samalla laki tukee kunnan toiminnan suunnitelmallisuutta ja talouden kestävyyttä. Kuntalaki kattaa kunnan toiminnan laajasti ja velvoittaa tarkastelemaan kunnan toimintaa kokonaisuutena riippumatta siitä toteutetaanko tehtäviä kunnan omassa organisaatiossa, kuntayhtymässä, kunnan omistamissa yhtiöissä tai ostopalveluiden kautta. Se antaa kunnille joustoa järjestää hallinto ja taloudenhoitoa paikallisten olosuhteiden mukaisesti.

Kuntien lakisääteisiin velvoitteisiin kuuluu muun muassa kuntastrategian laatiminen, johtajasopimuksen tekeminen kunnan ja kunnanjohtajan välillä, nuorisovaltuuston ja vammaisneuvoston asettaminen, konserniohjeiden sisältövaatimusten noudattaminen, kuntayhtymän alijäämän kattaminen, takausten rajoittaminen, kiinteistön myyntiä koskevien säännösten noudattaminen, palveluvelvoitteen antaminen, sekä kunnan toiminnan kannalta tärkeiden asiakirjojen, päätöspöytäkirjojen ja sidonnaisuusilmoitusten julkaiseminen yleisessä tietoverkossa. (Valtionvarainministeriö 2024b.)

175/2019, 22 §

Osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuudet

Kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Valtuuston on pidettävä huolta monipuolisista ja vaikuttavista osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksista ja menetelmistä.

Osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää erityisesti:

- 1) järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja;
- 2) selvittämällä asukkaiden ja kunnassa säännönmukaisesti tai pitempiaikaisesti asuvien tai oleskelevien palvelujen käyttäjien mielipiteitä ennen päätöksentekoa;
- 3) valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia kunnan toimielimiin;
- 4) järjestämällä mahdollisuuksia osallistua kunnan talouden suunnitteluun;
- 5) suunnitteleamalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa;
- 6) tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-aloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.

2.2 Kasvava kaupunkimuotoilun perinne Heinolassa

Vuodesta 2019 alkaen Heinolan kaupungilla on toiminut kaupunkimuotoilija, jonka työnkuvaan kuuluu vastuu kaupunkimuotoilun ja palvelumuotoilun kokonaisuudesta kaupunkisuunnittelussa. Työnkuvaan kuuluvat myös vastuu vuorovaikutuksen, yhteistyön, tiimityöskentelyn ja markkinointiviestinnän kokonaisuudesta ja vastuu kulttuurisuunnittelusta, sekä kaupunkikulttuurin tutkimuksesta ja kehitystoimenpiteistä. Muita kaupunkimuotoilijan työtehtäviin kuuluvia osa-alueita ovat kaupunkikehittämisen prosessien kehittäminen, strateginen suunnittelu, sekä tiedolla johtaminen ja sen kehittäminen. Kaupunkimuotoilija toimii asukas- ja käyttäjälähtöisten, sekä osallistavien kaupunkisuunnitteluhankkeiden vetäjänä, koordinaattorina ja kehittäjänä. Hän myös osallistuu kaupunkisuunnittelun suunnitelmien laatimiseen ja hankkeisiin osana kaupunkisuunnittelutiimiä.

Heinolan kaupungissa kaupunkimuotoilu, sekä osallisuus on tärkeässä asemassa ja siihen on panostettu esimerkiksi alueidentiteettiprojektilla, joka perustuu ihmislähtöisyyteen. Alueidentiteettiprojektin keskiössä on lähteminen ihmisten pariin, sinne missä he asuvat. Näin heidän on helpompi osallistua. Projektin tavoitteena on tiedonkerääminen ja identiteetin vahvistaminen, aktiivien löytäminen ja heidän innostaminen, haasteiden ratkominen yhdessä, yhteisymmärrys, sekä markkinointi asukkaiden suulla.

Alueidentiteettiprojekti on olemassa, koska

- asukkaat ovat oman elinympäristönsä asiantuntijoita ja markkinoijia
- asukkaat ovat kiinnostuneita omasta elinympäristöstään
- asukkaat kokevat, että heidän mielipiteillään on merkitystä
- halutaan kehittää alueita tarpeiden, ei ideoiden pohjalta.

Heinolan kaupungilla tehdään myös paljon vuorovaikutukseen liittyvää toimintaa, joka ei ole lakisääteistä. Kaupungin muotoiluajattelu on siirtynyt virallisesta enemmänkin epäviralliseen. Kokeillaan ja kehitetään vuorovaikutteisen suunnittelun malleja kaupunkialueiden parantamisessa. (Kumpulainen 2024.) Osallisuus ja vuorovaikutus olivat myös keskeisessä osassa koko tämän opinnäytetyön prosessin ajan.

2.3 Viestintä ja kaupungin vetovoima

Opinnäytetyön tutkimusvaiheessa ja lopputuotoksissa otettiin huomioon myös viestinnän näkökulma ja sen tärkeys kohderyhmien saavuttamisessa. Työssä hyödynnettiin varsinkin sosiaalisen median alustoja kyselytutkimusten mainostamisessa kohderyhmille. Tutkimuksista nousi toistuvasti esiin kaupungin ja sen yritysten viestintä. Heinola on Suomen seutukaupunkeja, eli seutunsa keskus ja Kuntaliitto (2022) seutukaupunkeja koskevan tutkimuksen valossa kaupungin omalla aktiivisella viestinnällä on merkittävä vaikutus vetovoimaan eri näkökulmista. Omien vahvuuksien tunnistaminen ja kohderyhmäkohtainen viestintä toimivat kasvun ajureina. Kaupungin tunnettavuuden kasvattamiseen panostamalla voidaan suoraan merkittävästi nostattaa positiivista mielikuvaa ja muuttovetovoimaa.

Aktiivinen ja tavoitteellinen brändityö ja näkyvyyden lisääminen vahvistavat kaupungin vetovoimaa tunnettavuuden kasvun myötä. Viestinnän avulla voidaan saavuttaa näkyvyyttä ilman suuria kampanjoita. Uutisoinnin ohella on tärkeää nostaa esiin positiivisia tapahtumia, onnistumisia ja arjen hyviä puolia, kuten seutukaupungin vahvuuksia ja paikallisten ihmisten tarinoita. Tämä kaikki auttaa kaupunkia selviytymään tulevaisuuden haasteista, kuten investointien houkuttelusta, työvoiman saatavuudesta sekä asukkaiden ja matkailijoiden kiinnostuksen herättämisestä. Persoonallinen viestintä voi myös tehdä vaikutuksen erottumalla massasta esimerkiksi tyylin, menetelmien, kanavien, paikkojen tai yllättävien tekijöiden avulla. Se herättää tunteita ja vakuuttaa samalla faktoilla. (Kuntaliitto 2022.)

***Asukkaat ovat oman
elinympäristönsä
asiantuntijoita ja
markkinoijia.***

(Kumpulainen 2024)

3 Palvelumuotoilu kehittämistyössä

3.1 Palvelumuotoiluajattelu

3.2 Palvelumuotoilu

3.3 Teoreettinen viitekehys

3.4 Menetelmät

3.5 Muotoiluprosessi

3.1 Palvelumuotoiluajattelu

Muotoilu ja palvelumuotoilu ovat mielenkiintoisia käsitteitä, joilla on merkittäviä eroja. Muotoilijan työ tunnetaan muotoiluna ja sen lopputulosta kutsutaan usein muotoiluksi tai designiksi. Tuulaniemi (2011) näkee, että palvelumuotoilijan työn tuloksena syntyy palvelu, ei muotoilua tai designia. Palvelumuotoilu on siis tekemistä, sekä prosessi jonka tekijöitä kutsutaan palvelumuotoilijoiksi. Palvelumuotoilu vaatii selkeää ajattelutavan muutosta verrattuna tuotemuotoiluun. Vaikka tuotemuotoilussa keskitytään ensisijaisesti tavaroiden suunnitteluun ja palvelumuotoilussa palveluihin, näiden kahden ero on syvällisempi. On tärkeää siirtyä ajatusmallista, jossa tavarat ovat kehittämisen keskiössä ja oheispalvelut nähdään vain lisätulojen lähteenä, kohti ihmiskeskeistä lähestymistapaa. Kehittämisen ytimessä tulee aina olla ihminen ja hänen tarpeensa, jotka organisaation tarjoamat palvelut ja tuotteet tyydyttävät. Tämä toteutuu usein parhaiten yhdistämällä palvelukonsepteja, jotka sisältävät tavaroita, tiloja, ympäristöjä ja ihmisiä.

Tuulaniemi (2011) kuvaa, että palvelut ovat monimutkaisempia ja vuorovaikutteisempia järjestelmiä kuin fyysiset tuotteet. Ne tuotetaan usein monimutkaisissa palveluekosysteemeissä, jotka koostuvat useista fyysisistä ja virtuaalisista ympäristöistä, järjestelmistä sekä ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta. Palvelun tuottamiseen vaikuttavat olennaisesti, sekä asiakkaat että asiakaspalvelijat, samoin kuin palveluun liittyvät esineet ja ympäristöt, olipa kyse fyysisistä tai virtuaalisista elementeistä.

Palvelu on vuorovaikutusprosessi palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä. Ratkaisuja ja arvoa tuottaessa on keskeistä ymmärtää ihmisten tarpeita ja toiminnan motiiveja eli lisätä asiakasymmärrystä. Nykyään kilpailukyky ei enää perustu pelkästään tuotantoprosessien tehostamiseen tai materiaalilogistiikkaan, vaan palveluiden suunnittelussa on ymmärrettävä kokonaisuus johon palvelu liittyy. Usein palvelut tuotetaan tai kulutetaan yhdessä muiden palveluiden kanssa, joten on tärkeää ymmärtää kuinka palvelun eri osat liittyvät toisiinsa ja tukevat toisiaan.

Vaikka monet palvelumuotoilussa käytetyt menetelmät ovat tuttuja tuotemuotoilusta, palvelumuotoilu yhdistää ne uuden talouden vaatimalla tavalla. Vaikka muotoilun menetelmien ja työkalujen juuret saattavat olla muualla kuin muotoilussa, palvelumuotoilussa käytettäviä työmenetelmiä on selkeyden vuoksi järkevää kutsua nimenomaan palvelumuotoilun menetelmiksi. (Tuulaniemi 2011, 64-65.)

Stickdorn ym. (2018) kertovat, että kaikki haluavat keskittyä prosesseihin ja työkaluihin, koska he voivat nähdä, koskettaa ja käyttää niitä. Kuitenkin ilman palvelumuotoilun ajattelutapaa ihmiset palaavat takaisin käyttämään prosesseja ja työkaluja aivan kuten he käyttivät liiketoimintaprosessien hallintatyökalua ja muita niin sanottuja parannusmenetelmiä. He päätyvät näin ollen samoihin sisäisesti keskittyneisiin ratkaisuihin ja samoihin kauheisiin asiakaskokemuksiin, joita heillä on nykyään.

Palveluiden suunnittelun ydin on yhteissuunnittelu ja monet palvelumuotoilun harjoittajat ovat ylpeitä kyvystään yhdistää ihmisiä eri silloista ja tuoda heidät yhteen joidenkin näennäisesti yksinkertaisten työkalujen ympärille, joita he kaikki pitävät mielekkäinä ja hyödyllisinä. Eri asiantuntijat voivat tulkita näitä työkaluja ja visualisointeja, joita joskus kutsutaan rajaobjekteiksi eri tavoin, mikä antaa heille mahdollisuuden tehdä yhteistyötä ilman, että heidän tarvitsee ymmärtää liikaa toistensa maailmoja. Ne ovat riittävän yksinkertaisia, jonka takia ne ovat helposti ja jopa empaattisesti ymmärrettäviä, mutta kuitenkin riittävän kestäviä tarjotakseen hyvän perustan työlle. Tällä tavoin palvelumuotoilu voidaan nähdä yhteisenä kielenä tai jopa liimana kaikkien tieteenalojen välillä.

Palvelumuotoilu tarjoaa yhteisen, lähestyttävän ja neutraalin termien ja toimintojen tavan poikkitieteelliseen yhteistyöhön. (Stickdorn ym. 2018, 21.)

3.2 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu Palo (2024) kertoo, että palvelumuotoilu tarkoittaa palveluiden ja liiketoiminnan kehittämistä ihmislähtöisesti, niin että palvelun käyttäjä osallistuu aktiivisesti prosessiin. Se tarjoaa kehitystyölle kokonaisvaltaisen lähestymistavan, sisältäen prosessin, menetelmät ja työkalut.

Palvelumuotoilun yleisiä käsitteitä ovat

- ihmislähtöisyys
- yhteiskehittäminen
- ennakointi
- kokonaisvaltaisuus
- luovuus
- konkreettisuus.

(Palvelumuotoilu Palo 2024.)

Stickdorn ym. (2018) kuvaavat palvelumuotoilun olevan ihmislähtöistä suunnittelua perustuen syvään ymmärrykseen käyttäjistä, heidän tarpeistaan ja kohtaamistaan ongelmista. Se vaatii empatiaa ja avointa mieltä, jotta voidaan asettua käyttäjän asemaan sekä luoda ratkaisuja, jotka todella palvelevat käyttäjien tarpeita. Tämä prosessi on usein iteratiivinen ja vaatii jatkuvaa palautteen keräämistä. Palvelumuotoilu tuo yhteen erilaisia näkökulmia, kuten liiketoiminnan tavoitteet, teknologian mahdollisuudet ja ennen kaikkea käyttäjien toiveet. Se luo synergiaa näiden tekijöiden välille, mikä johtaa innovatiivisten ja käyttäjäystävällisten palveluiden syntymiseen.

Palvelumuotoilussa korostuu myös tiimityöskentely. Eri alojen ammattilaiset, kuten suunnittelijat, tutkijat, analyytikot ja teknologiatiiimit työskentelevät yhdessä ratkaistakseen ongelmia. Tavoitteena on luoda onnistuneita käyttäjäkokemuksia, jotka vastaavat käyttäjien tarpeisiin. Palvelumuotoilu ei ole vain suunnittelua, se on tarinankerrontaa, käyttäjien huomioimista ja parhaiden ratkaisujen etsimistä yhdessä. Se on tapa tehdä maailmasta parempi paikka yksi palvelu kerrallaan. (Stickdorn ym. 2018, 18-21.)

Tuulaniemi (2011) kertoo palvelumuotoilun hyödyntävän tuotemuotoilusta tuttua kehitysprosessia. Muotoilu on aina sidoksissa kontekstiin ja kun kontekstit muuttuvat, sovelletaan muotoilun ydinosaamista uusien työkalujen avulla uusilla alueilla. Palvelumuotoilu perustuu siis muotoiluun. Muotoilijoiden ydinosaaminen on tuotu osaksi palveluiden kehittämistä. Muotoilun vahvuuksia prosessi- ja menetelmäosaamisen (kuten kulttuuristen toimintakontekstien ymmärrys, luovan ja analyyttisen lähestymistavan yhdistäminen, sekä asiakasymmärryksen lisäämisen keinot) lisäksi ovat visualisointi ja prototypointi, eli kyky tehdä näkymätön näkyväksi ja konkretisoida aineetonta.

Palvelumuotoilun kehitykseen ovat muotoilualalla vaikuttaneet erityisesti teolliset muotoilijat, joilla on perinteisesti ollut vahvaa prosessiosaamista. Koska palvelutkin ovat luonteeltaan prosesseja, teollisille muotoilijoille on ollut luonnollista siirtyä palveluiden kehittämisen pariin. Monet teolliset muotoilijat omaavat myös liiketoimintaosaamista tai ainakin vahvan kiinnostuksen bisneksen keskeisiin asioihin, sillä he ovat usein työskennelleet tehtävissä, joissa vaaditaan strategista muotoiluosaamista. Muotoilijoiden kiinnostus liiketoiminnan realiteetteihin on ehdoton etu palveluliiketoiminnan kehittämisessä. (Tuulaniemi 2011, 64-65.)

**Palvelumuotoilu
on ihmislähtöistä
suunnittelua perustuen
syvään ymmärrykseen
käyttäjistä, heidän
tarpeistaan ja
kohtaamistaan
ongelmista.**

(Stickdorn ym. 2018)

3.3 Teoreettinen viitekehys

Tämän opinnäytetyön aihetta tarkastellaan palvelumuotoilun ja kaupunkimuotoilun teoreettisesta näkökulmasta. Tärkeintä teoreettisen viitekehityksen hahmottamisessa (kuvio 2) oli määrittää opinnäytetyön aihepiiriin keskeiset tekijät, jotka olivat palvelumuotoilu, kaupunkimuotoilu, markkinointiviestintä ja kaupungin elinvoima.

Nämä keskeiset tekijät ohjasivat suunnitteluprosessia vahvasti. Palvelumuotoilun menetelmät, sekä kaupunkimuotoiluun vahvasti liittyvä osallistaminen toimivat tiedonkeruun pohjana. Tutkimustyössä otettiin huomioon kaupungin elinvoimatekijät, sekä markkinointiviestintä. Lopputuotos kehitettiin palvelumuotoilun tapaan käyttäjälähtöisesti.

3.4 Menetelmät

Opinnäytetyössä käytettiin palvelumuotoilussa hyvin yleisesti käytettyjä menetelmiä, kuten havainnointia, työpajoja, kyselyjä ja haastatteluja. Havainnointia toteutettiin Heinolan kaupungin erilaisissa tapahtumissa. Työpajoja järjestettiin kolmessa tapahtumassa eri sidosryhmille eri teemojen parissa. Kyselyitä ja haastatteluja käytettiin sidosryhmien kanssa opinnäytetyön ja prosessin edetessä tiedonkeruuseen. Työskentely sisälsi useampia iterointikierroksia sidosryhmien kanssa ennen kuin todellinen ongelma löytyi.

Kaupungin keskustan kehittämisessä käyttäjän tarpeet ja niiden tunnistaminen ovat keskeinen tekijä, joten kaupunkimuotoilussa käytettävä osallistaminen nousi tärkeäksi keinoksi ja sitä harjoitettiin opinnäytetyön toteutuksessa sidosryhmien kanssa alusta asti. Sampo ym. (2020) mukaan suunnittelutyö onnistuu todennäköisemmin, kun otetaan mukaan eri sidosryhmien edustajia sekä kuullaan ja huomioidaan monenlaisia näkökantoja (Sampo ym. 2020, 15-16).

Stickdorn ym. (2018) kertovat visualisoinnin tarjoavan selkeän yleiskuvan kerätystä tiedosta ja se auttaa jäsentämään monimutkaista dataa. Visualisointien avulla voidaan tunnistaa malleja, paljastaa datassa olevia aukkoja, sekä syventää ihmisten ymmärrystä aiheesta. Palvelumuotoilussa käytettyjä tapoja esittää tutkimustietoa ovat esimerkiksi tutkimusseinät, persoonat, asiakaspolut,

systemikartat ja käyttäjätarinat. (Stickdorn ym. 2018, 227.) Opinnäytetyössä käytettiin Figma-alustaa tutkimusmateriaalin kokoamiseen visuaaliseen muotoon tutkimusseinälle, sekä sen analysointiin. Figma on valkotalu pohjainen työkalu tiimiyhteistyöhön, sekä ideoiden pohtimiseen ja kaavioiden luomiseen interaktiivisessa ympäristössä (Figma 2024).



Kuvio 2. Teoreettinen viitekehys (Korhonen 2024)

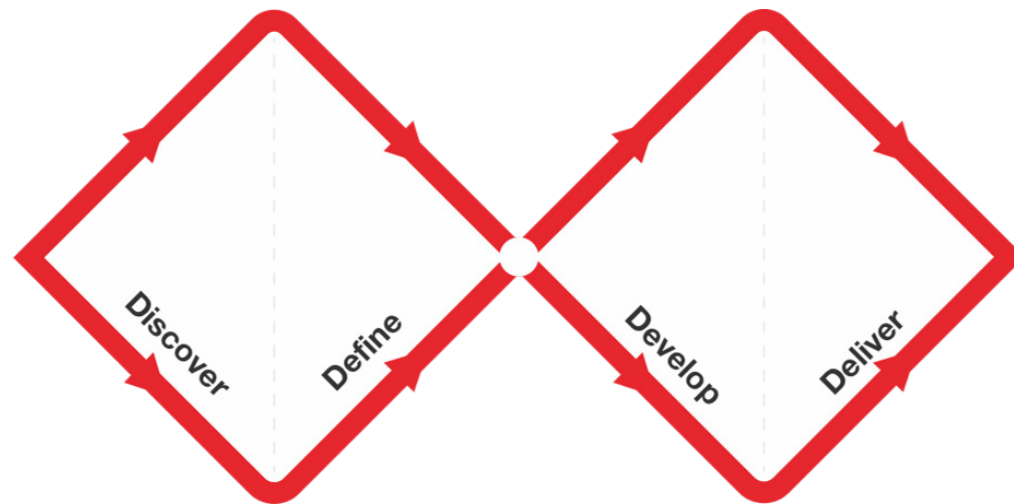
3.5 Muotoiluprosessi

Stickdorn ym. (2018) toteavat, että suunnittelijoiden on ajateltava kriittisesti eikä omaksuttava suunnitteluprosessin mallia automaattisesti. Heidän on suunniteltava itse prosessi käsillä olevan ongelman mukaisesti. Minkä tahansa suunnitteluprosessin ytimessä on iterointi vaihtoehtojen luomiseksi ja vähentämiseksi. Suunnitteluprosessi on erilaisten vaiheiden (mahdollisuuksien etsiminen) ja konvergenttien (päätösten tekeminen) välinen vuorovaikutus. Näitä malleja voidaan kuvata divergentiksi ja konvergentiksi ajatteluksi ja tekemiseksi. Ne ovat tärkeimpiä malleja missä tahansa suunnitteluprosessissa.

Psykologi Joy Paul Guilford keksi termit divergentti ja konvergentti ajattelu ensimmäisen kerran vuonna 1956 ja Paul Laseau toi ne suunnittelun ja arkkitehtuurin alalle vuonna 1980. Pohjimmiltaan molemmat havaitsivat, että onnistuneet suunnittelu ja ongelmanratkaisuprosessit voidaan kuvata vuorovaikutukseksi divergentin (missä etsimme tai luomme mahdollisuuksia) ja konvergenssin (jossa teemme päätöksiä) välillä. (Stickdorn ym. 2018, 84-85.)

Perinteisin muotoiluajattelun malli on tuplatimanttimalli eli Double Diamond, jonka esitteli vuonna 2005 British Design Council. (kuvio 3). Tämä malli noudattaa kaavaa **LÖYDÄ** (tämä vaihe auttaa ymmärtämään ongelmaa, oletusten sijaan, siihen kuuluu keskustelu ja ajan viettäminen ihmisten kanssa joihin ongelma vaikuttaa), **MÄÄRITÄ** (löytövaiheesta saatu oivallus voi tässä vaiheessa auttaa määrittelemään haasteen eri tavalla), **KEHITÄ** (annetaan erilaisia vastauksia jo selkeästi määritettyyn ongelmaan etsimällä inspiraatiota muualta ja suunnittelemalla yhdessä erilaisten ihmisten kanssa) ja **TUOTA** (testataan erilaisia ratkaisuja pienessä mittakaavassa, hylätään ne jotka eivät toimi ja parannetaan toimivia). Tuplatimantti on visuaalinen mallinnus suunnittelu ja innovaatioprosessista. Se on yksinkertainen tapa kuvata minkä tahansa suunnittelu ja innovaatioprojektin vaiheita käytetyistä menetelmistä ja työkaluista riippumatta. Se on yleisesti hyväksytty kuvaus suunnitteluprosessista. (British Design Council 2024.)

Stickdorn ym. (2018) toteavat kriittisen ajattelun ja ongelman lähestymisen sen luonteen mukaan olevan avainasemassa oikean prosessin suunnittelussa. (Stickdorn ym. 2018, 84-85). Tässä opinnäytetyössä lähestyttiin



Kuvio 3. Double Diamond (British Design Council 2005)

SUUNNITTELUPROSESSIN VAIHEITA

1. Tutkimusvaiheen aikana syntyy paljon tietoa käytettyjen tutkimusmenetelmien avulla, joka organisoidaan ja tiedon keskeltä poimitaan oivalluksia.
2. Ideointivaiheen aikana luodaan monia erilaisia mahdollisuuksia ratkaisuiksi, joita suodatetaan päätöksentekoprosessin kautta. Näin päästään takaisin kouralliseen lupaavia ideoita.
3. Prototypoinnissa ja kehitysehdotusten toteutuksessa avaudutaan tutkimalla ja rakentamalla mahdollisia ratkaisuja ja keskittymällä sitten uudelleen niihin arvioinnin ja päätöksenteon kautta.

(Stickdorn ym. 2018, 84.)

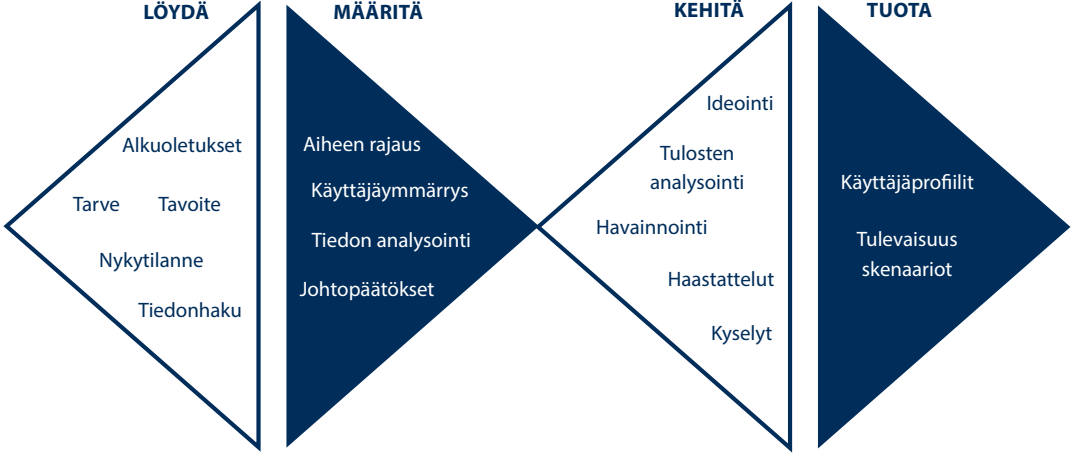
ongelmanratkaisua aluksi perinteisellä tuplatimanttimallilla, joka ei kuitenkaan sopinut kuvaamaan prosessia tarpeeksi tarkasti (kuvio 4). Lopullinen prosessi noudatti käytännössä tuplatimantin mallia, mutta sisälsi useampia eri vaiheita, joten prosessi visualisoitiin yksilöllisesti kehitystyön ja ongelman mukaan (kuvio 5).

LÖYDÄ

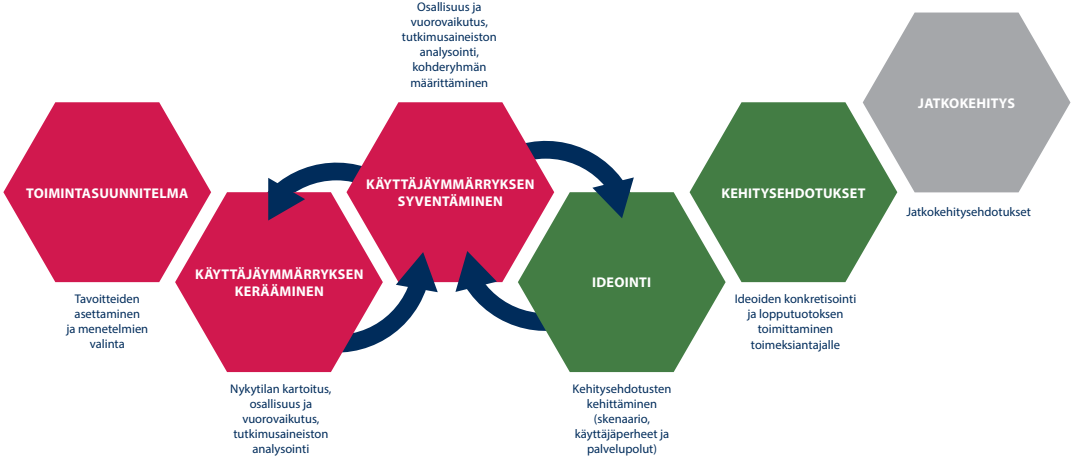
Prosessi aloitettiin määrittelemällä tavoitteet, keitä halutaan tietoa ja menetelmät ongelman löytämiseen. Tiedettiin jo, että opinnäytetyö keskittyy matkailukokemuksen kehittämiseen Heinolassa. Opinnäytetyön alustava, sekä nykytiedon mukaan määritetty aihe olikin *matkailukokemuksen kehittäminen Heinolan keskustassa palvelumuotoilun keinoin*. Kenen matkailukokemuksen? Tähän kysymykseen haluttiin saada vastaus, joten lähdettiin kartoittamaan Heinolan nykytilaa sekä olemassaolevan tiedon, että palvelumuotoilun menetelmien (havainnointi, työpajat, kyselyt ja haastattelut) avulla. Sidosryhminä olivat kaupungin asukkaat, yritykset ja matkailijat eri sesonkeina (kevät talvi ja kesä). Tutkimuksista saatiin valtavat määrät tietoa valittujen menetelmien avulla. Tiedon analysoinnin jälkeen pystyttiin selkeyttämään Heinolan matkailua käsittäviä ongelmia yksityiskohtaisemmin, mutta tarkempi kohderyhmä jäi vielä määrittämättä.

