

Led by Design

- Muotoilun hyödyntäminen organisaation strategisena voimavarana -

Laura Ahonen

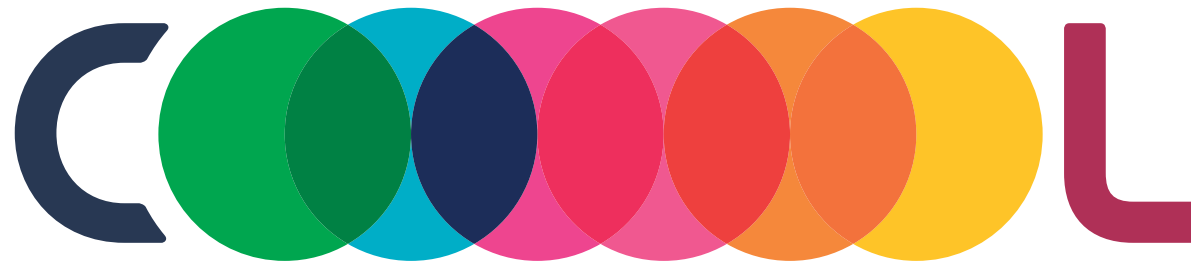


KOULUTUSALA	Kulttuuriala		
KOULUTUSOHJELMA	Muotoilun Koulutusohjelma		
TYÖN TEKIJÄ	Laura Ahonen		
TYÖN NIMI	Led by Design – Muotoilun hyödyntäminen organisaation strategisena voimavarana		
PÄIVÄYS	20.5.2013	SVUMÄÄRÄ / LIITTEET	49 / 2
OHJAAJA	Jouni Silfver		
TOIMEKSIANTAJA / YHTEISTYÖKUMPPANI(T)			
TIVISTELMÄ			
<p>Opinnäytetyössä tarkastellaan valmistuvan teollisen muotoilijan näkökulmasta innovaatioita, luovuutta ja muotoilun asemaa tänä päivänä julkishallinnollisissa organisaatioissa, sekä kuinka muotoilulla voidaan saavuttaa merkittävää kilpailuetua niin kansallisella tasolla, kuin globaalistikin.</p> <p>Muotoilijan rooli ja työnkuva on viime vuosina muuttunut todella paljon. Muotoilu on siirtymässä entistä enemmän osaksi yritysten strategiaa. Muotoilijan näkökulmasta se tarkoittaa sitä, että muotoilijat muotoilevat yhä enemmän immateriaalista todellisuutta. Painopiste on arvonluonnissa. Muotoilusta on tullut osa yritysten ja organisaatioiden innovaatiopolitiikkaa.</p> <p>Innovaatioita tuottava organisaatio vaatii luovan ja avoimen toimintakulttuurin, missä muotoilulla johdetaan innovaatioita ja innovaatioprosesseja, ja missä muotoilu on mukana organisaation jokaisella tasolla. Näin on mahdollista saavuttaa luovan tuhoamisen tila, jossa jatkuvasti kyetään synnyttämään uusista ideoista menestyviä innovaatioita.</p> <p>Työssä käydään läpi organisaation mahdollisuuksia hyödyntää muotoilijan kykyjä, luovuutta ja ammattitaitoa.</p>			
AVAINSANAT			
Cool 13, muotoilujohtaminen, luovuus, innovaatiojohtaminen, creative destruction, strateginen muotoilu, sosiaalinen transformaatio, opinnäytetyöyhteisö			

FIELD OF STUDY	Culture		
DEGREE PROGRAMME	Degree programme in design		
AUTHOR	Laura Ahonen		
TITLE OF THESIS	Led by Design – design as organizations strategic resource		
DATE	20.5.2013	PAGES / APPENDICES	49 / 2
SUPERVISOR	Jouni Silfver		
CLIENT ORGANISATION / PARTNER(S)			
ABSTRACT	<p>The thesis examines innovation, creativity and the position of design in today's public organizations, as well as how with design it is possible to achieve a significant competitive advantage, both at national level and globally.</p> <p>The designer's role and job description in recent years has changed a lot. Design is moving more into being part of the organizational business strategy. From the designer's point of view, it means that designers design even more immaterial reality. The focus is on value creation. Design has become part of the companies and organizations innovation policy.</p> <p>Organization that produces innovations requires a creative and open business culture, where design is leading innovation and innovation processes, and where design is involved at every level of the organization. In that way it is possible to achieve a state of creative destruction, where organization is capable of continuously generating new ideas for successful innovation.</p> <p>The thesis examines the organization's ability to benefit from the designer's talent, creativity and professionalism.</p>		
KEYWORDS	Cool 13, design management, creativity, innovation management, creative destruction, strategic design, social transformation, thesis community		

OPINNÄYTETYÖ
Ammattikorkeakoulututkinto
Muotoilun koulutusohjelma
Teollinen Muotoilu

Laura Ahonen
Kevät 2013



OPINNÄYTETYÖYHTEISÖ

- Opinnäytetyö on tehty yhteistyössä
vuoden 2013 valmistuneiden Savonian,
Kuopion Muotoiluakatemiaan teollisten muotoilijoiden
COOL (Collaborative Learning) -yhteisön kanssa. -



SAVONIA
AMMATTIKORKEAKOULU

KUOPION MUOTOILU
AKATEMIA.
SAVONIA - AMMATTIKORKEAKOULU

SISÄLLYS

1. PROLOGI -ZEITGEIST (AJANKUVA)	5	6. EPILOGI	43
1.1 AIHEENVALINTA JA TAUSTA	5	6.1 ILMASTONMUUTOS SAVONIASSA	43
1.2 MAAILMA JA TYÖNKUVA	5	6.2 TYÖN MERKITYS ITSELLENI	44
1.3 SUOMALAINEN MUOTOILU	8	KUVALUETTELO	46
2. YHTEYS LAAJEMPIIN KOKONAISUUKSIIN	13	LÄHTEET	47
2.1 TYÖN MERKITYS	13	LIITTEET	49
2.2 TAVOITTEET JA TULOKSET	13		
2.3 TUTKIMUSMENETELMÄ	15		
3. INNOVATIIVISEN TOIMINNAN PALIKAT	17		
3.1 LUOVUUS	17		
3.2 INNOVAATIO	18		
3.3 INNOVAATIOIDEN LUOMINEN	21		
3.4 INNOVAATIOIDEN JOHTAMINEN	21		
3.5 AVOIN INNOVAATIO	23		
3.6 STRATEGINEN MUOTOILU	24		
4. SAVONIA INNOVATIIVISENA ORGANISAATIONA	26		
4.1 TIEDOSTETAAN ORGANISAATION TUOTTEET	29		
4.2 TUOTTEISTAMINEN - IDEAT INNOVAATIOIKSI	30		
5. MUOTOILUN MAHDOLLISUUDET YRITYKSESSÄ	33		
5.1 BUSINESS DESIGN	33		
5.2 CREATIVE DESTRUCTION	36		
5.3 SOSIAALINEN TRANSFORMAATIO	40		

1. PROLOGI ZETGEIST (AJANKUVA)

Ensimmäisessä luvussa käyn läpi, mitkä ovat tekijät aiheenvalinnan taustalla, sekä kuinka opinnäytetyön aiheeni on liitoksissa tämän hetken maailman muutoksiin: digitalisoitumiseen, työnkuvan muutokseen sekä mitä tämä kaikki merkitsee Suomalaisen muotoilun näkökulmasta.

1.1 AIHEENVALINTA JA TAUSTA

Opinnäytetyön aihealueen valinta lähti tarkentumaan jo kevään ja kesän 2012 OIS -projekteista (Open Innovation Space), joista osan tein työharjoitteluna. Projektien yhteydessä tein paljon töitä pelilistämisen (gamification) sekä sosiaalisten verkostojen tutkimuksessa ja pelimäisten elementtien yhdistämisessä erilaisiin opetus- ja viestintäympäristöihin.

Aiheenvalintaan vaikutti myös valtavasti kokemukseni vaihto-opiskelu ajalta Kiinassa, syyslukukaudella 2012. Erityisesti Shanghaissa pidetty Radical Design Week -tapahtuma, missä käsiteltiin paljon muotoilun tämänhetkistä tilannetta ja tulevaisuutta: miten muotoilun asema on muuttunut ja miten muotoilulla voidaan saavuttaa yhä enemmän. Paikalla oli puhujia ja muotoilijoita ympäri maailmaa. Yksittäisenä tapahtumana Radical Design Week antoi erittäin paljon ja on alkavalla muotoilijanurallani yksi ratkaisevimmista suunnannäyttäjistä. Pääsin keskustelemaan muotoilusta kovan tason ammattilaisten kanssa ja opin todella paljon uutta. Sain myös varmistusta jo orastaville ajatuksilleni muotoilun tulevaisuudesta osana globaalia liiketaloutta.

Oma roolini OIS projekteissa usein oli tehtävien ja osa-alueiden koordinointi kunkin ryhmän jäsenen erikoisosaamisen perusteella, sekä usean projektin yhtäaikainen hallinto. OIS projektien kautta sain kipinän tutustua tarkemmin innovaatioiden syntyyn, erityisesti siihen kuinka innovaatioita pystytään tietoisesti

synnyttämään ja hallitsemaan jotta pystytään saavuttamaan merkittävää kilpailuetua muihin toimijoihin nähden. Tällä hetkellä Suomessa tämän kaltaisella toiminnalla pitäisi olla kysyntää, sillä myös Työ- ja Elinkeinoministeriön uusimman linjauksen mukaan suomalaisella muotoilulla aiotaan saavuttaa lisäarvoa julkisille palveluille ja PK -sektorin yrityksille. (Muotoile suomi 2013)

Myös muotoilijan rooli on viimeisten vuosikymmenien aikana muuttunut: muotoilija on siirtynyt tuotesuunnittelun ulkomuodon ja funktion nurkasta osaksi yritysten strategiaa ja muotoilijat ovat mukana tuotekehityksessä jo heti alusta lähtien.

1.2 MAAILMA JA TYÖNKUVA

Maailma on muuttunut ja muuttuu edelleen hurjaa vauhtia. Elämme ympäristössä, joka on jatkuvassa muutoksessa. Maailmalla nostetaan ihmisiä äärimmäisestä köyhyydestä hurjaa vauhtia keskiluokkaan. Asioiden hallinta ja markkinatalous on muuttunut viimeisen kymmenen vuoden aikana todella paljon. Monet työnkuvat eivät ole enää sitä, mitä ne olivat viisi tai kymmenen vuotta sitten.

Työnantajat haluavat että työntekijät pystyvät luomaan uutta ja ajattelemaan täysin uudella tavalla.
(Arina 2012).

Digitalisoituminen yhteiskunnassa vahvistuu edelleen. Voidaan puhua 'jokapaikan tietotekniikasta' tai ubiikkiyhteiskunnasta, jossa tietotekniikka on upotettuna kaikkialle. Digitaaliset palvelut ja käyttöliittymät tulevat yhä enemmän osaksi elinympäristöä ja niissä aletaan käyttää erilaisia aistivia ja dataa kerääviä sensoreita. Sensorit kytkeytyvät toisiinsa verkon kautta. Tämä verkon osaksi rakentuva 'esineiden internet' (Internet of things/ Web of sensors/ Living services) -aalto mullistaa perinteisiä liiketoimintamalleja ja teollisuudenaloja samalla kun se hämärtää toimialojen rajoja.

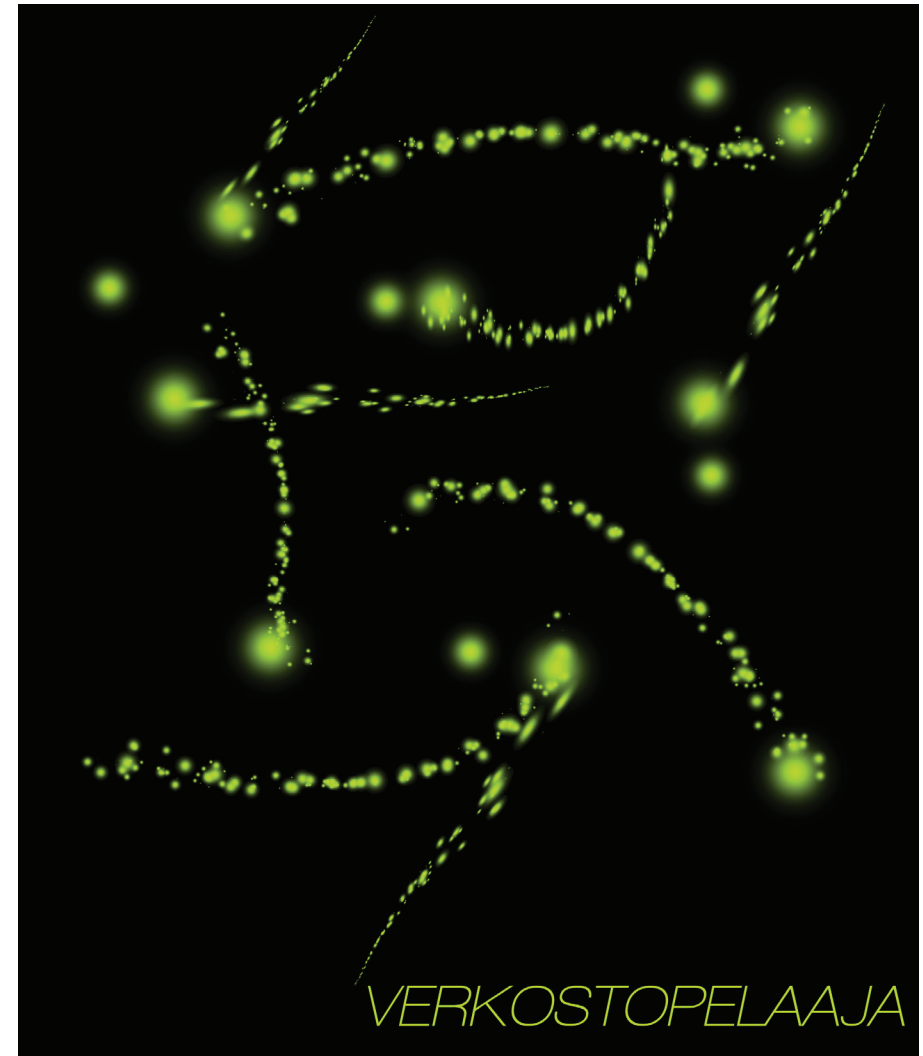
Digitaalisista palveluista ja tuotteista tulee yhä mukautuvampia, käyttäjän itse omiin tarpeisiin muokattavia, ja reaaliaikaisempia. Palvelutuotanto ja jakelutiet toimivat kasvavassa määrin globaaleissa tietoverkoissa, mikä voi johtaa myös työn pirstaloitumiseen. Samalla se tarjoaa mahdollisuuksia erikoistumiselle (Muotoile Suomi 2013, 49).

Digitalisoitumisen seurauksena yleiset standardit vanhenevat nopeasti, kun maailma muuttuu ympärillä. Työ on muuttunut jälkiteolliseen verkostotyöhön, jossa vahviten pärjää osaava verkostopelaaja. Yhteisöllä ja verkostoilla on valtava vaikutus työhön ja yrityksiin ja niinpä työnantajat hakevat hyviä verkostopelaajia ennemmin kuin tiimityöntekijöitä. Teemu Arinan mukaan (Arina 2012) verkostoissa kaikki ovat mukana, jolloin keskiöön nousee arvon maksimointi ja avoimuus: yhdessä saadaan aikaiseksi isompaa. Kyseessä on ekosysteemi, jota ei johdeta ylhäältä alas.

Nopeasti muuttuvassa ympäristössä nouseekin esille kysymys: onko yritys tai organisaatio pitkällä tähtäimellä kykeneväinen muutokseen, eli onko havaittavissa mukautumiskykyä, tai kykyä edelläkävijyyteen. Muotoilijan näkökulmasta nopeasti digitalisoituva ympäristö tarkoittaa sitä, että muotoilijat muotoilevat yhä enemmän merkityksiä ja immateriaalista todellisuutta. Painopiste on arvonluonnissa. (Muotoile Suomi 2013).

Tiedon määrä kasvaa, uusi sukupolvi astuu työelämään. Muutokset työelämässä ovat nopeita ja globaaleja. Riippuvuus asioiden välillä kasvaa, kaikki vaikuttaa kaikkeen. Poikkitieteellisyys lisääntyy, rajapinnat katoavat. Kilpailu kovenee, johtamisen arvot muuttuvat. Johtamisen on kehityttävä muutoksen tahdissa. Johtajuus ei ole enää positio organisaatiossa vaan laaja-alainen asenne kysymys.

(Solatie & Mäkeläinen 2009. 55)



(Kuva 1. Verkostopelaaja.
Ahonen, L. 2013)



"Designers compose information about reality as they understand it"
-Masato Sasaki

1.3 SUOMALAINEN MUOTOILU

Suomalaisella muotoilulla on vahvat ja pitkät perinteet ja tunnettuus maailmalla. Suomessa tällä hetkellä yhteiskuntaan kohdistuu suuria muutospaineita, ja ilman panostusta innovaatiotoimintaan ja sitä kehittäviin menetelmiin, erityisesti suomalaisella teollisuudella on tulevaisuudessa huonot selviytymismahdollisuudet. Useat maat ovat oivaltaneet muotoilun uuden merkityksen näihin haasteisiin vastattaessa. Ne ovat ryhtyneet järjestelmällisesti panostamaan siihen innovaatiopolitiikan osana. Muotoilu yhdistetään aiempaa selvemmin yritysten käyttäjälähtöiseen innovaatiotoimintaan ja yhteiskunnan kansalaislähtöiseen kehittämiseen (Muotoile Suomi 2013, 6).

Toisin sanoen innovaatio luo kilpailuedun joka johtaa yrityksen kasvuun.

Muotoilulla pystytään lisäämään yritysten kilpailukykyä. Suomessa erityisesti PK - sektorilla sekä julkishallinnon palveluissa, missä muotoilu ei ole niin paljoa käytössä yritysten sisäisenä resurssina. Muotoilu on yritykselle sen immateriaalista omaisuutta, jolla voidaan merkittävästi lisätä kilpailukykyä. Muotoilun merkitys yrityksen innovaatiotoiminnan kannalta on ollut viimeaikaisten tutkimuksien kohteena, erityisesti niissä tapauksissa kun suunnitellaan tai kehitetään uutta tuotetta. Muotoilu tarjoaa linkin työntävän mekanismin, teknisen kehityksen ja vetävän mekanismin, markkinaosuuden välille. Tämä on erityisen tärkeää kun muokataan ideoita innovaatioiksi. Muotoilulla voidaan kehittää teknologian sallimien rajoitteiden ideat ehdotuksiksi ja sitä voidaan myös käyttää ideoiden myymiseen. (Bucolo & Wrigley 2011.)

Teollisen muotoilun ammatti on läpikäynyt nopean muutoksen viimeisen vuosikymmenen aikana. Osana muutosta teollinen muotoilu on kehittynyt yhä enemmän vastaamaan asiakkaiden kasvavia odotuksia ja vaatimuksia. Viime vuosina teolliset muotoilijat tyypillisesti ovat olleet osana laajempaa ammattilaisten ekosysteemiä, joka kehittää innovatiivisia ja kestäviä tuotteita ja palveluita yhä laajemmalle asiakaskunnan skaalalle. Jotta voitaisiin vastata

Taloudellinen menestys perustuu yhä enemmän erilaisiin osaamisiin ja siten yhä enemmän aineettomiin tekijöihin.