MÄÄRITÄ

Tässä vaiheessa toistettiin edellisessä vaiheessa käytettyjä tutkimusmenetelmiä tarkemmin jo saadun tiedon avulla. Tehtiin parannuksia käytettyyn paikanarviointipohjaan, sekä laadittiin haastatteluja varten kysymyksiä analysoidun tiedon kautta. Näiden tutkimusten avulla löydettiin ongelma ja pystyttiin määrittämään tarkka kohderyhmä, eli lapsiperheet. Kun tarkempi kohderyhmä oli määritetty, opinnäytetyön aihe tarkentui lopulliseen muotoonsa *lapsiperheen matkailukokemuksen kehittäminen palvelumuotoilun keinoin Heinolan keskustan kesäkaudella*. Seuraavaksi perehdyttiin lapsiperheiden tarpeisiin ja toteuttiin kohderyhmälle tutkimuksia, jonka avulla voitiin selvittää tarkemmin heidän tarpeitaan ja kuinka niihin voisi vastata paremmin.



Kuvio 4. Tuplatimanttimallin mukaan laadittu alkuperäinen prosessikuvaus maaliskuulta 2024 (Korhonen 2024)



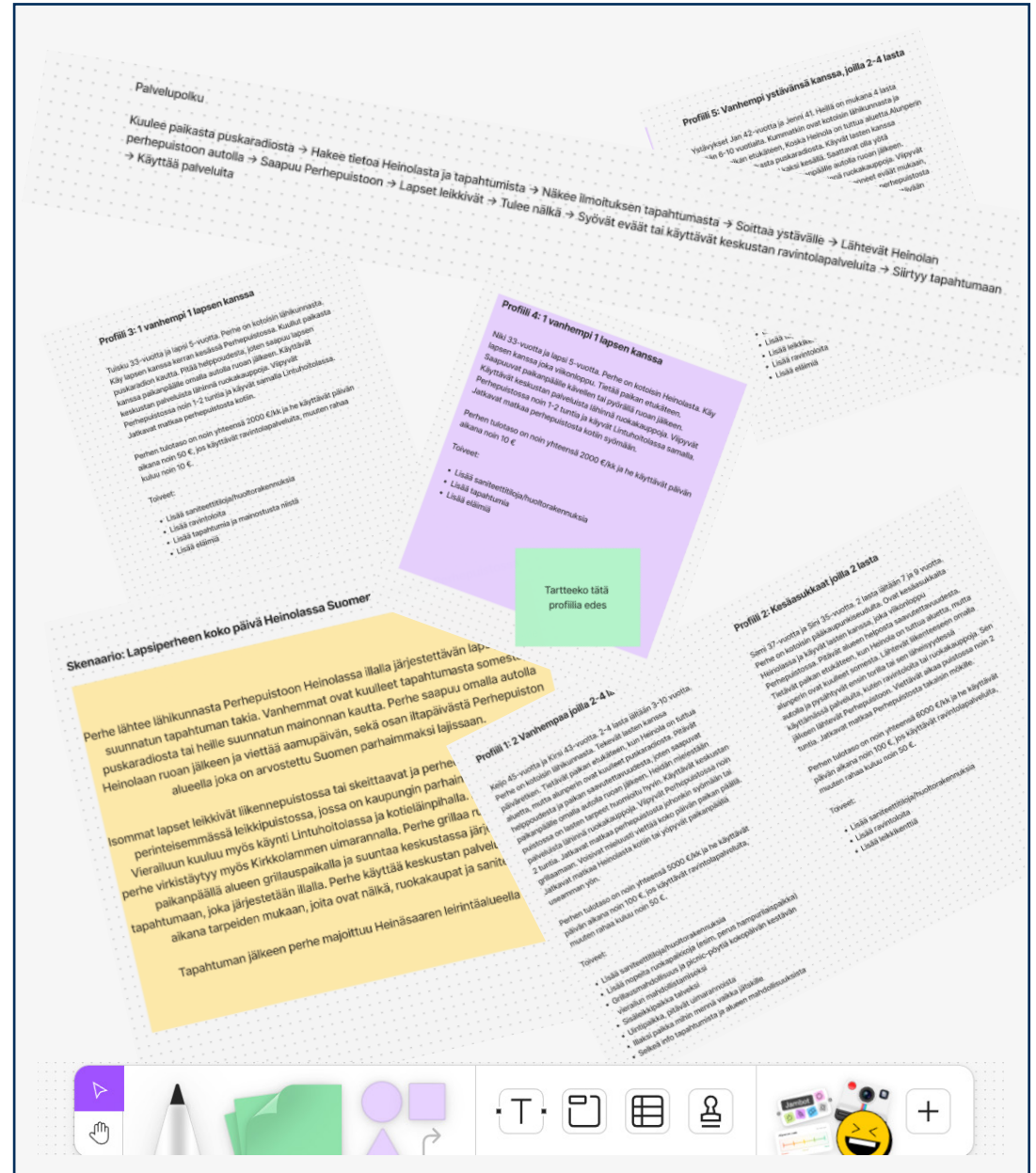
Kuvio 5. Lopullinen ja tarkempi kuvaus muotoiluprosessista ongelman mukaan visualisoituna (Korhonen 2024)

KEHITÄ

Kun kohderyhmää oli tutkittu tarpeeksi kyselyn ja sen pohjalta laaditun haastattelun kautta siirryttiinideoimaan ratkaisumalleja, jotka voisivat auttaa vastaamaan kohderyhmän tarpeisiin. Mietittiin keinoja millä tuoda parhaiten esiin kohderyhmän toiminta, sekä sen tarpeet ja päädyttiinideoimaan lapsiperheen päivä -mallin ja käyttäjäpersoonien pohjalta ratkaisuehdotuksia. Tämä pohjautui tutkimuksessa esiin nousseisiin asioihin, jotka tukivat lapsiperheen matkailua päiväretki-mallissa. Ensinnä ajateltiin, että rakennetaan havainnekuvasarja lapsiperheen päivästä, sekä käyttäjäpersoonatutkimusmateriaalin pohjalta. Ideoinnin edetessä todettiin, että havainnekuvatratkaisuna eivät olleet kuitenkaan tarpeeksi avaava ja perusteellinen kuvaamaan kohderyhmän päivän kulkua, sekä sen aikana kohdattuja tarpeita. Ideoinnin kautta käyttäjäpersoonat kehittyivät myös koskemaan lopulta tarkemmin koko perhettä. Vaikka ratkaisumalleja pohtiessa päädyttiin lopulta toisenlaisiin ratkaisuihin, niin nämä alustavat ideoinnit jalostivat lopputuotoksen oikean malliseksi ja kohderyhmää palvelevaksi, sekä auttoivat siirtymään seuraavaan vaiheeseen jossa ideat muuttuivat konkreettisiksi.

TUOTA

Tutkimusaineiston ja lapsiperheiden toiveiden perusteella laadittiin tulevaisuuteen keskittyvä tarinapohjainen skenaario lapsiperheen päivästä Heinolan perhepuistossa, sekä tehtiin käyttäjäpersoonien sijaan käyttäjäperheet. Käyttäjäperheiden profileissa tuotiin tutkimuksessa nousseita tärkeitä perheen tarpeita koskevia asioita esiin, sekä määriteltiin aikuisten tyyppi ja lasten määrä, ikäryhmä, matkailijaryhmä, tulotaso ja rahan käyttö päiväkohtaisesti. Kun käyttäjäperheet oli rakennettu valmiiksi, työstettiin jokaiselle perheelle palvelupolku ottaen huomioon käyttäjäperheen tarpeet palvelupolun rakenteissa. Palvelupolut rakennettiin ennen, palvelun aikana ja jälkeen periaatteella, sekä palvelupolulle sijoitettiin mahdollisia toivottuja ja ei toivottuja tapahtumia. Lopputuotosten ideointiin käytettiin työkaluna Figma-alustaa (kuva 3) ja taitto-ohjelma Adobe InDesigniin niiden lopulliseen visualisointiin ja viimeistelyyn (Adobe InDesign 2024).



Kuva 3. Ideointivaiheen luonnoksia lopputuotoksista Figma-alustalla (Korhonen 2024)

4 Osallisuus ja vuorovaikutus

4.1 Nykytilanteen kartoitus ja ongelman määrittäminen

4.2 Kysely Heinolaan liittyvistä mielikuvista

4.3 Havainnointia kaupungin tapahtumissa

4.3.1 Duunitreffit WPK-talolla

4.3.2 Tulevaisuuden kirjasto

4.3.3 Talven ja valon juhla

4.4 Työpaja paikallisille yrittäjille

4.5 Vuorovaikutusta kaupungin tapahtumissa

4.5.1 Yhdessä enemmän -messut

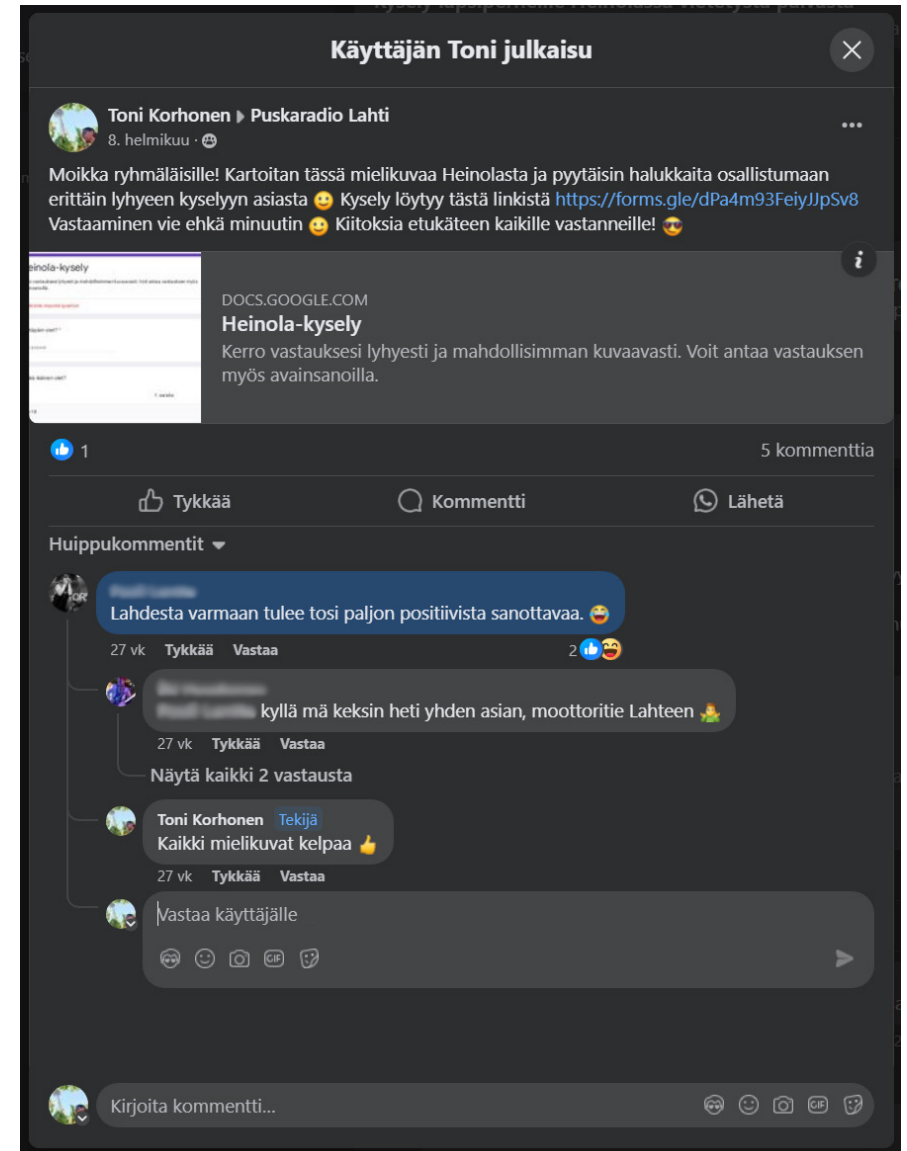
4.5.2 Heinolan kesän avaus

4.1 Nykytilanteen kartoitus ja ongelman määrittäminen

Työharjoittelujakson ja tutkimustyön alkaessa tiedettiin Heinolan alueesta tai sen käyttäjistä hyvin vähän. Oltiin tutustuttu kaupungin strategiaan ja Heinolaan lukuina verkon välityksellä, mutta pienen paikkakunnan elämä ja persoonallisuus ei voinut näyttäytyä vain lukujen valossa. Prosessin keskiössä oli empatia ja päästäkseen sisään pienen, sekä tiiviin yhteisön maailmaan ei riittänyt vain pintapuolinen tutkimus tilastoja katsoen. Piti pyrkiä ihmisten pariin keskustelemaan ymmärryksen lisäämiseksi. Tuulaniemi (2011) kertoo, että kaikkien palveluiden keskiössä on ihminen, palvelun käyttäjä. Mitään palvelua ei ole olemassa jos asiakas ei ole siinä läsnä ja kuluta sitä. Ihminen on myös oman elämänsä ja toimintansa paras asiantuntija. (Tuulaniemi 2011, 71.) Tutkimustyön tavoitteeksi asetettiin lähteä syvemmin tutkimaan Heinolaa ja kaupungin käyttäjiä osallisuuden ja vuorovaikutuksen kautta hyödyntäen palvelumuotoilun menetelmiä. Ensin laadittiin käyttäjien mielikuviin perustuva kysely Heinolasta, sekä havainnoitiin erilaisia kaupungissa järjestettyjä tapahtumia ja osallistavia tilaisuuksia, keskustellen samalla ihmisten kanssa. Kaupunkiin ja sen käyttäjiin tutustuminen osallisuuden ja vuorovaikutuksen kautta tuki opinnäytetyön tavoitetta määrittää ongelmakohta, sekä näkemys paikallisesta yhteisöstä ja sen toimintamalleista avartui. Tämä auttoi tutkimustyön loppupuolella tunnistamaan käyttäjien tarpeita paremmin.

4.2 Kysely Heinolaan liittyvistä mielikuvista

Palvelumuotoilu Palo (2021) kertoo, että kyselyä tutkimusmenetelmänä käytetään palveluiden kehittämisessä keräämään määrällistä tietoa asiaan kuuluvilta sidosryhmiltä. Kyselyn sisältämiin kysymyksiin pyydetään vastauksia esimerkiksi numeroskaalalla, valitsemalla vaihtoehdoista tai avoimella vastauksella. Kyselyissä voidaan myös käyttää erilaisia kuvallisia vaihtoehtoja, kuten hymynaamoja tai tähtiluokituksia. Kyselytutkimuksia voidaan käyttää asiakaskokemuksen mittaamiseen, määrällisen taustatiedon keräämiseen asiakkaista, sekä kehityskohteiden paikantamiseen. Kyselytutkimusta käytetään yleensä prosessin alkuvaiheessa, jolloin se tuo perustietoa jota puolestaan voidaan käyttää jatkotutkimusten laatimiseen. (Palvelumuotoilu Palo 2021a.) Opinnäytetyöprosessin aikana toteutettiin kaksi kyselyä. Ensimmäisen kyselyn kysymysten pohjana toimivat omat oletukset Heinolasta ja kysyttiin muiden mielikuvia kaupungista yksinkertaisella, sekä hyvin lähestyttävällä kyselyllä (kuva 4). Toisen kyselyn kysymykset oli laadittu olemassa olevan tutkimusaineiston pohjalta suoraan kohderyhmälle tarkoituksena kartoittaa heidän tarpeitaan, sekä toiveitaan.



Kuva 4. Mielikuva Heinolasta -kysely jaettuna someen (Korhonen 2024)

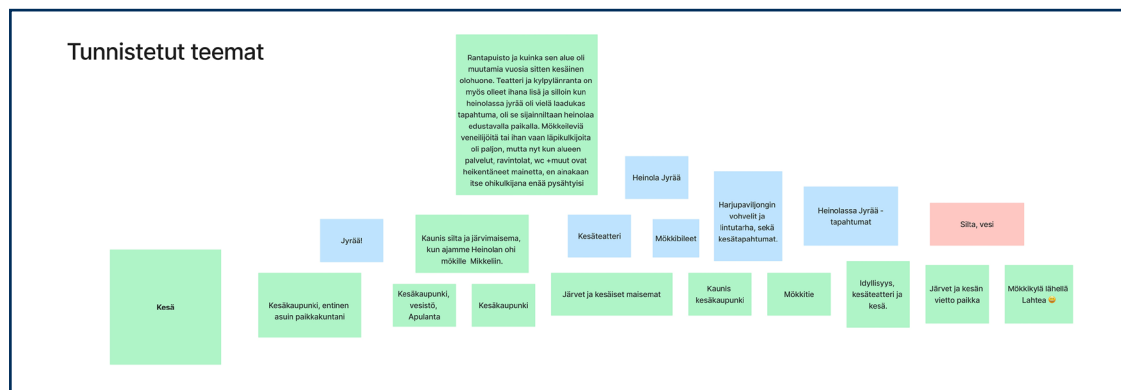
Mielikuva Heinolasta –kysely

Kysely toteutettiin Google Formsilla ja jaettiin 8.2.2024 Facebookin kautta Puskaradio Lahti -ryhmään, sekä LAB-ammattikorkeakoulun Muotsikka WhatsApp-ryhmään. Vastauksia tuli yhteensä 89 kappaletta eri puolelta Suomea.

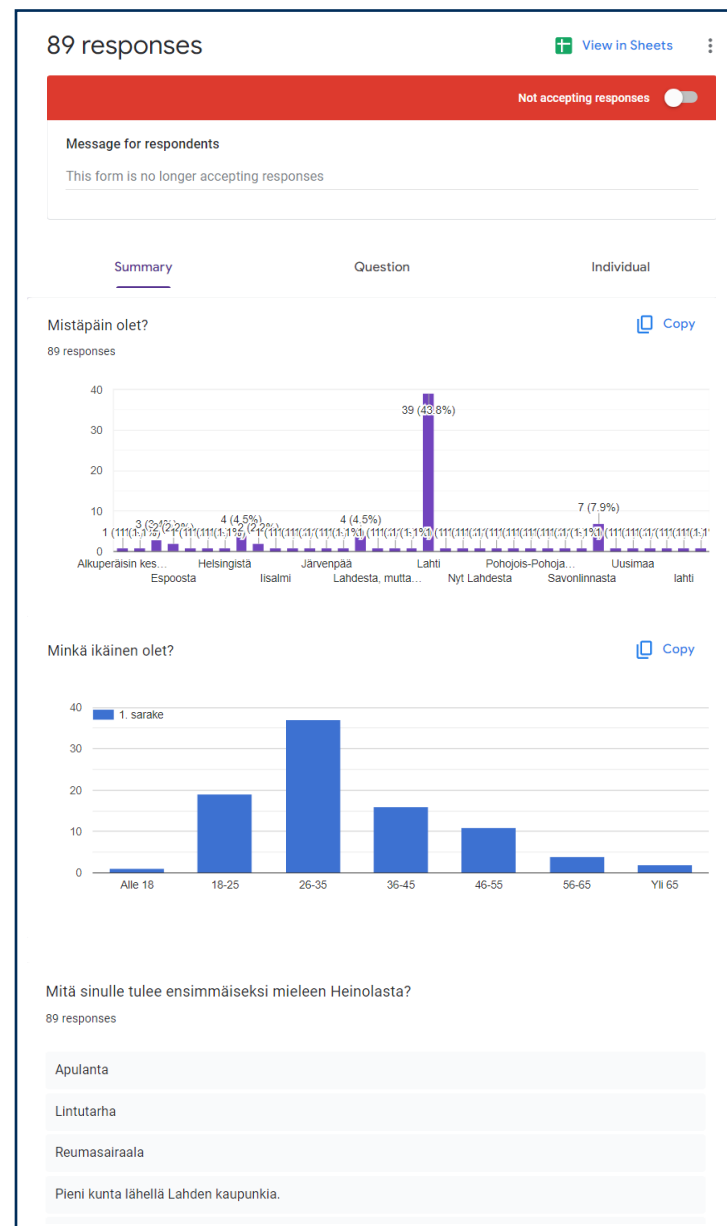
Tulosten analysointi

Kyselyyn saatiin 89 vastausta (kuva 6). Aktiivisin ikäryhmä 26-35 vuotiaat vastasivat 37 % annetuista äänistä ja seuraavaksi suurin ryhmä olivat 18-25 vuotiaat, äänistä 19 %. Vastauksia kyselyyn tuli eniten Lahdesta 49 %, Helsingin alueelta 8 % ja Tampereelta 7 %. Tulosten perusteella 20 % vastaajien mielikuvista nousi eniten esiin Heinola kauniina kesäkaupunkina. 31 % vastauksista myös mainittiin tutut maamerkit (Heinolan sillat), paikalliset yritykset (uniikit kivijalkaliikkeet, sekä ravintolat) ja kaunis luonto ympäröivine vesistöineen. Paikallinen rock-yhtye Apulanta tuli 8 % vastaajille mieleen. 7 % vastaajista Heinolasta ei tullut mitään mieleen.

Kyselyn mukaan Lahdessa asuville Heinola oli tutuin ja herätti mielikuvia kesästä, tapahtumista, maamerkeistä ja luonnosta, sekä sijainnista. Tamperelaisille vastaajille Heinolasta ei tullut joko mitään mieleen, mielikuva pikkupaikkakunnasta tai Apulanta. Helsinkiläisille tuli Heinolasta mielikuva kesästä, luonnosta ja mökkeilystä. Muualla asuville tuli mielikuvia pysähdyspaikasta ja paikoista, kuten huoltoasemat. Kyselyn tulokset vahvistivat jo olemassa olevia omia oletuksia. Vastausten perusteella tunnistettuina teemoina nousivat esiin: kesä, luonto ja rakennukset (kuva 5).



Kuva 5. Mielikuva Heinolasta -kyselyn analysointia (Korhonen 2024)



Kuva 6. Mielikuva Heinolasta -kyselyn kysymyksiä ja vastauksia (Korhonen 2024)

4.3 Havainnointia kaupungin tapahtumissa

Palvelumuotoilu Palo (2021) mukaan havainnointi on menetelmänä suosittu, jos se vain on mahdollista toteuttaa. Menetelmä paljastaa yleensä paljon palveluiden käytöstä. Havainnointia suositaan silloin, kun halutaan tunnistaa käyttäjien tarpeita ja selvittää miten palvelu todellisuudessa toimii, sekä mikä siinä on oikeasti merkityksellistä. Kun puhutaan havainnoinnista menetelmänä, tarkoitetaan yleisellä tasolla tapahtuvaa ihmisten ja palveluiden toiminnan seuraamista puuttumatta tapahtumien kulkuun. On erityisen tärkeää kiinnittää huomiota siihen mitä palveluympäristössä tapahtuu, miten käyttäjä ja palvelu ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa ja miten se vaikuttaa palvelun toimintaan, sekä siihen miten havainnoinnin kohde toimii. Tällä menetelmällä saadaan tietoa siitä, miten ihmiset oikeasti toimivat eikä ainoastaan sitä miten he sanovat toimivansa. (Palvelumuotoilu Palo 2021b.)

Opinnäytetyön tutkimusvaiheessa havainnointi valikoitui menetelmäksi, kun osallistuttiin Heinolassa järjestettäviin tapahtumiin. Tarkoituksena oli tutustua Heinolaan ja sen asukkaisiin paremmin, kartoittaa kaupungin nykytilannetta, sekä selvittää ongelmakohtia. Tapahtumien kohdalla havainnoinnin tukena olivat käyttäjähaastattelut, joita toteutettiin paikan päällä keskustellen ihmisten kanssa ja kysyen kuinka he kuului tapahtumasta sekä löysivät perille. Havainnointia toteutettiin koskien myös tapahtuman mainontaa kaupungissa, opasteiden sijoittelua, yleistä järjestelyä, sekä näkyvyyttä.

4.3.1 Duunitreffit WPK-talolla

Havainnointi toteutettiin osallistumalla Duunitreffit-tapahtumaan Heinolan WPK-talolla 7.2.2024 klo 12-15 välisenä aikana. Ihmisiä haastateltiin siitä, miten he tulivat tietoiseksi tapahtuman olemassaolosta ja miten opasteet sekä tapahtuman mainonta on toteutettu. Tapahtumapaikalla havainnoitiin yleistä visuaalista ilmettä ja käytännön järjestelyitä, kuten opasteita, standien sijoittelua, selkeyttä, sekä yritysbrändien esiintuontia (kuva 8). Haastatteluja toteutettiin yhteensä 10 kävijälle nopeilla ja yksinkertaisilla kysymyksillä saaden tietoa tapahtuman saavutettavuudesta. Havainnoinnin tulokset analysoitiin ja niiden perusteella tehtiin kehitysehdotuksia tapahtuman järjestäjälle.



Kuva 7. Epäselkeä opaste tapahtumapaikalle WPK-talolle (Korhonen 2024)



Kuva 8. Tapahtuma käynnissä WPK-talolla (Korhonen 2024)

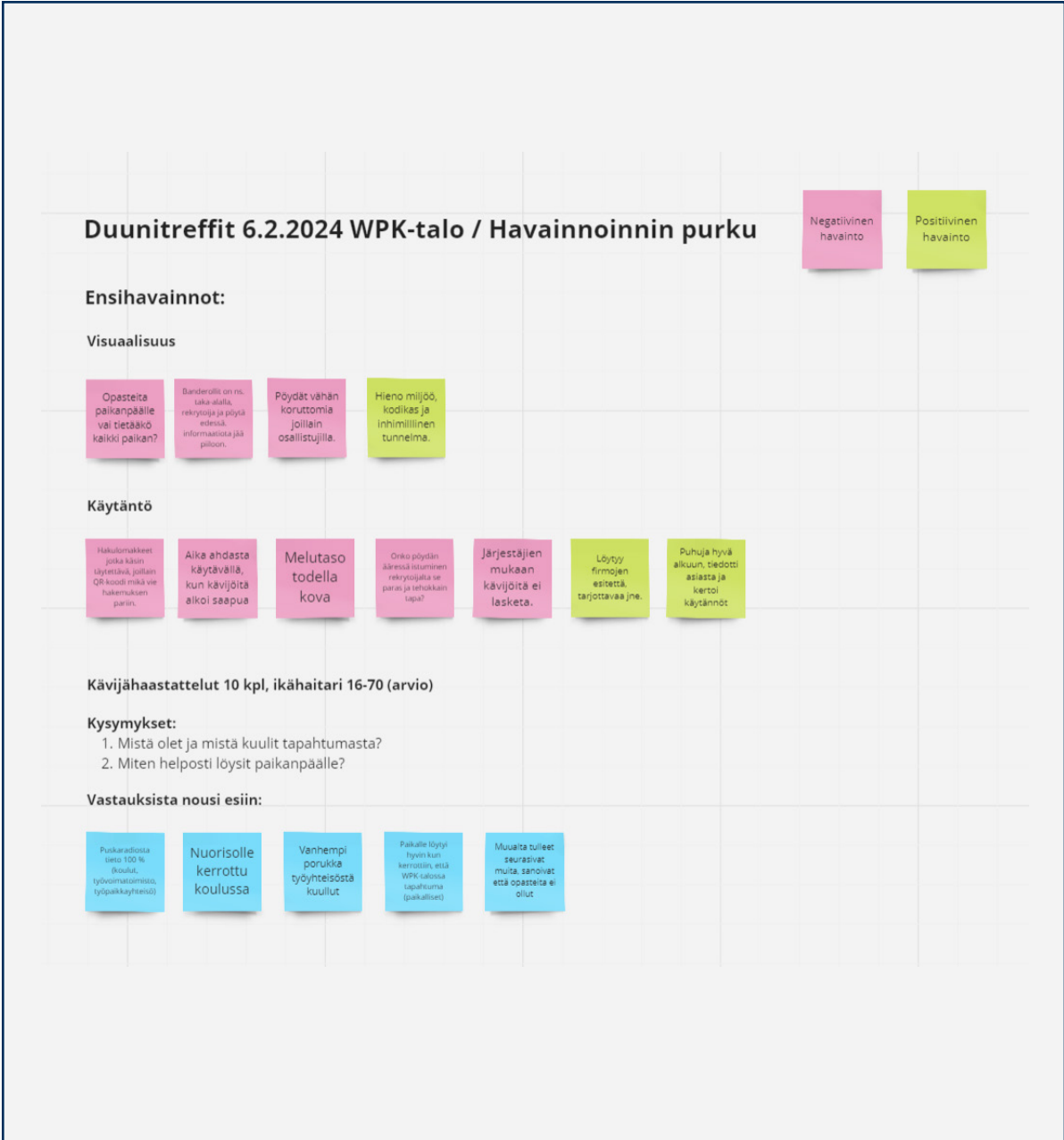
Tulosten analysointi

Havainnointi analysoitiin purkamalla muistiinpanot Figma-alustalle post-it lapuilla (kuva 10). Tutkimuksesta nousi esiin se, että tehokkaampien opasteiden lisääminen tekisi tapahtumasta käyttäjälähtöisemmän. Tapahtumapaikan ulkopuolella oleva A-standi oli ainoa opaste (kuva 7). Haastatteluissa tuli ilmi, että ulkopaikkakuntalaisilla oli vaikeuksia löytää paikan päälle. Paikallisille paikka oli tuttu ja he löysivät helposti perille. Tapahtuman visuaaliseen näkyvyyteen kaupunkikuvassa voisi panostaa myös enemmän. Haastatteluissa nousi esiin se, että WPK-talo on Heinolalaisille yleinen kohtaamispaikka.

Kävijälaskuri voisi olla hyvä ottaa käyttöön. Järjestäjien mukaan kävijöitä ei laskettu millään tavalla ja olisi hyödyllistä tietää tapahtuman kävijämäärä. Yritysilmeet voisi nostaa paremmin esiin. Osa yritysten standeista ja pöydistä olivat ilman somisteita. Banderollit saattoivat olla ihmisten takana ja kaukana, jolloin niiden tehokkuus heikkeni (kuva 9). Yritysilmeellä varustellut pöytäliinat toimivat hyvin. Esitteissä olevalla QR-koodilla pääsi helposti täyttämään työhakemusta. Markkinointi toimii nykyisissä kanavissa kohderyhmälle, mutta pitäisikö sitä kuitenkin laajentaa. Näin voitaisiin tavoittaa enemmän ulkopaikkakuntalaisia, sekä nuorisoa muualta mukaan.