Palveluiden osuus kulutuksessa kasvaa. Monet aiemmin aineelliset hyödykkeet ovat muuttuneet aineettomiksi hyödykkeiksi ja aineellistenkin tuotteiden arvosta suuri osa syntyy tuotteiden ohella myydyistä palveluista ja niihin sitoutuneesta tietotaidosta.

(Muotoile suomi 2013, 70)

nykypäivän muuttuneeseen kysyntään, ovat nykyaikaisen teollisen muotoilijan tietotaito ja taidot laajentuneet tukemaan heidän teollisuuden ja valmistuksen osaamistaan myös liiketalouden ja muiden lopputuotoksen lanseerausta koskevien taitojen alueelle.

On huomattu että muotoilijoiden kyky nähdä asiat ja prosessit ihmisen näkökulmasta ja käyttäjälähtöisesti, sekä eri näkökulmista ja visualisoida informaatiota voidaan myös valjastaa täysin muuhunkin käyttöön. Esimerkiksi yritysmaailmassa muotoilijalla on loistavat edellytykset tarkastella yrityksen toimintaa sisältä päin ulkopuolisen silmin ja yhteistyössä kaikkien yrityksen osa-alueiden kanssa. (Bucolo & Wrigley 2011). Bucolon ja Wrigleyn mukaan (2011) muotoilun ammatinkuva on muotoutumassa tai on osittain jo muotoutunut muotoilulla johdetuksi innovaatioksi.

GOOD DESIGN = GOOD BUSINESS

Perinteisesti muotoilua on käsitelty osana valmistus- ja tuotantovaihetta tai viimeistelyvaiheen irrallisena stailauksena. Nykyään muotoilu aletaan käsittää yhä enemmän yrityksen elintärkeänä strategisena liiketoiminnan lähteenä. Yritykset ympäri maailmaa etsivät muotoilijoita auttamaan heitä innovoimaan, erottumaan ja kilpailemaan globaaleilla markkinoilla. Yritykset tarvitsevat uusia liiketoimintamalleja ja ansaintalogiikoita, joissa arvonmuodostus perustuu laaja-alaiseen ymmärrykseen asiakkaan kokemasta arvosta. (Bucolo & Wrigley 2011).

Muotoilu on yksi tärkeä osa yrityksen aineettomista tuotannontekijöistä, ja se huomioidaan keskeisenä aineettoman osaamisen tekijänä. (Muotoile suomi 2013, 37).

Eli ollaan siirtymässä kohti arvonluontia, jossa arvo määrittyy asiakkaan kokemuksen pohjalta. (Muotoile Suomi, 2013). Arvo, jonka muotoilu tuo on erilainen tapa ajatella, tehdä asioita ja ratkaista ongelmia laatikon ulkopuolelta.

Muotoiluosaamisella voidaan parantaa sekä kansantalouden että yritysten kilpailukykyä. Kilpailukyvyllä tarkoitetaan yleensä toimijan, esimerkiksi kansantalouden tai yrityksen, kykyä selviytyä taloudellisen kilpailun muuttuvissa olosuhteissa (Muotoile suomi 2013, 70).

Muotoilu on ennen kaikkea kommunikointia ihmisten välillä. Sen avulla saadaan informaatio ymmärrettävään muotoon ja ympäristö helpommin hallittavaksi.

Tuotteiden lisäksi yrityksellä tänä päivänä on oltava selkeä brändi, imago, joka houkuttelee asiakkaita. Tänä päivänä ei enää myy tuote jonka brändi on epäilyttävä tai ei ole tunnistettavissa. Muotoilulla on erittäin suuri merkitys yritysten muokkaamisessa. Teollisella muotoilulla yhdistettynä yrityksen strategiaan voidaan saavuttaa uskomattomia tuloksia. Muotoilu ottaa huomioon käyttäjän tarpeet, niin yrityksen sisällä kuin asiakkaanakin. (Bucolo & Wrigley 2011).

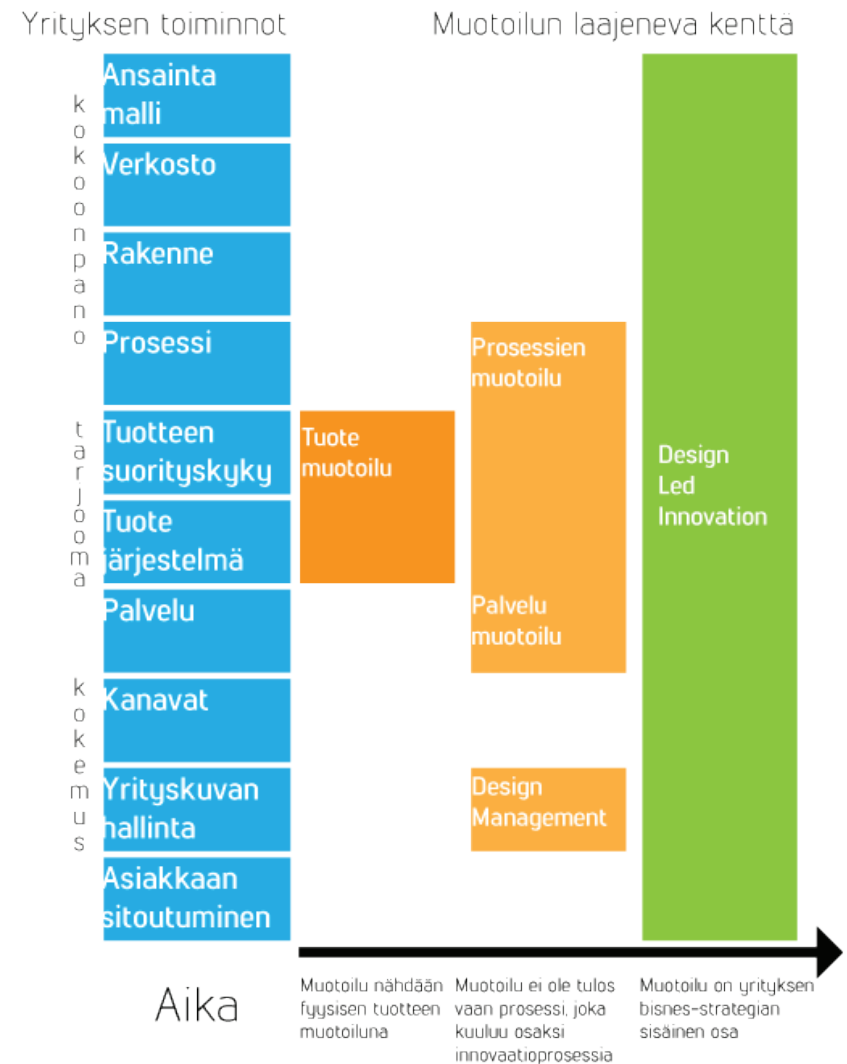
Muotoilua on alettu ottaa mukaan osana innovaatiopolitiikkaa ympäri maailman. Yrityksen käyttäjälähtöisen innovaatiotoiminnan osana (Muotoile suomi 2013, 37).

MUOTOILU INTEGROITUNA YRITYKSEEN

Muotoilun suurin voima on juurikin yritysstrategian ytimessä, missä sen avulla voidaan ottaa kantaa kestävään kehitykseen, ekologisuuteen, tuotantoon, imagoon, ulkoasuun, tuotteiden yhtenäisyyteen, palveluihin, sosiaaliseen mediaan, kommunikointiin sekä sisäisiin ja ulkoisiin toimintatapoihin.

Muotoilu ei siis ole enää vain rajattu tiettyjen markkinoiden luksusominaisuus. Se on kaikkein vakuuttavin prioriteetti ongelmien ratkaisemiseen, pitkän tähtäimen kestävyuden takaamiseen ja kilpailuedun saavuttamiseen. Näen asian niin, että ajattelemalla kuin muotoilija voi todella muuntaa yrityksen tapaa kehittää tuotetta, palvelua, prosessia tai jopa strategiaa. Muotoilu jatkaa muokkautumistaan valmistukseen liittyvien yksityiskohtien hioimisesta tullakseen antamaan strategista arvoa yritykselle. Mielestäni, vaikka muotoilun rooli on jatkuvassa muutoksessa, niin muotoiluajattelun perusydin on silti säilynyt lähes muuttumattomana. Vaikka muotoiltava asia ja tämän päivän maailma muuttuu entistä enemmän immateriaalisen muotoiluksi, niin silti taustalla oleva perinteinen muotoiluprosessi ei sinänsä muutu, vaan muotoilija yksinkertaisesti tarkastelee prosesseja samaan tapaan kuin missä tahansa muotoiluprojektissa: ongelman määrittäminen, polku, skenaario, tulkinta, tutkimus, ratkaisu ja lopulta päästään tuotteen luomiseen ja visualisointiin.

Jotta siis muotoilijat pystyisivät tekemään työnsä mahdollisimman tehokkaasti ja hyvin, niin heidät on tuotava innovaatioprosessiin mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Monet yritykset tänä päivänä tekevät sen virheen että pitävät yritysstrategian ja innovaation kokonaan erillisinä prosesseina. Tilanne on usein tämä: markkinoijat konseptoivat uuden tuotteen perustuen yritysstrategiaan (asiakaskyselyt, markkinatutkimus, ynnä muun perusteella), projektiryhmä saa tietoa yrityksen eri osa-alueilta (palasia eri osaamisalueilta osaongelmien ratkaisuun) ja luo yrityscasen, ja johtotaso tekee viimeisen valinnan projektiryhmän vaihtoehtojen perusteella, mitkä he ovat saaneet. (Bucolo & Wrigley 2011).



Kuva 3. Teemu Itkonen & Laura Ahonen 2013, mukailen Sam Bucolo, Design Led Innovation

Muotoilulla johdettu innovaatio kuitenkin tuo muotoilijat prosessiin heti alusta lähtien mukaan, jolloin heidän on mahdollista tuoda projektiin innovatiivisuutta ja luovaa ajattelua heti alkumetreiltä lähtien. Tällä tavoin saavutetaan paljon innovatiivisempia tuloksia. Näin yrityscase kehittyy, prototyyppien testaus on mahdollista aloittaa ja selvittää käyttäjien tarpeet sekä tulevat tarpeet, ja antaa mahdollisuuden yritykselle sopeutua markkinoihin ja niiden muutoksiin jo kauan ennen kuin tuotekonsepti ja sen yksityiskohdat ovat kiveenkirjoitettuja.

(Bucolo & Wrigley 2011.)

Yleensä vasta kaiken tämän jälkeen idea viedään muotoilijoille. Tällainen tapahtumaketju takaa sen, että tuote sopii yritysstrategiaan ja antaa johtotasolle useita vaihtoehtoja.

Bucolon ja Wrigleyn (2011) mukaan käytännössä muotoilu on tie suurempaan tuottavuuteen, joko tuottamalla korkeamman arvon tuotteita tai palveluita, parempia prosesseja, tehokkaampaa markkinointia, yksinkertaisempia rakenteita tai tehokkaampaa työvoiman ja ihmisten kykyjen käyttöä.

Muotoilija koulutetaan toimimaan yhteistyössä useiden alojen ammattilaisten kanssa, niin mielestäni yrityksessäkin tulisi hänen tehtävänsä olla tuotekehityksen välimaastossa. Innovaatioita tuottavien yritysten tai organisaatioiden sisällä muotoilija voi analysoida yrityksen prosesseja ja niiden toimivuutta. Havaita lukkoja sosiaalisissa verkostoissa ja työstää vastauksia niiden avaamiseen.

Muotoilulla johdettu innovaatio perustuu ajatukselle että jokainen tuote sisältää tietyn tarkoituksen kuluttajalle ja että tyyli on vain yksi kielen muoto jolla kommunikoidaan tarkoituksesta. Konseptoinnista kehitykseen muotoilijoiden pitäisi työskennellä lomittain eri aloilla sekä päätöksentekijöiden välillä, tehden useita tuotevaihtoehtoja ja testaten niitä käyttäjillä ja yhteistyökumppaneilla.



"Innovation where novelty of message and design language are significant and prevalent compared to novelty of functionality and technology".

(Bucolo & Wrigley 2011)

From a designer of objects to a designer of relationships.
-Unknown



2. YHTEYS LAAJEMPIIN KOKONAISUUKSIIN

Muotoilun muuttuvan roolin sekä työnkuvan vaikutuksesta muotoilu aletaan nähdä osana suurempaa kokonaisuutta. Tässä luvussa tarkastelen muotoilua osana julkisen sektorin (ammattikorkeakoulumaailman) palveluita. Käyn läpi henkilökohtaiset tavoitteeni työni kannalta, sekä tutkimusmenetelmän: kuinka työni olen toteuttanut.

2.1 TYÖN MERKITYS

Muotoilusta on tulossa jatkuva osa yritysten tuotekehitystä ja suurempaa rakennetta, se ei ole enää vain yksittäinen irrallinen osa tuotekehityksen lopputuloksessa. Muotoilijoita lähtökohtaisesti koulutetaan näkemään asioiden läpi ja yli rajojen, mutta silti koulutus Savoniassa antaa meille leikkikentäksi vain alkupään konseptoinnin. Potentiaalia yhdistää tuote- tai palvelun suunnitteluun liittyvät hankkeet ja projektit monialaisesti alusta loppuun saakka olisi Savoniassa valtavasti.

Työni merkitys koko ammattikorkeakoulukulttuurille on eräänlainen perustin ja keskustelunherättäjä opiskelijan näkökulmasta. Esille nostamani ongelmat ovat valtakunnallisia ja toistuvat ympäri maata. Annan muotoilun ja luovuuden keinoin näkemyksen siihen, miten korkeakouluissa opiskelijat voidaan nähdä osana tuottavaa yhteiskuntaa. Luovuuden ja muotoilun on entistä enemmän puututtava julkisen sektorin palveluihin, kuten koulutukseen. Ammattikorkeakoulun rooli yhteiskunnassa on tuottaa asiantuntijoita alueellisesti ja valtakunnallisesti. Tällä hetkellä yhä tiukkenevassa opiskelutahdissa ja kiristyvässä globaalien talouden tilanteessa tarvitaan muotoilua ja muotoilun keinoja jotta voidaan parantaa palveluita.

On oivallettu, että muotoilu tarjoaa yrityksille mahdollisuuksia kasvattaa tuottavuutta samoin kuin tuotteisiin ja palveluihin sisältyvää arvoa sekä perinteisillä että nousevilla aloilla kuten peliteollisuudessa. Muotoilu parantaa yritysten kykyä erottautua kilpailijoista ja siten myös niiden kilpailukykyä. Julkisella sektorilla on mahdollista parantaa käyttäjien palvelukokemusta muotoilun avulla ja samalla jopa vähentää palvelujen kustannuksia. Toistaiseksi julkinen sektori on palvelujen kehittämisessä painottanut palvelutuotannon tehostamista.

(Muotoile Suomi 2013,7).

Korkeakoulumaailmassa opiskelijat eivät ole enää teini-ikäisiä. He vaikuttavat yhä enemmän työelämässä opintojensa aikana, ja heillä on suuret määrät hyödyntämätöntä kokemusta. Kuitenkin kokemusten perusteella opiskelijoihin suhtaudutaan vielä varsin lapsellisesti, ja käytännöt vanhoista teollistumisen ja maatalouskulttuurin ajoista eivät enää palvele nykyistä tietoyhteiskuntaa tai innovaatiotoimintaa. Opinnäytetyöni liittyy suurempaan kokonaisuuteen opetuskulttuurin muuttamisesta oppimiskulttuuriksi, jossa normaalisti muottiinpuristamisen sijaan opiskelijoita kannustetaan löytämään oma äänensä. Opinnäytetyöni tavoite on muuttaa tätä yleistä näkemystä, kohti opiskelija-asiantuntijuutta.

2.2 TAVOTTEET JA TULOKSET

Olen opinnoissani painottanut osaamistani erityisesti muotoilujohtamisen suuntaan, sekä muotoilun tutkimukseen ja teoriaan. Lisäksi olen yhdistänyt muotoiluosaamiseeni liiketaloutta sekä yrittäjyysopintoja Savonian yTiimissä. Edelleen kiinnostusta muotoilun ja liiketalouden yhteyksiin kehitti vaihto-opiskelu aikani Kiinassa, kun sain lisää informaatiota muotoilun tämän hetkisestä globaalista asemasta ja kehityksestä.

Haluan tämän työn tekemisellä edelleen kehittää omaa ymmärrystäni muotoilun asemasta sekä kansallisella että globaalilla tasolla. Haluan lisätä ammattitaitoani ja omia kompetenssejani kokonaisvaltaisen muotoilun

tekemisessä tulevaisuudessa. Opinnäytetyöni on kannanotto muotoilun sisällyttämiseksi erityisesti Suomalaisen julkisen sektorin ja yritysten tuote- ja palvelun suunnitteluun, sekä kiinteäksi osaksi yritysten strategiaa.

Työn tarkoitus on kehittää uudenlaisia tapoja nähdä organisaatioiden sisälle ja antaa samalla mahdollisuuden tarkastella niiden toimintaa muotoilun ja luovuuden näkökulmasta.

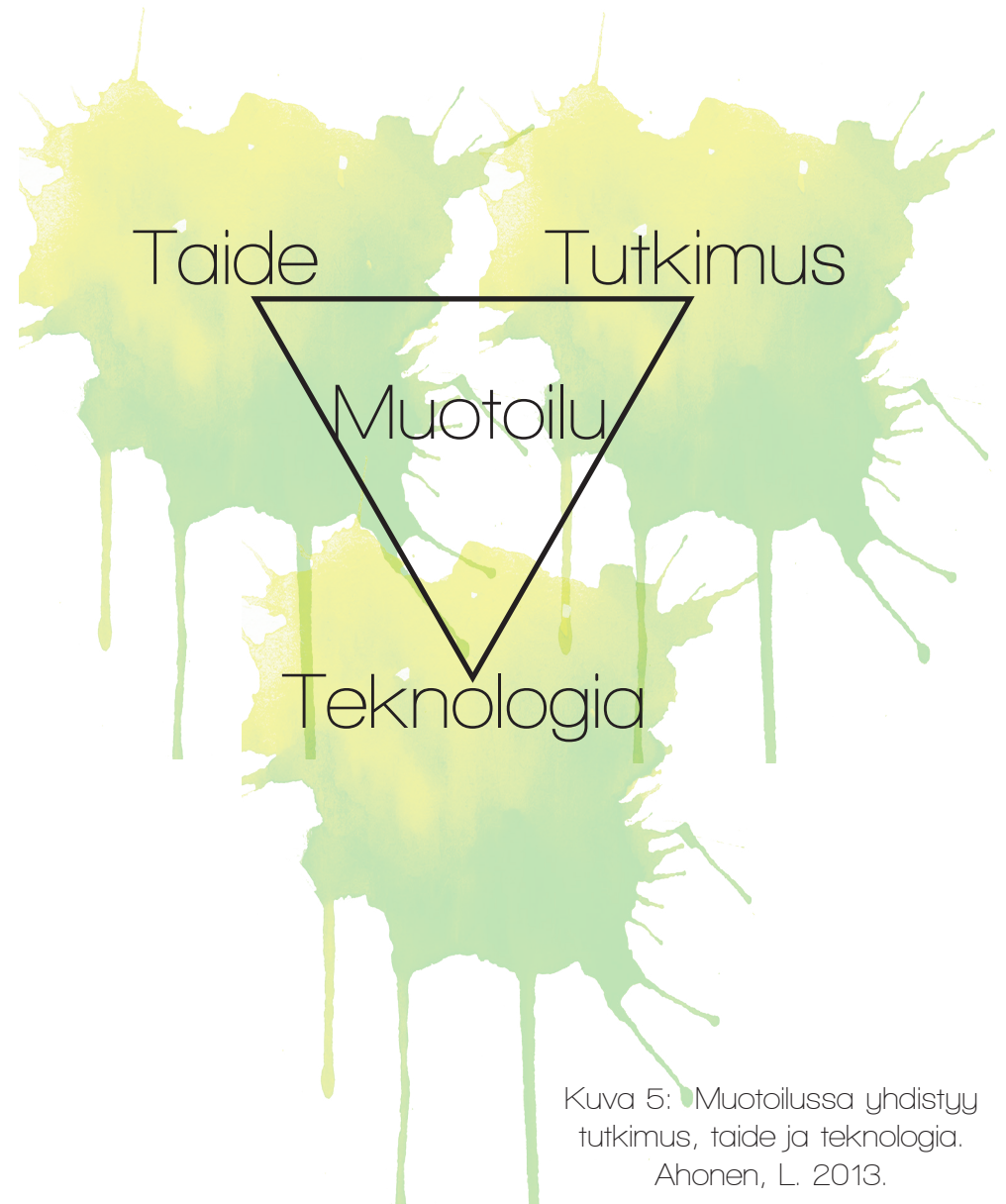
Suomi on maailmankartalla hyvin pieni toimija kaikin puolin, mutta erinomaisella luovuuden ja innovaatioiden valjastamisella ja niiden tuomalla immateriaalisella pääomalla Suomi ja suomalainen osaaminen on mahdollista nostaa kansalliseksi vientituotteeksi globaaleille markkinoille.