Kuva 9. Tapahtuman alkujuonto ja yritysten pöytiä WPK-talolla (Korhonen 2024)



Kuva 10. Duunitreffit-tapahtuman havainnoinnin analysointia (Korhonen 2024)

4.3.2 Tulevaisuuden kirjasto

Tapahtuma toteutettiin Heinolan kirjastolla 15.2.2024 osallistaen ihmisiä tulevaisuuden kirjaston tarpeiden kartoittamisessa. Tulevan kirjaston suunnitelmat olivat kävijöille esillä erilaisilla visuaalisilla tavoilla (kuva 11) ja suunnitelmia avattiin suullisesti tarpeen mukaan. Ihmisiä haastateltiin satunnaisesti valiten erilaisia palvelun käyttäjiä ja kirjaten tietoa ylös tapahtumaa varten valmistetulle haastattelulomakkeelle, joita osallistujat täyttivät yhteensä 30 kpl. Näistä haastatteluista tunnistettiin 5 eri käyttäjäryhmää: opiskelija, eläkeläinen, ajanviettäjä, lehtien lukija ja kirjojen lainaaja. Palvelumuotoilu Palo (2021) mukaan kiteytettyjen asiakaskuvausten tarkoituksena on esittää asiakasymmärrys selkeässä ja helposti omaksuttavassa muodossa, joka auttaa kirkastamaan ja priorisoimaan eri asiakasryhmien tavoitteita sekä haasteita. Näiden kuvausten tavoitteena on myös ohjata suunnitteluprosessia huomioimaan asiakkaiden tarpeet paremmin lisäämällä empatiaa ja asiakaslähtöistä näkökulmaa suunnittelutyöhön. (Palvelumuotoilu Palo 2021c.)

Tulosten analysointi

Tutkimuksen tulosten pohjalta (kuva 12) luotiin 6 eri kirjaston käyttäjäprofiilia, jotka perustuivat erilaisiin käyttäjätarpeisiin ja tunnistettuihin käyttäjäryhmiin.

Assi Ajanviettäjä 20 v.

Pitää kirjaston sijainnista ja tulee usein lasten kanssa paikan päälle viettämään aikaa, sekä samalla ehkä lainaamaan kirjan tai palauttamaan niitä. Lapset viihtyvät hyvin kirjastossa leikkien. Kirjastossa on myös helppo käydä samalla kun käy muillakin asioilla. Viettää välillä aikaa kirjastossa odotellen työvuoron alkua tai tapaamista. Käy vähintään kerran viikossa yleensä aamupäivästä.

Eila Eläkeläinen 65 v.

Pitää kirjaston keskeisestä sijainnista ja siitä, että kirjastossa voi myös ladata linja-autokortin sekä lainata apuvälineitä. Hänelle tärkeintä on kirjaston rauha ja se, että siellä on mahdollisuus tavata saman henkisiä ihmisiä. Käy useasti lukupiirissä, lukemassa uutiset, sekä lainaamassa kirjoja ja katsomassa uutuudet Pikavippi-hyllystä. Osallistuu kirjailijavierailuihin ahkerasti. Käy kirjastossa vähintään kerran viikossa ja yleensä aamusta.

Lassi Lainaja 45 v.

Pitää kirjaston sijainnista ja tulee lainaamaan kirjoja, sekä palauttamaan niitä. Katsoo myös mahdolliset poistomyynnit, sekä saattaa välillä lainata elokuvankin. Käy vaihtelevasti, mutta melko usein kirjastossa yleensä muiden asioiden lomassa.

Leo Lehtienlukija 55 v.

Hänen mielestään kirjaston sijainti on hyvä ja on helppo tulla paikan päälle. Käy kirjastossa lukemassa päivän lehdet ja käyttämässä tietokonetta. Hänen mielestään kirjaston Oma Toimi -palvelu toimii hyvin. Käy useasti viikossa suunnaten heti aamusta lehtisaliin.

Liisa Lapsi 4 v.

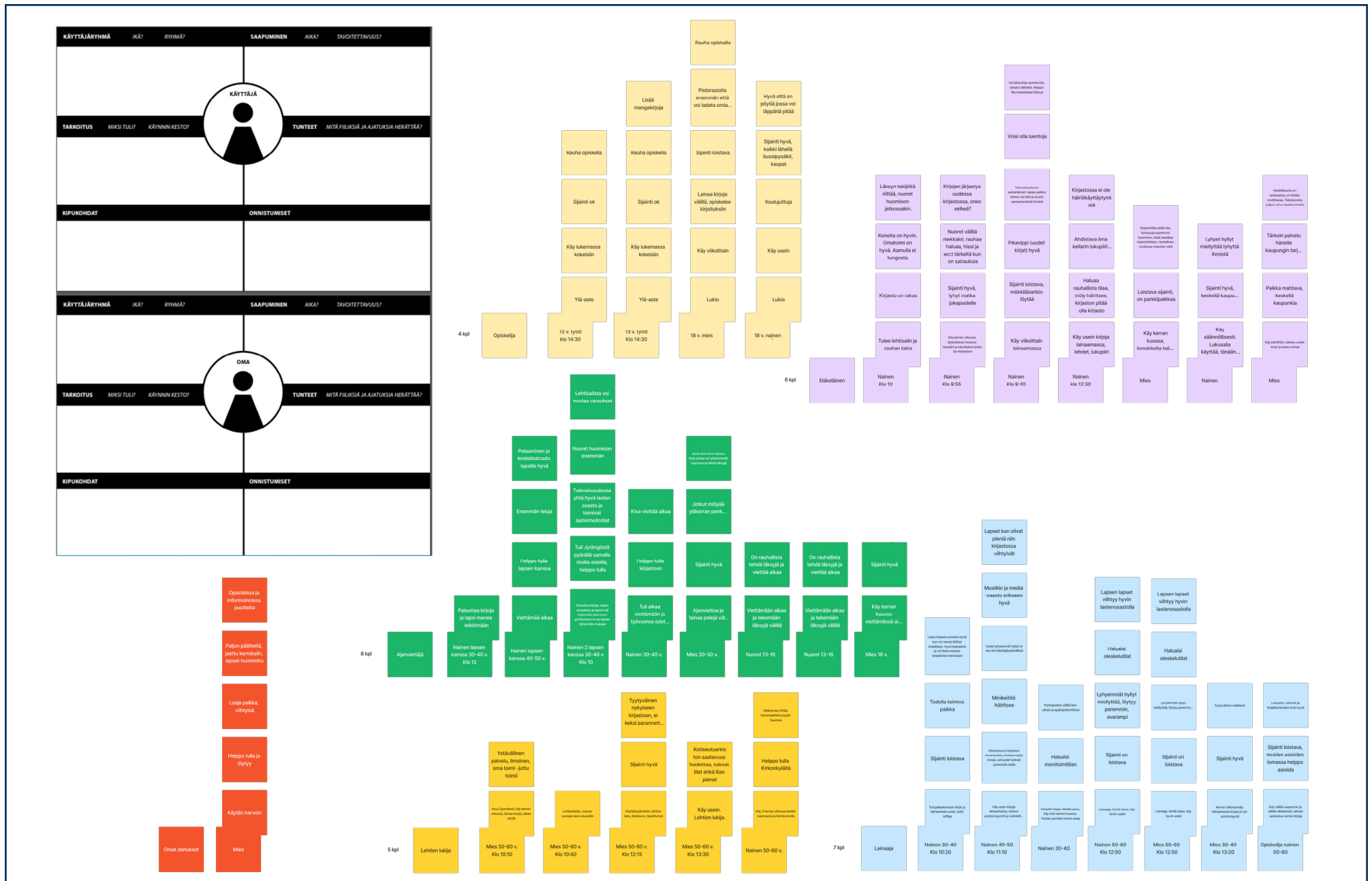
Tykkää tulla kirjastolle leikkimään vanhempien kanssa ja pelaamaan isolla kosketusnäytöllä. Kaipaisi lisää leluja ja leikkitilaa.

Olli Opiskelija 16 v.

Pitää siitä, että kirjasto on lähellä ja helposti saavutettavissa, sekä ympärillä on kauppoja joista voi ostaa välipaloja. Päätyy harvoin kirjastoon lainaamaan kirjoja, mutta nauttii siitä että kirjastossa saa lukea rauhassa kokeisiin. Omistaa paljon laitteita joille tarvitsee pöytätilaa ja pistorasioita niiden lataamista varten. Käy kirjastossa päiväsaikaan noin kerran viikossa, välillä useamminkin.



Kuva 11. Kaupungin käyttäjät tutkivat uuden kirjaston suunnitelmia (Korhonen 2024)



Kuva 12. Tulevaisuuden kirjasto -tapahtuman havainnoinnin analysointia (Korhonen 2024)

4.3.3 Talven ja valon juhla

Havainnointi toteutettiin Heinolan keskustassa liiketiloissa, torin ympäristössä ja WPK-talolla, jossa varsinainen tapahtuma oli käynnissä illasta 22.2.2024. Tarkoituksena oli kartoittaa ihmisten tietoisuutta tapahtumasta ja kuinka tapahtuma näkyy katukuvassa, sekä paikallisissa yrityksissä. Havainnoinnin apuna toimivat kävijähaastattelut. Haastateltavat tavoitettiin kaupungin kaduilta satunnaisesti valikoiden. Paikallisten yritysten liiketiloissa vierailtiin havainnoimassa sitä kuinka tapahtuma on otettu yrittäjien toimesta huomioon.

Tulosten analysointi

Havaintojen perusteella (kuva 13) suurin osa kävijöistä vaikuttaisi olevan eläkeikäisiä. Kävijät olivat saaneet kuulla lähestyvistä tai käynnissä olevasta tapahtumasta seuraavista lähteistä: Internet, sanomalehti, kaverit, puskaradio, some, kaupungin nettisivut, sekä osa kävijöistä oli jo osannut odottaa jokavuotista tapahtumaa.

Tapahtuma ei näkynyt katukuvassa juuri ollenkaan, lukuun ottamatta valoilla koristeltuja puita (kuva 14) ja Rantapuistossa ollutta valoesitystä (kuva 15) Opasteet sijaitsivat tapahtumapaikan sisäpihalla (kuva 16), jonne näkyvyys oli huono. WPK-talon sisällä oli useita tapahtumaan liittyviä taiteilijoiden teoksia esillä (kuva 17). Tapahtumajulisteita ja ilmoituksia ei näkynyt paikallisten yritysten ilmoitustauluilla, eivätkä Heinolan keskustassa toimivat yritykset hyödynnä tapahtumaa osallistumalla yritysten julkisivujen ja sisätilojen koristeluun esimerkiksi valoilla. Kävijöiden palaute oli kriittistä Heinolan kaupungin mainontaa ja viestintää kohtaan.

<p>Valon ja talven juhla havainnointi 22.2.2024</p> <p>Suurin osa vaikuttaisi olevan eläke-ikäisiä</p> <p>Tietääkö ihmiset, että tapahtuma on tulossa tai käynnissä?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Hieman huonosti oli missään mainintaa, netissä tuli vastaan.2. Kavereilta ja lehdestä.3. Puskaradio ja kävivät rannassa jo aikaisemmin kattomassa miten on lyhtyjä tehty4. Facebook5. Kaupungin sivut6. Saisi olla mainoksia kun joku ei tilaa lehteä eikä käytä internetiä7. Kaupungin viestintä on huonoa8. Netti9. Itä-häme10. Tottunut kun jokavuotinen homma11. Tähän aikaan tapahtuma aina niin hereillä <p>Miten tapahtuma näkyy katukuvassa?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ei oikeastaan mitenkään, opasteet on wpk-talon sisäpuolella, eivät kadulla. Julisteita ei ole MISSÄÄN, ei edes s-marketin ja k-marketin ilmoitustauluilla <p>Miten yritykset hyödyntävät tapahtumaa?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Eivät mitenkään, ei näy liikkeissä sisällä eikä ulkona, voisiko jotain valotehosteita hyödyntää jne?

Kuva 13. Talven ja valon juhla -tapahtuman havainnoinnin tuloksia (Korhonen 2024)



Kuva 14. Valoja Rantapuiston puissa (Korhonen 2024)



Kuva 15. Valoesitys Rantapuistossa (Korhonen 2024)



Kuva 16. Opaste WPK-talon sisäpihalla (Korhonen 2024)



Kuva 17. Taiteilijan teos WPK-talolla (Korhonen 2024)

4.4 Työpaja paikallisille yrittäjille

Sampo ym. (2020) kertovat työpajan olevan vuorovaikutteinen tapahtuma, jonka tarkoituksena on kerätä ideoita ja tietoa sidosryhmiltä sekä synnyttää vuoropuhelua. Järjestäjän näkökulmasta työpaja on prosessi, joka sisältää huolellisen suunnittelun, itse tapahtuman sekä kerätyn tiedon ja materiaalin käsittelyn jälkeenpäin. Aiemmin työpajat vaativat yleensä fyysistä läsnäoloa, mutta nykyään niitä järjestetään yhä useammin verkossa. Prosessin pääpiirteet säilyvät samoina, oli työpaja fyysinen tai virtuaalinen. Ennen työpajaa on hyvä järjestää kenraaliharjoitus varmistaakseen, että kaikki toimii ja hallitaan valitut menetelmät sekä työkalut. Työpajan aikataulu kannattaa suunnitella huolellisesti, mutta ei liian tiukaksi. Keskusteluille ja ideoinnille on hyvä varata aikaa runsaasti. Asiat eivät aina etene suunnitelman mukaan ja vaikka osallistujat esittäisivät epäolennaisia kysymyksiä, nekin kannattaa käsitellä. Tämä voi avata mahdollisuuden selittää osallistujille prosessin rajausta ja keskeisiä vaikuttimia. Vaikka työpajan tavoitteita ei täysin saavutettaisi, sen tulokset voivat silti tukea lopulliseen päämäärään pääsemistä. (Sampo ym. 2020, 25-26.)

Yrittäjien aamukahvit

Työpajaan osallistui Heinolan alueen yrittäjiä ja se järjestettiin 7.3.2024 kolmessa eri tilassa Heinolan yhteiskäyttötiloissa Spotissa. Menetelmänä toimi brainstorming eli aivoriihi. Innokylä (2024) mukaan aivoriihen tavoitteena on kehittää suuria määriä ideoita turvallisessa ympäristössä siten, että kaikki ryhmän jäsenet osallistuvat. Periaatteena on se, että määrä tuottaa laatua. (Innokylä 2024.) Työpajassa kartoitettiin Heinolan nykytilaa ja mahdollista tulevaisuutta, sekä mitä voisi tuoda menneisyydestä nykypäivään. Työskentelyä tuki Heinola-aiheiset kuvat historiasta ja tulevaisuudesta, sekä mahdollisesta ei toivotusta skenaariosta (kuvat 18-20). Tulevaisuuden kuvien luomiseen käytettiin komennoilla toimivaa Bing Image Creator -tekoälyä. Työkalua käyttämällä saatiin nopealla aikataululla luotua inspiroivia ja uniikkeja kuvia (Bing Image Creator 2024). Jokaisessa ryhmässä oli noin 4-5 osallistujaa. Osallistujien joukosta kerättiin halukkaiden yhteystiedot yrittäjähaastatteluita varten, koskien Heinolan matkailua. Innokylä (2024) kertoo, että fasilitaattorin roolina työpajassa on valita hyödynnettävät menetelmät, sekä ohjata, auttaa ja sparrata ryhmää. Tavoitteena on, että kaikkien osallistujien tietotaito tulee parhaalla mahdollisella tavalla hyödynnettyä. (Innokylä 2024.) Tämän työpajan fasilitaattoreina toimivat kaupunkimuotoilija Noora Kumpulainen, projektipäällikkö Laura Vinkka ja elinvoimapäällikkö Netta Malin, sekä apufasilitaattorina palvelumuotoilija Toni Korhonen. Työpaja sisälsi paljon keskustelua ja sen kesto oli noin tunti, mutta osa osallistujista jäi paikan päälle keskustelemaan pidemmäksi ajaksi.



Kuva 18. Inspiraatiokuva "Vanha Heinola" (Korhonen 2024)



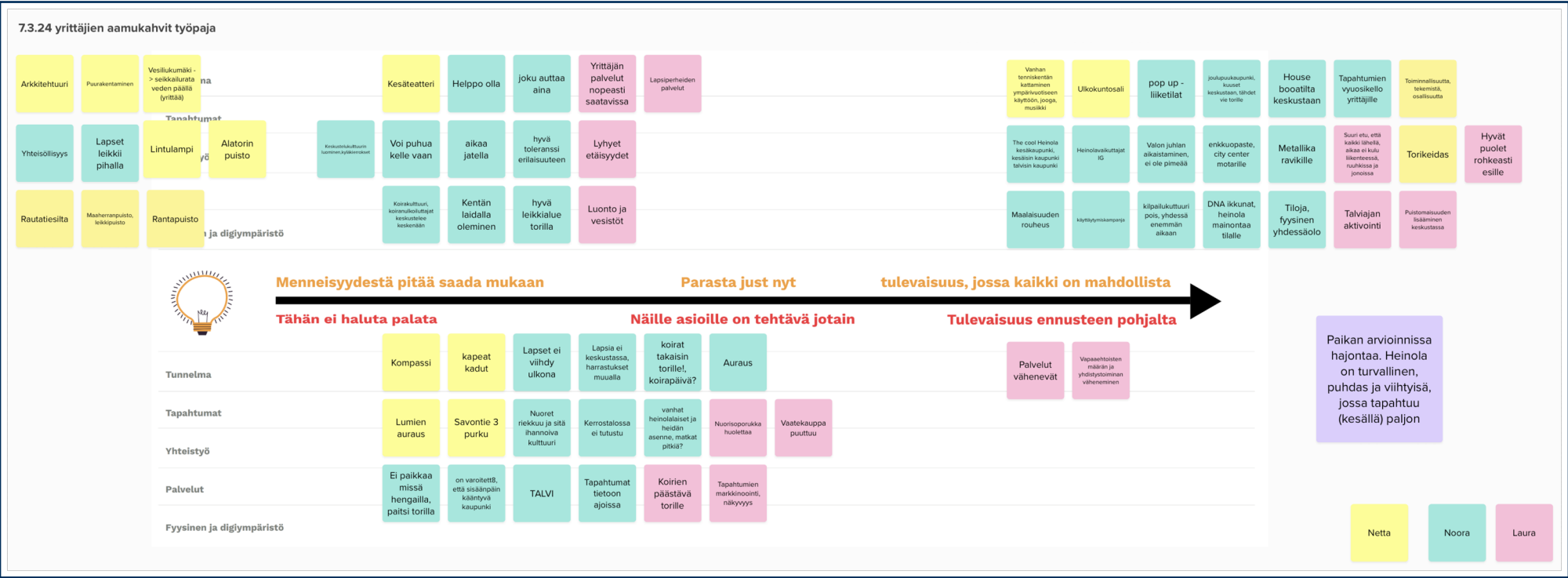
Kuva 19. Inspiraatiokuva "Näivettynyt Heinola" (Bing Image Creator 2024)



Kuva 20. Inspiraatiokuva "Tulevaisuuden Heinola" (Bing Image Creator 2024)

Tulosten analysointi

Työpajan tuloksista (kuva 21) ja sen jälkeisistä keskusteluista nousi esiin se, että Heinolan vanhoja rakennuksia ja ympäristöä arvostetaan. Näitä asioita halutaan myös tulevaisuudessa varjella. Kaupungin yhteisöllisyys näyttäytyy hyvässä valossa, vuorovaikutus toimii ja erilaisuus hyväksytään. Yrittäjien palvelut ovat hyvin saatavilla ja tukea riittää. Keskustan palveluiden vähentyminen huolettaa ja tyhjiille liiketiloille halutaan käyttöä. Lasten ja nuorten viihtymistä keskustan alueella pitäisi kehittää, sekä aktivoida Heinolan talvikautta. Tapahtumaviestintään toivotaan tulevaisuudessa enemmän panostusta.



Kuva 21. Yrittäjien aamukahvit -työpajan tulosten analysointia (Kumpulainen 2024)

4.5 Vuorovaikutusta kaupungin tapahtumissa

Sampo ym. (2020) mukaan kaupungeissa vapaan tilan puute asettaa haasteita suunnittelu- ja päätöksentekoprosesseille, jotka ovat jatkuvaa tasapainottelua erilaisten usein ristiriitaistenkin käyttäjien toiveiden ja tarpeiden välillä. Kaupunkisuunnittelun onnistumismahdollisuudet paranevat, kun erilaiset sidosryhmät otetaan mukaan heti prosessin alusta alkaen ja heidän näkökulmansa huomioidaan. Erilaisten näkökulmien kuuleminen on paitsi tärkeää suunnittelun onnistumiselle, myös hyödyllistä sidosryhmien ymmärryksen lisäämiselle. Kun ratkaisut ja niiden taustatekijät selitetään avoimesti ja sidosryhmät kokevat tulleen kuulluksi he saattavat suhtautua suopeammin jopa itselleen epämieluisiin päätöksiin.

Viestinnällä on keskeinen rooli osallistavissa prosesseissa. On tärkeää pohtia, kuinka saadaan mahdolliset osallistujat mukaan ja tavoitetaan kohderyhmät tehokkaimmin. Asiantuntijat, jotka osallistuvat ammattinsa puolesta tavoitetaan parhaiten henkilökohtaisella sähköpostikutsulla. Kuntalaisia puolestaan voi tiedottaa onnistuneesti sosiaalisen median tai sanomalehtien kautta.

Kaupunki- ja liikennesuunnittelussa keskeisiä sidosryhmiä ovat

- kuntien työntekijät eri sektoreilta
- poliittiset päättäjät
- erilaiset asukasryhmät (esimerkiksi seniorit, julkisen liikenteen käyttäjät, lapset ja nuoriso)
- järjestöt
- yrittäjät.

(Sampo ym. 2020, 16-17.)

Tutkimuksen sidosryhmiksi jaoteltiin asukkaat, paikalliset yrittäjät, sekä matkailijat, heidän ollessa Heinolan kaupungin keskeisiä käyttäjiä. Sidosryhmiä pyydettiin henkilökohtaisesti osallistumaan tai sitten he kiinnostuivat oma-aloitteisesti tulemaan kaupungin messuosastolle (kuvat 22-23).

***Tutkimuksen
sidosryhmiksi
jaoteltiin asukkaat,
paikalliset yrittäjät,
sekä matkailijat.***



Kuva 22. Paikanarviointilomakkeen täyttöä (Korhonen 2024)



Kuva 23. Katastrofiskenaarion rakentamista legoilla (Korhonen 2024)

4.5.1 Yhdessä enemmän -messut

Yhdessä enemmän messut järjestettiin viikonloppuna 13.-14.4.2024 Heinolan Kailas-talossa. Messuille laadittiin paikanarviointilomake, joka sisälsi aihealueittain eri osioita arviointia varten, kuten keskustan viihtyisyys ja mielikuva, saavutettavuus, toiminnot ja aktiviteetit sekä sosiaalisuus. Osallistamista varten suunniteltiin myös pehmeä matto, johon oli tulostettu Heinolan kartta katastrofiskenaarion parissa työskentelyyn. Tässä skenaariossa osallistuja pääsee merkitsemään kartalle hänelle tärkeitä suojelemisen arvoisia kohteita katastrofin uhatessa Heinolaa.

Osallistettavia oli eri-ikäisiä ja eri tilanteesta lähtien 2 päivän ajan. Menetelmiä jouduttiin aluksi hieman kehittämään tapahtuman edetessä paikan päällä. Valitut sidosryhmät: paikallinen yrittäjä, matkailija ja asukas päädyttiin havainnollistamaan eri värisillä tarroilla paikanarviointilomakkeelle (kuva 25). Katastrofiskenaariossa huomattiin, että ihmiset alkoivat sanoa tärkeäksi paikaksi kotiaan tai työpaikkaansa. Osallistujille jouduttiin kertomaan erikseen, että kotia, yritystä tai työpaikkaa ei saa mainita tehtävässä. Tämän jälkeen saatiin relevanttia tietoa matolle. Jouduimme myös ottamaan huomioon eri-ikäisiä fasiloinnissa ja kuinka esimerkiksi lapselle esitetään katastrofiskenario ilman järkytystä. Ihmiset kiinnostuivat katastrofiskenaariorista erittäin paljon. Osallistujia ohjeistettiin laittamaan legorakennelma haluamaansa paikkaan missä pelastettava kohde sijaitisi ja paikan nimi, sekä kerrottu perustelu siihen miksi se pitäisi pelastaa kirjattiin ylös post-it lapulle (kuva 24).

Samalla kun tilannetta fasilitoitiin, saatiin keskustelua aikaiseksi myös samasta aiheesta ja kirjattiin keskustelusta nousseita asioita ylös. Huomattiin, että aihe kosketti ja herätti ajatuksia varsinkin vanhemmassa osallistujakunnassa siitä mahdollisuudesta jos tärkeäksi muodostuneen paikan historia saattaisi kadota kokonaan. Lapset osallistuivat rohkeasti ja heillä oli verrattain erilainen näkemys asioista, kuten koulujen, leikkikenttien ja eläinten suojelun tärkeys. Vaikka moni merkitsi historiallisia kohteita, niin erityisesti esiin nousi infrastruktuurin toimivuuden takaaminen ja siihen liittyvät alueet, palvelut, sekä rakennukset.



Kuva 24. Legorakennelmia kartalla (Korhonen 2024)

Heinola Mitä mieltä olet Heinolan keskustasta?				
VIHTYISYYS JA MIELIKUVA	HUONO		HYVÄ	
Yleinen kiinnostavuus	1	2	3	4
Turvallisuuden tunne	1	2	3	4
Siisteys	1	2	3	4
Viihtyisyys	1	2	3	4
SAAVUTETTAVUUS	HUONO		HYVÄ	
Kävelen/Pyörätien	1	2	3	4
Autolla	1	2	3	4
Julkisella liikenteellä	1	2	3	4
Opasteiden selkeys	1	2	3	4
TOIMINNOT JA AKTIVITEETIT	HUONO		HYVÄ	
Palvelujen määrä	1	2	3	4
Tapahtumien määrä	1	2	3	4
Alueen vilkkaus	1	2	3	4
Yritysten elinvoimaisuus	1	2	3	4
SOSIAALISUUS	HUONO		HYVÄ	
Ihmisten määrä raitilla	1	2	3	4
Yhteistyön määrä	1	2	3	4
Eriaiset sosiaaliset ryhmät ovat hyvin edustettuina	1	2	3	4
Ihmiset ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa	1	2	3	4

Kuva 25. Paikanarviointilomake täytettynä (Korhonen 2024)

Kuva 26. Somejulkaisu LinkedInissä (Korhonen 2024)

All activity

Posts

Comments

Images

Reactions

Toni Korhonen · You

Future Service Designer & Graphic Designer

4mo · Edited ·

Olipa mukava viikonloppu "Yhdessä Enemmän"-messuilla Heinolassa 😊

Meidän kioskillä kävi kivasti kuhinaa ja iso kiitos osallistujille. Oli erittäin mukava kuulla erilaisia näkökantoja ja tehdä yhdessä 🥰 #yhdessaenemman #messut #Heinola #pienikaupunki_isola #kaupunkimuotoilu

See translation

11

5 comments

Like

Comment

Repost

Send

570 impressions

View

1st

4mon

Mahtavan näköistä, kartat aktivoi aina toimimaan, itsekin joskus kyselyt kestävän elämäntavan asioita, mutta legoja en ole hoksannut yhdistää. Mitä teillä oli aiheena tässä karttahoitoksessä?

See translation

Like

2

Reply

2 replies

Toni Korhonen Author

Future Service Designer & Graphic Desig...

4mon

Kartoitettiin tärkeitä paikkoja, alueita, rakennuksia jne. ideaalla jos katastrofi iski niin minkä haluaisi pelastaa 🥰

See translation

Like

1

Reply

1st

4mon

Toni Korhonen Huippu ohjeistus! Pistetään muistiin!

See translation

Paikanarviointilomaketta täytettäessä ihmisiä houkuteltiin arvioimaan Heinolan keskustaa ja tiedusteltiin kuuluuko osallistujia mihinkä sidosryhmään ja sen perusteella annettiin hänelle ryhmään sopivan värinen 16 tarran arkki. Osallistuminen sisälsi mielenkiintoista keskustelua lomakkeen aiheista, joista tärkeimmät kirjattiin ylös post-it lapuille myöhempää käyttöä varten. Keskustelun huomattiin olevan tärkeintä pelkän tarran asettamisen sijaan. Keskustelu avasi syvempiä syitä siitä, miksi ihminen laittoi juuri tiettyyn kohtaan merkinnän paikanarviointilomakkeelle. Messuista ja osallistamisesta tehtiin somejulkaisu LinkedIniin (kuva 26). Siinä kiiteltiin osallistujia ja erityisesti katastrofiskenaarion toteutus herätti mielenkiintoa LinkedInin käyttäjissä.

Tulosten analysointi

Paikanarviointilomakkeen analyysi, osallistujia eri sidosryhmistä yhteensä 59. Aukkaita 37, paikallisia yrittäjiä 11 ja matkailijoita 11 (kuva 27).

Asukasnäkökulma (sininen tarra)

Asukkaat kokevat Heinolan keskustan siistinä, turvallisena ja viihtyisänä. Alueen kiinnostavuus on keskitasoa ja siihen voisi panostaa enemmän. Keskustaan on erittäin helppo kulkea jalkaisin, sekä pyörällä että autolla. Julkisessa liikenteessä olisi parantamisen varaa. Opasteisiin paikallinen ei kiinnitä paljon huomiota, mutta ne ovat pääosin selkeitä. Palveluiden määrä on hyvää tasoa, vaikka niitä voisi olla lisääkin.