Työni perustuu monialaisen työskentelyn kokonaisvaltaiseen tutkimiseen, sekä Savonian OIS –hankkeen tarkasteluun luovuuden ja innovatiivisuuden näkökulmasta. Haluan löytää vastauksia uudelleen organisaation kulttuuriin ja sen konseptointiin muotoilun keinoilla.

En aio esittää mitään lopullisen valmiita ratkaisuja, sillä niin kuin taiteessakin, myös muotoilussa ratkaisuja ja näkökulmia on aina useita.

Tavoitteenani on myös kehittää omaa ammatillista osaamistani luovuuden ja innovaatioiden hallitsemisessa. Olen aina ollut erittäin kiinnostunut luovuudesta ja sen voimasta ja vaikutuksesta niin luovaan henkilöön itseensä kuin sen vaikutuksesta ympäristöön. Luovuudesta syntyvät innovaatiot ja innovaatioilla saavutetaan sekä taloudellista että immateriaalista voittoa.

Muotoilu alana yhdistää luovan taiteen tekemisen teolliseen tuottamiseen ja uusimpaan teknologiaan. Opinnäytetyössäni etsin rajapintoja muotoilun ja julkishallinnon välillä, tässä tapauksessa muotoilun ja koulutuksen. Työssäni kehitän keinoja saada ammattikorkeakoulumaailma enemmän käyttäjä- ja asiakaskeskeisemmäksi ympäristöksi, sillä koulu on opiskelijoidensa summa ja juuri niin hyvä kuin opiskelijoiden sitoutuneisuus ja motivaatio opinahjoansa kohtaan. Ammattikorkeakoulun tuote on koulutus, jota on päivitettävä asiakkaiden eli opiskelijoiden vaatimuksia vastaavaksi palveluksi.



Kuva 5: Muotoilussa yhdistyy tutkimus, taide ja teknologia. Ahonen, L. 2013.

2.3 TUTKIMUSMENETELMÄ

Muotoilijoiden käyttämää tietoa on kolmenlaista:

- hermeneuttista eli tulkitsevaa
- heuristista eli oivaltavaa, luovaa
- empiiristä eli todellisuuspohjaista

(Tenkama 2011)

Tutkimusmenetelmäksi työhöni olen valinnut laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen. Valinnan tein sillä perusteella että se tukee hyvin muotoilijoiden muotoilun tutkimuksessa käyttämää kolmenlaista tietoa: hermeneuttista eli tulkitsevaa tietoa, heuristista eli oivaltavaa tietoa sekä empiiristä eli todellisuuspohjaista tietoa. (Tenkama, 2011). Tarkoitukseni ei ole luoda täysin uusia normeja ja tarkkoja ohjeita vaan luoda kokemusten ja oppimisen kautta. Laadullisen tutkimuksen pyrkimys ennen kaikkea ymmärtää tutkittavaa ilmiötä palvelee työtäni erinomaisesti.

Olen kerännyt harkitusti ja tarkoituksenmukaisesti aineistoa, joka kaikkein parhaiten antaa eväät aiheenrajaukseni merkityksen selvittämiseen. Laadullisen tutkimuksen tekeminen on minulle myös hyvin luonteenomaista, sillä niin kuin laadullisessakin tutkimuksessa, myös omassa työssäni lähestyn asioita aina mahdollisimman hypoteesittomasti, ilman ennako-oletuksia.

Tässä työssä mahdolliset esioletukset olen pyrkinyt esittämään ennen varsinaisten tulosten käsittelyä. Pyrin ennen kaikkea ymmärtämään kokonaisvaltaisemmin laadullisen tutkimuksen kautta muotoilun asemaa yrityksissä ja tulevaisuuden koulutuslaitoksissa. Haluan saada kokonaisvaltaisen ja syvemmän käsityksen muotoilun tulevaisuuden asemasta integroituna organisaatioiden strategiaan. Laadullisen tutkimuksen luonteenomaisesti perehdyn myös koulutusorganisaation kulttuurinmuutosehdotuksen mukanaan tuomiin ja siihen liittyviin ajatuksiin, tunteisiin ja vaikuttimiin. Laadullisen tutkimuksen tehtävänä on myös auttaa luomaan määrällistä tutkimusta, jossa informaatiosta luodaan karkeaa dataa.

Koska en ole luomassa täysin uutta ja vedenpitävää teoriaa, käytän muutamia muotoilujohtamisen ja strategisen johtamisen teoriaa keinona tutkimuksen tekemisessä, enkä pidä uutta teoriaa itsessään päämääränä. Taustateorioiden avulla arvioin aikaansaamaani aineistoa ja muodostan jatkokysymyksiä. Aineistoon olen kasannut minulle hyvin tyyppillisesti muutamia, harkittuja teoksia/lähteitä täysin yllättävistäkin aiheista, sekä sellaista aineistoa josta halusin saada lisää tietoa ja kehittää jo olemassa olevia taitojani. Laadullinen analyysi antaa minulle mahdollisuuden induktiiviseen päättelyyn, eli pystyn tekemään yleistyksiä sekä muodostamaan päätelmiä aineistosta nousevien kysymysten perusteella. En pyri tilastolliseen yleistämiseen, vaan aiheen tarkasteluun mahdollisimman monitahoisesti. Ajan rajallisuus rajaa pois mahdollisuuden todistaa määrällisellä tutkimuksella teorioideni perusteluja. Sen sijaan pyrin mahdollisimman tarkkaan induktiiviseen päättelyyn (induktio), jossa muodostan yleistyksen, jonka perusteella luon teorian. Silti rajaamatta pois ”mustien joutsenten” mahdollisuutta. Ajan puutteen vuoksi induktiivinen päättely on työkalu, jonka avulla voin määrittää, millä tavoin havaintoni esitän.

Käytän opinnäytetyöni teoriapohjana pääsääntöisesti Dr. Sam Bucolon Design Led Innovation –menetelmää, sekä Frans Johanssonin Medici ilmiötä. Työni pohjautuu suuresti myös Työ – ja elinkeinoministeriön uusimpaan kansalliseen Muotoile Suomi muotoiluohjelmaan.

Knowledge will
take you from A
to Z, imagination
will take you
everywhere."

– A. Einstein



3. INNOVATIIVISEN TOIMINNAN PALJAT

Tässä luvussa käyn läpi mitä on innovaatio, miten se saadaan aikaan ja mitkä ovat yleiset kompastuskivet ja ongelmakohdat innovaatioiden luomisessa. Selvitän myös mikä rooli luovuudella on innovaatioiden synnyttämisessä, sekä miten strategista muotoilua voidaan organisaatioissa hyödyntää.

3.1 LUOVUUS

Muotoiluun ja muotoilijoihin liitetään yleensä luovuus, kyky luoda jotain täysin uutta ja kyky yhdistellä toisiinsa liittymättömiä asioita täysin uudella tavalla. Luovuus on osa uutta tuottavien ihmisten arkea, siihen kasvetaan ja lopulta luovuudesta tulee välttämätön työkalu.

Toisin kuin usein ajatellaan, luovuus ei ole vain taiteilijoiden tai muiden tuottavien ihmisten yksinoikeus. Luovuutta täytyy opettaa joka alalla ja sille täytyy antaa painoarvoa. Luovuus on kykyä nähdä asiat eri tavalla, ja havaita yhteyksiä eri asioiden välillä. Ehkä jotkut syntyvät luovemmiksi kuin muut, mutta tosiasia on se, että luovuutta pitää opettaa, ja sille pitää antaa tilaa ja aikaa kehittyä. Luovuudessa kyse on siitä, että pystyy kaatamaan raja-aitoja ja avartamaan omaa maailmaansa. Luovat persoonat pystyvät kestävämmään monimielisyyttä ja epäjärjestystä. He pystyvät myös hyödyntämään, organisoimaan ja valikoi-

Ongelman asettaminen on olennaisempaa kuin sen ratkaiseminen.

– Fyysikko Albert Einstein

maan ristiriitaista informaatiota (Huittinen 2008, 128). Luovat ihmiset myös epäonnistuvat useammin kuin onnistuvat. Mutta heillä on kyky sietää sitä, korjata virheensä ja oppia siitä ja jatkaa taas eteenpäin. Heidät torjutaan useammin kuin hyväksytään (erilaisen näkemyksen tai poikkeavien ideoiden takia), eikä se lannista heitä. Heillä tutkitusti on parempi itsetunto ja he tietävät ja ovat varmoja siitä, että ovat luovia.

Luovuutta ei ole ilman avoimuutta. (Rehn 2010,38).

Jotta luovuuden parissa voisi työskennellä vakavasti, on otettava käyttöön kovat otteet. Luovuus ei ole aina mukavaa eikä miellyttävää. Luovuus on nimitys sille mistä ajattelusi voisi selvitä jos se olisi vilpittömästi erilaista, sinun potentiaalisi ajatella toisin. (Rehn 2010,26).

Ajankuvan ollessa hyvin hektinen ja kilpailun koventuessa jatkuvasti, on pysyttävä sopeutumaan ympäristöön nopeammin ja uudella tavalla. Luovuuden kehittäminen ja sen harjoittelun lisääminen koulutuksen aikana lisää opiskelijoiden mahdollisuuksia työllistyä paremmin ja löytää tehtäviin ja projekteihin uusia näkökulmia, sekä kehittää koululaitokselle innovaatiopääomaa.

„Koulutus saattaa rajoittaa luovuutta. Koulutuksessa on tapana keskittyä juuri siihen mitä tietyllä alalla on totuttu pitämään totena. Tämä koskee niin kouluaikaa, mentoritoimintaa kuin organisaatiokulttuureitakin. Tällaisen lähestymistavan hintana on kuitenkin se, että se saattaa urauttaa ihmisen tiettyyn tapaan tehdä asioita. Urautuminen taas kasvattaa assosiaatioesteitä ja vähentää välimaastoideoiden todennäköisyyttä. Miten sitä vastaan voi taistella? tulee käyttää keinoja, joiden avulla voimme oppia mahdollisimman paljon juuttumatta yhteen tiettyyn tapaan ajatella.” (Johansson 2005 77-78).

Savoniassakin voitaisiin panostaa enemmän eri aloja yhdistävään koulutukseen, jossa opiskelija voi itse ohjautua erikoistumaan omaksi persoonakseen yli koulutusohjelmien rajojen. Laaja monia aloja kattava koulutus auttaa irtautumaan asiantuntijuuden myötä syntyvistä assosiaatioesteistä (Johansson 2005 79).

Maailma on yksi iso mahdollisuus ja luovuus on keskeinen energianlähde kaikessa tässä.

(Rehn 2010, 33)

3.2 INNOVAATIO

Pohjoismaissa on yhteensä 26 miljoonaa ihmistä. Sanotaan että maailman ihmisistä 2 prosenttia on huippuälykkäitä. Kiinalaisia on yhteensä 1,3 miljardia, heistä huippuälykkäitä olisi silloin 26 miljoonaa, eli yhtä paljon kuin kaikissa viidessä pohjoismaassa on yhteensä asukkaita. Siksi emme voi kilpailla muun maapallon kanssa määrissä, meidän on kilpailtava luovuudella ja innovatiivisuudella, kyvyllä nähdä asiat eri tavalla. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 27).

Innovaatio on idea tai ajatus jostain uudesta. Se on idea, jolla on yhteisön antama hyväksyntä ja arvostus. Erinomainenkaan idea ei siis vielä ole innovaatio, jos sillä ei ole yhteisön hyväksyntää ja tunnustusta. Hyvä idea on resurssien veto kone, eli kun idea on tarpeeksi hyvä, se automaattisesti houkuttelee tarvittavat resurssit ja osaajat ympärilleen (Anssi Tuulenmäki).

Jos idea on olemassa vain jonkun päässä, sitä ei voi vielä pitää innovatiivisena. Se pitää "myydä" toisille. (Johansson 2005, 32).

Innovaatioiden tunnistamisen jälkeen niiden käyttöönotto ja jopa pelkkä tunnistaminen voi olla pelottavaa. Muutos on aina pelottavaa, koska ei voi varmaksi tietää tulevaa. Innovaatioiden käyttöönotto ja tunnistus vaatii, että pystytään tunnistamaan mitkä ideat ovat innovaatioita ja hyödyntämään niiden tuoma etu.

Innovaatioiden tuottaminen voidaan jakaa kahteen eri pääsuuntaan: määräsuuntaiseen - ja välimaastoinnovaatioon.

Määräsuuntainen innovaatio

Tiedämme mihin olemme menossa.

Idealla on suunta ja se kulkee ennustettavasti tarkasti määritettyyn tavoitteeseen.

Tavoitteena on hioa ja mukauttaa jotain aikaisempaa ideaa.

Hyödyt ovat kohtalaisen hyvin ennakoitavissa ja ne voidaan saavuttaa suhteellisen nopeasti

Määräsuuntainen- ja välimaastoinnovaatio (Ahonen, L. 2013)

Määräsuuntainen innovaatio ja välimaastoinnovaatio

Välimaastoinnovaatiot

Muuttavat maailmaa aimo harppauksin kohti uusia suuntia.

Ne viitoittavat tietä yleensä uusille aloille ja antavat mahdollisuuden alkuunpanijoilleen päästä alansa johtoon.

Ne eivät vaadi yhtä paljon asiantuntemusta kuin määräsuuntaiset innovaatiot. Niinpä toteuttajina voi olla ihmiset joista sitä vähiten uskoisi.

Välimaastoideoilla on seuraavia ominaisuuksia:

- Ne ovat yllättäviä ja kiehtovia
- Ne ovat harppauksia uusiin suuntiin
- Ne avaavat aivan uusia aloja
- Ne antavat ihmiselle, ryhmälle tai yritykselle oman tilan
- Ne saavat kannattajia, mistä syystä ideoiden toteuttajat voivat päästä johtavaan asemaan
- Ne toimivat määräsuuntaisten innovaatioiden lähteenä vuosia tai vuosikymmeniä
- Ne voivat vaikuttaa maailmaan ennennäkemättömin tavoin

Idea ilman vihollisia ei luultavasti ole tarpeeksi hyvä, koska se ei ole tarpeeksi haastava. Samalla tavalla täytyy todellisen luovuuden olla vaikeaa, koska sen täytyy kyseenalaistaa ja saada meidät tuntemaan olomme epämurkavaksi.

(Rehn 2010,27)

Innovaatioiden parissa työskennellessä on otettava huomioon, että muotoilu on keskeinen avain, joka paljastaa ymmärryksen tuotteen tai palvelun markkinoista ja käyttäjistä. Muotoilu lisää innovaation tuloksia ja liittyy yhteen etuja kuten lisätty laatu tuotteissa ja palveluissa, parantaa tuotannon joustavuutta, ja alentaa materiaalikustannuksia. (Bucolo & Wrigley 2011).

Muotoilun avulla on mahdollista luoda konsepteja, joita asiakkaat eivät odota, mutta rakastavat. On mahdollista luoda palveluita ja tuotteita, jotka ovat todella erilaisia valtavirrasta ja saavat ihmiset innostumaan niistä. Se luo lyömättömän ja kestäväen kilpailuedun innovaatioiden kautta, mikä ei kilpaile jo olemassa olevien markkinoiden kanssa, vaan luo uusia markkinoita.

Yritykset jotka kilpailevat käyttämällä muotoilulla johdettua innovaatiota ovat kilpailukykyisiä tuotteiden ja palveluiden kautta, joilla on radikaalisti uusi tarkoitus: ne luovat täysin uuden syyn asiakkaalle, miksi hänen pitäisi ostaa niitä. (Bucolo & Wrigley 2011).

Vaarallinen ajattelu, viisi vaihetta

1. matkiminen

Kun näemme hyvän idean alamme alitajuisesti matkimaan sitä. Ongelmana on, ettei yritetä olla luovia, sillä sitä kyllä yritetään, mutta tiedostamatta yritetään olla luovia itselle ennestään tutulla tavalla. Samalla todella radikaalit innovaattorit juoksevat toiseen suuntaan.

2. Laajentaminen

Joskus luullaan että matkimista voi välttää laajentamalla omaa konseptuaalista piiriään, sitä ajatustilaa jossa työskentelee. Tutkitaan useampia alueita, omaksutaan enemmän tietoa, etsitään useampia ratkaisuja. Monet yritykset pärjäävät hyvin liikkumalla tähän suuntaan. Monet myös juuttuvat ymmärtämättä miksi eivät kehity enempää.

3. Provosoinen

Vaarallisen ajattelun alkupiste on juuri irrottautumiskohta, se hetki, jolloin esitellään jotain aiempaan viitekehukseen sopimatonta, joka näin synnyttää kiitkaa ja epävarmuutta. Jotta uskaltaisi ottaa tämän askeleen, on tarkasteltava niitä mekanismeja jotka saavat meidät pysymään turvallisuus vyöhykkeellämme. Keskeistä on haastaa se viitekehys joka pitää kurissa ajatteluamme. Tämä ei tarkoita olla luova, vaan on jotain paljon radikaalimpaa.

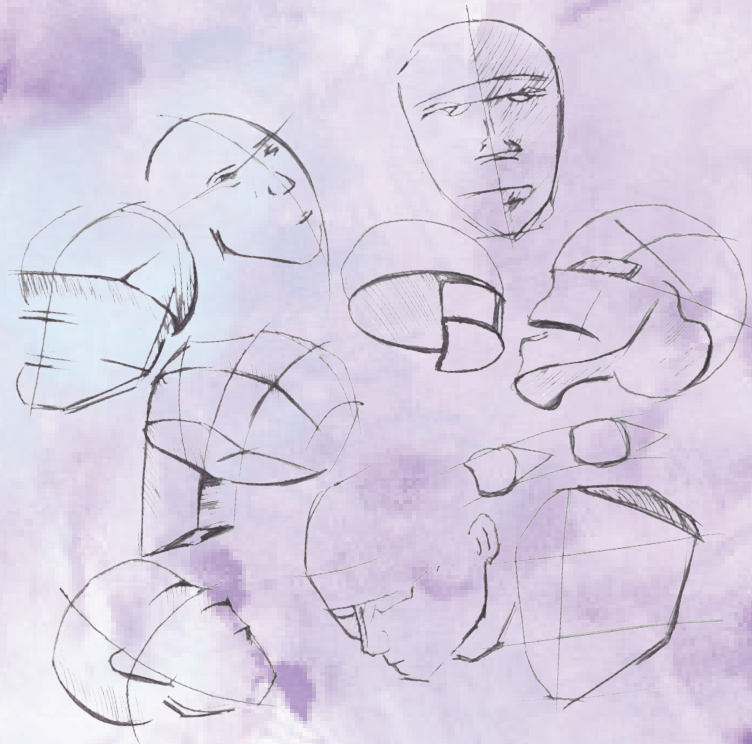
4. uudelleen arviointi

Luovuus täytyy nähdä asiana jonka eteen täytyy tehdä jatkuvasti töitä. Ei voi vain kuvitella että kohdassa kolme otettu askel riittäisi. Vaarallinen ajattelu on jatkuvaa ympäristön uudelleentulkintaa. Jos organisaatiot haluavat olla luovia, niiden on mietittävä myös luovuuden kontekstia.

5. vaarallinen ajattelu

Todellinen menestys, kohdataan aito vastarinta. Vaarallinen ajattelu ei pelkästään luo ideoita, se muuttaa maailmaa.

(Rehn, A. 2010,12-15)



Ideat ovat kuin kaniineja. Aluksi sinulla on muutama, mutta sitten opit käsittelemään niitä, eikä aikaakaan kun ne alkavat lisääntyä ja sinulla on niitä kymmeniä.

– John Steinbeck

3.3 INNOVAATIOIDEN LUOMINEN

Jotta omaperäinen idea olisi luova sen pitää olla myös jossain määrin tärkeä: sen pitää olla arvokas. (Johansson 2005, 31).

Innovaatioiden luomista tavoittelevat lähes kaikki yritykset. Innovaatioita syntyy alojen välisestä yhteen törmätyksestä tiedon jakamisen ja tuottamisen tuloksena, sekä näkemysten kertomisen ja kokemuksen jakamisen lopputuloksena. Johanssonin (2005, 182) mukaan innovaatiot usein syntyvät eri alojen välimaastossa kulkemisen seurauksena, kun tekijät luovasti ja avoimesti tuovat yhteen yllättäviäkin aloja ja erikoistumisalueita. Välimaastossa menestymisen edellytys on motivaation säilyttäminen. Ilman sitä epäonnistuminen on väistämätön sillä silloin ei jaksa jatkaa vastoinkäymisten jälkeen.

“On todennäköistä että välimaastoja löytävät yksilöt tai tiimit muuttavat maailmaamme perinpohjaisesti. Niin, elämme maailmassa jossa asiat ovat kytköksissä toisiinsa, mutta joku tuo nuo kytkökset näkyviin.” (Johansson 2005, 56).

Jotta innovaatioita pystyttäisiin luomaan ja tuottamaan, on Johanssonin mielestä järkevää käyttää paljon aikaa omaehtoiseen lukemiseen, piirtämiseen, oppimiseen ja kokeiluun ilman opettajien, kollegoiden ja asiantuntijoiden ohjausta. Monet innovaatioita haikailevat ihmiset ovat sitä mieltä, ettei heillä ole aikaa tällaisiin ylimääräisiin puuhiin, mutta jos tavoitteena on innovaatio, juuri tällaisiin kokeiluihin pitää pyrkiä. (Johansson 2005, 81). Totta mielestäni myös on, että tällainen toimintamalli on pitkäjänteinen keino murtaa alojen välisiä rajoja, muttei auta jos tuloksia pitää saada nopeasti ja heti. Ammatikorkeakoulun pitkän tähtäimen linjauksena ja työilmapiiriä ylläpitävänä voimana tällainen toiminta esimerkiksi yhtenä päivänä viikossa saattaa jo tuottaa yllättäviäkin tuloksia, kun kannustetaan opiskelijoita sekä henkilökun-

taa tarkastelemaan asioita useista eri näkökulmista ja vaikka täysin päinvastoin. Alojen välimaastossa uuden idean kanssa työskennellessä on näin ollen kyettävä sopivasti irtautumaan omista verkostoista ja siedettävä epävarmuutta ja pystyttävä epäonnistumaan. Koulutuksessa olisi siis painotettava enemmän omaehtoista tekemistä ja kannustettava hakemaan inspiraatiota ja tietoa myös täysin eri aloilta. Laajempi käsitys asioista antaa enemmän työkaluja ongelmien ratkaisuun ja auttaa samalla myös hahmottamaan omaa paikkaansa työelämän sosiaalisen verkoston osana.

3.4 INNOVAATIOIDEN JOHTAMINEN

Innovointi on usein hyvinkin vaikeaa, jos sitä ohjaa uutuuden pelko ja oletukset, tavat ja tottumukset joista ei haluta päästää irti, laiskuus tekemisessä ja kokeilemisessa, tehoton ajan käyttö ja huonosti organisoitu johtaminen.

Innovaatioiden tuottamiseen vaikuttaa myös oleennaisesti useat ”sivukonttorit”, eli tuotteen tai palvelun luomiseen liitetyt työntekijät työstävät ideaa eri paikoissa. Tällöin päädytään lopputulokseen, missä ideaa pallotellaan osastolta tai kampukselta toiselle ja jokainen tekee siihen vuorollaan mielestään tarvittavia muokkauksia ja uudistuksia.

Tällä hetkellä Savonian tuotekehitysprosesseissa ollaan lähes aina tällaisessa tilanteessa, missä projektia siirrellään koulutusosalta toiselle, kun tullaan siihen tulokseen että kaikki on tehty, mitä itsellä on annettavaa projektille.

10 asiaa jotka saa innovoinnin kukoistamaan yrityksessä

1. Innovointi on jatkuvaa, systemaattista ja määrätietoista

Ideota on vaikka kuinka, mutta mitään ei saada aikaan –tilanne kertoo siitä, että yritykseltä puuttuu systemaattinen ja ohjattu malli sille, miten innovaatioita viedään eteenpäin. Kun ideat eivät mene käytäntöön, on merkki siitä että yritykseltä puuttuu malli innovaatiotoimintaan. Yrityksellä siis pitää olla lukuisia saman aikaisia tuotekehitys- ja innovaatioprosesseja, jotta saadaan erotettua hyvät ideat tavanomaisista ideoista. Jyvät akanoista.

2. innovoinnilla on selkeät tavoitteet:

Vapaa innovointiohjelma on "ihana kiva", mutta kun ideoita saa ehdottaa kuka vain ja mistä tahansa asiasta, on ideoita mahdoton lajitella ja arvioida. Hyvä tarkoitus, mutta toteutus johtaa kierteseen jossa idean ehdottajat tuntevat että taas heidän ajatuksensa jäi kuulematta. Tällainen malli ei palkitse ja ihmiset turhautuvat. Tärkeää on että kaikella on yhteinen tavoite, mikä on jokaisen tiedossa sekä tavoitteen asettama aiheen rajaus. Tällöin saadaan arvokasta dataa ja ehdottajat tuntevat että heidän ajatuksillaan on väliä.

3. johto näyttää esimerkkiä:

Valttikortit ovat helposti lähestyttävät johtajat, joiden on itse uskottava että ideointiin ja ideoihin käytetty aika maksaa itsensä takaisin. Kun johto on innovoinnin takana, asioita alkaa tapahtua.

Kuten kaikessa myynnissä ja markkinoinnissa, on itse uskottava asiansa, muuten sitä ei kukaan osta.

4. koko yrityksen henkilökunta on mukana:

Mitä enemmän ihmisiä ideointiin osallistuu, sitä monipuolisempia ja rikkaampia tulokset ovat.

5. tiimit koostuvat riittävän erilaisista ihmisistä:

Erlaiset ihmiset tarkastelevat asioita erilaisista näkökulmista ja eri lähtökohdista, ja pyrkivät ratkaisemaan ongelmat eri tavoin.

6. innovointi on asiakaslähtöistä ja tapahtuu myös yrityksen ulkopuolella:

R&D (research and development) on muutoksessa, verkostoituminen on päivän sana. C&D (connect and develop) verkossa tapahtuva ideointi tuottaa eniten yllättäviä ideoita, ja lisäksi kasvotusten tehty kontaktointi tuottaa eniten merkittäviä ja mullistavia ideoita. Älä jää yksin, käytä ulkoista verkostoa.

7. resursseja alokoidaan riittävästi:

Innovaatiotilat, eli yhteiset kaikkien vapaassa käytössä olevat tilat, sekä tarpeeksi aikaa vapaalle ajattelulle ja ideoinnille. Tässäkään ei riitä, että pidetään hienoja juhlapuheita tai innovaatio on sana vuosikertomuksessa. Johdon täytyy uskoa ja panostaa siihen.

8. ideoiden arviointi on avointa ja puolueetonta:

Innostus säilyy kun ideoiden arviointi on avointa ja puolueetonta. Ei äänestetä.

9. innovaatiot kaupallistetaan riittävän nopeasti:

Nopeus on valttia. Kun idea on hyväksytty, tulee se kaupallistaa mahdollisimman nopeasti. Jos näin ei tehdä, unohtuu asia helposti ihmisten mielestä. Jos ideat ja konseptit hiipuvat pois kaikkien muiden mielestä, paitsi niiden, jotka ideat ovat kehittäneet, ovat ne silloin aina muistuttamassa siitä, että vaikka he tekivät oman osansa ja työnsä, johto jätti lupauksensa lunastamatta.

10. menestys palkitaan ja sitä juhlitaan:

Riittävän suuri palkkio idean tai innovaation kehittäjille ja jos pidetään juhlia, ne ovat kaikkien yhteiset, sillä jokaisen panos on erittäin tärkeä.

(Solatie, J. & Mäkeläinen, M. 2009. 60-73)

Innovaatiokulttuurissa Rehnin mukaan oikeastaan suurin luovuus potentiaali on vanhemmilla sukupolvilla, sillä edellytyksellä että he ovat valmiit panostamaan itseensä. Iän myötä on normaalisti kertynyt enemmän vaikutteita, on nähty ja koettu enemmän, ja siksi on laajempi perusta ideoiden rakentamiselle. Tämä on tosin yleensä totta vain silloin jos pystyy ravistautumaan irti kankeudesta, johon ajattelumme niin helposti juuttuu. Nuoret eivät ole ehtineet kangistua, ja siksi heillä on ideoinnissa etulyöntiasema. Se on kuitenkin pienempi kuin mitä yleensä luullaan ja on varsin helposti otettavissa kiinni, jos vain haluaa. (Rehn 2010, 150).

Koulutuksessa innovaatioita pitäisi olla johtamassa tai ainakin ”valmentamassa” vanhempi, kokeneempi henkilö. Esimerkiksi koulutuksen ulkopuolinen alaan erikoistunut ammattilainen. Vieraileva ulkopuolinen työelämäyhteys (mentori) yhdistettynä opettajien muuttuvaan rooliin ohjaajana (kisälliasetelma), eikä auktoriteettisena opettavana voimana antaa opiskelijoille mahdollisuuden toimia itsenäisesti ja kokeilevasti samaan aikaan nauttien ammattilaisten kokemuksen mukanaan tuomaa viisautta ja hiljaista tietoa.

3.5 AVOIN INNOVAATIO

Avoiminnointi (open innovation) parhaimmillaan toimii erinomaisesti, mutta monesti tulokset jäävät varsin laihoiksi. Syy on selvä: avoimen innovaation uskotaan olevan synonyymi sanan ilmainen kanssa. Kohderyhmältä ja asiakkailta saa juuri niin paljon ideoita ja ehdotuksia kuin he siihen suostuvat panostamaan. Yleensä siis varsin vähän. Avoimen innovaation rakentamiseen pitää panostaa yhtä paljon kuin yrityksen muihinkin ydintoimintoihin. Innovoidakseen ihmiset tarvitsevat taustoitusta, kannustusta, ohjausta ja palkitsemista. Ei riitä, että ”kirjaa ideasi tähän” ja saat hyvällä tuurilla kiitosviestin (Solatie & Mäkeläinen 2009, 161).

Koulutusorganisaatiossa se ei riitä, että laitetaan asiakkaat, eli toisin sanoen opiskelijat tekemään ”likainen” työ ja itse kerätään tuotot päältä. Esimerkiksi teetetään kyselyitä tai ideointityöpajoja opiskelijoilla, tai laitetaan opiskelijat toteuttamaan toinen toisilleen korkeakoulun johtoryhmän puoleksi suunniteltavia hankkeita ja projekteja. On oltava valmis tekemään sen eteen töitä. Kohderyhmältä kysyminen myös aina antaa kuvan jo olemassa olevasta tarpeesta, eli se on jo myöhässä ennen kuin sitä edes aletaan tehdä. Todellinen innovaatio on aina aikaansa edellä, mikä tarkoittaa sitä, että uutuuksarvoa tavoitteleviin tuloksiin ei päästä, jos tuijotetaan tähän hetkeen tai taaksepäin. Asiakkaiden ja kohderyhmän liikkeet on pystyttävä tulkitsemaan tällä hetkellä niin, että niistä on ennakoitavissa ja tunnistettavissa heikot signaalit ja trendit. Vain tällä tavalla voidaan saavuttaa tuloksia, joilla on aidosti uutuuksiarvoa.

Avoimen innovaation harjoittaminen vaatii varsinkin yksittäisiltä ryhmiltä paljon. Jokaisen ryhmän jäsenen pitää olla sitoutunut siihen, että jakaa omia ideoitaan ja antaa ne muiden arvioitavaksi ja kehitettäväksi. Avoin innovaatio ryhmissä vaatii paljon avoimuutta, ja voi olla todella hankalaakin toteuttaa niin, että kaikki hyötyvät tasa-arvoisesti. Muutoin se saattaa hajottaa ryhmää.

Ei siis auta että toteaa ”avoiminnointi on tie eteenpäin” tai ”meidän pitää antaa asiakkaiden kehittää toimintaamme” ja uskoa että se riittää. Jos halutaan että on mahdollista nostaa organisaation luovuuspotentiaali suljetun ja rajoittuneen ideoinnin yläpuoliselle tasolle, täytyy uskaltaa tehdä sellaista, mikä on vastoin kaikkea opittua organisaation johtamisen ja ohjaamisen alalla. Toisin sanoen luopua hallinnasta. Kun hyväksytään se tosiseikka että luovuus voi tulla myös ulkopuolelta, hyväksytään, että ei olla enää ohjaimissa yksin ja että jos haluaa tehdä yrityksestä tärkeän yhä verkottuneemmassa ja läpinäkyvämmässä maailmassa, täytyy hyväksyä että organisaatio sinänsä ei ole enää yhtä tärkeä kuin ennen (Rehn 2010,131).

3.6 STRATEGINEN MUOTOILU

Strategisella muotoilulla tarkoitetaan sitä, että tuttuja muotoiluperaatteita sovelletaan kehitettäessä ratkaisuja suuriin yhteiskunnallisiin haasteisiin kuten väestön ikääntymiseen tai ilmaston muutokseen. Muotoilun avulla voidaan löytää uusia näkökulmia ongelmanratkaisuun, yksilöidä mahdollisia toimenpiteitä ja luoda toimivia kokonaisratkaisuja välttämällä julkiselle sektorille tyyppillistä siiloutumista (Muotoile Suomi 2013, 51).



Strateginen muotoilu tarkoittaa siis sitä, että muutetaan yrityksen edut markkinoiden tarpeeksi. Muotoilulla lisätään arvoa tuotteelle, tai palvelulle ja saadaan käyttäjä emotionaalisella tasolla sitoutumaan tuotteeseen tai palveluun. Strategisella muotoilulla voidaan ottaa kantaa laajoihin kokonaisuuksiin, ja rakentaa joko yrityksestä, julkisen sektorin palvelusta, globaalista ilmiöstä tai yrityksen tuoteperheestä

holistista näkökulmaa. Perinteiset muotoilun määritelmät yleensä keskittyvät luomaan erillisiä, yksittäisiä ratkaisuja.

Strategisessa muotoilussa on kyse siitä, että lisätään perinteisen muotoilun periaatteita kokonaiskuvaan ja systemaattisiin haasteisiin, kuten terveydenhoito, koulutus, ilmastonmuutos ja niin edelleen. Strateginen muotoilu uudelleenmäärittää sen, kuinka ongelmia lähestytään. Sillä tunnistetaan mahdollisuuksia toteutukselle ja autetaan aikaansaamaan paljon eheämpiä ja joustavampia ratkaisuja. Tämä on tosin mahdollista vain silloin kun muotoilu on yhdistettynä organisaation rakenteeseen. Näin luodaan uusia mahdollisuuksia myös muotoilijoille, joilla on strateginen soveltuvuus ja halu siirtyä studioistaan integroituihin asemiin organisaatioiden ja hallitusten sisälle. (Helsinki Design Lab, 2013).

Strategisen muotoilijan kolme ydini kompetenssia:

1. Integrointi

Avainasemassa olevat päättäjät joskus näkevät vain osat, eivät koko ongelman kokonaisuutta. He voivat olla sokeita päätöksensä ja valintojensa seurauksille. Luonnollisesti integroitava lähestymistapa joka muotoilulla on, auttaa valaisemaan kompleksisen verkoston solmujen välisiä suhteita – ihmisten, organisaatioiden ja asioiden välillä- ja tarjoamaan holistisen, kokonaisvaltaisen näkemyksen asioihin. Poikkitieteellisesti eri osaamisaloilla toimiva strateginen muotoilu linjaa "ongelman arkkitehtuurin" korostamalla avainasemassa olevat parannusmahdollisuudet kaikista mahdollisista näkökulmista sekä kaikilla mahdollisilla lopputulemilla.

2. Visualisointi

Nykyään haasteet ja ongelmat joita kohtaamme ovat saavuttaneet aivan uudenlaisen tason kompleksisuudessaan ja epävarmuudessaan, mikä tekee tutuista analyttisistä työkaluista tehottomia. Sujuva, vaivaton visuaalinen presentaatiokyky on taito jota strateginen muotoilija käyttää, ja joka on erittäin tärkeä ja iteratiivinen tapa kommunikoida monimutkaisista ja jopa vastakohtaisista suhteista ja ongelmista asioiden välillä. Tämä kommunikointitapa mahdollistaa keskustelun kaikkien kanssa asioista, joita olisi vaikeaa tai mahdotonta esittää tekstinä tai numeroina pelkästään.

3. Hoito, tekemisen vastuu ja tarkkailu

Hyvien ideoiden saaminen on helppoa, oikeiden ideoiden toteuttaminen taas ei ole. Viime vuosina painotus muotoiluajatteluun on voimakkaasti demonstroinut luovuuden mukanaan tuoma arvoa lisättyä liiketalouden kontekstiin. Mutta menestyksekkäs muotoilu ei ole ainoastaan luovaa ajattelua. Se sisältää myös toteutusta ja sitä että avainasemassa olevat ideat säilyttävät eheydensä läpi koko prosessin. Muotoilijoiden täytyy olla mukana koko muutosprosessin ajan, tarjoten jatkuvaa asiantuntijuutta ja palautetta, jotta voidaan tunnistaa, testata ja toteuttaa kestäviä ratkaisuja.