Tapahtumia on paljon, mutta niiden viestinnässä on puutteita. Keskustan vilkkauteen asukkaat ovat tyytyväisiä ja ihmisten määrää pidetään sopivana, kun kyse on pienemmän kaupungin keskustasta. Päivisin ihmisiä liikkuu, mutta illalla on tyhjää. Alueen yrityksiä ei pidetä hyvin elinvoimaisina. Asukkaiden kanssa on helppoa tehdä yhteistyötä. Erilaiset sosiaaliset ryhmät ovat edustettuina keskustan alueella, mutta vuorovaikutusta ihmisten kesken pitäisi kehittää.

Yrittäjä näkökulma (vihreä tarra)

Paikalliset yrittäjät pitävät Heinolan keskustaa yleisesti kiinnostavana, sekä viihtyisänä. Siisteys ja turvallisuus on myös hyvällä tasolla. Keskusta on saavutettavissa hyvin jalkaisin, pyörällä ja autolla, julkinen liikennekin on kohtalaisella tasolla. Opasteita pidetään pääosin selkeinä. Keskustan yritykset ovat kohtalaisen elinvoimaisia ja palveluiden määrä on hyvällä tasolla, mutta enemmänkin voisi olla tarjolla. Tapahtumia riittää alueella. Alue ei ole niin vilkas kuin toivottaisiin ja ihmisten määrä on vähäinen keskustassa. Erilaiset sosiaaliset ryhmät ovat hyvin edustettuina ja ihmiset ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Yritysten välinen yhteistyö koetaan pääosin hyvänä.

Vierailija/matkailija näkökulma (punainen tarra)

Heinolan keskustaa ei pidetä yleisesti kiinnostavana ja erityisen viihtyisänä. Aluetta kuitenkin pidetään todella siistinä ja turvallisena. Keskustan saavutettavuus jalkaisin, pyörällä ja autolla on kiitettävällä tasolla, lukuunottamatta julkisella liikenteellä saapumista joka on tasoltaan enintään tyydyttävä. Opasteiden selkeyteen pitäisi panostaa enemmän.

Palveluiden määrää pitäisi lisätä keskustassa ja vierailijat eivät ole yleensä tietoisia alueen tapahtumista. Aluetta ei pidetä vilkkaana, niin hyvässä kuin huonossakin mielessä ja yritykset eivät vaikuta elinvoimaisilta. Ihmisiä on keskustassa sopiva määrä tai liian vähän tämän kokoluokan kaupunkiin. Erilaiset sosiaaliset ryhmät ovat vähän edustettuina keskustassa. Paikallinen yhteistyö ei näyttäyty vieraille erityisen hyvänä, mutta ihmiset ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa mikä ilahduttaa kaupunkiin muualta saapuvaa.

Johtopäätökset

Paikallisten asukkaiden ja yrittäjien näkökulmat keskustan tilasta kohtaavat hyvin. Vierailijan näkökulma keskustasta on todella erilainen sen elinvoimaisuuden kannalta. Kaikkia tutkimuksessa mukana olleita ryhmiä yhdisti se mielipide, että Heinolan keskusta on todella hyvin saavutettavissa jalkaisin, pyöräillen ja autolla. Keskustaa pidetään myös siistinä ja turvallisena.

Paikanarviointilomake: mitä mieltä olet Heinolan keskustasta?

59 osallistujaa

- Asukasnäkökulma (37 osallistujaa)
- Yrittäjänäkökulma (11 osallistujaa)
- Vierailija/matkailijänäkökulma (11 osallistujaa)



Kuva 27. Yhdessä enemmän -messujen paikanarviointilomakkeen analysointia (Korhonen 2024)

Katastrofiskenaarion analyysi, osallistujia yhteensä 56 (kuva 28).

Skenaarion pohjana oli ajatus siitä, että Heinolaan olisi iskeytymässä hirmumyrsky. Mikä pitäisi säästää tuholta? Kohde piti nimetä ja kertoa miksi se pitäisi säästää. Osallistuja valitsi legon tai rakensi niistä kohteen ja sijoitti sen kartalle. Työvälineinä toimivat vinyylilattiamatto mihin oli tulostettu Heinolan kartta, legot, kynät ja post-it laput. Oma kotia, työpaikkaa tai yritystä ei saanut nimetä.

Rakennukset

Heinolan keskustassa on paljon haastavia rakennuksia, jotka vaikuttavat viihtyvyyteen. Rautatiesillan merkitys korostui ja sitä pidetään tärkeänä historiallisesti, maamerkkinä, sekä osana kaupunkikuvaa ja identiteettiä. Kaupungin historialliset rakennukset olivat myös tärkeitä, joista selkeästi eniten nousi esiin Seminaarin alue ja sen nykyunto sekä suojelun tarve. Harjupaviljonki koettiin myös tärkeänä kohtaamispaikkana.

Alueet

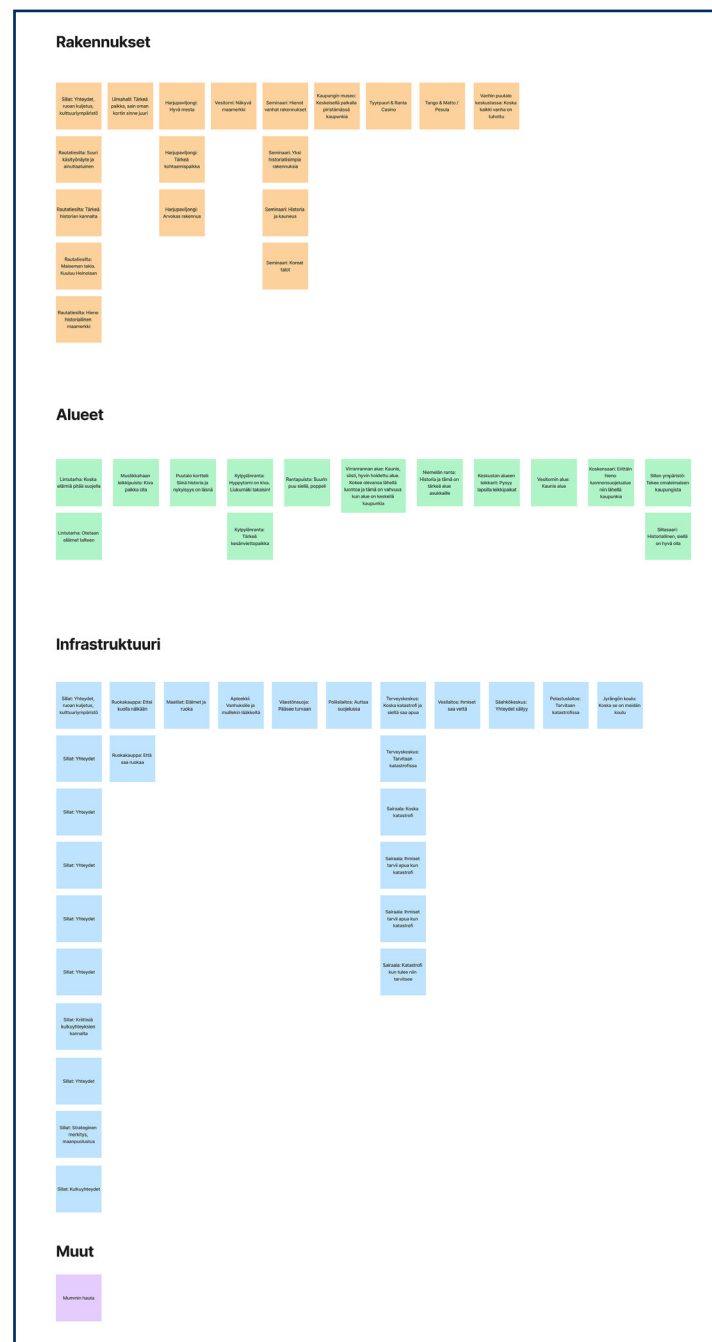
Rautatiesillan ympäristö koettiin merkittävänä ja tärkeänä paikkana sen omaleimaisuuden ja luonnon takia, sekä kylpylärannan alue ajanviettopaikkana. Lintuhoitola nousi esiin eläinten ansiosta lasten keskuudessa.

Infrastruktuuri

Heinolan siltojen merkitys korostui infrastruktuurin kannalta, sillä ne vaikuttavat paljon Heinolan alueen toimintaan liikenneyhteyksien kautta. Oman sairaalan merkitys korostui varsinkin katastrofin iskiessä ja sen sijainti kaupungissa on merkityksellinen etenkin iäkkäimmille ihmisille.

Johtopäätökset

Heinolan sillat ja varsinkin rautatiesilta, sekä sen alue ovat selkeästi todella merkityksellisiä varsinkin osana kaupungin identiteettiä ja kaupunkikuvaa. Siltojen strateginen merkitys on mittava ja rautatiesilta on tärkeä historiallinen kohde. Vanhojen rakennusten suojeleminen on tärkeää, koska ne koetaan osana Heinolaa. Olisi myös ensisijaista säilyttää kaupungissa sen oma sairaala, sekä muutkin infrastruktuuriin liittyvät alueet, rakennukset ja palvelut. Kaunis luonto lähellä keskustaa ja omalaatuinen kaupunkikuva on Heinolan vahvuus.



Kuva 28. Yhdessä enemmän -messujen katastrofiskenaarion analysointia (Korhonen 2024)

4.5.2 Heinolan kesän avaus

Osallistaminen tapahtui Heinolan Kesän avaus -tapahtumassa 25.5.2024 torin uudella Torikeitaalla, jolla oli myös avajaiset samaan aikaan. Torikeidas on keskustan kehittäminen -työryhmän toteuttama asukkaiden yhteinen oleskelutila Heinolan torilla. Osallistujia oli eri-ikäisiä ja eri tilanteesta lähtien ja vuorovaikutuksessa käytettiin samoja menetelmiä kuin Yhdessä enemmän -messuilla, mutta hieman muokattuna sekä paranneltuna. Paikanarviointilomake (kuva 31) sisälsi uuden sosiaalisuus-osion, kun messuilla huomasimme että ihmisillä oli vaikeuksia sisäistää osion tiettyjä kohtia. Teimme näistä kohdista helpommin ymmärrettäviä. Tällä kertaa Heinolan karttoja oli kolme paperille tulostettuna (kuva 29) ihmisten erilaisen visuaalisen hahmottamisen takia ja paikkojen merkitseminen tapahtui tarroilla ilman legopalikoita.

Paikanarviointilomaketta täytettiin erivärisillä tarroilla, joista siniset merkitsivät paikallista asukasta ja punaiset matkailijaa (kuva 30). Yrittäjänäkökulma jätettiin nyt pois keskittyen näihin kahteen sidosryhmään. Keskittymällä asukkaiden ja matkailijoiden näkökulmiin, saimme hyvin vertailtua sidosryhmien erilaisia kokemuksia Heinolasta kesäkaudella. Paikallisten yrittäjien näkökulman jättäminen pois tästä tutkimuksesta perustui siihen, että he ovat hyvin useasti myös Heinolan asukkaita. Nyt syntyi tarve selkeyttää tutkimusta.

Tapahtumassa saatiin paikan päällä myös 2 kpl matkailijoihin keskittyviä haastatteluita, joihin oli laadittu kysymyslomake erikseen. Kaikenkaikkiaan osallistuvia vierailijoita oli 51 kpl, joista 23 vastasi paikanarviointilomakkeeseen ja 28 katastrofiskeenaarioon kartalle. Vuorovaikutusta ihmisten kanssa oli jatkuvasti alueella ja moni pysähtyi keskustelemaan Heinolan ajankohtaisista asioista, antamaan palautetta, sekä ihmettelemään Torikeidasta. Kirjoitimme palautteita ylös muistiinpanoihin. Tapahtumasta tehtiin somejulkaisu LinkedIniin (kuva 35) tuoden esiin fasilitointia, Torikeidasta ja kiittämällä osallistujia.



Kuva 29. Käyttäjä osallistuu katastrofiskeenaarioon (Korhonen 2024)



Kuva 30. Paikanarviointilomakkeen täyttöä (Korhonen 2024)

Tulosten analysointi

Paikanarviointilomakkeen analyysi, osallistujia 23, asukkaita 15 ja matkailijoita 8 (kuva 32).

Asukasnäkökulma (sininen tarra)

Tutkimuksen tulokset tukivat aikaisempia tuloksia kaupungin keskustan viihtyisyydestä ja mielikuvasta, jotka ovat parempaa keskitasoa. Turvallisuuden tunne oli laskenut edellisestä tutkimuksesta. Saavutettavuudessa oltiin samalla tasolla kuin edellisessä arvioinnissa, eli keskusta on hyvin saavutettavissa kävellen, pyörällä ja autolla. Julkisessa liikenteessä, sekä opasteissa on parantamisen varaa. Toimintojen ja aktiviteettien taso asettui myös samalle asteelle kuin edellisessä arvioinnissa eli kaikenkaikkiaan hyvälle keskitasolle. Yritysten elinvoimaisuus oli heikolla tasolla ja palvelujen määrässä olisi parannettavaa. Uudessa sosiaalisuus kohdassa nousi esiin lasten ja nuorten vähäinen näkyvyys keskustan alueella, sama koski myös monikulttuurisuutta. Ihmiset olivat kaikenkaikkiaan tyytyväisiä kohtaamispaikkojen määrään, sekä vuorovaikutukseen.

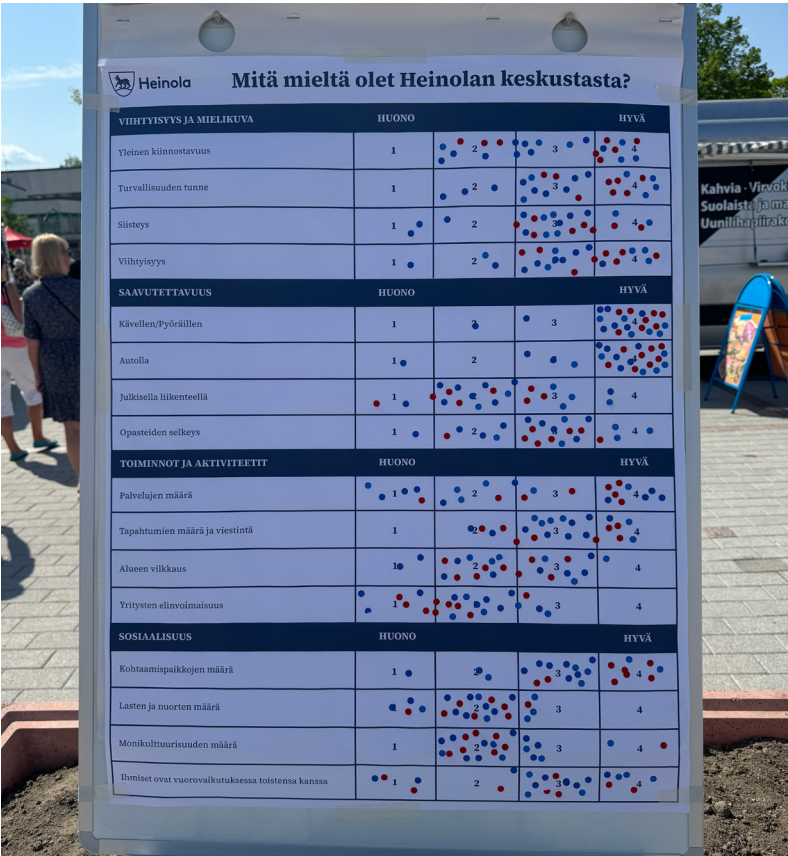
Vierailija/matkailija näkökulma (punainen tarra)

Viihtyisyys ja mielikuva osiossa nähtiin selkeä nousu edelliseen arviointiin verrattuna yleisessä kiinnostavuudessa, turvallisuuden tunteessa ja viihtyisyydessä, jotka olivat nyt hyvällä tasolla. Saavutettavuus oli samalla tasolla kuin viimeksi, eli keskusta on hyvin saavutettavissa kävellen, pyörällä ja autolla. Julkisessa liikenteessä, sekä opasteissa on parantamisen varaa. Toiminnoissa ja aktiviteeteissa nähtiin nousua palveluiden ja tapahtumien määrässä, jotka nousivat hyvälle tasolle. Alueen vilkkaus on toisille sopiva ja toiset haluavat enemmän liikettä. Yritysten elinvoimaisuus huoletti enemmistöä. Sosiaalisuus osiossa nousivat esille lasten ja nuorten, sekä monikulttuurisuuden vähäinen määrä keskustassa. Vierailijoiden mielestä kohtaamispaikkoja on paljon, sekä vuorovaikutusta.

Johtopäätökset

Tutkimuksen tulokset tukivat aikaisempaa tutkimusta, mutta kesäkauden merkitys

nousi selkeästi esiin vastauksissa varsinkin vierailijoiden osalta. Uudelleen laaditussa sosiaalisuus kohdassa nousee esiin lasten ja nuorten, sekä monikulttuurisuuden heikko näkyvyys keskustan alueella. Myös turvallisuuden tunne laski paikallisilla asukkailla kesällä verrattuna edelliseen talven aikana teetettyyn arviointiin. Huomiona esiin nousi myös vierailijoiden erilainen kokemus kaupungin yleisestä kiinnostavuudesta, viihtyisyydestä ja turvallisuuden tunteesta verrattuna paikallisiin, sekä kohtaamispaikkojen määrässä.

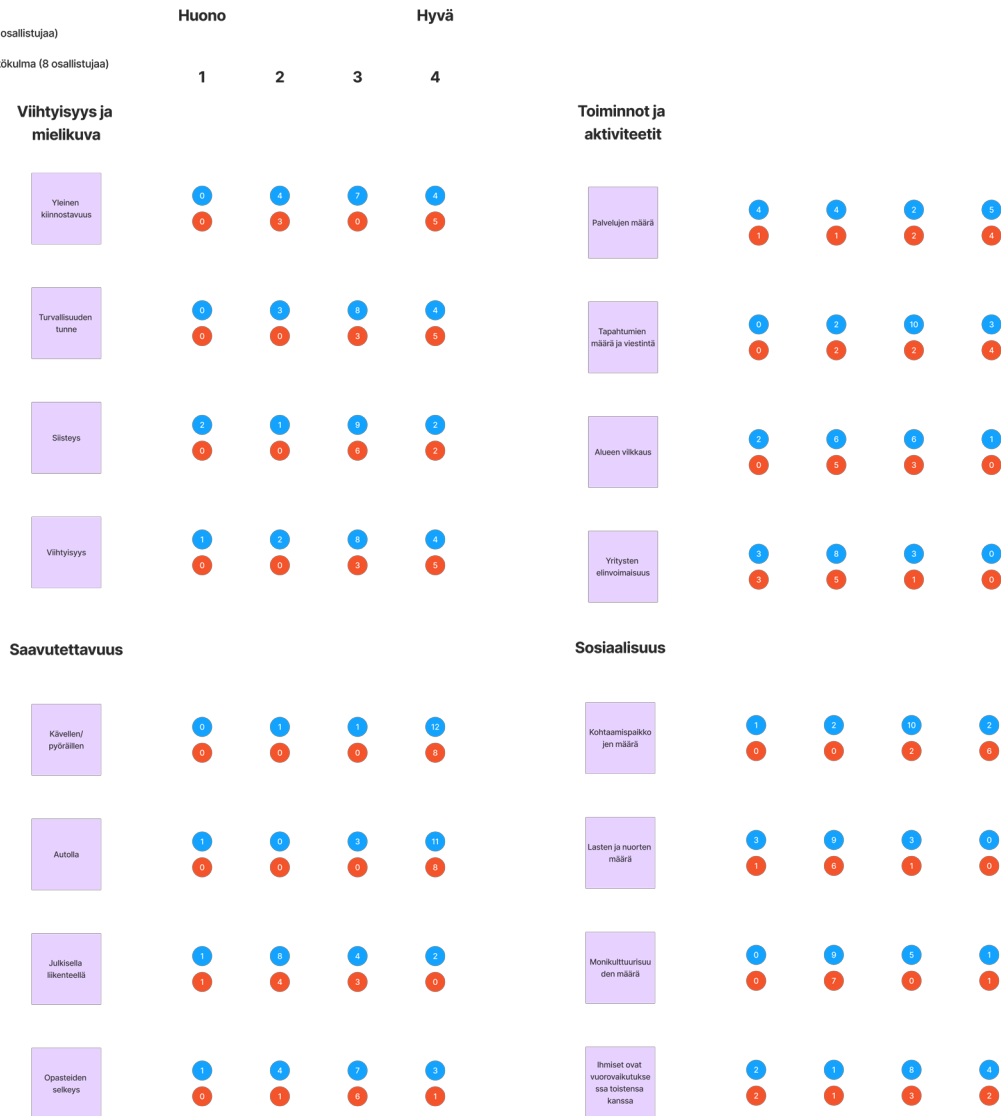


Kuva 31. Paikanarviointilomake täytettynä (Korhonen 2024)

Paikanarviointilomake: mitä mieltä olet Heinolan keskustasta?

23 osallistujaa

- Asukasnäkökulma (15 osallistujaa)
- Vierailija/matkalijanäkökulma (8 osallistujaa)



Kuva 32. Heinolan kesän avauksen paikanarviointilomakkeen analysointia (Korhonen 2024)

Katastrofiskenaarion analyysi, osallistujia 28 (kuvat 33-34).

Heinolaan on iskeytymässä hirmumyrsky. Mikä pitäisi säästää tuholta? Alue tai paikka piti merkitä tarralla kartalle. Työvälineinä katastrofiskenaariossa toimivat 3 visuaaliselta tyyliltään erilaista paperikarttaa helpottamaan osallistujien erilaista visuaalista hahmoituskykyä, sekä tarrat ja kynät.

Johtopäätökset

Tulokset tukivat pitkälti aikaisempaa tutkimusta. Tärkeinä suojelemisen arvoisina alueina pidettiin Rautatiesillan aluetta, Rantapuistoa satamineen, sekä Maaherranpuiston aluetta vanhoine rakennuksineen. Ääniä sai runsaammin myös Harjupaviljonki, jota pidettiin myös edellisessä tutkimuksessa tärkeänä kohtaamispaikkana.



Kuva 33. Osallistujien merkintöjä visuaalisesti yksinkertaisemmalla kartalla (Korhonen 2024)

Osallistujien merkitsemät kohteet:

Kaupunginmuseo: 1
Uimahalli: 1
Seminaari: 1
Kylpylänranta: 1
Vesitorni: 2
Lintuhoitola: 2
Sataman alue/rantapuisto: 5
Harjupaviljonki: 4
Rautatiesillan ympäristö: 5
Maaherranpuiston alue: 6



Kuva 35. Somejulkaisu LinkedIniin (Korhonen 2024)



Kuva 34. Osallistujien merkintöjä visuaalisesti monimutkaisemmalla kartalla (Korhonen 2024)

5 Kohderyhmä

5.1 Sidosryhmähaastattelut

5.1.1 Paikalliset yrittäjät

5.1.2 Matkailijat

5.2 Kohderyhmä tarkentuu

5.3 Nykytilanne

5.4 Kysely lapsiperheille

5.5 Haastattelu lapsiperheille

5.6 Analyysi ja johtopäätökset

5.7 Suunnittelun ohjurit

5.1 Sidosryhmähaastattelut

Muotoilupakki (2024) kertoo, että haastattelujen avulla voidaan kerätä tietoa siitä, miten asiat ovat tällä hetkellä tai saada näkökulmaa jo tehtyihin havaintoihin. Haastatteluissa on tärkeää huomioida monipuolisesti kaikki sidosryhmät. Haastattelukysymykset ja sen kulku tulee suunnitella hyvin. On hyvä ensin miettiä, mitä asioita haastattelun avulla halutaan selvittää ja muotoilla kysymykset sen mukaan. Haastattelu ei saa olla johdattelua ja haastateltavalle tulee antaa tilaa viedä keskustelua eteenpäin. Tutkittava asia on hyvä tuoda selvästi esille ja syventyä siihen haastateltavan kanssa. (Muotoilupakki 2024.) Haastattelupohjat laadittiin aikaisempien tutkimusten perusteella nousseista asioista. Kohderyhmäksi valikoitui paikalliset yrittäjät ja matkailijat. Paikalliset yrittäjät kohtaavat matkailua työssään päivittäin, joten he omaavat oman näkemyksensä Heinolan matkailun tilanteesta, sen onnistumisista ja kipukohdista. Heinolaan saapuvilta matkailijoilta haluttiin saada näkemyksiä siitä, kuinka he kokevat Heinolan matkailukohteena ja mikä koetaan onnistuneena tai haastavana. Sidosryhmähaastattelujen tarkoituksena oli määrittää Heinolaan liittyvän matkailun ongelmakohtia, tunnistaa tarpeita ja vahvistaa edellisten tutkimusten tuloksia. Kaikille haastateltaville kerrottiin työn aihe ja mitä työssä tutkitaan, sekä miksi haastattelua tehdään. Esille tuotiin myös kuka aineistoa käsittelee ja että se hävitetään työn päätyttyä. Tällä suojattiin haastateltavien yksityisyyttä.

5.1.1 Paikalliset yrittäjät

Haastatteluja toteutettiin yrittäjille, joiden yritykset sijaitsevat Heinolan keskustan alueella (kuvat 36-37). Haastatteluista kaikki järjestettiin puhelimitse toukokuussa 2024. Paikalliset yrittäjät olivat ilmoittaneet halukkuutensa haastatteluun 7.3.2024 järjestetyssä Yrittäjien aamukahvit -työpajassa, jossa kerättiin yhteystiedot mahdollisilta osallistujilta. Halukkaita ilmoittautui 10 henkilöä, joista lopulta 4 tavoitettiin haastatteluun.

Tulosten analysointi

Yrittäjien mielestä keskustassa on liikaa remontteja kesäsesongin alla, joka häiritsee heidän toimintaansa, sekä turismia. Kaupunki on kaunis rantoineen ja leikkialueet ovat hyvät, sekä torin uudistaminen luo hyvää ilmapiiriä tulevista. Opasteita voisi olla enemmän, sekä englannin kielellä. Yleisiä vessoja ei ole. Koirien tuonti torille pitäisi sallia, koska tämä toisi veneilijöitä lisää käyttämään palveluita. Kivijalkakauppoja

voisi olla lisää ja monipuolisesti. Toria ympäröivältä alueelta puuttuvat lapsiperheet. Heinolassa on upeat puitteet lapsiperheille, kuten perhepuiston alue ja mahtavat puhtaat uimarannat. Perheille pitäisi kuitenkin keksiä jotain vetonaulaa tai vetovoimatekijää, jotta he tulisivat käyttämään keskustan palveluita. Leikkipuistojen yhteydessä olisi hyvä olla lapsiperheitä varten huoltorakennus vessoineen. Yrittäjät toimivat yhteistyössä, mutta sitä voisi olla lisää, näin voitaisiin tehokkaammin tuoda Heinolaa esiin.

Viestintää pitäisi lisätä ympärillä olevista mahdollisuuksista, näin tuotaisiin turisteille positiivinen kokemus kaupungista. Potentiaalia on valtavasti kehittyä. Turisteille voisi olla infopisteitä enemmän tai ohjausta yhteiskäyttötila Spottiin tai WPK-talolle, mistä saisi lisätietoa alueen mahdollisuuksista. Heinolaan pitäisi saada jotain mitä tullaan kauempaakin ihmettelemään, esimerkiksi torille. Markkinointiin pitäisi laittaa lisää rahaa ja tuoda Heinola-brändiä enemmän esiin. Kaupungin vahvuuksia on pienen kaupungin idylli, lyhyet etäisyydet, hienot uimarannat, sekä yksi Suomen kauneimpia rantamaisemia keskustassa. Heinolaan pääsee hyvin maata ja vettä pitkin. Paikalliset asukkaat pitävät yrittäjien mielestä harmillisesti näitä vahvuuksia itsestäänselvyyksinä, joten niitä ei välttämättä osata mainostaa ja tuoda esiin. Huonolla säällä, sekä klo 17 jälkeen keskusta on hiljainen, tähän pitäisi löytää ratkaisu.

Haastattelujen jälkeen kaupunki on reagoinut toista kautta tulleeeseen palautteeseen ja yleisiä vessoja on avattu, sekä koirat on nykyään sallittu torilla.

Haastatteluista esiin nousseita ideoita:

- Poppelit takaisin.
- Vihreyttä lisää (kukkameriä ja istutuksia).
- Vihreä keidas torille.
- Talvivalaistus Wienin tapaan.
- Lukion hyödyntäminen konserttipaikkana.
- Tyhjät liiketilat asunnoiksi.
- Kauppojen näyteikkunoihin tapahtumamainoksia.
- Tapahtumakulttuuria muuallekin kuin kesäkaudelle.
- Lapsiperheille jotain erikoista.