(What is Strategic Design, s.a.)

Yleensä ei ole riittävää, että nähdään lopputulema tai haluttu visio selvästi. John Adair kertoo kirjassaan Strategic Leadership, että pitkän tähtäimen tavoitteet on muutettava keskipitkiksi tai lyhyen tähtäimen tavoitteiksi jotka on helpompi saavuttaa. Näitä ovat esimerkiksi toimintasuunnitelmat, strategiset vaihtoehdot, budjetit tai muut vastaavat, jotka ovat elintärkeitä asioita tekemään halutusta visiosta todellisuutta. Lyhyen tähtäimen tavoitteet ja pitkät tavoitteet on oltava selvillä ja tavoiteltuja yrityksen jokaisella tasolla. Strategisen ajattelun täytyy olla strategisen suunnitelman keskiössä. Muuten se muuntuu strategiseksi päiväuneksi. (Adair 2010, 57).

'a plan is very good basis for changing your mind, when it comes to strategic planning, keep the plan as simple as possible, so that it can easily be modified if circumstances demand it.' (Adair 2010, 59).

4. SAVONIA INNOVATIIVISENA ORGANISAATIONA

Luvussa neljä käsittelen Savoniaa innovatiivisena organisaationa: miten innovaatio Savoniassa määritellään, kuinka innovaatioita toteutetaan, mitkä ovat yleisimmät ongelma-alueet innovaatiotoiminnassa opiskelijan näkökulmasta ja kuinka innovaatioiden kaupallistamista voitaisiin parantaa. Käsittelen Savoniaa kehittelemäni Yritys - Tuote - Asiakas kaavan avulla.

MYÖS SAVONIALLA ON ASIAKKAAT

Savonia on innovatiivinen organisaatio sillä perusteella, että sen on määrä tuottaa T&K&I (tutkimus, kehitys ja innovaatio) toimintaa paikallisesti alueella jolla se toimii ja lisätä alueen työllisyyttä tuottamalla eri alojen ammattilaisia. Samaan aikaan, samalla tavalla kuin yrityksetkin, myös Savonian tavoitteena on tehdä tuottoa ja olla mahdollisimman kustannustehokas, mikä tarkoittaa sitä, että Savonian on tuotettava tietty määrä opiskelijoita, jotka on saatava valmistumaan ajallaan.

Aion lähteä ajattelemaan asiaa ihmiskeskeisesti ja asiakaslähtöisesti. Kenelle Savonia tuottaa palveluita, miten niitä tuotetaan ja mitä hyötyä niillä halutaan tai pitäisi saavuttaa.

Työ- ja Elinkeinoministeriön linjauksen mukaan myös julkishallinnon palveluita tulisi kehittää innovaatiotoimintaa ja arvonluontia lisäämällä, muotoilun avulla. (Muotoile Suomi, 2013).

Innovaation määrittely Savonia-ammattikorkeakoulussa

- Innovaation oppimista, johon kuuluu uusien **tulkintojen** etsintää, **ongelmien ratkaisua** sekä uusien ratkaisujen **käyttöönottoa**.
- Innovaatio voi olla:
 - Tuoteuudistus tai – parannus (muutos tuotteen ominaisuudessa tai täysin uusi tuote), Palvelu-uudistus tai – parannus. Valmistukseen tai jakeluun liittyvä uudistus tai parannus, Markkinointiuudistus (muutos esim. markkinointikeinoissa, pakkaussuunnittelussa, tuotemuotoilussa tai hinnoittelustrategiassa), Organisaatiouudistus (muutos organisaatorakenteessa, henkilöstön ohjauksessa, päätöksenteossa tai vastuunjaossa, verkostoissa)
 - **Loppukäyttäjäsivakkaalle** innovaatio merkitsee parempaa tuotetta tai palvelua, kustannussäästöä tai helpompaa käytettävyyttä, organisaatioille kilpailukykyä ja yhteiskunnalle kehittämisen instrumenttia.
 - Innovaatio voi olla uusi koko maailmassa, uusi toimialalla tai riittää kun se on **käyttötilanteessaan uusi**. Innovaatio voi olla lähtökohdaltaan teknologinen, organisaatioon liittyvä, sosiaalinen tai institutionaalinen. Innovaatio voi olla pieni uudistus tai radikaali, tai se voi olla säilyttävä tai rakenteita uudistava.
- Parhaimmillaan syntyy **onnistumisen spiraali**, jossa oppiminen ja innovaatioiden toteutus ruokkivat toinen toisiaan.

(Y & I Savoniassa. 2010)

Savonian visio vuodelle 2020 on ”luoda tulevaisuutta ja osaamista vastuullisesti” (Johdon katselmus 2013). Strategiset päämäärät vision toteuttamiseksi ovat tulevaisuuden osaajien ja osaamisen rakentaminen ennakoivalla koulutamisella, opiskelun etenemisen varmistaminen, ammatillinen verkostoituminen ja että osaamista on yli rajojen. Ammattikorkeakouluna Savonian on myös lisättävä elinkeinoelämän kilpailukykyä. Tätä strategiaa toteutetaan turvaamalla TKI toiminnan laatu niin, että se tukee yrittäjyyttä ja edistää innovaatioita ja yritysten kasvua. (Johdon katselmus 2013).

Savonia haluaa myös uudistaa rohkeasti yhteisöään yhteisöllisellä ja vastuullisella toimintakulttuurilla, osaamisen tunnistamisella ja sillä, että johtamisen keskiössä on työn ilo, tuottava työ ja henkilöstön hyvinvointi. Tällä kaikella Savonia rakentaa terveen ja kestävä pohjan taloudelle resurssien kokonaisvaltaisella hallinnalla, kestävillä ja toimivilla tiloilla, sekä hallinnon rakenteiden uudistamisella tehokkuutta lisäävästi. (Johdon katselmus 2013).

Kuulostaa ensi kerran kuultuna hienolta strategialta toteuttaa alueellista, sekä organisaatiollista menestystä. Hetken pyörittelyn jälkeen kuitenkin käy selväksi, että strategia ottaa henkilöstön tarpeet ja tavoitteet vain etäisesti huomioon ja opiskelijat on mainittu ainoastaan kohdassa ”opiskelun etenemisen varmistaminen ja ammatillinen verkostoituminen.” Asiat on esitetty tyyppilliseen hierarkiseen tapaan, mihin organisaation työntekijän tai opiskelijan on erittäin vaikeaa samaistua.

Mistään ei käy ilmi, että mitä opiskelijat koululaitokseltaan haluaisivat. Ongelma on sama lähes kaikissa koulutusorganisaatioissa maan laajuisesti, kuin myös muissakin julkishallinnollisissa palveluissa. Koulutusta tai terveydenhuoltoa ei olisi, jos niillä ei olisi ”asiakkaita”, ihmisiä jotka tuottavat niille niiden tarvitseman sisällön ja oikeuttavat niiden olemassaolon. Julkiset palvelut ovat yhteisöjä varten ja niiden velvollisuuksiin kuuluu vähintäänkin viestiä ja toimia sillä tavalla, että yhteisön on mahdollista samaistua niiden toimintaan. Tästä syystä on ensiarvoisen tärkeää, että palvelut rakennetaan ihmisen ehdoilla eikä tuottavuutta lisätä palvelun käyttäjän kustannuksella.

Esimerkiksi Savonian OIS -hankkeessa, sekä siitä tehdyissä opinnäytetöissä ja opiskelijaprojekteissa on nähtävissä hyvin selvästi sama ongelmakohta, johon OIS jämähtää: missään ei näy aito opiskelijan mielipide.

OIS hankkeesta on tehty jo useita kyselyitä ja selvityksiä, joissa kartoitetaan miten OIS on toteutunut ja onko monialainen työskentely opiskelijoiden mielestä tärkeää, mutta kukaan ei keskity siihen, miten juuri opiskelijat toivoisivat monialaisuutta toteutettavan, ja mitä käytännön haasteita opiskelijat ovat työskentelyssään kohdanneet.

OIS pedagogiikka on tullut suoraan ylhäältä alas, pienen määrätyn ryhmän visiona jota on toteutettu ilman opiskelijoiden jatkuvaa läsnäoloa ja näkemystä päätöksenteossa. OIS –hankkeella on erittäin paljon potentiaalia, mitä ei ole tuotu oikealla tavalla opiskelijoiden tai opettajien tietoon.

Kaukaa katsottuna OISissa on kaikkea mitä opiskelija voi tänä päivänä koulutukseltaan toivoa: opettajat ovat ohjaajia, eivät ehdottomia auktoriteetteja karttakeppeineen, monialaisuutta niin kuin oikealla työpaikalla, aitoja asiakasprojekteja ja tätä kaikkea varten on vielä tarkoituksenmukaiset, OIS oppimista varten suunnitellut tilat ja mahdollisuus toimia opiskelija-asiantuntijana.

Mikä siis on vialla? Miksi opiskelijoista suurin osa ei ole kuullutkaan OISista (Salmela, 2012) ja miksi se on jo melkein kirosana niille, jotka siitä tietävät? Syynä tähän ilmiöön on se, että OIS asenne on tullut suoraan ylhäältä alaspäin. Opettajat eivät halua ilman kunnollisia perusteluja luopua vallastaan tiedonhaltijoina, ja opiskelijat uskovat, että OIS on jotain joka velvoittaa heitä tekemään vielä lisää töitä. OISissa ongelmana on, että ei sisäistetä opettajan muuttuvaa roolia ohjaajana, ja sitä, että myös opiskelija voi olla asiantuntija. Yhteisön täytyy pystyä tasapuolisesti tunnustamaan ja tunnistamaan osaamisen keskuudessaan ja hyödyntämään sitä.

OIS

- OIS oppiminen kyseenalaistaa perinteiset opettaja-opiskelija asemat opetuksessa. Opiskelijat ovat keskeisessä asemassa omaa osaamistaan ja asiantuntijuuttaan jakavina vastuullisina toimijoina ja opettajat ovat oppimisprosessin mahdollistajina ja tukijoina.
- Keskeisintä OIS opintojen onnistumisessa on sekä opettajan että opiskelijan motivaatio ja valmiudet toteuttaa aitoja toimeksiantoja työelämän kanssa
- Opiskelijaryhmien monialaisuus ja yhdessä toimiminen on oleennaista opintojakson tavoitteiden saavuttamisessa.
- Työelämän toimijoiden ja opiskelijoiden välisellä yhteistyöllä ja oikeilla toimeksiantoilla ja asiakaslähtöisyydellä on suuri merkitys opiskelijan oppimiskokemukseen.
- Opintojakson etukäteisvalmistelulla, informoinnilla ja aikataulutuksella on tärkeä merkitys OIS- periaatteiden toteutumisessa.
- OIS- periaatteiden toteutumista edistävät tarkoituksenmukaiset tilat.
- Opinnot tuottavat erityisesti opiskelijalle projektiosaamisen ja yhteiskunnallisen vaikuttamisen valmiuksia, jotka ovat keskeisiä työelämäkompetensseja ja tärkeitä yhteiskuntavastuun kantamisessa.

(Tutkijaseminaari, 2012)

Tällä hetkellä opiskelijat edelleen kuuntelevat ja opettajat opettavat, vaikka jokaisen pitäisi pystyä tunnustamaan se tosiasia, että tänä päivänä kaikki on käyttäjälähtöistä ja interaktiivista.

Nussbaum puhuu kirjassaan Creative Intelligence siitä, kuinka ihmiset tulee osallistaa prosessiin. Jokaisella on todistettavasti valtava halu kuluttaa informaatiota, tuottaa siihen itse lisää sisältöä ja säilöä se talteen. Siksi en näe mitään syytä sille, miksi oppimisen tulisi olla vain vastaanottavaa passiivista toimintaa, kun se voisi olla niin paljon enemmän. (Nussbaum 2013).

Myös OIS –hankkeen selviytymis- ja leviämismahdollisuuksia olisi varmasti lisännyt onnistunut muotoilujohtaminen, missä keskeisinä asioina ovat joustava kommunikointi, selkeät yksinkertaiset säännöt, selkeät tavoitteet ja se, että kaikesta asiaan liittyvästä on visuaalinen ohjeisto: kuinka toimitaan missäkin tilanteessa. Ohjeisto olisi jaettu kaikille ja olisi kaikkien saatavilla koko ajan yrityksen intranetissä. Kaikki asiat pidetään ihmisen läheisenä ja kokoisena, käyttäjakeskeisenä toimintana. (Dickinson & Svensen 2000, 85).

Käyttäjakeskeisyydellä tässä kohtaa tarkoitan sitä, että koulu on täysin opiskelijoidensa summa, joten opiskelijat ovat se käyttäjäkunta joka täytyy saada kiinnostumaan, ja joiden kautta uusia linjauksia on työstettävä. Kuten muotoilussakin, otetaan asia käsittelyyn käyttäjälähtöisesti ja suunnitellaan käyttäjiä varten sopivat palvelut ja tuotteet koulutuksen sisällä, muuten kaikesta tahtoo tulla vähän kuin herätysliikettä.

Siksi, niinkuin Alf Rehn kirjassaan myös esittää, organisaatioiden täytyy huolehtia myös siitä, että ne entistä luovempaa ja uudistunutta kulttuuria rakentaessaan myös tekevät työtä luodakseen sellaisen rakenteen joka huolehtii siitä, että käynnistyvät prosessit saavat tukea. Tämä vie organisaation intohimoisen ideoiden tuottamisen tuolle puolelle. Yksi tämän tuen nimistä on päivänselvästi johtaminen. (Rehn 2010, 157).

Eräänlaisena herätysliikkeenä näen myös Savonian OIS hankkeenkin.

On saatu hyvä idea, jossa on osittain inspiroiduttu maailmantilan muutoksesta ja toisaalta ollaan hereillä tämän päivän työelämän tarpeista. Mutta kuten herätysliikkeetkin, se on jäänyt suhteellisen pienen ryhmän tietoon, eikä sitä ole missään vaiheessa oikeasti markkinoitu opiskelijoille tai opetushenkilökunnalle.

Uuden työskentelytavan tuominen yhteisöön edellyttää sen tehokasta markkinointia kohdeyleisölle, ja ennen kaikkea on tehtävä selväksi, mitkä ovat ne hyödyt, mitä siitä seuraa. Ei kukaan osta sikaa säkissä vaikka kuinka vakuuteli, että se tulee ratkaisemaan kaikki ongelmat, kertomatta siitä kuitenkaan mitään käyttökelpoista, samaistuttavaa informaatiota.

Siksi näen että OIS hanke on jo hiipumassa, ennen kuin se ehtii edes kunnolla oikeasti alkaa, ellei pystytä pikaisesti tekemään radikaalia korjausliikettä, jolla siitä saadaan luotua koko Savonian yhteinen ajattelu- ja toimintatapa, jollaiseksi se oli alunperin tarkoitettu.

Hankkeen kannalta tärkeintä olisi ollut lanseerata se hankevuosien aikana kunnollisesti yhteisöön, ja kun hanke on ohi, jatkaa työskentelytavan vakiinnuttamista yleiseksi asenteeksi työnteekoon.

4.1 TIEDOSTETAAN ORGANISAATION TUOTTEET

Asiaa voidaan lähteä pilkkomaan muutamalla eri tavalla, mutta tässä kohtaa ottaa näkökulmakseni systeemisemmän lähestymistavan ja alkaa paloittelemaan Savonian koulutusta osiin asiakaskeksien systeemin näkökulmasta.

Tuotemuotoilijana ajattelen luontaisesti mahdollisuuksien ja tuoteinnovaatioiden kautta. Savonian tuotanto on pilkottavissa erilaisiin osajärjestelmiin, esimerkiksi yritys-tuote-asiakas – kaavalla. Tällöin saadaan kolme erilaista ketjua joiden kautta voidaan alkaa todentamaan systeemin rakennetta ja parantamaan tuotetarjontaa ja takaamaan asiakastytyväisyys.



(Kuva: 8. Savonian tuotteet. Ahonen, L. 2013)

Kohdassa 1 Savonian tuote, eli koulutus ja koulutustarjonta on sellaisessa muodossa, että se ottaa huomioon asiakkaansa, eli uudet opiskelijat ja opiskelijoiden hankinnan. Ei siis riitä, että Savoniassa parannetaan sen hetken sisäisiä järjestelmiä kohtaamaan sen hetken opiskelijoiden ja henkilökunnan tarpeet ja toiveet. On kyettävä ajattelemaan myös tulevaisuuteen ja kohdattava ”uuden yleisön”, eli uuden sukupolven tulevien opiskelijoiden vaatimukset ja tarpeet, sekä kyettävä vastaamaan työskentelykulttuurin jatkuvaan muutokseen.

Kohdassa 2 kehitetään nimenomaan opiskelijoiden kompetensseja ja työelämätaitoja. Savonian on pystyttävä tarjoamaan puitteet opiskelijoiden kasvulle kohti ammattilaisuutta ja alueellista tuottavuutta. Uusimalla koulutusta entistä monialaisemmaksi ja työelämäkeskeisemmäksi on mahdollista saavuttaa ammatillisia kompetensseja, joiden avulla työllistyminen omalle alalle on todennäköisempää ja opiskelijoiden motivaatio opintojaan kohtaan säilyy ja lisääntyy. Savonian kaltaisen koulutusorganisaation on kyettävä antamaan opiskelijoille sellainen ympäristö, jossa on mahdollista kasvaa itsenäisesti osana monialaista ryhmää, ja samalla oppia sekä itsestään että muista. On pystyttävä kasvattamaan monialaisten itsenäisten ryhmien positiivista anarkiaa, jotta saadaan aikaan henkistä kasvua ja pääomaa, jolla luodaan aitoja tulevaisuuden innovaatioita.

Kohdassa 3 panostetaan erityisesti projekteihin, niiden laatuun ja määrään. Hyvin johdettujen ja loppuun asti vietyjen projektien on tässä kohtaa tarkoitus olla Savonian tuote, jonka tavoitteena on tuottaa mahdollisimman paljon innovaatioita, ja myös samalla innovaatioiden kautta saamansa huomion (media) kautta myös markkinoida Savonialaisuutta mahdollisille uusille opiskelijoille.

Projektien määrää ja niihin sisällytettyä osaamista voidaan lisätä esimerkiksi aktiivisella yrityskontaktoinnilla (esimerkiksi yritysvierailuilla). Tällöin opiskelijat saavat konkreettisen tunnun aitoon työelämään tietyn yrityksen näkökulmasta. Lisäksi voidaan muuttaa asenteita esimerkiksi yrittäjyyttä kohtaan olemalla opiskelijoiden kanssa projektien yhteydessä suoraan kontaktissa yrityksen ja yrittäjän kanssa. Tällöin yrittäjä voi jakaa tarinansa ja kokemustaan opiskelijoille ja antaa konkreettisen kuvan työelämästä.