Miten kuvailisitte Heinolan keskustan nykyistä tilaa matkailullisesta näkökulmasta?	Vähän on synkkää, tyhjiä liikehuoneistoja varsinkin yksi iso savontieellä. Koko ajan remonteja meneillään. Remontit mahdollisuuksien mukaan toivoisin että tehtäis sesongin ulkopuolella. Elätän toiveita torin olohuoneen ”torikeidas” potentiaalista että tori virkistyi. Tori elämä on kuollutta. Kivijalkakaupat katoavat. Ihmiset eivät tule kun on työmaa ja hirveä meteli, karkoittaa ihmisiä. Ihmiset tulevat navigaattoreilla ja lähtevät heinolasta pois. Uimaranta lähellä toria ja ilmainen vielä. Ulkomaalaiset ihmettelevät uimarantaa hienona juttuna mitä remontit halitaaavat. Upeat museot. Ohjataan ihmisiä torille ja museoihin. Kaupunki on vehreö. On paljon puistoja.	Potentiaalia on, keskustaa on pyritty viihtyisäksi saamaan mutta ei oteta tarpeeksi hyvin käyttöön. Torialueella matkailijoita/veneljiöitä saisi tulemaan enemmän torille jos koiria saisi tuoda. Pääsisivät matkalla vuolenkoskelle piipahtamaan helpommin. Leikkialueet on hyvät.
Millaisia matkailijoita näette eniten vierailevan Heinolan keskustassa?	Yksittäisiä, vanhempia pariskuntia	Veneljiät, kesäajan kävijät, Pyöräilijät opistolta jotka ovat siellä aktiivilomalla. Lapsiperheitä → Liikennepuisto ja pump track rata tuo lintutarhan alueelle matkailijoita myös muista kaupungeista varta vasten.
Minkälaiset matkailijat mielestäsi puuttuvat Heinolan keskustasta?	Lapsiperheet, pitäisi kasvattaa vetovoimaa. Lelu kauppa vetää porukkaa pääasiassa mökkiläisiä. Lapsiperheille pitäisi keksiä jotain, kun he kuluttavat rahaa. Että olisi kiva tulla lasten kanssa varta vasten.	Kesällä on monipuolisesti kaikenlaisia. Talvisin ja syksyisin ei ole ketään, mutta noin keski-ikäiset työssäkäyvät joilla on varaa kuluttaa niin saisi olla enemmän.
Millaisia palveluita tai kokemuksia uskotte matkailijoiden kaipaavan eniten Heinolan keskustassa?	Ruoka ja juoma. Pikkukaupungin idyllisyys torilla. Pitäisi olla jotain semmoista mitä isommasta kaupungista puuttuu. Rauhallisuutta. Pienen kaupungin tori on omanlaisensa.	Ravintolapalveluita jotta voi viettää aikaa, monipuolisemmin ravintoloita. Ostosmahdollisuuksia, tarvitaan matkailijoita että ne pysyy.
Miten yrittäjät voisivat yhteistyössä edistää Heinolan keskustan matkailullista vetovoimaa?	Yhteistyö mitä jo nyt tehdään. Ei sitäkään vielä ole riittävästi et monesti jää puheiden tasolle. Tempauksia voi järjestää. Näkyvyyttä lisää. Mainostetaan toinen toisiamme. Meillä on paikka minne voi tuoda esitteitä, mutta eivät tuo vaikka mainostetaan että saa tuoda. Mahdollisuus tähän ei kiinnosta ja tätä pitäisi parantaa. Matkailijat ottavat esitteitä ja lukelevat pöydässä. Esitteet menee kuin kuumille kiville. Mainontaan panostusta ja informaatiota esille kohderyhmille.	Nostamalla toisiamme somessa ja palvelutlianteissa mainitaan toistemme palveluita. Yhteistyötä tapahtuu mutta kyllä sitä voisi lisätä. Nimenomaan suosittelee. Opasteita kaivattaisiin enemmän ulkopaikkakuntalaisen silmin. Torin kumalle eksytään mutta ehkä ei siitä pidemmälle kun ei ole kerrottu mitä kivaa löytyy läheltä.
Millaisia investointeja tai kehityshankkeita näette tarpeellisina matkailun kehittämiseksi Heinolan keskustassa tulevaisuudessa?	Jotain semmista mitä muualla ei ole. Mitä tullaan katsomaan ja tekemään. Mitä tullaan kuvaamaan ja ihmettelemään torille. Joku päätön idea mitä ei takuulla ole muualla. ...	Vielä enemmän ns. Brändäystä, erilaisia yrityksiä tuotaisiin enemmän esille. Pääkaupunkisuuntaan lisää infoilua ja messuilla lisää esilläoloa. Opasteita lisää kaipaais.
Mitkä ovat mielestänne Heinolan keskustan vahvuudet matkailukohteena?	Pienen kaupungin edut. Kaikki on lähellä, kesäteatteri museot uimaranta. Kesäteatteri tuo kaikille asiakkaita.	Lyhyet välimatkat, vesistö vieressä → pääsee maata että vettä pitkin.
Mitkä ovat keskeisimmät haasteet, joita Heinolan keskustan matkailu kohtaa tällä hetkellä?	Asiakkaitten maksukyky on heikentynyt, mikä on kaikkien ongelma. Kerran kesässä ja jos halutaan tehdä jotain niin se vetovoima pitäisi olla. Keskustan elinvoimaisuus ei ole halutulla tasolla. Pitäisi olla muutakin kuin terasseja. Mullekin jotain kuin terassilla kävijöille. Illalla ei ole keskustassa mitään. Millä saadaa ihmiset liikkeelle? Kaupat häviävät.	On aika hiljaista klo 17 jälkeen, mikään ei ole sen jälkeen aukikaan oikeen ellei mene baariin. Ei ole huonolla keliällä sisäpaikkoja missä matkailijat voisi viettää aikaa
Mitä keinoja ja mahdollisuuksia näette matkailun edistämiseksi Heinolan keskustassa?	Millä saataisiin liikehuoneistot täyteen. Kivoja erikoisputikkeja että ihmisten olisi kiva tulla kaupunkiin. Vehreyttä torille kun se on nyt todella ankea. Pultsarit pois torilta, nyt on ollut ehkä parempi mutta muutama vuosi sitten oli todella paha ongelma. Pitäisi kehittää jotain mitä muualla ei ole, mietintämyssy päähän ja keksitään se millä erottaudutaan muista. Meillä on hieno kesäteatteri mutta tarvitaan jotain muutakin välttikortiksi. Museota ja kauppoja on jokapuolella niinkuin meilläkin. Harjupaviljongi on myös ihmeellinen mutta ei ole torilla. Voi olla myös joku palvelu millä erottautua. Voittaisinko tuoda jotain muualta vaikka ulkomailta idea mikä voisi toimia Heinolassa. Lapsiperheille jotain erikoista.	Kesällä on tapahtumia esim. Kesäteatteri on loistava tapahtumapaikka, mutta pyrittäisiin luomaan tapahtumakulttuuria muullekin kuin kesäkaudelle. Voittaisiin järjestää tapahtumia ulkopaikkakuntalaisille juurikin muina aikoina. Torille tullaan myymään tuotteita kun kesäteatterissa on päivänäytös niin ihmisiä on. Talvelle ja syksyillä ei oikeen ole vetonauloja jotka toisi ihmisiä keskustaan. Iso lukio on missä olisi mahdollista järjestää esim. Konsertteja, lukion hyödyntäminen olisi tärkeää kun tiloja pitäisi käyttää 100 %.

Kuva 36. Yrittäjien haastattelun kysymyksiä ja vastauksia osa 1. (Korhonen 2024)

Miten kuvailisitte Heinolan keskustan nykyistä tilaa matkailullisesta näkökulmasta?	Jos täysin turistina tulisin niin kiinnittäisin huomiota hyvään uuteen toriin ja toisaalta ärsyyntäisin siitä että valtakatu on remontissa ja vie parkkipaikkoja pois. Parkkipaikkojen määrä on huono. Parkkipaikkojen merkintä on puutteellinen esim k-marketin katoile pääsee.	Kesä pitkästä aikaa semmoinen ettei mitään revittä auki ja remontoita. Siinä mielessä on uusi tilanne kun saatiin juuri remontti tehtyä. On käyttäjäystävällinen ja helppo, toivottavasti voi sanoa kohta että kaunis. Opeasteita ei voi olla liikaa, jokaisessa suunnassa pitäisi olla etälässä, pohjossa ohjaus City Centerin täydellisesti että löytää perille. Toivoisin että olisi liittymässä opasteita jopa ulkomaankielillä esim. City center. Yleisiä vessoja voisi olla, niitä ei ole. En ymmärrä miksi niitä ei ole kun miljoonakaupungeissakin ne toimii.
Millaisia matkailijoita näette eniten vierailevan Heinolan keskustassa?	Kesäteatteriaika linja-autolasteittain tulee porukkaa ympärisuomea tulee katsomaan kesäteatteria (50-60 vuotiaat). Kesäteatteri on vetonaula. Kaikenlaisia näkyy. Veneljiöitä, mökkilläisiä, matkailuautoilla. Mökkilläiset käyvät ostamassa tarvikkeita mökille esim. Sähkötavaraa tässä tapauksessa.	Kulttuurin perässä olevia, ei kannata tulla shoppailemaan varta vasten. Miesten pukuliikkeitä kaivataan ja lastenvaateliikkeitä. Kaunis ja viihtyisä keskusta tuo kulttuurin perässä tulevia. Loistavia erikoisliikkeitä kyllä löytyy. Palvelu pelaa.
Minkälaiset matkailijat mielestäsi puuttuvat Heinolan keskustasta?	Ulkomaalaisia turisteja, ei ole japanilaisia kuvaamassa niiku stadissa. Saksalaisia ehkä käy mutta esim britejä ei kiinnosta mikään täällä. Ohikulkijat matkalla lappiin saattaa ehkä pysähtyä. Voisi olla saunaa tai jotain extreme mikä vetäisi turisteja puoleensa. Isompia markkinoita jne. Viestintää enemmän. Kaikenikäistä kävijää puuttuu, mutta lapsiperheitä saisi olla enemmän. Koiraohimiset myös, vie asiakkaita pois kun ei saa tuoda torille koira, tämä karkoittaa muualle. Perheitä puuttuu keskustasta, ne ostavat ja käyttävät rahaa.	Lapsiperheet, meillä on hyvät tilatitit, bongaripuisto (liikennepuisto, skuuttiparkki) ja mahtavat puhtaat uimarannat. Leikkipuiston yhteydessä pitäisi olla huutorakennus, lapsille vessat jne.
Millaisia palveluita tai kokemuksia uskotte matkailijoiden kaipaavan eniten Heinolan keskustassa?	Miesten vaateliike puuttuu. Sunnuntaina kahvilat voisi olla auki, ei ole yhtään auki torin ympärillä sunnuntaina.	Kivijalkakauppoja voisi olla enemmän joita voi kierreillä. Ravintoloita on, kahviltoita on tarpeeksi.
Miten yrittäjät voisivat yhteistyössä edistää Heinolan keskustan matkailullista vetovoimaa?	Pitäisi mainostaa toisiaan neuvomalla turisteja olematta mustasukkainen. Avoimuutta ja läpinäkyvyyttä jos ei itellä ole niin ohjataan toiseen paikkaan. Jos mustasukkaisuutta yrittäjien kesken niin kaunat pitäisi haudata ja keskittyä yhteiseen hyvään.	Pitää tähdätä ykköseksi ravintolamaailman huipulle. Heinolassa yrittäjät tekee yhteistyötä kovasti mistä tulee positiivista kokemusta matkailijoille. Opastetaan matkailijoita toisten palveluihin mieluisi mikä aiheuttaa positiivista vibaa asiakkaille. Yhteistyössä on voima ja ristiinmarkkinoinnissa. Kerromme kaikista mahdollisuuksista mitä Heinolassa on matkailijoille. Potentiaalia löytyy vesistöistä edelleen. Vannon yhteistyön nimiin.
Millaisia investointeja tai kehityshankkeita näette tarpeellisina matkailun kehittämiseksi Heinolan keskustassa tulevaisuudessa?	Katettua torikahvilaa on mietitty. Joku keskittymä ettei ole kojuja. Parkkipaikoja lisää kun kaivokatuakin kavennetaan. Helposti lähestyttäviä parkkipaikkoja pitää saada. Talvella pääsee parkkiin aina mutta kesällä on ruuhkaa. Yrittäjät voisi tulla jalkaisin tai muuten eikä parkkia omia autojaan keskustaan viemään tilaa.	Markkinointiin täytyy lyödä rahaa. Jollain tapaa pitää julistaa maailmalle Heinolan ihanuudesta.
Mitkä ovat mielestänne Heinolan keskustan vahvuudet matkailukohteena?	Nähti, lähellä toria on kuitenkin yksi suomen kauneimpia rantamaisemia ja rantapuisto. Lähellä hieno casino missä todella hyvät ruuat niiku kaikissa keskustan ravintoloissa. Äärimmäisen tunnelmallinen paikka tyyrpuuri on myös parin minuutin päässä. Järvimaisema ja rautatiesilta. Rautatiesillan alla myös yksi Heinolan upeimpia ravintoloita, näitä riittää kun osattaisiin ohjata ihmiset sinne. Täällä pidetään itseäänseelvyksinä tiettyjä asioita kun paikalliset on asunut niin kauan, ei tajuta neuvoo kun kuvitellaan että muutkin jo tietää.	Jokaikiseen paikkaan on todella lyhyt matka. Puistot, hyvin hoidetut istutukset. Suomessa ei ole montaa paikkaa missä satamasta on noin lyhyt matka kaikkien palveluiden keskelle. Äärimmäisen kaunis kaupunki kaikkina vuodenaikoina. Turvallinen.
Mitkä ovat keskeisimmät haasteet, joita Heinolan keskustan matkailu kohtaa tällä hetkellä?	Markkinakauppiailta saisi olla enemmän vaikka joka päivä että näyttäisi elävältä, elävä tori vetää puoleensa. Tarjontaa riittää laajasti mutta elämää pitää saada lisää. Enemmän jokaiselle jotakin menoa.	Yleisiä vessoja ei löydy. Erilaisia turistifacilitetteja pitäisi olla ja yleisöille vessoja. Infopisteitä pitäisi olla parempi mistä matkailijat saavat infon. Tai valttavan hyvät opasteet vpk talolle tai spottiin mistä saadaa tietoa. Tietoisuus tästä upeasta kaupungista = Markkinointiin palkkuja.
Mitä keinoja ja mahdollisuuksia näette matkailun edistämiseksi Heinolan keskustassa?	Markkinointia pitäisi ehdottomasti parantaa, somessa ja kaupungin omassa mainonnassa. Kauppojen näyteikkunoissa ettei ole oma mainos eka vaan mitä muuta on tarjolla tapahtumia esim.	Välittömästi laittaisin Heinolan keskustaan kaikki poppelti takaisin, tehtäisiin vihreä keidas keskustan torin paikalle. Voitaisiin kattaa talvella joka on lämmitetty. Tyhjä liiketilat asunnoiksi mahdollisuuksien mukaan. Vihreyttä hirveästi lisää. Lämmitetyt jalkakäytävät jotta olisi turvallisista kävellä. Kesäksi istutuksia (kukkameriä) opasteita. Kesät talvet ihana karuselli. Talvella marraskuun alusta helmikuun loppuun täys talvalaistus valotaideteos Wienin tapaan. Tampereellä myös on samaa mistä voi ottaa ideaa. Monta kuukautta voisi olla valotaidetta. Heinola, kaunis kaupunki kaikkina vuoden aikoina. Kesä on tapahtumia turvokoissa, pitäisi saada talveksi tapahtumaa ja tehdä Heinolasta talvikaupungiksi.

Kuva 37. Yrittäjien haastattelun kysymyksiä ja vastauksia osa 2. (Korhonen 2024)

5.1.2 Matkailijat

Haastatteluihin tavoitettiin kolme Heinolassa käynyttä matkailijaa. Haastatteluista kaksi toteutettiin Heinolan kesän avauksessa 25.5.2024 ja yksi heti tapahtuman jälkeen puhelimitse.

Tulosten analysointi

Tutkimuksen otanta (kuva 39) jäi puutteelliseksi kysymyspatteriston laajuuden ja osallistujien vähyyden takia. Haastatteluissa nousi esiin kuitenkin seuraavat asiat, joista osa tuki myös aikaisempia tutkimuksia:

- Heinola on kesäkaupunki ja hyvä pysähdyspaikka
- ohikulkumatkalla tullaan uudelleen, kun tiedetään jo paikka
- Heinolaa suositellaan muille
- kaikki on Heinolassa lähellä
- palvelu on hyvällä tasolla
- ravintola ja kahvilapalveluita käytetään käynnin yhteydessä
- ympäristö on kaunis, hienot maisemat ja vesistöt rantoineen
- opasteita voisi parantaa.

Tutkimuksen epäonnistuminen johtui monesta tekijästä, jotka jätettiin ottamatta huomioon. Heinolan kesän avauksessa toteutetut haastattelut olivat liian pitkiä laadultaan ja huomattiin, että ihmisillä ei riittänyt aikaa vastailla kysymyksiin perusteellisesti (kuva 38). Paikan päällä saadun palautteen mukaan tietyt kysymykset olivat myös epäselkeitä osallistujille. Johtopäätöksenä tämän tutkimuksen puutteellisuudesta voidaan todeta, että haastattelulomake olisi pitänyt laatia paremmin kohderyhmä huomioon ottaen. Haastattelutilanne olisi myös pitänyt valikoida sää huomioiden, joka oli keskellä helteisen kuumaa Heinolan toria ja vaikeutti ihmisten keskittymistä haastatteluun.

5.2 Kohderyhmä tarkentuu

Kohderyhmän määrittäminen käsitti monta eri menetelmää, jotka tukivat toinen toisiaan tiedon hankinnassa ja ongelman selvittämisessä.

Näiden tutkimusten lopputulos selkeytti opinnäytetyön lopullisen kohderyhmän valintaa. Tutkimuksista nousi esiin tarve kehittää lapsiperheiden matkailukokemusta Heinolan keskustassa, joten tämä aihepiiri valikoitui kohderyhmän tarpeisiin syventymisen ja lopputuotosten ideoinnin kohteeksi.

Kuva 38. Matkailijoiden haastattelupohjia täytettynä (Korhonen 2024)

Taustatiedot:

Ikä: 36 52 58

Mistä olet kotoisin? Helsinki Hyvinkää Lahti

Miksi tulit Heinolaan, oletko matkalla yksin, jonkun kanssa, perheen kanssa?

Tulin yksin katsomaan palkkaa mahdollisena asuinpaikkana Heinäsaari / Puoliso Puolison isän luona käytiin. Jatkettiin Kuorttiin

Miten saavuit Heinolaan? Bussi (Onnibus) Asuntoauto Autolla

Kuinka kauan aiot viipyä Heinolassa? 1 pv 2 pv Kahvit juotin ja tankattiin auto

Oletko käynyt Heinolassa aikaisemmin? En Kyllä En osaa laskea monta kertaa, kerran kuuksaudessa ollaan käytä

Mistä löysit tiedon tapahtumasta tai idean, että voisi tulla tänne? Hesän rautsaikalalla oli mainos Heinola-lehti Puolison isä asuu siellä

Opasteet:

Kuinka löysit Heinolaan saapumisreitit? (esim. navigaattori, opasteet, kysymällä tietä)

Onnibus.com Tiesin sijainnin Ulkomuistista

Ovatko tienvarsiopasteet selkeitä ja helposti ymmärrettäviä?

- Kyllä Ei ole ikinä Suomessa, kyllä loppuu kesken monessa paikassa. Yhtäkkiä kyllä häviää kun katsoo että tuosta Heinolaan.

Mihin tulit ensimmäiseksi Heinolassa?

Torille Heinäsaari Mentin Kuorttiin ja tulin sieltä suoraan puolison isälle käymään.

Löysitkö helposti parkkipaikan saapuessa?

- Kyllä Löytyi

Oliko kaupungissa riittävästi opasteita nähtävyyksille ja palveluille?

- Kyllä En osaa, kai siellä on. Lintutalo tulee mieleen, onkoahan sille edes opasteita tai satamaan

Ehdotuksia opasteiden parantamiseksi?

- Ehkä hieman isompia Opasteissa on aina parannettavaa

Palvelut:

Mitä palveluita olet käyttänyt tai aiot käyttää Heinolassa? (esim. ravintolat, kahvilat, majoitus, kaupat, kulttuuripalvelut)

Museot jos jää aikaa Raffat, kahvilat, majoitus, kaupat, kulttuuri (Kesäteatteri) Ruokajuttuja, kahvilat, pizzeriat, tankkaaminen abc (halpa pottolaive)

Kuinka arvioisit käyttämiäsi palveluiden laatua?

En ole kerennyt vielä käyttää Hyviä Kohtuullista tai hyvää

Ovatko palvelut helposti saavutettavissa ja hyvin opastettuja?

- Kyllä Opasteet on puutteellisia (ei ainostaan Heinola)

Oliko sinulla mahdollisuus saada tietoa palveluista etukäteen (esim. internetistä tai esitteistä)?

- Kyllä Ei tuu katottua ja tällä hetkellä ei ollut tarvetta kun reitti oli selvä

Ehdotuksia palveluiden parantamiseksi?

- Ei tule mitään mieleen. En asu paikkakunnalla.

Ympäristö:

Miten kuvailisit Heinolan ympäristöä ja maisemia?

Kaunis kaupunki Viihtyisä, vesistöt lähellä Hienot maisemat, menee joki ja nätti kaupunki

Ovatko ympäristön siisteys ja kunnossapito mielestäsi hyvällä tasolla?

Kyllä Kyllä Yhtä siistiä kuin muualla lukuunottamatta pulukkoja ...

Kuinka hyvin Heinolassa on huomioitu ympäristöystävällisyys ja kestävä kehitys?

En osaa sanoa - Ei hajuakaan miten toimii Heinolassa, varmaan normien mukaan niinkuin muualtakin

Ovatko viheralueet ja ulkoilumahdollisuudet (esim. puistot, kävelyreitit, pyörätiet) mielestäsi riittävät ja helposti löydettävissä?

- Kyllä (puistot ja pyörätiet) Viheralueita on paljon ja helposti löydettävissä

Ehdotuksia ympäristön parantamiseksi?

- Aina voi parantaa en keksi mitään

Suosikkipaikkasi Heinolassa?

- Heinäsaari ja Tori Satama

Yleiset kysymykset:

Ensimmäinen asia mikä tulee mieleen Heinolasta?

Kesäinen pikkukaupunki Vehnys Satama, tuli pitkällä käytyä usein juomassa kahvit

Mikä on ollut parasta Heinolassa?

Ilmapäiri Kaikki lähellä Satama

Mikä on ollut haastavinta tai vaikeinta Heinolassa?

- - En osaa sanoa

Suosittelisitko Heinolaa muille matkailijoille? Miksi/miksi et?

Kyllä. Kiva paikka käydä Kyllä ehdottomasti Hyvä ohikulkupaikka, kiva pysähtyä hetkeksi

Aiotko tulla uudestaan, miksi ja milloin?

Mahdollisesti, riippuu asumissuunnitelmista Kyllä Varmaan ohikulkumatalla ja puolison isän luona ensi kuussa

Mitä aiot tehdä seuraavaksi/mihin aiot mennä?

Ympäri kaupunkia Kahville En tiedä. Hirveesti on suunnitelmia mutta en tiedä pääseeö mihkään

Muita kommentteja tai palautetta Heinolan matkailukokemuksesta?

- - En osaa sanoa

Kuva 39. Matkailijoiden haastatteluiden kysymyksiä ja vastauksia (Korhonen 2024)

5.3 Nykytilanne

Matkailijasta voi tulla tuleva kaupungin asukas tulevaisuudessa ja Heinolassa riittää monenlaista tekemistä lapsille. Kaupungissa voi viettää aikaa leikkipuistoissa, uimarannoilla, liikennepuistossa ja Lintuhoitolassa. Liikuntamahdollisuuksia tarjoavat muun muassa uimahalli, jäähalli ja Vierumäen urheiluopisto monine aktiviteetteineen. Lasten harrastuksia on tarjolla ringetestä ja frisbeegolfista sirkuskouluun ja ilmaisukerhoon. Heinolan musiikkiopisto ja kansalaisopisto tarjoavat myös monipuolista harrastustoimintaa lapsille.

Heinolaan on suunnitteilla, rakenteilla tai juuri valmistunut neljä monitoimitaloa. Näistä kolmessa toimii päiväkotit ja koulu, yhdessä lukio sekä nuorisopalvelut. Sinilähde-talo otettiin käyttöön maaliskuussa 2021, Heinolan lukio (lukio ja nuorisopalvelut) elokuussa 2021 ja Kailas-talo keväällä 2023. Kirkonkylän koulu on rakenteilla. Uudet rakennukset tarjoavat lapsille terveen ja virikkeellisen oppimisympäristön. Heinolassa on yhteensä kahdeksan päiväkotia, viisi alakoulua, yläkoulu ja lukio.

Heinola tarjoaa runsaasti tilaa liikkua ja nauttia luonnosta. Luontopolut ja ulkoilureitit kutsuvat perheitä ulkoilemaan. Kaupunki ylläpitää lukuisia kotia, laavuja ja nuotiopaikkoja, jotka ovat retkeilijöiden vapaassa käytössä. Luonnossa lapsilla on tilaa juosta, leikkiä ja rentoutua. Heinolassa on myös paljon vesistöjä ja venepaikkoja. Talvella riemua tuovat pulkkamäet, hiihtoladut ja ulkojääkentät.

Heinola on aktiivinen tapahtumakaupunki, jossa lapsiperheille on tarjolla runsaasti erilaisia tapahtumia ympäri vuoden. Tapahtumia järjestävät yleensä yhdessä kaupungin eri toimijat, kuten kaupunki, yhdistykset ja seurakunnat. Heinolan lapsiperheet voivat usein osallistua myös tapahtumien järjestämiseen. (Heinola 2024c.)

The screenshot shows a Facebook post from Toni Korhonen, dated 2 days ago. The post is in Finnish and discusses a survey for children's families in Heinola. The survey is titled "Kysely lapsiperheille Heinolassa vietetystä päivästä" (Survey for children's families in Heinola about the day spent). The post includes a link to the survey: <https://forms.gle/NPFdVrPVNuWFGjX9>. The survey aims to develop the children's services by gathering feedback on the day spent in Heinola. The post also mentions that the survey is part of the LAB-ammattikorkeakoulun Muotoiluinstituutissa (LAB University of Applied Sciences Design Institute) and that the results will be used to improve the children's services. The post has 3 comments and 1 like.

Toni Korhonen
2 pv · 🌐

Oletko sinä ja teidän perhe viettäneet viime aikoina lasten kanssa kesäpäivää Heinolassa esimerkiksi Perhepuistossa? Kertoisitko oheisen kyselyn kautta kokemuksestasi, olisin todella kiitollinen! 😊

Linkki kyselyyn 📄 <https://forms.gle/NPFdVrPVNuWFGjX9>

Opiskelen LAB-ammattikorkeakoulun Muotoiluinstituutissa Palvelumuotoilua ja teen Heinolan kaupungille opinnäytetyötä liittyen lapsiperheen matkailukokemuksen kehittämiseen. Kaikkien mielipiteet ovat äärimmäisen tärkeitä, jotta voidaan tehdä kokemuksista parempia 🙏👍

Kysely lapsiperheille Heinolassa vietetystä päivästä
Yksityiskohtainen kysely lapsiperheille. Tavoitteena on kehittää lapsiperheen palvelupolkua "Päivä Heinolassa"-konseptilla. Kiitos vastauksista etukäteen!

* Indicates required question

Sinulla on mahdollisuus antaa yhteystietosi, kuten sähköpostiosoite tai puhelinnumero kyselyyn liittyvää haastattelua varten, jotta voin käsitellä vastauksia ja tarvittaessa ottaa yhteyttä.

Kaikki antamasi tiedot käsitellään luottamuksellisesti eikä niitä jaeta ulkopuolisille ilman suostumustasi. Tietoja säilytetään enintään 1 kk kyselyn päättymisen jälkeen.

☐ Olen lukenut tietosuojaselosteen ja suostun, että antamani tiedot tallennetaan ja käsitellään sen mukaisesti.

DOCS.GOOGLE.COM

Kysely lapsiperheille Heinolassa vietetystä päivästä
Yksityiskohtainen kysely lapsiperheille. Tavoitteena on kehittää lapsiperheen palvelupolkua "Päi...

3 kommenttia

👍 Tykkää 💬 Kommentti 📄 Lähetä

Kuva 40. Lapsiperheen päivä Heinolassa -kysely jaettuna someen (Korhonen 2024)

5.4 Kysely lapsiperheille

Lapsiperheiden kokemuksia ja tarpeita lähdettiin tutkimaan kyselyn avulla. Kyselyn kysymykset laadittiin aikaisempien tutkimusten perusteella. Tämän menetelmän oli tarkoitus antaa lisää määrällistä tietoa sidosryhmähaastatteluja varten. Kyselyn kautta yhteystietonsa mahdollista haastattelua varten jättäville tuotiin esille se mitä varten yhteystietoja kerätään ja kuinka kauan niitä säilytetään tietonsa luovuttaneiden yksityisyyden suojaamiseksi.

Kysely lapsiperheille Heinolassa vietetystä päivästä laadittiin Google Formsilla ja toteutettiin 25.6.-27.6.2024 välisenä aikana. Kysely jaettiin Facebookin kautta Lahti, Puskaradio Lahti, Heinola, Ilmoitustaulu Heinola, Naistenhuone ja Perhematkailu -ryhmiin, sekä LAB-ammattikorkeakoulun Muotsikka WhatsApp -ryhmään (kuva 40). Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 43 kpl.

Tulosten analysointi

Kyselyyn saatiin 43 vastausta (kuva 41). Esiin nousi 2 selkeätä ikäryhmää 26-35-vuotiaat (40 %), sekä 36-45-vuotiaat (47 %) lapsiperheelliset. Lapsia enemmistöllä on 2 (37 %) tai 1 (33 %). Suurimmalla osalla (49 %) mukana olevat lapset ovat 4-6-vuotiaita, mutta myös 2-3-vuotiaiden (35 %), sekä yli 10 v. lapsien (35 %) määrä oli merkittävä. Melkein puolet (48 %) vastaajista olivat liikkeellä toisen vanhemman kanssa. Esiin nousi myös sukulaisten (13 %) tai ystävän (10 %) kanssa liikkeellä olevat vanhemmat.

Enemmistön tulotaso on 4000-6000 €/kk (56 %) tai 2000-3000 €/kk (29 %) ja yli puolet (51 %) heistä käyttää perheen kanssa vietettyyn päivään rahaa 10-50 €. 40 % vastaajista käyttää 50-100 € päivän aikana. Suurin osa perheistä tulee Heinolasta (40 %) tai lähikunnasta (35 %), mutta pääkaupunkiseudulta tulevia perheitä oli myös merkittävä määrä (12 %) vastaajista. 91 % vastaajista saapuu Heinolaan autolla.

Syynä Heinolaan tulemiseen on paikkakunnalla asuminen (40 %), sukulaisten tapaaminen samalla (21 %) tai päiväretki (16 %). Kesäasukkaita vastaajista oli 9 % ja muualle matkaa, mutta Heinolassa pysähtyneitä 7 %.

24 % vastaajista sai idean tulla Heinolaan kaupungin Facebook-sivun kautta.

18 % kuuli puskaradiosta ja 11 % paikka oli tuttu muutenkin asumisen tai paikkakunnalla vietetyn ajan kautta.

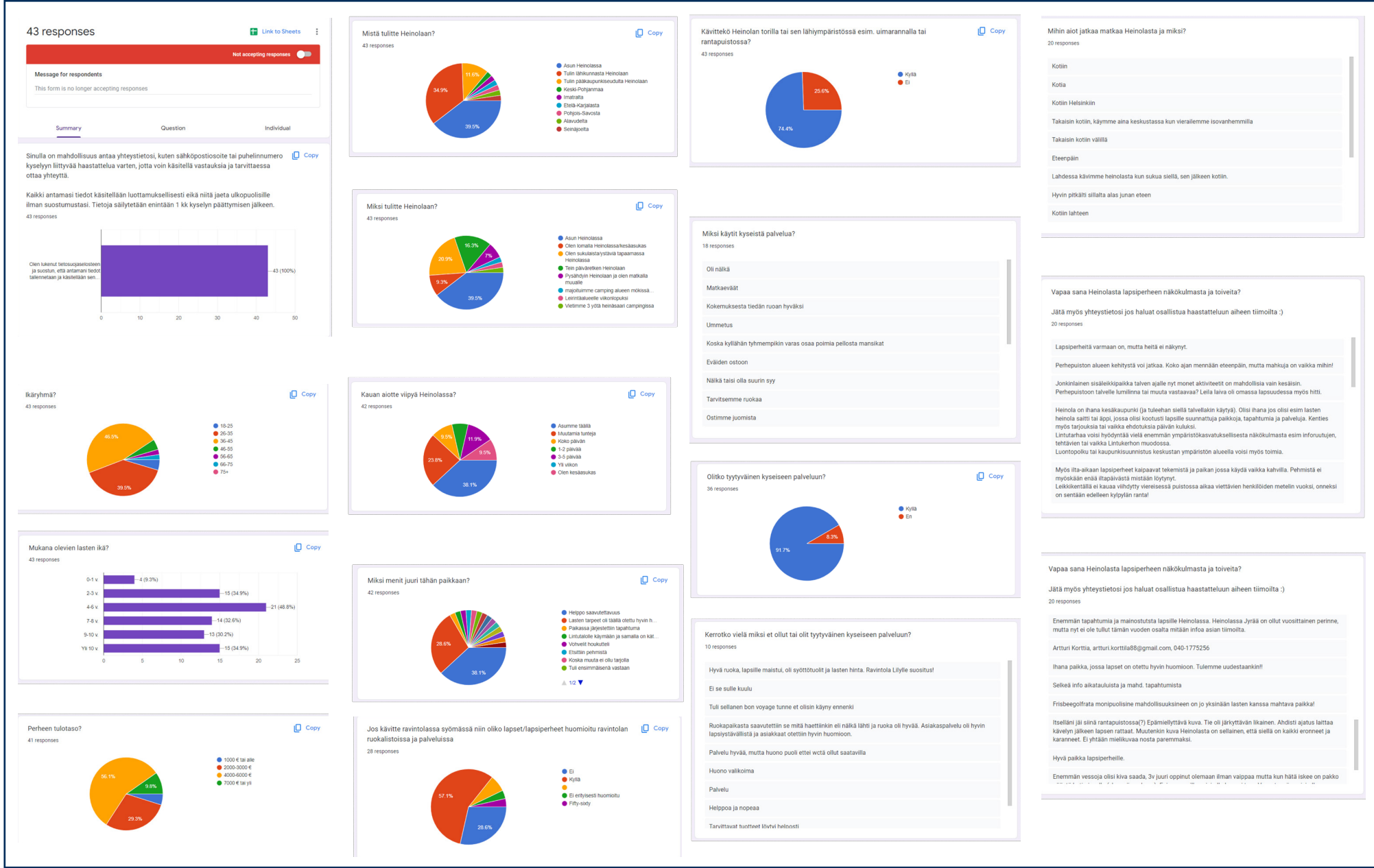
Kysyttäessä ajanvieron kestosta, vastaajista 38 % asuu Heinolassa. 24 % aikoo viettää muutamia tunteja Heinolassa, 12 % 3-5 päivää, 10 % koko päivän ja 10 % heistä on paikkakunnalla kesäasukkaana. Heinolaan saavuttaessa vastaajista 37 % meni ensimmäiseksi perhepuisto Bongariin ja 21 % Heinolan torille tai sen läheisyyteen. 12 % meni suoraan uimarannalle, sekä 7 % lintutarhalle. Selkeästi tärkeimpiä asioita näihin paikkoihin tulon olivat saavutettavuus (38 %), sekä lasten tarpeisiin vastaaminen (29 %).

Perheistä 40 % ruokaili keskustan ravintoloissa ja 28 % söi omat eväät. Enemmistön (57 %) mielestä lapset ja perheet oli huomioitu ravintoloiden ruokalistoissa ja palveluissa, mutta 29 % oli eri mieltä, joka on huomattava määrä tässä yhteydessä.

Lapsiperheet kaipaivat keskustaan lisää tapahtumia lapsille (19 ääntä), saniteettitiloja (18 ääntä), sekä leikkipaikkoja ja kohtaamispaikkoja lapsiperheille, mikä korostuu vapaamuotoisissa ja monivalintavastauksissa (21 ääntä). Toivomuksena olisi myös lisää ravintoloita (13 ääntä).

74 % vastaajista kävi päivän aikana Heinolan torilla tai sen läheisyydessä, jossa heistä 56 % käytti ruokakauppojen palveluita ja 25 % ravintolapalveluita. Nälkä, jano tai eväiden osto olivat syynä torilla, sekä sen läheisyydessä käyntiin ja ne korostuivat annetuissa kommentteissa. 92 % oli tyytyväisiä käyttämiinsä palveluihin torin läheisyydessä. Kommenteissa korostui hyvä asiakaspalvelu.

Perheet jatkavat Heinolassa vietetyn päivän jälkeen matkaansa kotiin. Vapaan sanan osiossa korostui perheiden toiveet talven ajan paikoille, joissa he voivat viettää aikaa lasten kanssa, sekä tapahtumia saisi olla enemmän lapsille myös talvella. Kaupungista löytyy paljon monipuolista tekemistä, mutta vastauksissa korostui viestinnän heikkous varsinkin tapahtumien osalta.



5.5 Haastattelu lapsiperheille

Haastattelupohjat laadittiin aikaisempien tutkimusten ja kohderyhmän määrittämisen jälkeen lapsiperheille jaetun kyselyn perusteella. Tutkimuksessa haluttiin välttää matkailijahaastatteluissa tehdyt virheet kysymysten laajuuden ja vaikeaselkoisuuden suhteen, joten tavoitteena oli laatia helposti sisäistettävä, nopea ja tehokas haastattelupohja (kuva 42).

Haastatteluihin osallistui 10 perhettä. Haastatteluista kaikki toteutettiin Heinolan perhepuisto Bongarissa sunnuntaina 30.6.2024 klo 12-14:30 välisenä aikana. Sää oli aurinkoinen ja lämpötila noin 20 plus astetta. Haastatteluun osallistui lapsiperheitä Heinolasta, sekä lähikunnista (kuva 43).

Tulosten analysointi

Haastatellut olivat pääasiassa iältään 33-41 vuotiaita. He olivat liikkeellä joko yksin, kaverin tai puolison kanssa. Lasten ikä vaihteli 3-10 vuotiaiden välillä ja suurimmalla osalla (80 % vastaajista) on 1-2 lasta.

Haastatteluista 30 % oli paikallisia ja muut lähikunnista, joista Lahti oli edustettuna 40 % osallistujista. Perheet käyvät pääsääntöisesti viikonloppuisin perhepuistossa. Vastaajista 50 % teki suunnitellun päiväretken.

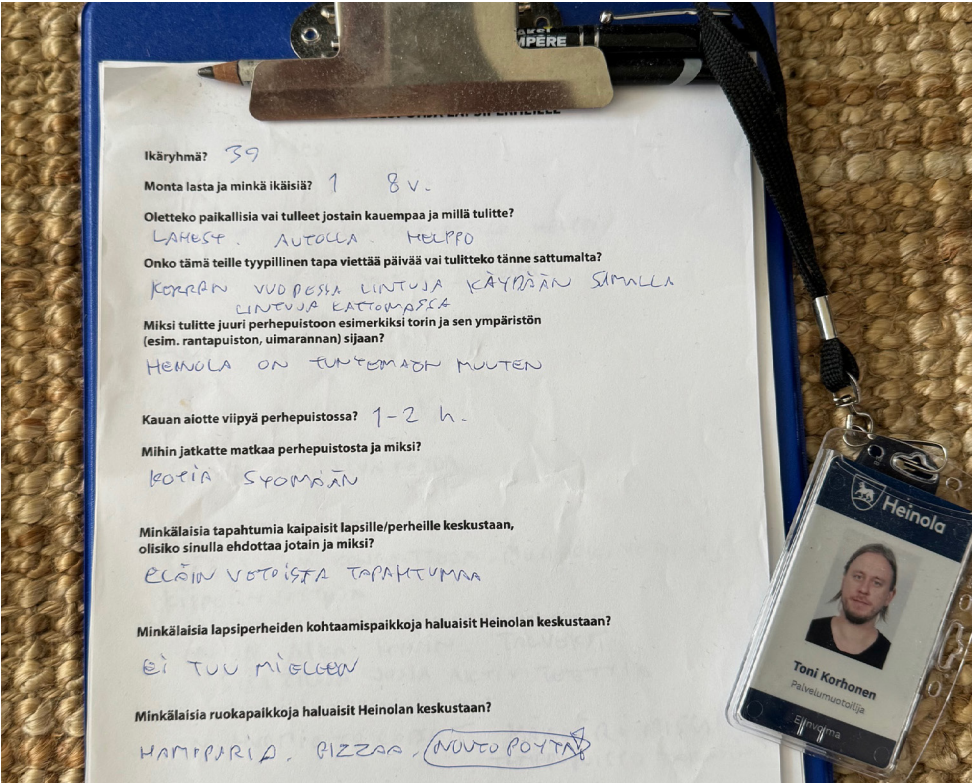
Vastaajien syyt perhepuistoon tuloon vaihtelivat, mutta helppo saavutettavuus autolla, puskaradio ja paikallinen tuntemus alueen mahdollisuuksista vaikuttivat päätökseen saapua juuri perhepuistoon ensin, sekä lasten halu palata takaisin jo tuttuun ja hyvään paikkaan.

Haastatteluista 90 % suunnitteli viipyvänsä 1-2 tuntia perhepuistossa. Suurin osa (40 %) vastasi jatkavansa matkaa kotiin, joista nälkä korostui suurimpana syynä jatkaa matkaa kyseiseen kohteeseen.

Keskustaan kaivataan tapahtumien osalta toiminnallisia aktiviteetteja sisältäviä tapahtumia, sekä konsertteja joissa on lapset huomioitu lyhyellä jonotusajalla. Kohtaamispaikkoja ja tapahtumia lapsiperheille olisi hyvä järjestää myös

talvikauden ajaksi. Perheet ovat syöneet yleensä kotona ja lähtevät perhepuistoon ruoan jälkeen tai ottavat eväät mukaan. Eväiden syöntiin ja valmistukseen perhepuiston alueella toivottaisiin paikka, esimerkiksi grilli ja picnic-pöytiä. Keskustaan toivottaisiin lisää vaihtoehtoja ruoan suhteen esimerkiksi salaattibuffet ja McDonald's tai Hesburger -ketjujen kaltainen ravintola, jossa on leikkialue.

Haastateltujen mielestä perhepuiston alueella on potentiaalia koko päivän viettopaikaksi, jos sitä kehitetään. Grillauspaikka, picnic-alue, uintimahdollisuus, sekä perinteinen leikkipuisto keinuineen korostui haastateltujen toiveissa alueen kehittämisen suhteen.



Kuva 42. Haastattelupohja lapsiperheille täytettynä (Korhonen 2024)

<

Kuva 43. Lapsiperheiden haastatteluiden kysymyksiä ja vastauksia (Korhonen 2024)

5.6 Analyysi ja johtopäätökset

Opinnäytetyöprosessin alkuvaihe oli epäselvä, sillä selkeää ideaa kehityskohteesta, kohderyhmästä tai ratkaistavasta ongelmasta ei ollut vielä muotoutunut. Heinolan keskustan elinvoiman kehittäminen oli tiedossa yleisellä tasolla, mutta tarkempi suunta puuttui. Tämä kuitenkin tarjosi ainutlaatuisen mahdollisuuden lähteä tutkimaan ja rakentamaan ymmärrystä palvelumuotoiluun menetelmien avulla.

Prosessi eteni vaihteittain ja menetelmien keskiössä oli ihmisten pariin hakeutuminen, heidän kokemusten, tarpeiden sekä toiveiden kartoittaminen. Tämä prosessi oli iteratiivinen ja auttoi rakentamaan syvällistä ymmärrystä kaupungin asukkaista, yhteisöstä ja sen sidosryhmistä, sekä määrittämään suunnittelun ohjurit. Heinolan erityispiirteet, kuten sen vahvuudet ja haasteet alkoivat kirkastua samalla, kun käsitys alueen kehitystarpeista tarkentui.

Muotoiluun luottaminen näytteli isoa osaa koko tutkimusprosessissa (kuva 44). Nykytilan kartoittaminen, ongelman määrittäminen, sekä lopullisen aiheen ja kohderyhmän muotoutuminen vaati paljon työskentelyä erilaisten palvelumuotoilun menetelmien parissa. Tutkimusvaiheen lopussa prosessi palkitsi, kun pystyttiin määrittämään tarkasti kehitysvaiheen kohderyhmä. Lapsiperheet ja heidän tarpeensa nousivat tutkimuksen kautta esille ja Heinolan perhepuisto lapsiperheen matkailuun liittyvänä alueena.

Palvelumuotoilun menetelmien, kuten aikaisempien tutkimusten kautta laaditun kyselyn ja haastattelujen avulla kohderyhmän toiminta ja tarpeet tuotiin esille ja niiden ymmärtäminen muodosti pohjan ideoinnille ja konkreettisille ratkaisuille. Tämä teki suunnittelusta käyttäjälähtöistä ja merkityksellistä, sekä auttoi kehittämään ratkaisuja, jotka aidosti palvelevat kohderyhmän tarpeita, sen toimintatapojen ymmärtämistä ja alueen kehitystä.



Kuva 44. Otteita Figma-alustan tutkimusseinältä prosessin ajalta (Korhonen 2024)

5.7 Suunnittelun ohjurit

Tuulaniemi (2011) kertoo, että Design Driverit eli suunnitteluohjurit ovat suunnittelua ohjaavia määrittelyjä, jotka muodostetaan asiakastutkimuksesta nousseista löydöksistä. Suunnitteluohjurit johdetaan tutkimuksen tuloksista ja niistä muodostetaan suunnittelun ohjaimia. Suunnitteluohjureiden avulla pyritään tuomaan asiakkaiden tarpeet, tavoitteet ja motivaatio suunnitteluprosessin keskiöön. Hyvin valitut ja arvioidut suunnitteluohjurit auttavat suunnittelijoita kehittämään selkeitä ja vahvoja konsepteja, joissa on mukana tärkeimmät asiakastavoitteet. (Tuulaniemi 2011, 157.)

Tämän opinnäytetyön suunnittelun ohjureina toimivat lapsiperheiden tarpeisiin vastaaminen, viestinnän kehittäminen ja toimintaympäristön kehittäminen. Nämä ohjurit määrittivät miten prosessia viedään eteenpäin ja millaisia ratkaisuja tavoitellaan. Ohjureiden avulla varmistettiin, että suunnittelu pysyy käyttäjälähtöisenä.

Suunnittelun aikana empatia auttoi ymmärtämään lapsiperheiden tunteita, haasteita, tarpeita, tavoitteita ja toiveita. Syvällinen ymmärrys siitä, mitä käyttäjät todella arvostavat ja tarvitsevat toimi pohjana koko prosessille. Näin pystyttiin luomaan ratkaisuja, jotka vastaavat paitsi käytännöllisiin myös tunneperäisiin tarpeisiin.

Viestinnän kehittäminen nousi tutkimusaineistosta esiin ja se otettiin huomioon lopputuotosten ideoinnissa, sekä jatkokehitysideoissa

Toimintaympäristön kehittäminen oli tärkeänä osana suunnitteluprosessia. Opinnäytetyön lopputuotoksissa otettiin huomioon toimintaympäristö fyysisenä, sosiaalisena ja digitaalisena alueena, jossa käyttäjä toimii ja pyrkii vuorovaikuttamaan. Ratkaisuihin otettiin myös huomioon tutkimuksista esiin tuotuja käyttäjien toiveita toimintaympäristön tulevaisuuden varalle.

Nämä ohjurit auttoivat selkeyttämään suunnittelua ja pitämään sen johdonmukaisena ja käyttäjälähtöisenä, jolloin lopputuloksena syntyi ratkaisuja joissa on otettu huomioon käyttäjien todelliset tarpeet.

LAPSIPERHEIDEN TARPEISIIN VASTAAMINEN

Ymmärretään kohderyhmän todellisia kokemuksia, siihen sisältyviä haasteita, tarpeita, tavoitteita ja toiveita.

VIESTINNÄN KEHITTÄMINEN

Ymmärretään viestinnän tärkeys kohderyhmän tavoittamisessa.

TOIMINTA- YMPÄRISTÖN KEHITTÄMINEN

Otetaan huomioon kohderyhmän fyysinen, sosiaalinen, sekä digitaalinen ympäristö kehitystyössä.

6 Ideointi ja ratkaisuehdotusten kehittäminen

6.1 Lapsiperheen päivä Heinolassa -konsepti

6.2 Käyttäjäperheet

6.3 Käyttäjäperheiden palvelupolut

6.4 Jatkokehitys

6.1 Lapsiperheen päivä Heinolassa -konsepti

Sampo ym. (2020) toteavat, että nykytilannetta ja tähänastista kehitystä koskevat tiedot ovat tärkeitä, mutta myös ammattitaitoisesti mallinnetut skenaariot erityyppisten toimenpiteiden vaikutuksista ja mahdollisista tuloksista voivat olla hyödyllisiä prosessin ja tavoitteiden edistymiselle. Yksi tehokas tapa saada viesti perille on keskeisten seikkojen visualisointi. (Sampo ym. 2020, 9-10.)

Palvelumuotoilu Palo (2021) kertoo Päivä elämässä -menetelmän kuvaavan hyvin asiakasryhmän käyttäytymistä ja arkea yhden päivän tarinan kautta. Tähän kuvaukseen voidaan yhdistää erilaisia arjen ja palvelun käyttötilanteita, jotta asiakkaiden tarpeet ja haasteet palveluiden käytössä tulevat esiin. Kuvausta voidaan esittää sarjakuvamaisesti yhdistettynä teksteihin, jolloin se laajentaa asiakaspersoonan kuvausta yksityiskohtaisella kertomuksella yksittäisestä päivästä. Päivä elämässä -kuvaustapa on erityisen hyödyllinen palveluiden kehittämisessä, joissa on tärkeää ymmärtää asiakkaiden päivittäiset rutiinit. (Palvelumuotoilu Palo 2021c.)

Miettinen ym. (2016) mukaan konseptien ja ideoiden konkretisointi auttaa käyttäjiä ja muita sidosryhmiä hahmottamaan mistä on kyse. Palvelut ovat luonteeltaan aineettomia ja abstrakteja, joten tilanteisiin eläytyminen esimerkiksi konseptin visualisoinnin kautta helpottaa palautteen saamista sekä arviointia idean tai konseptin toimivuudesta. (Miettinen ym. 2016, 136-137.)

Tarinoiden avulla voidaan välittää idean tai konseptin toiminnallisuus ja vakuuttaa ihmiset palvelun arvosta myös käytännön elämässä. Palveluiden kohdalla tarinankerronta on erityisen hyödyllistä, sillä se pystyy havainnollistamaan järjestelmien tuottamia hyötyjä, jotka eivät perustu yksittäisen käyttäjän toimiin, vaan monien käyttäjien yhteiseen toimintaan palvelujärjestelmän kautta. Tarinaa luodessa on tärkeää huomioida kenelle se on suunnattu, missä tilanteessa se toimii ja miten tarinan keskeiset viestit tukevat sen sisältöä ja muotoa. Skenaariot ja kuvakäsikirjoitukset ovat erilaisia tarinankerronnan tapoja. Skenaarioiden avulla kuvataan tuotteen tai palvelun

mahdollisia tulevaisuuden käyttötilanteita ja visualisoidaan, miten asiat voisivat toimia jos ongelmat ratkaistaisiin tietyllä tavalla. Koska skenaariot tarkastelevat ihmisten toimintaa erilaisissa tilanteissa, ne ovat erityisen hyödyllisiä palveluiden suunnittelussa silloin, kun käyttäjiä, tilanteita tai paikkoja ei ole vielä tarkasti määritelty. (Miettinen. 2016, 132-133.)

Tutkimusaineiston perusteella ulkopaikkakunnalta saapuvat lapsiperheet aloittavat kesäpäivän vieton Heinolassa perhepuisto Bongarista sen saavutettavuuden takia. Paikalliset ja kesäasukkaat saattavat poiketa torin tai uimarannan kautta ennenkuin saapuvat perhepuistoon. Tämän aineiston pohjalta valmistettiin lopputuotoksiksi käyttäjäpersoonat ja niille palvelupolut lapsiperheen päivän kulusta Heinolassa. Tämän lisäksi luotiin myös tulevaisuuteen keskittyvä tarinallinen skenaario lapsiperheen päivästä Heinolan perhepuisto Bongarissa käyttäjäpersoonien ja palvelupolkujen tueksi. Näitä kehitysratkaisuja on tarkoitus hyödyntää kohderyhmän kokemuksen parantamiseksi kaupungin palveluita ja perhepuiston aluetta kehitettäessä, sekä hahmoittamaan heidän toimintansa, tarpeensa ja toiveensa yhden päivän aikana. Skenaarion luonnos tehtiin ensin Figma-alustalle (kuva 46). Seuraavaksi se kirjoitettiin puhtaaksi valmiiden käyttäjäpersoonien ja palvelupolkujen jälkeen Adobe InDesign -ohjelmistossa. Tarinassa on huomioitu tutkimusaineistosta nousseet kehitysideat.

Skenaario: Lapsiperheen koko päivä Heinolassa, Suomen parhaassa perhepuisto Bongarissa.

Perhe lähtee lähikunnasta perhepuisto Bongariin Heinolassa illalla järjestettävän lapsiperheille suunnatun tapahtuman takia. He aikovat viettää koko päivän Heinolassa. Kaupungin viestintään lapsiperheille on panostettu ja vanhemmat ovat kuulleet tapahtumasta somesta, puskaradiosta ja heille suunnatun mainonnan kautta. Perhe saapuu omalla autolla Heinolaan ruoan jälkeen ja viettää aamupäivän, sekä osan iltapäivästä perhepuiston alueella, joka on arvostettu Suomen parhaimmaksi lajissaan. Perhe saa päiväänsä

ideoita Perhepuistossa sijaitsevalta opastetaululta, jossa on esitetty Heinolan palveluita ja mahdollisuuksia päivän viettoon lapsiperheille.

Isoimmat lapset ajelevat liikennepuistossa tai skeittaavat skeittirampeilla. Perheen pienimmät leikkivät alueen perinteisemmässä leikkipuistossa, jossa on kaupungin parhaimmat liukumäet. Vierailuun kuuluu myös käynti lintuhoitolassa ja katsomassa Koskensaaren lampaita, sekä Isiäisen vesipuhveleita. Päivän kuluessa he virkistäytyvät myös läheisellä uimarannalla. Perhe grillaa ruokaa ja syö eväät paikan päällä perhepuiston alueen grillauspaikalla, jonka jälkeen he suuntaavat keskustassa järjestettävään tapahtumaan. He käyttävät keskustan palveluita tapahtuman aikana tarpeiden mukaan, joita ovat ravintolat, ruokakaupat ja saniteettitilat. Tapahtuman jälkeen perhe majoittuu Heinäsaaren leirintäalueella yön yli. Seuraavana päivänä he jatkavat matkaansa takaisin kotiin tai saattavat viipyä jopa useamman päivän.

6.2 Käyttäjäperheet

Palvelumuotoilu Palo (2021) kertoo asiakaspersoonien kiteyttävän käyttäjäryhmän keskeisimmät ominaisuudet ja piirteet tarinan muotoon. Asiakaspersoonat ovat kuvitteellisia henkilöahmoja, joille annetaan kasvot sekä nimi mikä helpottaa entisestään persoonan tilanteeseen samaistumista. Persoonalle määritellään yleensä perustiedot (perhesuhteet, asuinpaikka ja ammatti). Myös elämäntyyli, harrasteet sekä tunne elämä saattaavat kuulua persoonan määrittämiin. Persoonan tarinaa voidaan laajentaa normaalin arjen lisäksi kuvaamaan sitä, miten hän käyttäisi palveluita ja mitkä voisivat olla persoonan kipukohtat tai onnistumisen hetket palvelussa. (Palvelumuotoilu Palo 2021c.)

Käyttäjäpersoonat ovat tässä tapauksessa käyttäjäperheitä ja ne luonnosteltiin Figma-alustalla (kuva 45) ja kirjoitettiin puhtaaksi Adobe InDesign -ohjelmistossa. Tutkimusaineiston pohjalta luotiin kuusi erilaista käyttäjäperhettä. Luodut käyttäjäperheet sisältävät aineistosta esiin nousseita piirteitä, kuten perheenjäsenten ikäryhmän, aikuisten ja lasten määrän, mistä ovat kotoisin, miksi ja millä saapuvat paikan päälle, kuinka usein käyvät, kauan

viipyvät, mitä palveluita käyttävät, sekä tulotason ja rahan käytön päivän aikana. Tutkimusaineiston pohjalta tuotiin esiin myös heidän toiveensa ja tarpeensa.

6.3 Käyttäjäperheiden palvelupolut

Tuulaniemi (2011) mukaan palvelu on prosessi, jonka kuluttaminen tarkoittaa ajallisesti etenevän kokemuksen hyödyntämistä. Palvelupolku kuvaa asiakkaan reitin ja kokemukset palvelun aikana. Tämä polku jaetaan käytännöllisistä syistä eri pituisiksi osiksi, joita ovat palvelutuokiot ja palvelun kontaktipisteet. Palvelupolku muodostuu siis palvelutuokioista, jotka koostuvat useista kontaktipisteistä. Palvelumuotoilu käsittelee suunnittelua pilkkomalla haasteen pienempiin osiin, mikä helpottaa ongelmien ratkaisemista. Palvelupolku on koko palvelukokonaisuuden kuvaus. Asiakkaan kokema palvelupolku esitetään vaiheittain, jotta sitä voidaan analysoida ja suunnitella paremmin.

Suunnittelun ensimmäinen askel on määrittää mikä osa palvelupolusta otetaan suunnittelun kohteeksi. Valittavan osan on katettava riittävä osa palvelupolusta, jotta suunnittelu on tarkoituksenmukaista. Palvelupolku voidaan myös jakaa vaiheisiin sen mukaan, miten asiakkaalle syntyy arvoa. Näitä vaiheita ovat esipalvelu, ydinpalvelu ja jälkipalvelu. Ydinpalveluvaiheessa asiakas saa varsinaisen arvon. Esipalveluvaihe valmistaa arvon muodostumista. Esimerkkinä: asiakas on voinut ottaa yhteyttä yritykseen puhelimitse tai internetin kautta, kuten varaamalla ajan tai ostamalla liput. Jälkipalvelulla tarkoitetaan asiakkaan ja palveluntuottajan välistä kontaktia palvelutapahtuman jälkeen, esimerkiksi asiakaspalautteen muodossa. (Tuulaniemi 2011, 79.)

Lapsiperheen päivä Heinolassa -palvelupolut luonnosteltiin aluksi Figma-alustalla käyttäjäperheiden luomisen jälkeen, pohjana perheiden profiilit (kuva 47). Palvelupolut rakennettiin käsittämään ennen, palvelun äärellä ja jälkeen vaiheet. Näiden vaiheiden sisältö määritettiin käyttäjäperhekohtaisesti tutkimusaineiston pohjalta. Palvelupolkuihin lisättiin myös käyttäjien toiveet, sekä ei toivotut ja toivotut tapahtumat jokaiseen vaiheeseen. Käyttäjä on otettu huomioon yksityiskohtaisesti juuri kyseisen käyttäjäperheen tarpeita ajatellen. Palvelupolut viimeisteltiin visuaalisiksi kokonaisuuksiksi Adobe InDesign -ohjelmistolla (kuva 48).

Profiili 1: 2 Vanhempaa joilla 2-4 lasta

Keijo 45-vuotias ja Kirsi 43-vuotta. 2-4 lasta iältään 3-10 vuotta. Perhe on kotonaan lähikunnissa. Tekevät lasten kanssa päiväretken. Tietävät paikan etkäteen, kun Hentola on tuttu aluetta, mutta alunperin ovat kullekin puskarokissa. Pitävät helppoudesta ja paikan saavutettavuudesta, joten saavat paikanpäällä omalla autolla tulla jonnekin. Heidän mielestään puistossa on lasten tarpeet huomioitu hyvin. Käyttävät keskustan palveluita lähinnä ruokakauppa. Viilpyvät Perhepuistossa noin 2 tuntia. Tuntia matkaa perhepuistosta johonkin syömään tai grilliamaan. Voisivat mielusti viettää koko päivän paikan päällä. Jatkavat matkaa Heinolasta kotiin tai yöpyvät paikanpäällä uesamaan yön.