Tällä hetkellä tällainen toimintatapa on käytössä ainoastaan Savonian yTiimissä, missä yrittäjät vierailevat kertomassa oman tarinansa. Tämä on huomattavasti lisännyt opiskelijoiden sisäistä yrittäjyyttä, ja vaikuttanut positiivisesti lisäämällä opiskelijoiden aktiivisuutta ja toimeliaisuutta elämänsä muillakin osa-alueilla. Tarkoituksena ei siis ole kääntää jokaista opiskelijaa yrittäjäksi, vaan tartuttaa yrittäjämäinen elämänsänsä opiskelijoihin. Tämä vaikuttaa myös olennaisesti opiskelijoiden motivaatioon.

Koulutukseen kaivataan toimintamallia, jolla opetuskuulttuuri muutetaan oppimiskulttuuriksi, missä eri alojen yhdistäminen ihan oikeasti toimiviksi ja hyvin johdetuiksi tiimeiksi on mahdollista, ja jossa osaaminen oikeasti tunnustetaan ja valjastetaan tiimin tai yhteisön käyttöön. Näin opiskelijat saavat lisää motivaatiota tekemiseen ja monialaisten asiakasprojektien kautta käytännön kosketuksen omaan todelliseen osaamiseensa ja rooliinsa työelämässä. Käytännön kautta tekeminen myös lisää opiskelun mielekkyyttä, eikä tee siitä liian raskasta.

Tässä vaiheessa päästään takaisin yrittäjähenkisyyteen. Työelämän kriteereinä on oma-aloitteisuus ja kyky luoda uutta ja ajatella eri tavalla, ja tämä käyttäytymismalli pitäisi saada istutettua opiskelijoihin viimeistään ammattikorkeakoulussa.

4.2 TUOTTEISTAMINEN – IDEAT INNOVAATIOIKSI

Liikkeenjohdon gurun, Tom Petersin resepti menestykseen:
testaa nopeasti, epäonnistu nopeasti, korjaa nopeasti.
(Solatie & Mäkeläinen 2009, 84).

Ideat on saatava tuotantoon mahdollisimman nopeasti. Tarvitaan toimintamalli, joka takaa nopean testauksen, nopean epäonnistumisen, nopean korjauksen ja oppimisen. Mitä aikaisemmassa vaiheessa ideat ja tuotokset testataan, sitä pienemmät ovat epäonnistumisista koituvat kustannukset. Tuotteistaminen ja markkinoinnin suunnittelu on aloitettava heti, mielellään jo samaan aikaan kun ensimmäisiä ideoita aletaan testaamaan. Muussa tapauksessa kilpailijat ajavat ohi. Savoniassa on muutama esimerkki tällaisista projekteista, joissa on tuotettu jotain aidosti uutta, tai muuten yhteiskuntaa hyödyttävää, mutta heikon markkinoinnin ja tuotteistamisen takia ovat

Ajatellaan usein että yksilöt ovat luovia,
mutta todellista luovuutta esiintyy silloin kun ihmiset toimivat yhdessä
ympäristön kanssa ja yhteisössä.

(Johansson 2005, 32).

jääneet vain kertakonsepteiksi tai lähes valmiiksi tuotteiksi ilman kohdeyleisöä.

Esimerkiksi Suupirssi on jäänyt ainoaksi, eräänlaiseksi esittelykonseptiksi, koska ei ole ketään tekemässä siitä liiketoimintaa. Suupirssin kaltaiselle konseptille varmasti olisi laajatin markkinat myös Suomen ulkopuolella, sillä konsepti on hyvin tehty ja vastaavanlaisia terveydenhuollon menetelmiä on maailmalla vielä suhteellisen vähän.

Sama tapahtui ambulanssisimulaattori projektille, josta vastaava toisella paikakunnalla tehty konsepti sai mediahuomiota. Vuodessa olisi keretty niin hyvillä konsepteilla jo tuottamaan paljon sekä saamaan paljon näkyvyyttä. Tällä hetkellä on heitelty ideoita siitä, että Savoniassa aiotaan tuottaa niin hyviä uutuustuotteita ja projekteja, että ne automaattisesti saavat median huomion. Valitettavasti hyväkään projekti, niinkuin hyväkään idea ei merkitse vielä mitään ennen kuin sen joku ”myy” eteenpäin. Tilanne on tällä hetkellä se, että projekteja on, ja hyviä projekteja on paljon, tarvitaan siis vain ihmisiä, jotka tekevät ideoista liiketoimintaa. Esimerkiksi Savonian liiketalouden puolella tällaiseen toimintaan on enemmän kuin tarpeeksi tekijöitä ja edellytyksiä.

Tuoteidean innovaatioksi muuttaneelle henkilölle tai ryhmälle on myös annettava siitä kuuluva kunnia. Tehokkain tapa ratkaista innovaatiotoiminnan palkitsemisysteemin haasteet, on siirtää palkitsevuuden painopistettä kohti innovaation toteuttamista ja kaupallistamista. Henkilöt, joiden rooli idean toteuttamisessa ja kaupallistamisessa on merkittävä, tulee palkita yhtä hyvin kuin idean keksijäkin. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 53). On myös tehtävä selväksi, että ideoiden toteuttamatta jättäminen on kaikkein suurin epäonnistuminen.

Koulutusteemojen mukaan myös projektien ja innovaatioiden johtaminen Savoniassa voisi olla kolmannen ja neljännen vuosikurssin opiskelijoiden vastuulla, opettajien ohjauksessa. Näin myös asiantuntijuus ja hiljainen tieto saadaan siirrettyä vuosikursilta toiselle. (Kuva x: Innovaation tuottajaksi kasvamisen portaatt).

Ihminen on luontaisesti halukas kasvamaan ja olemaan aktiivinen. Ympäristön täytyy vastata tähän tarpeeseen tai muuten sisäinen motivaatio tukahtuu.



(Kuva: 9: Innovaation tuottajaksi kasvamisen portaatt. Ahonen, L. 2013. Mukaillen: Iire, A. Y & I Savoniassa. 2010).

It's only the future if it can't be made
-Ross Lovegrove



5. MUOTOILUN MAHDOLLI- SUUDET YRITYKSESSÄ

Muotoiluajattelu (Design Thinking) keskittyy kokonaisvaltaiseen asioiden käsittelyyn. Muotoilusta on tullut suuren kuvan (big picture) hahmottamista. Muotoilun yhdistäminen organisaation strategiaan ja joka tasolle takaa, että sen hyödyistä otetaan kaikki mahdollinen irti.

Muotoiluajattelu (design thinking) on Thomas Lockwoodin mukaan ihmiskeskeinen innovaatioprosessi, joka keskittyy tarkkailuun, yhteistyöhön, nopeaan oppimiseen, ideoiden visualisointiin, nopeaan konseptien prototypointiin sekä sen hetkiseen yritysanalyysiin, mitkä lopulta vaikuttavat innovaatioon ja yritysstrategiaan. (Lockwood 2009, esipuhe).

Muotoilulla saadaan yhteys käyttäjiin, eli tässä tapauksessa opiskelijoihin. Paras tapa tehdä se, on mennä opiskelijoiden keskuuteen ja ottaa heidät mukaan päätöksentekoon, niinkuin tuotesuunnitteluprosessissa yleensä. Muotoiluajattelu on osa alkupään suunnittelua ja testausta, sekä kohderyhmän tarpeiden tunnistamista, strateginen muotoilu taas voidaan nähdä onnistuneen muotoiluajattelun ja muotoilujohtamisen tuloksena (Lockwood 2009, esipuhe).

5.1 BUSINESS DESIGN



From products to
business models.

Business design, eli yritysmuotoilu, on termi joka alkoi vähitellen muodostumaan tätä työtä tehdessä. Internet haulla (mikä on ainoa tapa tänä päivänä saada ajantasaista tietoa) tuli kyllä tuloksia, mutta ei juuri sitä, mitä kaipasin. Toisinsanoen genreä business design en ole vielä löytänyt tällaisessa muodossa, miten minä sitä käsittelen.

Business designilla tarkoitan tapaa tarkastella organisaation prosesseja teollisen muotoilun näkökulmasta niin, että tavoitteena on saavuttaa kilpailuetua ja innovaatioita.

Tässä yhteydessä käytän termiä business design tapana nähdä organisaation hierarkia ja rakenne tuotemuotoilun näkökulmasta, missä muotoilun metodeilla (menetelmillä) uudelleen muotoillaan yrityksen rakenteita inhimillisempään muotoon: helpommin ymmärrettävämmäksi, tehokkaammaksi ja kestävämmäksi rakenteeksi, jolla on mahdollista saavuttaa organisaation toiminnallinen taso, jolla yksittäiset ryhmät ja yksiköt toimivat yhteistyössä

tavoin, joilla on mahdollista nopealla prototypoinnilla tuottaa ja testata mahdollisimman suuri määrä innovaatioita mahdollisimman lyhyessä ajassa. Ja vielä niin, että työntekijät tuntevat olevansa tärkeitä, että heidän mielipiteellään on väliä, että työilmapiiri on rento, työssä koettu stressi on positiivista ja ilmapiiri on kasvattava ja positiivisesti itseään ruokkiva systeemi.

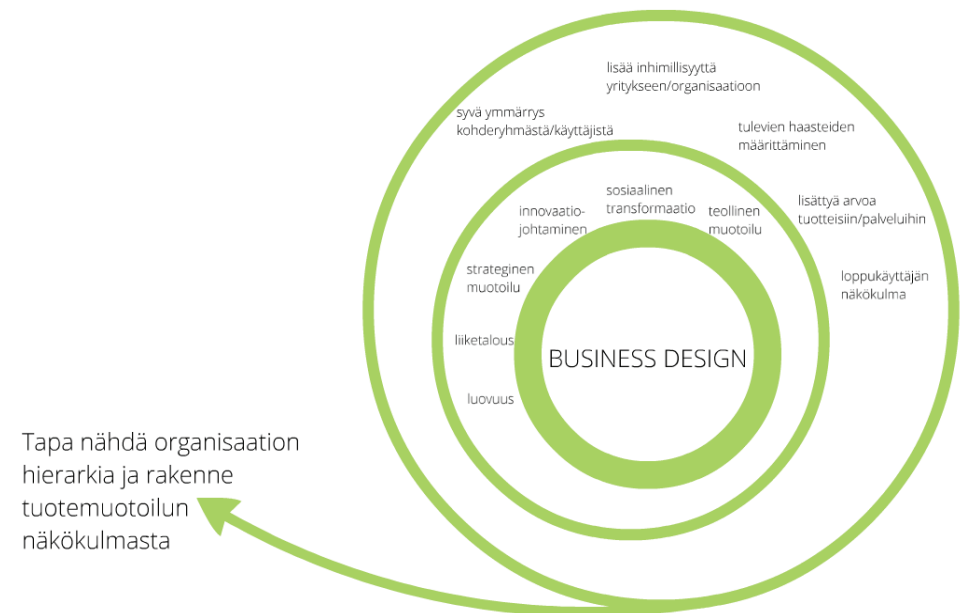
Business designissa yhdistyy teollinen muotoilu, strateginen muotoilu, innovaatiojohtaminen, liiketalous, luovuus ja sosiaalinen transformaatio. Eli business design on jotain, mihin yritän kiteyttää kaiken oppimani ja olen oppinut, että tällaiselle tietotaidolle olisi myös tilausta tämän päivän maailmassa, missä muotoilu on nostettu muunmuassa Suomen uudeksi kansalliseksi strategiaksi.

Muotoilijan työnkuvaan kuuluu yhä enemmän laajojen kontekstien hahmottaminen: kokonaisuuksien hallitseminen, sillä maailmamme on muuttunut huimaa vauhtia informaatiopainotteiseksi pienten tieto- ja data yhteisöjen verkostoksi, missä globalisaatio ei enää tarkoita samaa raskasta rahtilaivareittia mannerten välillä.

Yhä useammat konseptit ja innovaatiot ovat ulkomuodoltaan hyvin vaatimattomia, yksinkertaisia, ja sisällöltään täynnä käyttäjädataa ja informaatiota. Käyttöliittymät sisältävät uskomattoman paljon näkymättömiä toimintoja, mutta myös ovat muotoilultaan entistä yksinkertaisempia. Web developer (koodaaja) tuntuu olevan tämän päivän kaivatuin työntekijä työpaikkailmoitusten perusteella.

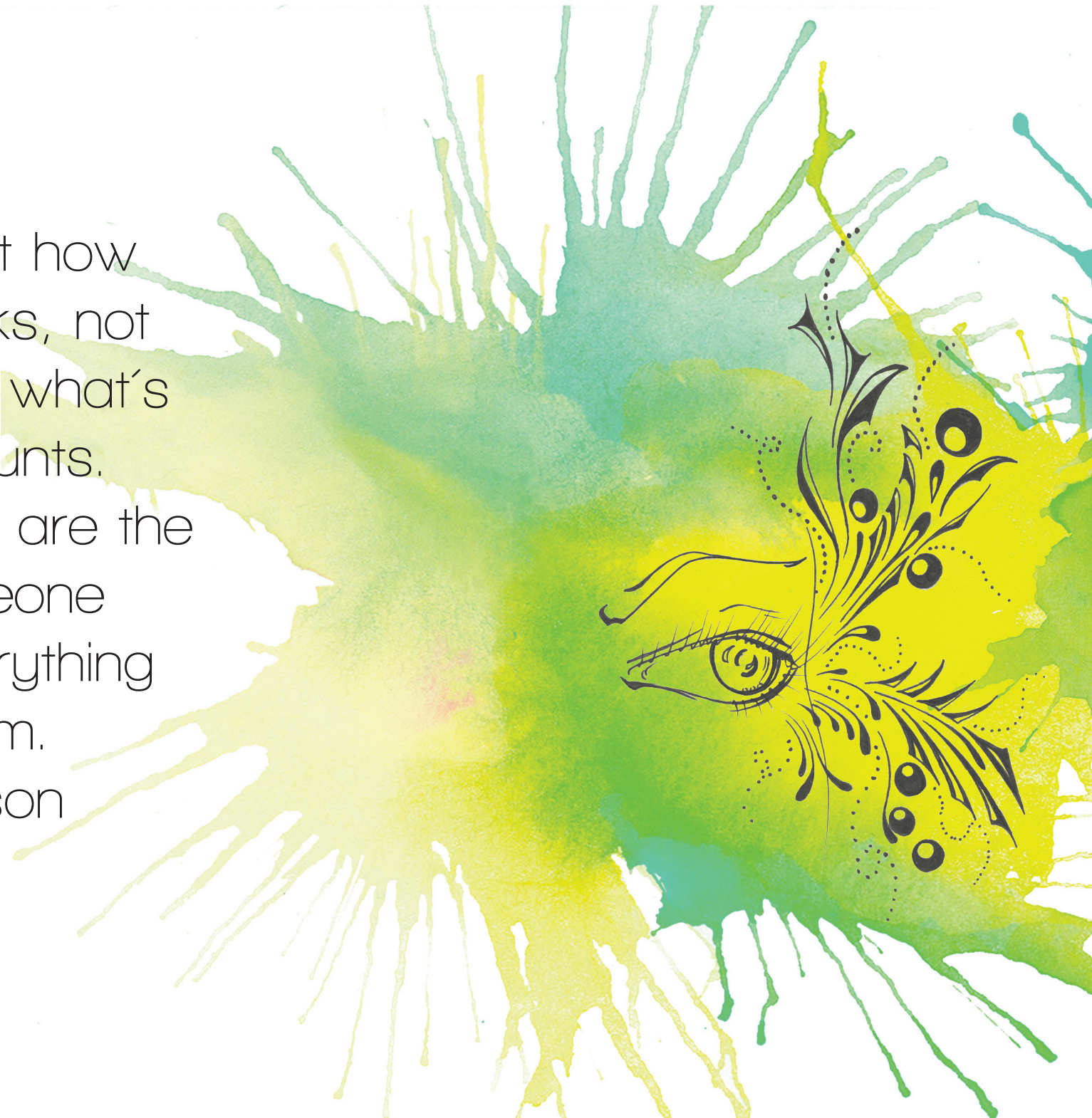
Työn luonne ja ihmisten välisen kanssakäymisen luonne on muuttunut rajusti nykuteknologian vaikutuksesta, jolloin yritystenkin on pystyttävä toimimaan joustavasti, hallitsemaan kokonaisuuksia yksittäisten komponenttien sijaan ja oltava ihmiskeskeisiä. Yritysten on myös palkattava riveihinsä ihmisiä, joilla on kykyä nähdä asiayhteyksien läpi. Henkilöitä, jotka ovat ennen kaikkea verkostopelaajia, ja jotka tuntevat sosiaalisten verkostojen vaikutusvallan ja pystyvät radikaaliin luovaan ajatteluun ja kriittiseen kyseenalaistamiseen (kerettiläiset ja creative destruction).

Yritysmuotoilulla (business design) saadaan syvä ymmärrys kohderyhmästä, käyttäjistä. Tällä tavoin pystytään etukäteen määrittämään tulevat haasteet loppukäyttäjän näkökulmasta, sekä tuomaan inhimillisyyttä yritykseen tai organisaatioon ja sen tuotteisiin tai palveluihin. Hyvällä kohderyhmän tuntemisella voidaan luoda nopeita prototyyppisiä ja testata niitä yhdessä käyttäjien kanssa ja vastata olemassa oleviin, mutta tiedostamattomiin tarpeisiin. On tärkeitä, että yrityksessä tai organisaatiossa pystytään tässä vaiheessa näkemään sen yli, mitä nyt on, ja keskittymään siihen, mitä voisi olla. Tässä erityisesti muotoilijoiden apu on tärkeää, sillä heillä on keinot ja työvälineet kartoittaa tulevaisuutta ja orastavia tarpeita. Yrityksen sisäisesti seuraavassa vaiheessa voidaan yhdistää laajempia konsepteja osaksi yrityksen strategiaa yhdessä muotoilun kanssa, jolloin kokonaisuus palvelee yrityksen visiota, työntekijöitä, sekä asiakkaita.



(Kuva: 11. Business Design. Ahonen, L. 2013)

Design is about how
something works, not
how it looks. It's what's
inside that counts.
The best designs are the
result of someone
questioning everything
around them.
-James Dyson



5.2 CREATIVE DESTRUCTION

Creative destruction, kaikki luova toiminta muuttaa, eli myös tuhoaa. Voimme nähdä luomista vain jos olemme halukkaita ymmärtämään maailman dynamiikkaa.
(Rehn 2010,33).

Yhtenä työkaluna yritysmuotoiluun voidaan ottaa luova ajattelu, eli Creative Destruction organisaation sisällä. Muotoilijoilla on paljon mahdollisuuksia käyttää monipuolisia taitojaan yritysmuotoilun kaltaisiin suurempiin kokonaisuuksiin. Muotoilu kun on kuitenkin parhaimmillaan liiketalouden keskiössä. Sillä saadaan aikaan uskomattomia strategisia saavutuksia, ja yhdistettynä tekniikan alaan heti jo ensimmäisestä hetkestä lähtien, on loistokaava jo valmis.

Kun otetaan organisaation keskeiseksi työkaluksi muotoilujohtaminen ja muotoilija johtamassa innovaatioprosesseja, tuotetaan luovaa johtamista jolla saavutetaan creative destruction –tila eli luovan tuhoamisen tila, jolloin rakentavaa palautetta ja uutta luovaa ajattelua tuodaan jatkuvasti sisään organisaatioon. Tämä tosin edellyttää sitä, että on pystyttävä näkemään se hyöty, mikä tulee luovasta toisinajattelijasta organisaatiossa, ja mielellään niin, että monilla eri organisaation tasoilla on useita luovia henkilöitä toimimassa yhtäaikaan. Heitä kuljetettaisiin aktiivisesti mukana kaikissa päätöksentekoon liittyvissä palavereissa ja tilaisuuksissa tuomassa uutta, rajoja rikkovaa näkökulmaa käsillä oleviin asioihin.