Perheen tulotaso on noin yhteensä 5000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 100 €, jos käyttävät ravintolapalveluita, muuten rahaa kuluu noin 50 €.

Tolueet:

- Lisää saniteettitiloja/huoitorakennuksia
- Lisää nopeita ruokapaikkoja (esim. perus hampurilaispaikka)
- Grillausmahdollisuus ja picnic-pöytä kokopäivän vieraan vierailun mahdollistamiseksi
- Sisäleikkiä paikka talveksi
- Uintipaikka, pitävät uimarannoista
- Illaksi paikka mihin mennä vaikka jätksille.
- Selkeä info tapahtumista ja alueen mahdollisuuksista

Profiili 2: Kesäasukkaat joilla 2 lasta

Sami 37-vuotta ja Sini 35-vuotta, 2 lasta iäthän 7 ja 9 vuotta.
Perhe on kotoinen lääkärinperhe. Ovat kesäasukkaita
Heinolassa ja käyvät lasten kanssa, joka viikonlopu
Perhepuistossa. Pitävät alueen helposta saavutettavuudesta.
Tietävät paikan etäteen, kun Heino on tullut autolla, mutta
aluperin ovat kullekin somesta. Lähietäisyys liikenteeseen omalla
autolla ja pysähtyväntä seinä torilla tai sen läheisyydessä
käyttämällä palveluita, kuten ravintoloita tai ruokakauppoja. Sen
jälkeen lähtevät Perhepuistoon. Viittävät alkua puistosta noin 2
tulta. Jatkatvat matkaa Perhepuistosta takaisin mökille.

Perheen tulotaso on noin yhteensä 6000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 100 €, jos käyttävät ravintolapalveluita, muuten rahaa kuluu noin 50 €.

Taiveet:

- Lisää saniteettitiloja/huoltorakennuksia
- Lisää ravintoloita
- Lisää leikkikenttiä

Profiili 3: 1 vanhempi 1 lapsen kanssa

Tuisku 33-vuotta ja lapsi 5-vuotta. Perhe on kotoisin lähikunnasta. Käy lapsen kanssa kerran kesässä Perhepuistossa. Kuullut paikasta puskaradion kautta. Pitää heppoudesta, joten saapuu lapsen kanssa paikanpäälle omalla autolla ruuan jälkeen. Käyttävät keskustan palveluita lähinnä ruokakaappuja. Viipyvät Perhepuistossa noin 1-2 tuntia ja käyvät samalla Linthuoiolassa. Jatkavat matkaa perhepuistosta kotiin.

Perheen tulotaso on noin yhteensä 2000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 50 €, jos käyttävät ravintolapalveluita, muuten rahaa kuluu noin 10 €.

Toiveet:

- Lisää saniteettitiloja/huoltorakennuksia
- Lisää ravintoloita
- Lisää tapahtumia ja mainostusta niistä
- Lisää eläimiä

Profiili 4: 1 vanhempi 1 lapsen kanssa

Niki 33-vuotta ja lapsi 5-vuotta. Perhe on kotoisin Heinolasta. Käy lapsen kanssa joka viikonloppu. Tietää paikan etukäteen. Saapuvat paikankäälle kävelen tai pyörällä ruoan jälkeen. Käyttävät keskustan palveluista lähinnä ruokakauppoja. Viipyvät Perhepuistossa noin 1-2 tuntia ja käyvät Lintuhoitolassa samalla. Jatkavat matkaa perhepuistosta kotiin syömään.

Perheen tulotaso on noin yhteensä 2000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 10 €

Tolveet:

- Lisää saniteettitiloja/huoltorakennuksia
- Lisää tapahtumia
- Lisää eläimiä

Tartteeko tati
profillia ede

Profiili 5: Vanhempi ystävänsä kanssa, joilla 2-4 lasta

Ystävästien Jani 4.2.2004 ja Jenni 4.1. Heillä on mukana 4 lasta iältään 6-10 vuotiaita. Kummot ovat kotoisin läheltä kunnasta ja tietävät paikan etukäteen. Koska Heirola on tuttu aluetta, Alunperin ovat kuulleet paikasta puskariakasta. Käyvät länsin kassa kesäreissulla kerran tai kaksi kesällä. Saatavat olla yöt paikallaan. Saapuvat paikalleen paikalla autolla ruoka järkeen. Käyttävät keskustan palvelusta lähinnä ruokakauppa. Viipyvät Perhepuolesta noin 1-2 tuntia ja ovat paikallaan eväät mukana, käyvät samalla Lintholmossa. Jatkat matkaa perhepuolesta mahdolliseen toiseen kohteeseen tai lähistöllä järjestettävään tapahtumaan eväiden syönnin jälkeen.

Ystävysten tulotaso on noin yhteensä 5000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 50 €

Toiveet:

- Lisää saniteettitiloja/huoltorakennuksia
- Lisää tapahtumia
- Lisää leikkikenttiä
- Lisää ravintoloita
- Lisää eläimiä

Profiili 6: Isovanhempi lapsen kanssa

Pertti 68 v. Hänellä on mukanaan lapsen lapsi 6-vuotta. Isovanhempi on kotoinen poikapäitää ja lapsi muualta. Kuulit paikasta lapselta, kun hän on siellä viihtynyt aikaisemmin. Käyt lapsen kanssa perhepuheistossa silloin kun pojanpoika on kylässä (noin kerran kuukaudessa). Saapuivat poikapäitää autolla ruohon jälkeen. Käyttävät keskustun palveluista lähinnä ruokakauppoja. Viipyvät Perhepuheistossa noin 1-2 tuntia ja ovat pakanneet eväät mukanaan. Jatkat matkaa perhepuheistosta mahdolliseen kotiin syömään.

Perheen tulotaso on noin yhteensä 2000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 10 €

Tolveet:

- Lisää tapahtumia
- Lisää mainostusta mahdollisuuksista eri aktiviteetteihin
- Lisää leikkikenttiä

Kuva 45. Käyttäjäperheiden luonnokset Figma-alustalla (Korhonen 2024)

Skenaario: Lapsiperheen koko päivä Heinolassa Suomen parhaassa Perhepuistossa

Perhe lähtee lähikunnasta Perhepuistoon Heinolassa illalla järjestettävän lapsiperheille suunnatun tapahtuman takia. Vanhemmat ovat kuulleet tapahtumasta somesta, puskaradiosta tai heille suunnatun mainonnan kautta. Perhe saapuu omalla autolla Heinolan ruoan jälkeisenä aamupäivän, sekä osan iltapäivästä Perhepuiston alueella joka on arvostettu Suomen parhaimmaksi loppilassaan.

Isommat lapset leikkivät liikennepuistossa tai skeittaavat ja perheen pienimmät alueen perinteisemmässä leikkipuistossa, jossa on kaupungin parhaimmat liukumäet. Vierailuun kuuluu myös käynti Lintuhoitolassa ja kotieläinpihalla. Päivän kuluessa perhe virkistyy myös Kirkkolammen uimarannalla. Perhe grillaa ruokaa ja syö eväät paikanpäällä alueen grillauspaikalla ja suuntaa keskustassa järjestettävään tapahtumaan, joka järjestetään illalla. Perhe käyttää keskustan palveluita tapahtuman aikana tarpeiden mukaan, joita ovat nälkä, ruokakaupat ja saniteettitilat.

Tapahtuman jälkeen perhe majoittuu Heinäsaaren leirintäalueella yön yli.

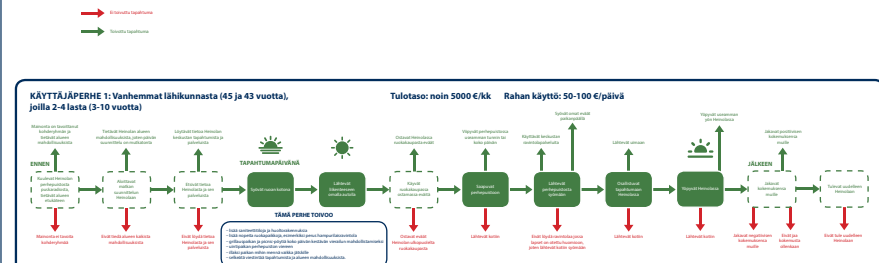
Kuva 46. Skenaarion luonnos Figma-alustalla (Korhonen 2024)

Palvelupolku

Kuulee paikasta puskaradiosta → Hakee setoa Heinolasta ja tapahtumista → Näkee ilmoituksen tapahtumasta → Soittaa ystävälle → Lähtevät Heinolan perhepuistoon autolla → Saapuu Perhepuistoon → Lapset leikkivät → Tulee nälkä → Syövät eväät tai käyttävät keskustan ravintolapalveluita → Siirtyä tapahtumaan → Käyttää palveluita

Kuva 47. Palvelupolun rungon luonnos Figma-alustalla (Korhonen 2024)

PALVELUPOLUT: LAPSIPERHEEN PÄIVÄ HEINOLASSA



Kuva 48. Palvelupolku visuaalisesti viimeisteltynä (Korhonen 2024)

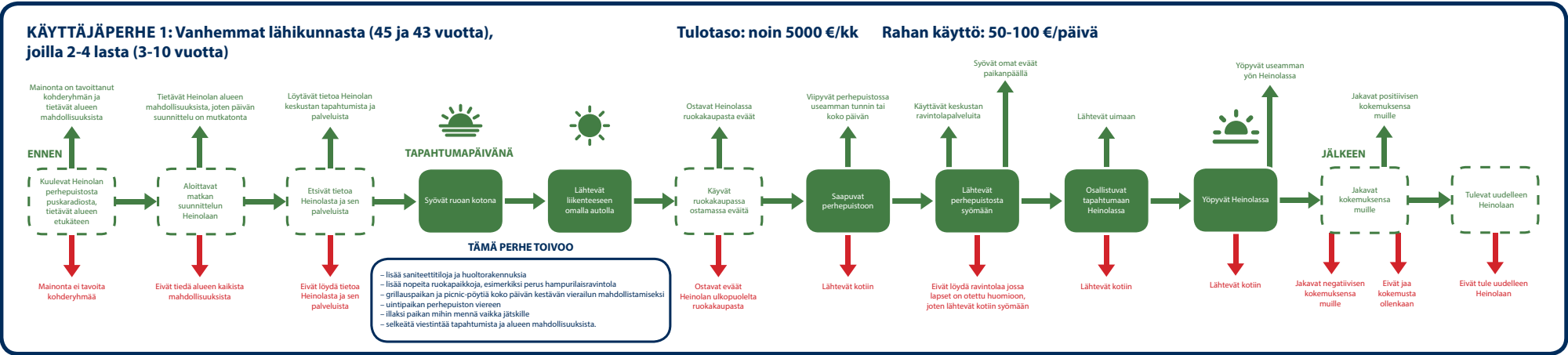
Perhe 1: Vanhemmat lähikunnasta, joilla 2-4 lasta (kuva 49)

Keijo 45-vuotta ja Kirsi 43-vuotta. 2-4 lasta iältään 3-10 vuotta. Perhe on kotoisin lähikunnasta. Tekevät lasten kanssa päivätreenit. Tietävät paikan etukäteen, kun Heinola on tuttua aluetta. Alunperin ovat kuulleet paikasta puskaradiosta. Pitävät helppoudesta ja paikan saavutettavuudesta, joten saapuvat paikan päälle omalla autolla ruoan jälkeen. Heidän mielestään puistossa on lasten tarpeet huomioitu hyvin. Käyttävät keskustan palveluista lähinnä ruokakauppoja. Viipyvät perhepuistossa noin 2 tuntia. Jatkavat matkaa perhepuistosta johonkin syömään tai grillaamaan. Voisivat mieluusti viettää koko päivän paikan päällä osallistumalla vaikka tapahtumaan. Jatkavat matkaa Heinolasta kotiin tai yöpyvät paikan päällä useamman yön. Perheen tulotaso on yhteensä noin 5000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 100 €, jos käyttävät ravintolapalveluita. Muuten rahaa kuluu noin 50 €.

Tämä perhe toivoo

- lisää saniteettitiloja ja huoltorakennuksia
- lisää nopeita ruokapaikkoja, esimerkiksi perus hampurilaisravintola
- grillauspaikan ja picnic-pöytiä koko päivän kestävä vierailun mahdollistamiseksi
- uintipaikan perhepuiston viereen
- illaksi paikan mihin mennä vaikka jätskille
- selkeätä viestintää tapahtumista ja alueen mahdollisuuksista.

PALVELUPOLUT: LAPSIPERHEEN PÄIVÄ HEINOLASSA



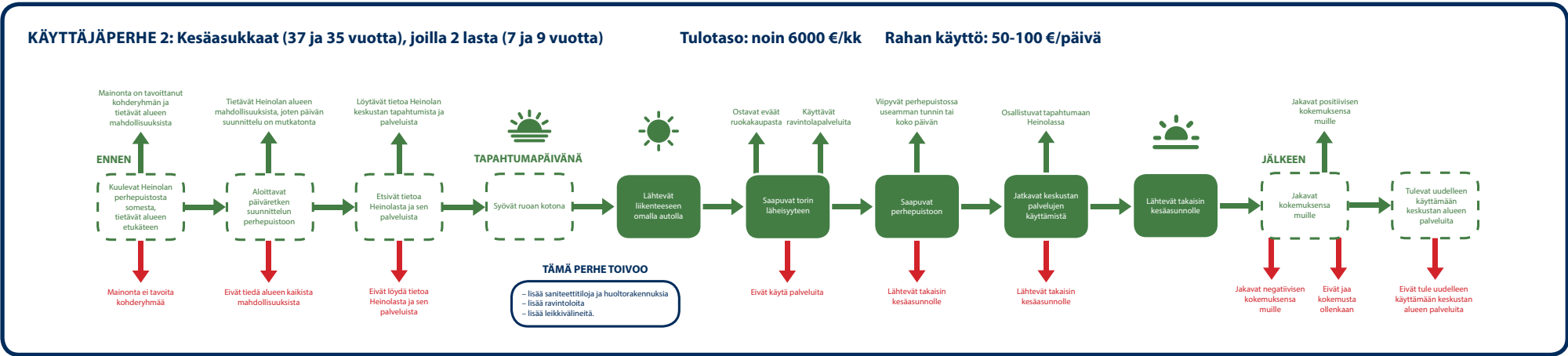
Perhe 2: Kesäasukkaat joilla 2 lasta (kuva 50)

Sami 37-vuotta ja Sini 35-vuotta. 2 lasta iältään 7 ja 9 vuotta. Perhe on kotoisin pääkaupunkiseudulta. He ovat kesäasukkaita Heinolassa ja käyvät lasten kanssa joka viikonloppu perhepuistossa. Pitävät alueen helposta saavutettavuudesta. Tietävät paikan etukäteen, kun Heinola on tuttua aluetta. Alunperin ovat kuulleet paikasta somesta. Lähtevät liikenteeseen omalla autolla ja pysähtyvät ensin torilla tai sen läheisyydessä käyttämässä palveluita, kuten ravintoloita tai ruokakauppoja. Tämän jälkeen lähtevät perhepuistoon. Viettävät aikaa perhepuistossa noin 2 tuntia. Jatkavat matkaa puistosta takaisin mökille. Perheen tulotaso on yhteensä noin 6000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 100 €, jos käyttävät ravintolapalveluita. Muuten rahaa kuluu noin 50 €.

Tämä perhe toivoo

- lisää saniteettitiloja ja huoltorakennuksia
- lisää ravintoloita
- lisää leikkivälineitä.

PALVELUPOLUT: LAPSIPERHEEN PÄIVÄ HEINOLASSA



Kuva 50. Käyttäjäperhe 2 -palvelupolku (Korhonen 2024)

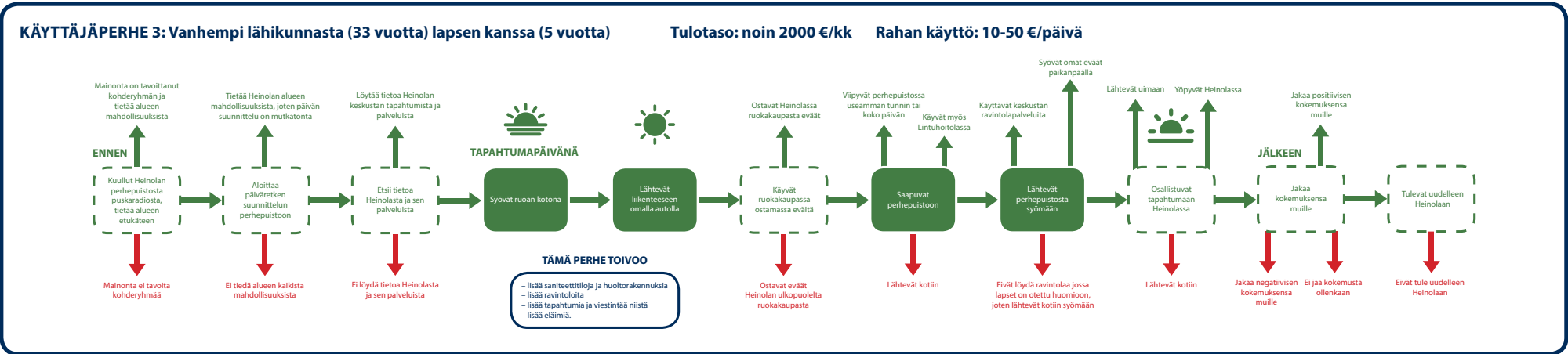
Perhe 3: Vanhempi lähikunnasta lapsen kanssa (kuva 51)

Tuisku 33-vuotta ja lapsi 5-vuotta. Perhe on kotoisin lähikunnasta. Käy lapsen kanssa kerran kesässä perhepuistossa. Kuullut paikasta puskaradion kautta. Pitää helppoudesta, joten saapuu lapsen kanssa paikan päälle omalla autolla ruoan jälkeen. Käyttävät keskustan palveluista lähinnä ruokakauppoja. Viipyvät Perhepuistossa noin 1-2 tuntia ja käyvät samalla Lintuhoitolassa. Jatkatvat matkaa perhepuistosta kotiin. Perheen tulotaso on yhteensä noin 2000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 50 €, jos käyttävät ravintolapalveluita. Muuten rahaa kuluu noin 10 €.

Tämä perhe toivoo

- lisää saniteettitiloja ja huoltorakennuksia
- lisää ravintoloita
- lisää tapahtumia ja viestintää niistä
- lisää eläimiä.

PALVELUPOLUT: LAPSIPERHEEN PÄIVÄ HEINOLASSA



Kuva 51. Käyttäjäperhe 3 -palvelupolku (Korhonen 2024)

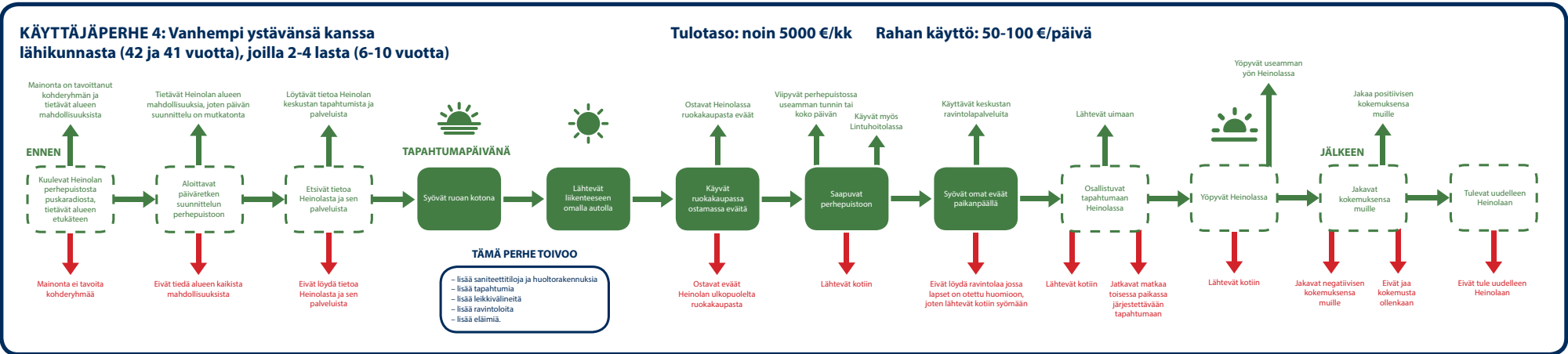
Perhe 4: Vanhempi ystävänsä kanssa lähikunnasta, joilla 2-4 lasta (kuva 52)

Ystävykset Jan 42-vuotta ja Jenni 41. Heillä on mukana 2-4 lasta iältään 6-10 vuotiaita. Kummatkin ovat kotoisin lähikunnasta ja tietävät paikan etukäteen, koska Heinola on tuttua aluetta. Alunperin ovat kuulleet paikasta puskaradiosta. Käyvät lasten kanssa kesäreissulla kerran tai kaksi kesällä ja saattavat olla yötä paikan päällä. Saapuvat perhepuistoon autolla ruoan jälkeen. Käyttävät keskustan palveluista lähinnä ruokakauppoja. Viipyvät perhepuistossa noin 1-2 tuntia ja ovat pakanneet eväät mukaan. Käyvät samalla Lintuhoitolassa. Jatkavat matkaa perhepuistosta mahdolliseen toiseen kohteeseen tai lähistöllä järjestettävään tapahtumaan eväiden syönnin jälkeen. Ystävysten tulotaso on yhteensä noin 5000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana 50-100 €.

Tämä perhe toivoo

- lisää saniteettitiloja ja huoltorakennuksia
- lisää tapahtumia
- lisää leikkivälineitä
- lisää ravintoloita
- lisää eläimiä.

PALVELUPOLUT: LAPSIPERHEEN PÄIVÄ HEINOLASSA



Kuva 52. Käyttäjäperhe 4 -palvelupolku (Korhonen 2024)

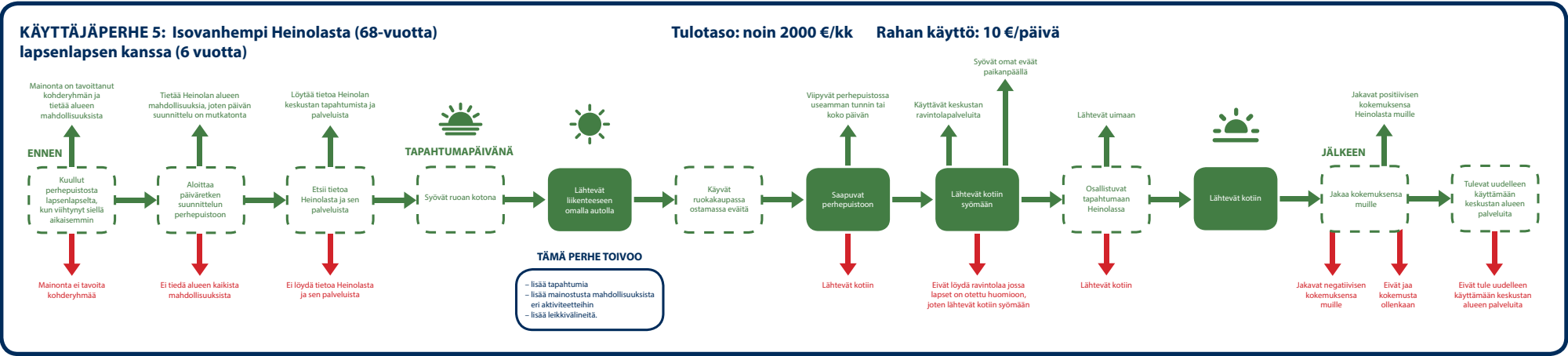
Perhe 5: Isovanhempi Heinolasta lapsenlapsen kanssa (kuva 53)

Pertti 68 v. mukanaan lapsenlapsi 6-vuotta. Isovanhempi on kotoisin paikan päältä Heinolasta ja lapsi muualta. Kuullut perhepuistosta lapselta, kun hän on siellä viihtynyt aikaisemminkin. Käy lapsen kanssa perhepuistossa silloin kun hän on kylässä, eli noin kerran kuukaudessa. Saapuvat paikan päälle autolla ruoan jälkeen. Käyttävät keskustan palveluista lähinnä ruokakauppoja. Viipyvät perhepuistossa noin 1-2 tuntia. Jatkatvat matkaa perhepuistosta kotiin syömään. Perheen tulotaso on yhteensä noin 2000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana noin 10 €.

Tämä perhe toivoo

- lisää tapahtumia
- lisää mainostusta mahdollisuuksista eri aktiviteetteihin
- lisää leikkivälineitä.

PALVELUPOLUT: LAPSIPERHEEN PÄIVÄ HEINOLASSA



Kuva 53. Käyttäjäperhe 5 -palvelupolku (Korhonen 2024)

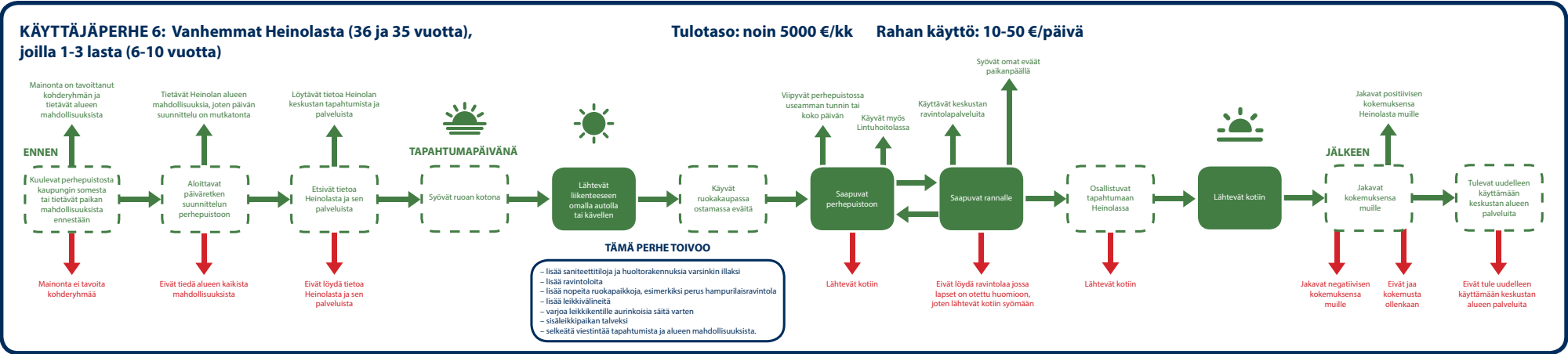
Perhe 6: Vanhemmat Heinolasta, joilla 2-4 lasta (kuva 54)

Pasi 36-vuotta ja Peppi 35-vuotta. 1-3 lasta iältään 6-10 vuotta. Perhe on kotoisin Heinolasta. Tekevät lasten kanssa päivätreenit. Tietävät paikan etukäteen, kun Heinola on tuttua aluetta ja ovat kuulleet alueen mahdollisuuksista kaupungin somesta. Käyvät puistossa usein, vähintään kerran viikossa. Pitävät helppoudesta ja paikan saavutettavuudesta, joten saapuvat paikan päälle omalla autolla ruoan jälkeen tai kävellen. Käyttävät keskustan palveluista lähinnä ruokakauppoja eväiden hakuun jos menevät vielä puistosta rannalle. Viipyvät perhepuistossa noin 2 tuntia. Jatkavat matkaa perhepuistosta rannalle tai kotiin syömään. Perheen tulotaso on yhteensä noin 5000 €/kk ja he käyttävät päivän aikana 10-50 €.

Tämä perhe toivoo

- lisää saniteettitiloja ja huoltorakennuksia varsinkin illaksi
- lisää ravintoloita
- lisää nopeita ruokapaikkoja, esimerkiksi perus hampurilaisravintola
- lisää leikkivälineitä
- varjoa leikkikentille aurinkoisia säitä varten
- sisäleikkipaikan talveksi
- selkeätä viestintää tapahtumista ja alueen mahdollisuuksista.

PALVELUPOLUT: LAPSIPERHEEN PÄIVÄ HEINOLASSA



Kuva 54. Käyttäjäperhe 6 -palvelupolku (Korhonen 2024)

6.4 Jatkokehitys

Opinnäytetyön lopputuotoksia eli skenaariota, käyttäjäperheitä, sekä niiden palvelupolkuja on tarkoitus hyödyntää perhepuiston alueen (kuva 55), sekä keskustan palveluiden kehityksessä lapsiperheiden tarpeita ja toiveita paremmin vastaavaksi. Palvelupolkuja voidaan hyödyntää keskittyen toivottujen toimintojen saavuttamiseen ja välttämällä negatiivisia kokemuksia aiheuttavia toimintoja.

Ensimmäisenä jatkokehitysideana palvelupolkujen jatkokehityksessä voisi hyödyntää palvelumuotoilussa yleisesti käytettävää palvelusafarimenetelmää. Palvelumuotoilu Palo (2021) kertoo, että palvelusafari on käytännössä ryhmässä toteutettava haamuasiointi. Siinä joukko ihmisiä lähtee yhdessä palvelumuotoilijan kanssa havainnoimaan ja testaamaan erilaisia palveluita. Palvelusafari on usein osallistujille silmiä avaava kokemus, joka herättää empatiaa erityisesti palveluntarjoajissa, kun he pääsevät hetkeksi kokemaan asiat asiakkaan näkökulmasta. Palvelusafari on erinomainen työkalu, joka ei ainoastaan auta analysoimaan safariin sisältyvien palveluiden vahvuuksia ja heikkouksia, vaan tarjoaa myös arvokasta näkökulmaa kehitteillä olevaan palveluun. (Palvelumuotoilu Palo 2021b.) Palvelusafaria voisi hyödyntää lapsiperheiden toiminnan ja heidän tarpeisiin vastaamisen tarkemmassa tutkimuksessa palveluntarjoajien ja käyttäjäryhmän välillä.

Toisena jatkokehitysideana viestinnän osalta tutkimuksesta nousi toistuvasti esiin se, että tieto lapsiperheiden tapahtumista ja kaupungin mahdollisuuksista ei tavoita kohderyhmää tarpeeksi hyvin. Voisiko kaupungin verkkosivuilla lapsiperheille tarkoitettuja osioita yhdistää ja kehittää tai laatia sovelluksen, jossa on esillä leikkipaikat sekä tapahtumat aikatauluineen. Tätä kautta kohderyhmälle tiedottaminen saattaisi helpottua. Lapsiperheille kohdennettua markkinointia voisi myös kehittää ulkopaikkakuntalaisille julkaisemalla tarinoita lapsiperheen päivän kulusta Heinolassa tässä opinnäytetyössä luotujen ratkaisujen avulla.

Kolmantena jatkokehitysideana tutkimuksen löydöksistä nousi esiin se, että Heinolan talvikausi tarvitsisi lapsiperheille keskitettyä aktivointia heille suunnatuilla tapahtumilla ja kohtaamispaikkojen lisäämisellä iltajalle.



Kuva 55. Heinolan perhepuisto Bongari (Korhonen 2024)

7 Opinnäytetyöprosessin arviointi

7.1 Yhteenveto

7.2 Prosessin analyysi

7.1 Yhteenveto

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten Heinolan nykyiset asukkaat, paikalliset yrittäjät ja matkailijat kokevat kaupungin keskustan, mitkä tekijät vaikuttavat heidän kokemukseensa ja rajata sitä kautta aihe, sekä kohderyhmä. Prosessi lähti eteenpäin syventymällä paikallisiin sidosryhmiin, yhteisöön ja alueeseen. Opinnäytetyö kulki aikataulussa ja suunnitellusti eteenpäin askel askeelta luottaen prosessiin. Ensin työssä lähdettiin kartoittamaan kaupungin nykytilaa ja tutkimustyön sidosryhmiksi valikoituivat Heinolan asukkaat, paikalliset yrittäjät, sekä matkailijat. Tutkimustyö sisälsi havainnointia, työpajoja, kyselyjä ja haastatteluja. Tutkimusaineistosta nousi toistuvasti esille lapsiperheiden, sekä lasten ja nuorten vähäinen määrä Heinolan keskustan alueella.

Paikallisten yrittäjien haastatteluissa, sekä keskusteluissa osallistamisen tiimoilta korostui se, että lapsiperheet puuttuvat Heinolan torin ympäristöstä, mutta heitä näkyy viettämässä aikaa perhepuisto Bongarissa ja varsinkin sen liikennepuistossa. Työn tarkempi aihe saatiin rajattua ja kehityskohde muotoutui lopulta käsittämään lapsiperheen matkailukokemuksen kehittämisen palvelumuotoilun keinoin Heinolan keskustan kesäkaudella. Kesäkausi on tutkimuksen löydösten mukaan aktiivisinta aikaa matkailulle Heinolassa.

Kun työn tarkempi kohderyhmä oli määritelty, lisättiin syvempää ymmärrystä heitä kohtaan palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen laatimalla kysely ja sen tulosten pohjalta haastattelut. Näiden tutkimusten perusteella pystyttiin tunnistamaan selkeitä kehityskohteita kohderyhmälle, sekä sen toimintaympäristölle niin fyysisessä, sosiaalisessa, kuin digitaalisessakin ympäristössä. Opinnäytetyön lopputuotokseksi muotoutui lapsiperheen päivä Heinolassa -konsepti, joka sisältää tarinallisen skenaarion, käyttäjäperheet ja palvelupolut käyttäjäperheille. Näiden lopputuotosten on tarkoitus tukea lapsiperheiden palveluiden ja perhepuisto Bongarin alueen kehittämistä.

7.2 Prosessin analyysi

Työ kaupungilla, sekä opinnäytetyö ja muotoiluprosessi ovat olleet mielenkiintoinen kokemus. Aiheen rajaaminen aiheutti aluksi isoja haasteita, kun tiedettiin vain vähän ja aihe oli liian laaja. Syntyi tarve lähteä rajaamaan aihetta todella tarkasti ja tämä onnistui palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen noudattaen muotoiluprosessia. Vaihe vaiheelta aihe tarkentui kun tieto lisääntyi ja pystyttiin keskittymään tiettyyn kohderyhmään ja sen käyttäytymisen, tarpeiden ja toiveiden tutkimiseen.

Tietoni ja kokemukseni Heinolasta kaupunkina ja alueena, sekä sen asukkaista olivat työn alkaessa hyvin pintapuoliset. Olin tutustunut verkon kautta kaupunkiin, sekä sen strategiaan. Työn edetessä huomasin, että kun lähtee ihmisten pariin niin oppii heistä, yhteisöstä ja sen toimintatavoista sekä alueesta eniten. Ei riitä vain tilastojen ja verkon materiaalin seuranta. Tämä oli koko prosessissa opettavaisinta ja suuri oivallus. Tutkimustyössä käytetyt menetelmät valikoituivat tutkimuksen luonteen mukaan ja huomasin työpajoissa ja osallistamisissa sen, että varmuus oman työn tekemiseen oli lisääntynyt prosessin edetessä ja pidin todella paljon tilanteiden fasilitoinnista ja ihmisten kanssa keskustelusta.

Tutkimusvaiheen alku sisälsi useita epävarmuuden hetkiä, kun mietin olinko valinnut oikeat menetelmät ja saanko niistä tarvittua tietoa, että aihe tarkentuisi. Pidin kuitenkin tutkimusvaihetta kaikessa epävarmuuden tunteissaan, laajudessaan ja monimutkaisuudessaan onnistuneena. Sen ansiosta päästiin tavoitteeseen ja tarkka kohderyhmä löytyi. Tutkimusvaihe auttoi myös pääsemään syvälle kaupungin käyttäjien maailmaan.

Mukaan mahtui epäonnistumisen hetkiäkin, varsinkin matkailijoita varten laaditun kysymyspatteriston kanssa, joka ei sopinut hyvin haastattelutilanteeseen ja otanta jäi siltä osin puutteelliseksi. Tästä kuitenkin tuli reflektoitua omaa tekemistä ja otettua opiksi seuraavia haastatteluja varten, joka koski tarkempaa kohderyhmää eli lapsiperheitä ja toteutettiin perhepuisto

Bongarissa. Nämä haastattelut onnistuivat loistavasti ja kysymyspatteristo oli juuri oikeanlainen siihen tilanteeseen. Sain paljon relevanttia tietoa joiden pohjalta pääsin ideoimaan lopputuotoksia. Lopputuotosten ideoiminen ja kehittäminen oli itse työn antoisin osuus, koska laajan tutkimuksen pääsi tekemään konkreettiseksi tuotoksi ja visualisoimaan kehitettyjä ratkaisuja. Olen tyytyväinen lopputuotoksiin, sillä ne palvelevat tutkimustyön kautta selvitettyjä käyttäjäryhmän todellisia tarpeita ja antavat pohjan jatkokehitykselle.

Itse työ Heinolan kaupungilla oli todella mielenkiintoista ja uutta. Opin paljon siitä mitä kaupungin kehittämiseen kuuluu ja miten sitä toteutetaan. Osallistaminen ja ihmisten parissa toimiminen oli todella palkitsevaa ja inspiroivaa. Työskentelin Heinolan kaupungin elinvoimapalveluissa keskustan kehittäminen -työryhmässä koko opinnäytetyöprosessin ajan ja sain paljon tukea ryhmän jäseniltä, varsinkin kaupunkimuotoilija Noora Kumpulaiselta, jolta opin paljon prosessin aikana kuunnellen ja seuraten hänen työskentelyään. Haluan kiittää kaikkia osallisia, sekä tämän opinnäytetyön tutkimuksiin osallistuneita tahoja.

Toimeksiantajan kommentti prosessista

Tonin työpanos ja ammattitaito mahdollistivat muotoilun menetelmien hyödyntämisen kaupungin kehittämisessä halutulla tasolla. Varsinkin vuorovaikutuksellinen havainnointi, jota Toni teki ansiokkaasti, on harvoin toteutettavissa nykyisten resurssien puitteissa. Vuorovaikutus erilaisissa tapahtumissa itsenäisesti sujui myös erinomaisesti ja mikä tärkeintä, se innosti osallistumaan ja keskustelemaan. Tutkimuksessa näkyy hyvin muotoiluprosessille tyypillinen alun hämäisyys, mutta myös oivaltaminen. Divergentti ja konvergentti ajattelu vuorottelevat. Laaja tutkimusaineisto on analysoitu huolella. Tässä tutkimuksessa parasta on ollut rohkea muotoilutekeminen, reflektointi ja vuorovaikutus eri sidosryhmien kanssa erilaisissa tilanteissa. Kaupunki on saanut arvokasta uutta tietoa matkailijoista ja heidän mielikuvistaan sekä kokemuksistaan Heinolasta. Varsinkin nuorten aikuisten tavoittaminen on ollut tärkeää ja se on suunta, johon on pyrittävä tulevaisuudessakin.

Lähteet

Sähköiset lähteet

Adobe InDesign. 2024. Adobe InDesign -verkkosivut. Tietoa InDesign-ohjelmistosta. Viitattu 9.9.2024.

Saatavissa https://www.adobe.com/fi/products/indesign/campaign/pricing.html?gclid=CjwKCAjwufq2BhAmEiwAnZqw8p3GF_GxfD098vzVJkXvPWniTdCh1hcEsQnfpmhIbcl4_E29tNTVGBoCyokQAvD_BwE&mv=search&mv=search&mv2=paidsearch&sdid=HVQ7WXXZ&ef_id=CjwKCAjwufq2BhAmEiwAnZqw8p3GF_GxfD098vzVJkXvPWniTdCh1hcEsQnfpmhIbcl4_E29tNTVGBoCyokQAvD_BwE:G:s&s_kwid=AL!3085!3!596981928229!e!!g!!adobe%20indesign!1470219758!59887594754&gad_source=1

Bing Image Creator. 2024. Bing Image Creator -verkkosivut. Tietoa Bing Image Creator -tekoälystä. Viitattu 20.8.2024.

Saatavissa <https://www.bing.com/images/create>

British Design Council. 2024. British Design Council -verkkosivut. The Double Diamond. Viitattu 3.9.2024.

Saatavissa <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>

Business Heinola. 2024. Business Heinola -verkkosivut. Heinola on kokoaan isompi teollisuuskaupunki. Viitattu 22.8.2024.

Saatavissa <https://businessheinola.fi/vihreaheinola/heinola-kokoaan-isompi-teollisuuskaupunki/>

Figma. 2024. Figma-ohjelmiston verkkosivut. Tietoa Figma-ohjelmistosta. Viitattu 9.9.2024. Saatavissa <https://www.figma.com/>

Heinola. 2024a. Heinolan kaupungin verkkosivut. Heinola lukuina 1.2.2024. Heinolan kaupunki. Viitattu 30.5.2024.

Saatavissa <https://www.heinola.fi/kaupunki-ja-paatoksenteko/kaupunkiesittely/tietoa-heinolasta/heinola-lukuina/>

Heinola. 2024b. Heinolan kaupungin verkkosivut. Strategia 24.5.2024. Heinolan kaupunki. Viitattu 2.9.2024.

Saatavissa <https://www.heinola.fi/kaupunki-ja-paatoksenteko/strategia-ja-talous/strategia/>

Heinola. 2024c. Heinolan kaupungin verkkosivut. Lasten silmin 19.3.2024. Heinolan kaupunki. Viitattu 7.8.2024.

Saatavissa <https://www.heinola.fi/lasten-silmin/>

Innokylä. 2024. Innokylä-verkkosivut. Työkalut. Viitattu 26.9.2024.

Saatavissa <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/aivoriihi>

Kuntaliitto. 2022. Vuorela, P., Olari-Sintonen, M., Kultanen, H., Laamanen, E. Seutukaupunkien vetovoimatutkimus 2022. Kuntaliitto. Viitattu 2.9.2024.
Saatavissa <https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Seutukaupunkitutkimus%202022.pdf>

Muotoilupakki. 2024. Muotoilupakki-verkkosivut. Menetelmät. Viitattu 6.8.2024.
Saatavissa <https://muotoilupakki.fi/menetelmat/haastattelu/>

Palvelumuotoilu Palo. 2021a. Innanen, P. 30.3.2021. Palvelumuotoilu Palo verkkosivut. Menetelmät ja työkalut. Viitattu 6.8.2024.
Saatavissa <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-kyselytutkimukset/>

Palvelumuotoilu Palo. 2021b. Komulainen S. Palvelumuotoilu Palo -verkkosivut. Menetelmät ja työkalut. Havainnointi 4.3.2021. Palvelumuotoilu Palo. Viitattu 6.8.2024.
Saatavissa <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-havainnointi/>

Palvelumuotoilu Palo. 2021c. Palvelumuotoilu Palo -verkkosivut. Menetelmät ja työkalut. Asiakaskuvaukset 13.8.2021. Palvelumuotoilu Palo. Viitattu 7.8.2024.
Saatavissa <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-asiakaskuvaukset/>

Palvelumuotoilu Palo. 2024. Palvelumuotoilu Palo -verkkosivut. Mitä on palvelumuotoilu? Palvelumuotoilu Palo. Viitattu 22.8.2024.
Saatavissa <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/palvelumuotoilu/>

Sampo, A., Tommola, M., Somelar, A., Sternberg, E., Strömgren, L., Luukkonen, L. 2020. Osallistavan kaupunkisuunnittelun käsikirja. Valonia. Viitattu 4.6.2024.
Saatavissa <https://valonia.fi/materiaali/osallistavan-kaupunkisuunnittelun-kasikirja/>

Valtionvarainministeriö. 2024a. Valtionvarainministeriö verkkosivut. Kuntien tehtävät ja toiminta. Valtionvarainministeriö. Viitattu 3.9.2024.
Saatavissa <https://vm.fi/kuntien-tehtavat-ja-toiminta>

Valtionvarainministeriö. 2024b. Valtionvarainministeriö verkkosivut. Kuntalainsäädäntö. Valtionvarainministeriö. Viitattu 3.9.2024.
Saatavissa <https://vm.fi/kunta/kuntalainsaadanto>

Visit Heinola. 2024. Visit Heinola -verkkosivut . Näe ja koe. Visit Heinola. Viitattu 22.8.2024.
Saatavissa <https://www.visitheinola.fi/kohteet/nae-ja-koe/>

Yle-uutiset. 2024. Suomi, K. Yle-uutisten verkkosivut. Matkailu. Heinola sijoittui toiseksi Suomen parhaiden matkailualueiden vertailussa 19.1.2024. Yle-uutiset. Viitattu 30.5.2024.
Saatavissa [https://yle.fi/a/74-20070207#:~:text=Heinola%20on%20valittu%20viime%20vuoden,%20ja%20Tampere%20\(75\).](https://yle.fi/a/74-20070207#:~:text=Heinola%20on%20valittu%20viime%20vuoden,%20ja%20Tampere%20(75).)

Painetut lähteet

Juuti, P. & Puusa, A. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki. Gaudeamus. Viitattu 17.9.2024.

Miettinen, S., Ruuska, J., Koivisto, M., Hämäläinen, K., Vilkkä, H., Mattelmäki, T., Vaajakallio, K., Kalliomäki, A., Vaahtojärvi, K. 2011. Palvelumuotoilu: uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos. Helsinki. Teknologiainfo Teknova Oy. Viitattu: 10.9.2024.

Stickdorn, M., Edgar Hormess, M., Lawrence A., Schneider, J. 2018. This Is Service Design Doing. O'Reilly Media Incorporated. Viitattu 22.8.2024.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki. Talentum Media Oy. Viitattu 3.9.2024.

Suulliset lähteet

Kumpulainen, N. 2024. Kaupunkimuotoilija. Heinolan kaupunki. Keskustelu 29.8.2024. Viitattu 9.9.2024.

Lait

Kuntalaki 175/2019. Viitattu 2.9.2024. Saatavissa <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190175>

Kuvalähteet

Kuva 1. Google Maps. 2024. Opinnäytetyön toimintaympäristö rajattuna. Viitattu 30.5.2024.

Kuva 2. Google Maps 2024. Heinolan kaupungin sijainti Suomen kartalla. Viitattu 30.5.2024.

Kuva 19. Bing Image Creator. 2024. Näivettynyt Heinola. Generoitu Bing Image Creator -tekoälyllä. Viitattu 20.8.2024.

Kuva 20. Bing Image Creator. 2024. Tulevaisuuden Heinola. Generoitu Bing Image Creator -tekoälyllä. Viitattu 20.8.2024.

Kuva 21. Noora Kumpulainen. 2024. Yrittäjien aamukahvit -työpaja 7.3.2024. Työpajan tulosten analysointia. Viitattu 20.8.2024.

Kuvio 3. British Design Council. 2024. Double Diamond. Viitattu 3.9.2024.

Saatavissa https://www.designcouncil.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Photos/banners/Double_Diamond.png

Liitteet

Liite 1.

Opinnäytetyön aikajana.

Opinnäytetyön aikajana

Lokakuu 2023

17.10. Yhteydenotto Heinolan kaupungin kaupunkimuotoilija Noora Kumpulaiseen. Teams-palaverin sopiminen työharjoittelun ja opinnäytetyön yksityiskohdista.
30.10. Teams-palaveri työharjoittelusta ja opinnäytetyötavoitteista ja mahdollisesta aiheesta.

Marraskuu 2023

13.11. Teams-palaveri työharjoittelun aloittamisen ajankohdasta.

Joulukuu 2023

Tiedonhakua verkossa Heinolan kaupungista ja sen strategiasta, opinnäytetyön aiheen suunnittelua.

Tammikuu 2024

12.1. Teams-palaveri harjoittelun aloituspäivän aikataulusta ja suunnitelmasta, Tutkimus ja kehittäminen opinnäytetyössä kurssi alkaa.

Helmikuu 2024

2.2. Työharjoittelun aloitus.
7.2. Havainnointi: Duunitreffit WPK-talolla.
8.2. Mielikuva Heinolasta –kysely.
15.2. Havainnointi: Tulevaisuuden kirjasto.
21.2. Opinnäytetyön aiheseminaari. Vastuupettajan tiimiin ohjaus. Aihe vaatii tarkennusta.
22.2. Havainnointi: Talven ja valon juhla.

Maaliskuu 2024

7.3. Yrittäjien aamukahvit työpaja. Osallistujien yhteystietojen keräys haastatteluihin.
15. Opinnäytetyöohjaus 1. Aihe tarkentunut.
22.3. Tutkimus ja kehittäminen opinnäytetyössä kurssi loppuu.

Huhtikuu 2024

13.–14.4. Yhdessä enemmän messut. Fasilitointi: paikanarviointikyselyn täyttäminen ja katastrofiskenaario kaupungin kartalla.

19.4. Opinnäytetyöohjaus 2.

30.4. Sidosryhmähaastattelu (yrittäjä).

Toukokuu 2024

Opinnäytetyöraportin kirjoitus alkaa.

9.5. Sidosryhmähaastattelu (yrittäjä).

14.5. Sidosryhmähaastattelu (yrittäjä).

16.5. Opinnäytetyön suunnitteluseminaari, aiheen rajausta tarkempi ja selkeämpi aikataulu.

23.5. Sidosryhmähaastattelu (yrittäjä).

25.5. Heinolan kesän avaus. Fasilitointi: Paikanarviointikyselyn täyttäminen ja katastrofiskenaario kartalla (tarroilla), sidosryhmähaastattelut (matkailijat).

26.5. Sidosryhmähaastattelu (matkailija).

30.5. Ongelma, sekä kohderyhmä löytyy, aihe tarkentuu lopulliseen muotoonsa. Hyväksytys vastuuopettajalla. Opinnäytetyöraportin kirjoittaminen alkaa.

Kesäkuu 2024

5.-6.6. Kyselyn (lapsiperheet) luominen.

12.6. Opinnäytetyöohjaus 3.

25.-27.6. Kyselyn (lapsiperheet) jako kohderyhmälle.

30.6. Sidosryhmähaastattelut (lapsiperheet).

Heinäkuu 2024

2.-3.7. Sidosryhmähaastattelujen (lapsiperheet) analysointi.

4.-15.7. Ideointi ja ratkaisumallien, sekä konseptien luonti.

Elokuu 2024

Opinnäytetyöraportin kirjoittaminen ja ideoiden visualisointi.

21.8. Opinnäytetyön luonnos seminaari.

Syyskuu 2024

Opinnäytetyöraportin kirjoittaminen



Opinnäytetyöraportin palautus.

Lopputuotosten palautus toimeksiantajalle.

Liite 2.

Mielikuva Heinolasta -kysely.

Heinola-kysely

B *I* U  

Kerro vastauksesi lyhyesti ja mahdollisimman kuvaavasti. Voit antaa vastauksen myös avainsanoilla.

Mistäpäin olet? *

Short answer text

Minkä ikäinen olet?

	1. sarake
Alle 18	<input type="radio"/>
18-25	<input type="radio"/>
26-35	<input type="radio"/>
36-45	<input type="radio"/>
46-55	<input type="radio"/>
56-65	<input type="radio"/>
Yli 65	<input type="radio"/>

Mitä sinulle tulee ensimmäiseksi mieleen Heinolasta? *

Short answer text

Liite 3.

Duunitreffit 6.2.2024 Heinolan WPK-talolla -havainnointilomake.

Duunitreffit 6.2.2024 WPK-talo

Ensihavainnot:

Visuaalisuus

Käytäntö

Kävijähaastattelut 10 kpl, ikähaitari 16-70 (arvio)

Kysymykset:

1. Mistä olet ja mistä kuulit tapahtumasta?

2. Miten helposti löysit paikanpäälle?

Vastauksista nousi esiin:

Liite 4.

Tulevaisuuden kirjasto 15.2.2024 -havainnointilomake.

KÄYTTÄJÄRYHMÄIKÄ?RYHMÄ?

SAAPUMINENAIKA?TAVOITETTAVUUS?

KÄYTTÄJÄ

TARKOITUSMIKSI TULI?KÄYNNIN KESTO?

TUNTEETMITÄ FIILIKSIÄ JA AJATUKSIA HERÄTTÄÄ?

KIPUKOHDAT

ONNISTUMISET

Liite 5.

Talven ja valon juhla 22.2.2024 -havainnointilomake.

Valon ja talven juhla havainnointi 22.2.2024

Tietääkö ihmiset, että tapahtuma on tulossa tai käynnissä?

Miten tapahtuma näkyy katukuvassa?

Miten yritykset hyödyntävät tapahtumaa?

Liite 6.

Yrittäjien aamukahvit 7.3.2024 -brainstorming kaavake ja inspiraatiokuvat.



Menneisyydestä pitää saada mukaan

Parasta just nyt

tulevaisuus, jossa kaikki on mahdollista

Tähän ei haluta palata

Näille asioille on tehtävä jotain

Tulevaisuus ennusteen pohjalta



Liite 7.

Yhdessä enemmän -messut 13.-14.4.2024 -paikanarviointilomake.

Heinola

Mitä mieltä olet Heinolan keskustasta?

VIIHTYISYYS JA MIELIKUVA	HUONO			HYVÄ
Yleinen kiinnostavuus	1	2	3	4
Turvallisuuden tunne	1	2	3	4
Siisteys	1	2	3	4
Viihtyisyys	1	2	3	4
SAAVUTETTAVUUS	HUONO			HYVÄ
Kävellen/Pyöräillen	1	2	3	4
Autolla	1	2	3	4
Julkisella liikenteellä	1	2	3	4
Opasteiden selkeys	1	2	3	4
TOIMINNOT JA AKTIVITEETIT	HUONO			HYVÄ
Palvelujen määrä	1	2	3	4
Tapahtumien määrä	1	2	3	4
Alueen vilkkaus	1	2	3	4
Yritysten elinvoimaisuus	1	2	3	4
SOSIAALISUUS	HUONO			HYVÄ
Ihmisten määrä raitilla	1	2	3	4
Yhteistyön määrä	1	2	3	4
Erilaiset sosiaaliset ryhmät ovat hyvin edustettuina	1	2	3	4
Ihmiset ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa	1	2	3	4

Heinola

Mitä mieltä olet Heinolan keskustasta?

Liite 8.

Heinolan kesän avaus 25.5.2024 -paikanarviointilomake.

Liite 9.

Yrittäjät-haastattelulomake.

Nimi:

Yritys:

Miten kuvailisitte Heinolan keskustan nykyistä tilaa matkailullisesta näkökulmasta?

Millaisia matkailijoita näette eniten vierailevan Heinolan keskustassa?

Minkälaiset matkailijat mielestäsi puuttuvat Heinolan keskustasta?

Millaisia palveluita tai kokemuksia uskotte matkailijoiden kaipaavan eniten Heinolan keskustassa?

Miten yrittäjät voisivat yhteistyössä edistää Heinolan keskustan matkailullista vetovoimaa?

Millaisia investointeja tai kehityshankkeita näette tarpeellisina matkailun kehittämiseksi Heinolan keskustassa tulevaisuudessa?

Mitkä ovat mielestänne Heinolan keskustan vahvuudet matkailukohteena?

Mitkä ovat keskeisimmät haasteet, joita Heinolan keskustan matkailu kohtaa tällä hetkellä?

Mitä keinoja ja mahdollisuuksia näette matkailun edistämiseksi Heinolan keskustassa?

Liite 10.

Matkailijat-haastattelulomake.

<div>Taustatiedot:</div> <div>Ikä:</div> <div>Mistä olet kotoisin?</div> <div>Miksi tulit Heinolaan, oletko matkalla yksin, jonkun kanssa, perheen kanssa?</div> <div>Miten saavuit Heinolaan?</div> <div>Kuinka kauan aiot viipyä Heinolassa?</div> <div>Oletko käynyt Heinolassa aikaisemmin?</div> <div>Mistä löysit tiedon tapahtumasta tai idean, että voisi tulla tänne?</div> <div>Opasteet:</div> <div>Kuinka löysit Heinolaan saapumisreitit? (esim. navigaattori, opasteet, kysymällä tietä)</div> <div>Ovatko tienvarsiopasteet selkeitä ja helposti ymmärrettäviä?</div> <div>Mihin tulit ensimmäiseksi Heinolassa?</div> <div>Löysitkö helposti parkkipaikan saapuessasi?</div> <div>Oliko kaupungissa riittävästi opasteita nähtävyyksille ja palveluille?</div> <div>Ehdotuksia opasteiden parantamiseksi?</div>	<div>Palvelut:</div> <div>Mitä palveluita olet käyttänyt tai aiot käyttää Heinolassa? (esim. ravintolat, kahvilat, majoitus, kaupat, kulttuuripalvelut)</div> <div>Kuinka arvioisit käyttämäsi palveluiden laatua?</div> <div>Ovatko palvelut helposti saavutettavissa ja hyvin opastettuja?</div> <div>Oliko sinulla mahdollisuus saada tietoa palveluista etukäteen (esim. internetistä tai esitteistä)?</div> <div>Ehdotuksia palveluiden parantamiseksi?</div> <div>Ympäristö:</div> <div>Miten kuvailisit Heinolan ympäristöä ja maisemia?</div> <div>Ovatko ympäristön siisteys ja kunnossapito mielestäsi hyvällä tasolla?</div> <div>Kuinka hyvin Heinolassa on huomioitu ympäristöystävällisyys ja kestävä kehitys?</div> <div>Ovatko viheralueet ja ulkoilumahdollisuudet (esim. puistot, kävelyreitit, pyörätiet) mielestäsi riittävät ja helposti löydettävissä?</div> <div>Ehdotuksia ympäristön parantamiseksi?</div> <div>Suosikkipaikkasi Heinolassa?</div>	<div>Yleiset kysymykset:</div> <div>Ensimmäinen asia mikä tulee mieleen Heinolasta?</div> <div>Mikä on ollut parasta Heinolassa?</div> <div>Mikä on ollut haastavinta tai vaikeinta Heinolassa?</div> <div>Suosittelisitko Heinolaa muille matkailijoille? Miksi/miksi et?</div> <div>Aiotko tulla uudestaan, miksi ja milloin?</div> <div>Mitä aiot tehdä seuraavaksi/mihin aiot mennä?</div> <div>Muita kommentteja tai palautetta Heinolan matkailukokemuksesta?</div>
---	---	---

Liite 11.

Lapsiperheiden päivä Heinolassa -kysely.

[illegible]

Liite 12.

Lapsiperheiden päivä Heinolassa -haastattelulomake.

HAASTATTELUPOHJA LAPSIPERHEILLE

Ikäryhmä?

Monta lasta ja minkä ikäisiä?

Oletteko paikallisia vai tulleet jostain kauempaa ja millä tulitte?

Onko tämä teille tyypillinen tapa viettää päivää vai tulitteko tänne sattumalta?

**Miksi tulitte juuri perhepuistoon esimerkiksi torin ja sen ympäristön
(esim. rantapuiston, uimarannan) sijaan?**

Kauan aiotte viipyä perhepuistossa?

Mihin jatkatte matkaa perhepuistosta ja miksi?

**Minkälaisia tapahtumia kaipaisit lapsille/perheille keskustaan,
olisiko sinulla ehdottaa jotain ja miksi?**

Minkälaisia lapsiperheiden kohtaamispaikkoja haluaisit Heinolan keskustaan?

Minkälaisia ruokapaikkoja haluaisit Heinolan keskustaan?

**Mitä kehitysehdotuksia teillä olisi, jotta lapsiperheen päivä sujuisi paremmin
Heinolassa ja perusteletko mahdolliset ehdotukset?**