Muotoilijan sosiaaliset taidot ja verkostoitumiskyky takaa sen, että hän pääsee tilanteisiin käsiksi, mihin moni muu jättäisi tarttumatta. Ihmiskeskeiset lähestymistavat prosesseihin ja niiden jäsentelyyn takaa sen, että muotoilulla

aikaan saatu luova tuhoaminen palvelee yhteisön yhteistä hyvää ja ajaa yhteisiä tavoitteita. Ja se mikä on kaikille yhteisesti hyvää ja tuottavaa, myös kannustaa lisää ihmisiä olemaan siinä mukana.

Yritys jonka tiedetään pyrkivän jatkuvasti kohti parempaa kerää myös osaaavimman henkilökunnan. Ihmiset haluavat kuulua voittajien joukkoon.
(Solatie & Mäkeläinen 2009. 40).

Näin organisaatiosta itsestään tulee jo houkutteleva ja se alkaa automaattisesti tehostaa toimintaansa keräämällä riveihinsä yhä osaavampaa henkilökuntaa. Kun organisaatio on eteenpäinmenevä ja sillä on tavoitteet korkealla, se mahdollistaa yhä osaavamman henkilökunnan omien taitojen reflektoinnin organisaation yleisosaamisen ja asenteen kautta.

Luova tuhoaja, muotoilija, tällöin näkee johtajan tai johtoryhmän intressien läpi ultimaattisen mahdollisuuden tavoitteen taustalla.

Luovaan tuhoamiseen voidaan myös liittää alojen välisten raja-aitojen kaataminen.

Esimerkiksi Savoniassa voisi liiketalouden yhteydessä opettaa opiskelijoille graafista suunnittelua, jotta heillä olisi paremmat edellytykset luoda ja ottaa kantaa yrityskuvan suunnitteluun. Muotoilu ja tekniikka pitäisi yhdistää tuotekehityksessä kiinteästi toisiinsa jo heti projektin alusta saakka, jolloin muotoilulla pystyttäisiin vaikuttamaan myös tuotteen rakenteellisiin ratkaisuihin. Lisäksi myös muu alojen välillä rajoja rikkova toiminta, mikä kasvattaa opiskelijoiden luovuutta, sekä ymmärrystä omista taidoista sekä osaamisesta tulisi ottaa käyttöön. Esimerkiksi roolien vaihtaminen monialaisten ryhmien sisällä. Näin saadaan opiskelijat näkemään oma osaamisalueensa toisten kautta ja oppimaan uutta sekä itsestään, että muista ja lisäksi toimimaan paremmin omalla alallaan.

Luova tuhoaminen vaatii paljon organisaatiolta ja sen työntekijöiltä: jokaisen on pystyttävä irtaantumaan ajattelusta, että asiat voivat olla kiveenkirjoitettuja ja pysyviä, on kyettävä muutokseen ja hyväksyttävä se tosiseikka, että mikään organisaatiossa, tässä nopeasti muuttuvassa maailmassa ei ole korvaamatonta.

Nussbaum puhuu kirjassaan Indie Capitalismista, eli siitä, kuinka talous, jota pyörittävät passiiviset kuluttajat on korvautumassa taloudella, jota pyörittävät ihmiset, jotka luovat arvoa yrityksille heidän jokapäiväisillä teoillaan ja käyttäytymisellään. Eli siis osallistamalla kuluttaja tuotteen kokonaisuuteen, tuotteen kehityksestä käyttöönottoon ja käytöstä poistamiseen saadaan kuluttajadataa, jolla voidaan edelleen luoda lisää arvoa tuotteeseen. (Nussbaum 2013, 237). Miksei siis myös organisaation, esimerkiksi Savonian sisäisesti olisi mahdollista ottaa käyttöön menetelmiä, joilla osallistetaan työntekijät ja opiskelijat Savonian toimintaan. Jatkuva keskusteleva organisaation rakenne aina johtoportaan yksittäisiin opiskelijaryhmiin saakka antaa mahdollisuuden nopeaan tiedonkeräykseen, ideoiden tuottamiseen ja testaamiseen, mikä johtaa organisaation nopeampaan kykyyn reagoida muutoksiin, niin sisäisiin kuin ulkoisiinkin. Tähän avuksi on syytä ottaa luovia toisinajattelijoita, organisaation kerettiläisiä.

TOISINAJATTELIJAT (KERETILÄISET)

Organisaatiossa voidaan toteuttaa tehokkaasti luovaa tuhoamista, jos sinne on palkattu juurikin tätä tarkoitusta varten toisinajattelijoita: yrityksen kerettiläisiä, joilla on vahva visio ja näkemys, sekä taitoa panna alulle ideoita. Eli kyssä on toiminnallinen toisinajattelija.

Siksi uskon että maailmaan mahtuu paljon enemmän kerettiläisiä, ihmisiä, jotka eivät suostu hyväksymään asioita nykyisellään. Ihmisiä, jotka ovat valmiita epäilemään asioiden legitimitettä ja ihmisiä, jotka eivät ole valmiita hyväksymään tilannetta. Niin paljon asioita nostetaan esille valmiina totuuksina, uusina ikuisina totuuksina, että yritysten pitää pian palkata ammattimaisia kerettiläisiä. ...Kaikki totuudet tarvitsevat kerettiläisensä, ihmisen, joka on valmis hyökkäämään varmana ja ilmiselvänä pidettyä vastaan. Heitä ei tarvita sabotoimaan vaan siksi, että kaikki kehitys vaatii meitä uhraamaan jotain ja sitten ottamaan vastaan paljonkin iskuja seurattessamme miten aiempia järjestelmiä romutetaan. Ei ole olemassa taloutta ilman tuhoa ja usko siihen, että meillä olisi taloudesta varma totuus, osoittaa vain sen, että emme ymmärrä kokonaisuuden toimintaa. Kerettiläiset eivät ole tärkeitä siksi että heidän vastaan hangoittelevat väitteensä pitäisivät paremmin paikkaansa kuin aiempien totuudentorvien sanat, vaan siksi että he pystyvät järkyttämään järjestelmän tasapainoa ja tuomaan siihen epävarmuutta, mihin kaikenlainen arvon luominen perustuu.
(Rehn, A. 2010,163).

Toisinajattelija palkataan juurikin sen tähden, että hän on erilainen ja varma omista taidoistaan ja näkemystään. Hänet palkataan siksi, että hän on toisella tavalla ajatteleva. Ihmisillä on luontainen taipumus palkata ihmisiä, jotka muistuttavat heitä itsestään. Tällaisesta taipumuksesta olisi päästävä eroon, jos halutaan että organisaatio on innovatiivinen ja eteenpäin menevä. Toisinajattelijoiden sisällyttämisellä organisaatioon osoitetaan, että uskalletaan antautua mahdollisuudelle nähdä asiat toisin ja että ollaan tarpeeksi rohkeita ja avoimia sille, että annetaan toisinajattelijan liikkua organisaation sisällä kysymässä kysymyksiä. Toisinajattelija on tarpeellinen jatkuvan kehityksen kannalta. Hän löytää uusia kanavia ja toimii joka tasolla.

Jo se että joku on erilainen kuin useimmat ympäristönsä ihmiset, saa hänet ajattelemaan muita avoimemmin, monisäikeisemmin ja ehkä jopa kapinahenkisemmin. Tällainen ihminen on alttiimpi kyseenalaistamaan perinteitä -ja etsimään vastauksia sieltä mistä toisille ei ehkä tule mieleenkään etsiä niitä.
(Johansson 2005.73).

Yksi tapa saada toisinajattelijoina ja luovaa tuhoamista organisaatioon, on palkata ihmisiä, joita organisaatio ei vielä tarvitse. Saattaa kuulostaa alkuun merkilliseltä neuvolta, mutta ihmiset tuovat organisaatioon jotain uutta paljon todennäköisemmin silloin, kun heitä ei palkata johonkin tiettyyn, vakiintuneeseen tehtävään. Jos he ovat motivoituneita ja sitoutuneita, he löytävät kyllä omien taitojensa ja organisaation tarpeiden välimaastoja. (Johansson 2005, 119).

Eli tässä kohtaa etsitään katalyyttia prosessien välillä: innovaattoreita. Sellaisia ihmisiä, jotka eivät uraudu vaan näkevät organisaation systeeminä, jota tulee kehittää. He ovat yrityksen sisältä päin tuleva näkemys ja voima, joka pistää jatkuvasti reflektoimaan yrityksen toimintaa sen jokaisella tasolla. Toisinajattelijana on sisäinen tarkkailija, joka ei arkaile sanoa mielipidettään, ja jolla on vahva visio asioista ja kykyä luovuuteen ja tunnistaa innovaatiot. Vahva tiimipelaaja, jolla on näkemys.

Given that people's behaviour varies with the environment, it follows that shaping that environment through design can potentially change how people behave.

-Naoto Fukasawa



5.3 SOSIAALINEN TRANSFORMAATIO

Sosiaalinen transformaatio muodostuu viidestä tasosta, missä kommunikatio ajaa, sekä ohjaa kaikkia tapahtuvia asioita ja vaikuttaa kaikkeen. Sosiaalinen transformaatio vaatii erittäin hyvin toimivan tiimiin muodostumisen, sekä sen, että ryhmä pystyy toteuttamaan aikaansaamansa tuotokset. Todellinen sosiaalinen transformaatio on tapahtunut, kun ryhmä saavuttaa jotain todella merkittävää, mikä vaikuttaa kokonaisuun verkostoihin heidän ympärillään. Yhteiskunnan, organisaation ja yksilön muutos tapahtuu kommunikaation seurauksena.

SOSIAALISEN TRANSFORMAATION TASOT

Nämä ryhmät oppivat, jakavat, tekevät yhteistyötä ja muodostavat tavoitteita luodakseen edistystä.

Vaadittavat 5 ryhmädynamiikan tasoa sosiaalisessa verkostoitumisessa:

1. *Forming (Muodostaminen)*: Sosiaalisen ryhmän muodostamisen ensimmäisessä vaiheessa tapahtuu ryhmän muodostuminen. Yksilön tai ryhmän käyttäytymistä ohjaa tarve osallistua sillä hetkellä käsillä olevaan keskusteluun tai ongelman ratkaisuun. Kun ihmiset alkavat löytää ongelman, ensimmäinen vaihe kuvastaa oppimista, innostusta ja jossain määrin myös hämmennystä. Minkä tahansa ryhmän muodostamisvaihe on hyvin tärkeä, sillä silloin ryhmän oppimisen laatu on kiinni siitä, keneen tai mihin ryhmä valitsee assosioitua oppiakseen.

2. *Storming (ideointi)*: Jokainen ryhmä astuu seuraavaksi ideointi vaiheeseen, missä erilaisia ideoita kilpailutetaan ja arvotetaan. Joissain tapauksissa ideointivaihe voi jäädä lyhyeksi tai päättyä pian, joissain tapauksissa ryhmä ei koskaan pääse ideointivaiheesta eteenpäin.

Ryhmän kypsyys ja tietomäärä yleensä määrittelee siirtykö ryhmä koskaan ideoinnista seuraavalle tasolle.

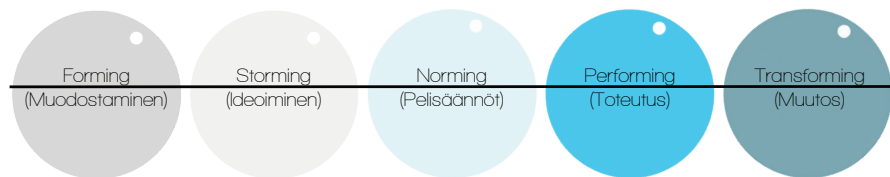
Seuraavalle tasolle siirtyminen vaatii ryhmän johtajuutta, ja uuden tiedon omaksumista. Ideointivaihe on tarpeellinen ryhmän kasvulle, mutta se voi olla myös epämiellyttävä, tai tuskainen vaihe niille ryhmän jäsenille, jotka eivät siedä konflikteja tai sekavuutta. Tämä vaihe saattaa aiheuttaa tuhoa tai alentaa ryhmän motivaatiota, jos se päästetään lähtemään käsistä.

3. *Norming (pelisäännöt)*: Ryhmän tietous kasvaa ja ryhmä alkaa muodostaa yhteistä suunnitelmaa ja tavoitetta, ja kuinka saavuttaa se. Tässä vaiheessa kaikkien ryhmän jäsenten tietous kasvaa edelleen ja ryhmä alkaa ennustaa tapoja saavuttaakseen tavoitteensa. Ryhmällä on yhteinen käsitys ongelmasta ja ryhmän jäsenten vaikutus kasvaa niin ryhmän ja organisaation sisällä kuin sen ulkopuolellakin.

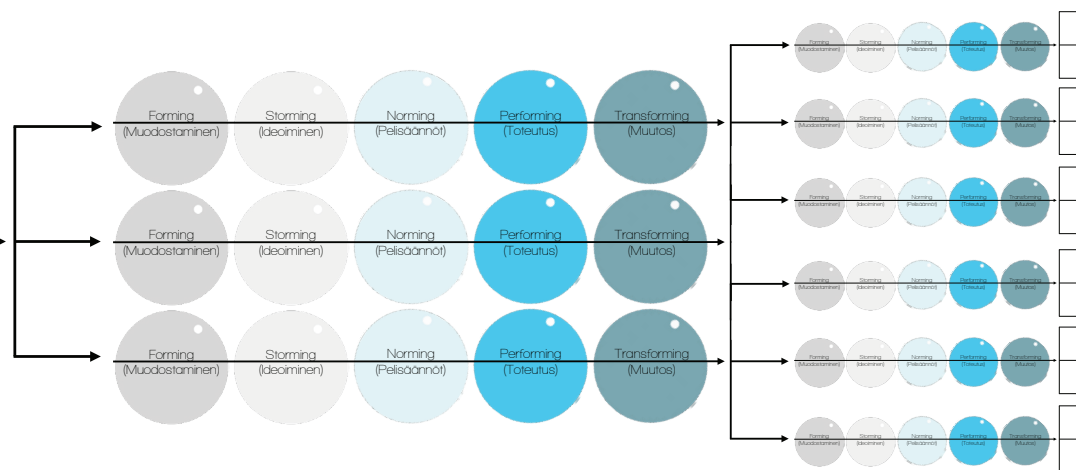
4. *Performing (toteutus)*: Jotkin ryhmät saavuttavat toteutusvaiheen. Nämä ryhmät pystyvät luomaan ja saavuttamaan merkittäviä ja tärkeitä muutoksia. Toteuttavat ryhmät ovat motivoituneita ja pystyvät muuttamaan ja kertaamaan kaiken oppimansa ja luomaan uutta informaatiota ja tietoa. Ryhmän kompetenssit lisääntyvät sitä mukaa kun ryhmän tietotaito kasvaa. Nämä ryhmät luottavat joukkojen ja ryhmien viisauteen ja omaan luovuuteensa laajentaakseen ajatteluaan.

Ryhmä etsii innovatiivisia ideoita, jotka on suunnattu olemassa olevien ongelmien ratkaisuun ja/tai keskittyy luomaan uusia markkinoita ”viisauden ja luovuuden” tuottamasta kollektiivisesta älykkyydestä.

SOSIAALISEN TRANSFORMAATION JATKUMO



(Kuva 14: Sosiaalisen Transformaation jatkumo. Ahonen, L. 2013)



Kun reflektoi ihmiskunnan historiaan, voi tunnistaa ryhmiä, jotka ovat muuttaneet maailmaa. Ne ovat ryhmiä, jotka ovat pystyneet saavuttamaan transformaatiovaiheen.

Kun etsii ryhmiä, jotka ovat vaiheessa viisi, saa käsityksen tulevaisuudesta.

5. *Transformation (muutos)*: Jopa parhaiten suoriutuvat ryhmät voivat joissain olosuhteissa jäädä aikaisempiin vaiheisiin. Monet pitkään kasassa olleet ryhmät käyvät neljää ensimmäistä muuntautumisvaihetta läpi uudelleen ja uudestaan mukautuessaan muuttuvaan kehitykseen. Ne ryhmät jotka saavuttavat transformaatiovaiheen, ovat ryhmiä, jotka luovat merkittäviä ja tärkeitä muutoksia, jotka vaikuttavat positiivisesti kokonaiseen inhimillisiin verkostoihin ja sosiaalisiin suhteisiin. Nämä ryhmät ovat filosofisesti kytköksissä ja ovat perustettu yhteisille arvoille, jotka ohjaavat kaikkea mitä he tekevät ja ajattelevat. (5 Stages of social transformation 2011).

Sosiaalisen transformaation saavuttamiseksi on pystyttävä huomaamaan ongelmia ja muodostamaan toimivia ryhmiä, jotka lähtevät ratkomaan ongelmia. Sosiaalinen transformaatio ei ole vain sarja, joka jatkuu ympyrän mallisena kehänä, sillä tasolla 5 ongelma itsessään on jo ratkaistu ja sen pohjalta on synnytetty jotain uutta, joka muokkaa kulttuuria ja ympäristöä. Esim. Savoniassa toimintakulttuurin osa-alueita. Siitä ei ole takaisin paluuta, joten ympyrä ei todellisuudessa koskaan voi sulkeutua, vaan sitä vastoin se synnyttää jatkuvasti uusia, pienempiä ongelmia, joiden ratkominen transformaatiotasolle 5 synnyttää uusia innovaatioita ja uusia kulttuurinmuutoksia, ja ympäristöjä. Transformaatiotason 5 jälkeen tulee siis useita tason yksi ongelmanmäärittämistä vaiheita, joista prosessi lähtee uudestaan käyntiin. Sosiaalisen transformaation jatkuvan syklittäisen kulttuurin synnyttäminen Savonian kaltaiseen organisaatioon on haasteellista, mutta ei mahdotonta. Ennen kaikkea se vaatii selkeät ohjeet ja ympäristöt toimivien tiimien muodostumiselle. Jos tiimi ei toimi, ei synny myöskään mitään uutta.

On siis pyrittävä pois "teaching to the test" –kulttuurista ja kuljettava kohti "learning for creativity" –kulttuuria. (Nussbaum 2013, 246).

Oppiaineiden (matematiikka, fysiikka, lääketiede, filosofia..) opettaminen oikein on yhtä tärkeää, kuin tieto, joka jaetaan. Opiskelijoiden on opittava enemmän kuin vain numeroita ja teoriaa, heidän on pystyttävä samalla myös ymmärtämään heille opetetun informaation konteksti. Tätä varten opiskelijat myös tarvitsevat paljon tilaa, missä kokeilla ja toimia. (Nussbaum 2013, 246-247). Luovuus syntyy sosiaalisessa ja kulttuurisessa kanssakäymisessä, ja se tarvitsee myös aikaa kehittyäkseen.

Vaikka asiaa ei ole tarkasti tutkittu, epäonnistumisen häpeällisyys ja yrittäjätöiminnan määrä näyttävät olevan kytköksissä toisiinsa. Liiketoiminnassa epäonnistumisesta koituu Euroopassa ja Aasiassa vakavammat seuraukset kuin Yhdysvalloissa. Euroopassa ja Aasiassa seuraukset ovat vakavia paitsi taloudellisesti, myös siinä mielessä, että kollegat leimaavat epäonnistuneen yrittäjän häviäjäksi. (Johansson 2005, 215).

Monilla opiskelijoilla Savoniassa on halu tehdä asioita, ja intohimo omaan alaansa. Monilla on myös tarve toteuttaa itseään, mutta koulutuksen jäykkyys ei anna siihen tarpeeksi mahdollisuuksia. Jotta voitaisiin saavuttaa sosiaalista transformaatiota ja sen seurauksena innovaatioita, jotka houkuttelevat ympärilleen mediaa, uusia opiskelijoita ja yhteistyökumppaneita, sekä edelläkävijyyttä koulutuksessa, on tarjottava mahdollisuus kommunikointiin alojen ja johtajuuden tasojen välillä.

Sosiaalinen transformatio on asioiden ottamista haltuun ja niiden viemistä itsenäisesti eteenpäin, mikä vaatii omatoimisuutta sekä avointa tilaa (niin fyysisesti kuin kalenterissakin). Sisäisen yrittäjyyden ja innovatiivisen muutoksen syntyä haittaa se, että opiskelijoilla ei ole selkeää kokonaiskuvaa siitä, mitä koulun sisällä tapahtuu ja mikä on se oma rooli suhteessa kokonaisvaltaiseen

tuotekehitykseen ja tuotteistamiseen liittyen. Eli missä asemassa teet töitä oikeassa maailmassa, oikeassa yrityksessä? Käsitätkö mikä on se sinun tuomasi lisäarvo kokonaisuuteen suhteutettuna?

Sosiaalinen transformatio siis vaatii yrittäjämäistä asennetta. Yrittäjyys on luova, dynaaminen ja kokonaisvaltainen muutosprosessi, johon sisältyy kokemuksellinen ja käytännön kautta oppiminen. Siihen sisältyvät käsitteet: määrätietoisuus, ahkeruus, aloitekyky ja palveluhaluisuus sekä innovatiivisuus. (Y & I Savoniassa 2010).

Yrittäjyys jaetaan yleensä sisäiseen ja ulkoiseen yrittäjyyteen. sisäinen yrittäjyys on luovaa, ahkeraa, määrätietoista ja tuottavaa työn tekemistä. Sisäinen yrittäjyys on vuorovaikutteista toimintaa. Sisäinen yrittäjyys on kykyä sietää erilaisuutta ja oppia vastuulliseen yhteistoimintaan. Sisäinen yrittäjyys näkyy henkilön aktiivisessa vastuunotossa sekä itsestään, että ympäristöstään ja työstään. (Y & I Savoniassa 2010).

Ulkoinen yrittäjyys on omistajayrittäjyyttä. Sillä tarkoitetaan yrityksen perustamista ja omistamista sekä yrityksen toiminnan johtamista. Ulkoinen yrittäjä näkee yrittäjyyden elämänurana ja hänen kykyjään ovat mahdollisuuksien tunnistaminen, visiointi, liiketoiminnan osa-alueiden hallinta, ihmishuhdetaidot, kansainvälistymisen taidot, riskienhallinta ja eettisyys.

Ulkoinen yrittäjyys todennäköisemmin onnistuu, jos edellytykset sisäiseen yrittäjyyteen ovat olemassa. Sisäinen yrittäjyys voi myös kasvaa ja sitä voi harjoitella, jos toimintaympäristö mahdollistaa sen. (Y & I Savoniassa 2010).

Savoniassa pitäisi pystyä pääsemään toimintakulttuuriin, missä hyvin toimivat tiimit pystyvät omatoimisesti, hyvällä ohjauksella ja tuella, edelleen kehittämään sekä ryhmätöitäitojaan, että sisäisen yrittäjyyden taitoja. Tarvitaan kulttuurinmuutosta, jossa siirrytään ajattelusta, jossa opettaminen on keskiössä, kulttuuriin missä itse oppiminen on keskeisin asia.

6.

EPILOGI

Muotoilun merkitys kasvaa suomalaisessa yhteiskunnassa ja myös kansallisena vientituotteena.

Suomi brändätään muotoilun maaksi, ja sillä on jo nyt vahva imago eräänlaisena muotoilun luvattuna maana. Luova talous (Creative Economy) tulee kehittymään yhä enemmän tulevaisuudessa, mikä tuo tullessaan muotoilijoille uudenlaisia haasteita. Varsinkin muotoilun hyväksymisessä mukaan yritysten strategiaan.

6.1 ILMASTONMUUTOS SAVONIASSA

Ammattikorkeakoulut alueellisten ja valtakunnallisten asiantuntijoiden tuotajina ovat valtavan paineen alla. Jatkuvasti tiukentuvassa opiskelutahdissa ja kiristyvässä globaalien talouden tilassa luovuus ja muotoiluajattelu ovat keinoja, joilla pystytään selviytymään kaaoksen synnyttämästä epätietoisuudesta tulevaisuutta ja tulevia toimintamalleja kohtaan.

Koulutuksen tulisi oppia olemaan osa verkostoja, joissa jo opitaan, tehdään ja opetetaan nopeammin, monialaisemmin ja jaettua asiantuntijuutta käyttäen. Eli pystytäänkö luomaan koulutusta, joka on kykeneväinen muutokseen ja edelläkävijyyteen?

Kuten jo aiemmin (kohdassa 3.2. innovaatio) mainittiin, Kiinalaisia huippuälykkeitä ihmisiä on yhtä paljon kuin Pohjoismaissa on ihmisiä. Siksi on kehitettävä keinoja olla ovelampi, luovempi ja innovatiivisempi, ja olla juuttumatta tiettyyn tapaan ajatella, sillä määrissä kilpaileminen ei tule kysymykseen.

Koulutuksessa pitäisi päästä irti hierarkkisesta tavasta katsella asioita korkeakoulun näkökulmasta, missä opiskelija on yhteiskunnan tilaama tuote ja koululaitos on sen valmistaja. Tälle tuotteelle on annettu tiukat määritelmät, kriteerit ja kustannusarviot. Tällaisessa tilanteessa korkeakoulu ei ole itse ajatteleva, innovatiivinen tai edes yrityksen kaltainen organisaatio, vaan pikemminkin yksi tuotekehitysosasto, osana suurempaa tuotekehitysprosessia, missä kaikki on ylhäältä säädeltä. Tämän takia korkeakouluissa ei koeta esimerkiksi OIS -hankkeen kaltaisen korkeakoulun sisäisen tuotteen markkinoinnin tarvetta opiskelijoille, sillä eihän tuotteelle myydä tuotetta.

Tehokkaimmin uudet innovaatiot, myös korkeakoulujen pedagogiikassa, saadaan tuottaviksi, kun siirretään innovaatiotoiminnan palkitsemisen painopiste innovaatioiden toteuttamiseen ja kaupallistamiseen.

Koulutukseen kaivataan toimintamallia, jolla opetuskulttuuri muutetaan oppimiskulttuuriksi. Kilpailukykyä voidaan lisätä panostamalla enemmän eri aloja yhdistävän toimintamallin johtamiseen ja selkeyttämiseen niin, että saavutetaan kulttuuri, missä eri alojen yhdistäminen oikeasti toimiviksi ja hyvin johdetuiksi tiimeiksi on mahdollista.

Toimintakulttuurin, johtajuuden ja opetuksen tulee tukea ilmapiiriä, missä opiskelijoilla on mahdollisuus itse ohjautua erikoistumaan omaksi persoonakseen ja oman alansa ammattilaiseksi yli koulutusohjelmien rajojen. Tarvitaan positiivista luovaa tuhoamista.

Julkishallinnolliset palvelut ovat ihmisiä ja yhteisöjä varten. Niiden tarkoitus on tuottaa palveluita, jotka ajavat yhteiskunnan yhteistä etua. Ja yksi suomalaisen yhteiskunnan yhteinen etu on luovuuteen ja innovatiivisuuteen kasvatettava koulutus, millä on mahdollista antaa suomalaiselle ammattitaidolle luovan itseohjautuvan alojen välimaastossa kulkevan ammattitaidon leima.

6.2 TYÖN MERKITYS ITSELLENI

Työllä on ollut itselleni todella suuri merkitys. Koen että olen pystynyt henkisesti kasvamaan todella paljon muotoilijana kaiken kokemani aikana, aina Shanghaista tähän päivään saakka. Olen saanut käsityksen muotoilijan asemasta tänään ja tulevaisuudessa. Minulla on parempi ymmärrys siitä, missä vaiheessa ala on nyt, ja mihin se on menossa. Opintojen aikana kuitenkin niin helposti jää omaan pikku kuplaansa, ja käsitys omasta ammatista saattaa valmistuessa olla vääristynyt.

Olen tätä työtä tehdessäni koonnut kaiken oleellisen informaation viimeisiltä vuosiltani Savoniassa, sekä käynyt läpi useita seminaarimuistiinpanoja ja esityksiä, mihin olen osallistunut saadakseni kasaan kokonaiskuvaa kaikesta oppimastani. Tämän opinnäytetyön osalta kaikki nytkähti liikkeelle Shanghaisista, mistä sain sen ensimmäisen kipinän ja tiedonjanon ammatin kehittyvästä tilanteesta. Sain hyvän pohjan myös sille, mistä muotoilu on lähtöisin ja millä tavalla suuria tapahtumia ja suunnitelmia historiasta voi tarkastella strategisen muotoilun näkökulmasta. Koen, että olen edennyt uudelle asteelle muotoilijana opiskelijavaihdon sekä tämän työn johdosta, ja olen pystynyt kasvattamaan itselleni ammatillista itsetuntoa.

Olen myös oppinut itsestäni ja omista vahvuuksistani todella paljon. Tiedän, mikä on oma profiloitumiseni tulevaisuudessa.

Paras tapa ennustaa tulevaisuutta on tehdä se itse.
-Tuntematon



KUVALUETTELO

Kansi	The Future. 2013. Ahonen, L.	
Kuva 1.	Verkostopelaaja. 2013. Ahonen, L.	6
Kuva 2.	Reality. 2013. Ahonen, L.	7
Kuva 3.	Muotoilu integroituna yritykseen. 2013. Itkonen, T. & Ahonen, L. Mukailen Bucolo, S. Design Led Innovation [Power Point]. Tekijän omat kokoelmat.	10
Kuva 4.	Designer of relationships. 2013. Ahonen, L.	12
Kuva 5.	Muotoilussa yhdistyy tutkimus, taide ja teknologia. 2013. Ahonen, L.	14
Kuva 6.	Imagination. 2013. Ahonen, L.	16
Kuva 7.	Ideas. 2013. Ahonen, L.	20
Kuva 8.	Savonian tuotteet. 2013. Ahonen, L.	29
Kuva 9.	Innovaation tuottajaksi kasvamisen portaat. 2013. Ahonen, L. Mukailen: Iire, A. Y & I Savoniassa. 2010.	31
Kuva 10.	Only the Future. 2013. Ahonen, L.	32
Kuva 11.	Business Design. 2013. Ahonen, L.	34
Kuva 12.	Questioning. 2013. Ahonen, L.	35
Kuva 13.	Shaping the Environment. 2013. Ahonen, L.	39
Kuva 14.	Sosiaalisen Transformaation jatkumo. 2013. Ahonen, L.	41
Kuva 15.	The Future. 2013. Ahonen, L.	45

KIRJALLISET

- Adair, J. 2010. *Strategic leadership -How to think and plan strategically and provide direction*. New Delhi, India: Kogan Page Limited
- Chesbrough, H. 2006. *Open business models - How to thrive in the new innovation landscape*. USA: Harvard Business School Press.
- Dickinson, P. & Svensen, N. 2000. *Beautiful Corporations -corporate Style in Action*. Trowbridge: Pearson Education Limited.
- Fiell, C. & Fiell, P. 2001. *Designing the 21st Century*. Gmbtt Köln: TASCHEN.
- Gloor, P. & Cooper, S. 2007. *Coolhunting -Chasing Down the Next Big Thing*. USA: Amacom
- Goodman, M. & Dingli, S. 2013. *Creativity and strategic innovation management*. GB, USA & Canada: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Huittinen, T. 2008, 2. painos. *Muodon taju - Muotoilun metafysiikka*. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Kopijyvä Oy.
- Jaskari, P., Arokylä, K., ym. 2004. *Design management – yrityskuvan johtaminen*. Porvoo: WS Bookwell Oy
- Johansson, F. 2005. *Medici ilmiö Huippuoivalluksia alojen välimaastossa*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino oy Jyväskylä
- Johdon Katselmu. Kevät 2013. [Power Point esitys] Tekijän omat arkistot.
- Koski, J. & Tuominen, S. 2005, 2. painos. *Kuinka ideat syntyvät – luovan ajattelun käsikirja*. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Lockwood, T. 2009. *Design Thinking – Integrating Innovation, Customer Experience and Brand Value*. New York: Allworth Press.

- Manninen, T. 2007, 1. painos. *Ideasta Eteenpäin -Pelisuunnittelun käsikirja*. Tallinna: Kustannus Oy Rajalla
- Munari, B. & Fukasawa, N. 2007. *Naoto Fukasawa*. Phaidon Press Limited.
- Nussbaum, B. 2013. *Creative Intelligence – Harnessing the Power to Create, Connect, and Inspire*. New York: Harper Collins Publisher.
- Rehn, A. 2010. *Vaaralliset Ideat - Kun sopimaton ajattelu on tärkein voima varasi*. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
- Salmela, M. 2012. *Kuinka vOISimme? Savonian OIS hankkeen ydinkysymyksen visualisointi [Opinnäytetyö]*. Savonia Ammattikorkeakoulu.
- Solatie, J. & Mäkeläinen, M. 2009. *Ideasta Innovaatioksi - Luovuus hyötykäyttöön*. Talentum.

SÄHKÖISET

- Bucolo, S. & Wrigley, C. 2011. *Teaching Design Led Innovation: The Future of Industrial Design*. [DESIGN PRINCIPLES AND PRACTICES: AN INTERNATIONAL JOURNAL] Champaign, Illinois, USA: Common Ground Publishing LLC. [Viitattu: 15.2.2013] Löytyy: <http://www.Design-Journal.com>
- Chan Kim, W. & Mauborgne, R. 2004. *Blue Ocean Strategy*, Harvard Business Review. October 2004. [Viitattu: 9.4.2013]. Löytyy: <http://www.slideshare.net/pageman/blue-ocean-strategy-86147>
- Howath, R. 2006. *The Evolution of Business Strategy, Strategic Thinking Institute*. 2006. [presentaatio]. [Viitattu: 9.4.2013]. Löytyy: <http://www.slideshare.net/Alistercrowe/the-evolution-of-business-strategy#btnNext>

Opetus- ja Kulttuuriministeriö. 2013. *Kansallinen muotoiluohjelma: uutta kasvua muotoilun avulla*. [Tiedote]. [Viitattu: 24.3.2013].
Löytyy: <http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2013/03/muotoiluohjelma.html?lang=fi>

Torkkeli, M., Hilmola, O., Salmi, P., Viskari, S., Käki, H., Ahonen, M. & Inkinen, S. s.a. *TUTKIMUSRAPORTTI 190. AVOIN INNOVAATIO: Liiketoiminnan seitinohuet yhteistyörakenteet*. [Viitattu: 7.2.2013]
Löytyy: <http://kouvola.lut.fi/files/download/Tutkimusraportti190AvoinInnovaatio.pdf> .

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2013. *Muotoile suomi – Kansallinen Muotoiluohjelma*. [Julkaisu]. [Viitattu: 24.3.2013]. Löytyy: <http://www.tem.fi/julkaisut?C=98033&xmid=5008>

Why Strategic Design. s.a. Helsinki Design Lab. [Kotisivu] [Viitattu: 26.2.2013]. Löytyy: <http://www.helsinkidesignlab.org/pages/why-strategic-design>

What is strategic design. s.a. Helsinki Design Lab. [Kotisivu] [viitattu: 15.2.2013] Löytyy: <http://www.helsinkidesignlab.org/pages/what-is-strategic-design>

Xtune. *Finnish Social Business Application*. [Kotisivu]. [Viitattu: 19.2.2013].
Löytyy: <http://intunex.fi/xtune/> .

5 Stages of social transformation. Relationship Economy. 2011. [Verkkoartikkeli]. [Viitattu 21.1.2013]. Saatavissa: <http://www.relationship-economy.com/2011/01/5-stages-of-social-transformation/>

VIDEOT

Aaltio, L. 2013. *Industrial Design as a Competitive Advantage, StartSmart! Design&Technology focused on customer experience, design and technology, as well as the power of design in marketing and investing*. [StartSmart! Design&Technology, tapahtuma. s.a.]. [Viitattu: 8.4.2013].
Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=gsjuS6yfXek>

Brown, T. 2009. *Tim Brown urges Designers to think big*. [TED Talks]. [Viitattu: 9.4.2013]. Löytyy: http://www.ted.com/talks/tim_brown_urges_designers_to_think_big.html

Design In The DNA. 2011. *How a design ethos can drive business growth. A UK Trade and Investment report commissioned from the Economist Intelligence Unit*. Sao Paulo 2011. [Seminaari]. [Viitattu: 9.4.2013].
Löytyy: <http://www.youtube.com/watch?v=DanpnIV8Sz8>

Design in the DNA. 2011. *How a Design Ethos Can Drive Business Growth panel discussion*. Sao Paulo 2011. [Paneelikeskustelu]. [Viitattu: 9.4.2013]. Löytyy: <http://vimeo.com/36089435>

Vossoughi, S. 2012. *Know your innovation space*. [TEDx Orange Coast. 2.11.2012]. [Viitattu: 9.4.2013]. Löytyy: <http://www.youtube.com/watch?v=Gqoijq6l688>

AINEISTOT

Design Management. Kevätlukukausi, 2012. Sirviö, T.
[Kurssimuistiinpanot]. Tekijän omat arkistot.

OIS: Prosessikuvio. 2013. Kontio, M., Miettinen, J. & Silfver, J.
[Power Point]. Tekijän omat arkistot.

Teemu Arina. Kevät 2011. Sosiaalisen median mahdollisuudet opetuksessa
ja oppimisessa. [Power Point]. Tekijän omat arkistot.

Tutkijaseminaari. 2013. [OIS, Power Point]. Tekijän omat arkistot.

Tutkiva toiminta. Tenkama, P. Kevätlukukausi, 2011. [Kurssimuistiinpanot].
Tekijän omat arkistot.

Tuotejärjestelmän muotoilu. Syyslukukausi, 2012. Miettinen, J.
Syyslukukausi 2012. [Kurssimuistiinpanot]. Tekijän omat arkistot.

Visioiva tuotekonseptointi. Kevätlukukausi, 2012. Silfver, J.
[Kurssimuistiinpanot]. Tekijän omat arkistot.

Y & I Savoniassa. Iire, A. 2010. [Power Point]. Tekijän omat arkistot.

LITTEET

LITE 1



MOTIVAATIO

Workshop
COOL -opinnäytetyöyhteisölle.
Kevät 2013.
Ahonen, L. & Itkonen, T.



Motivaatio Opiskelussa

Ulkoiset motivaationlähteet

- Ammatti
- Läpipääsy
- Palkansaanti
- Toimeentulo
- Menestyminen
- Status/vaatimukset (esim. lääkäriperhe)

Sisäiset motivaationlähteet

- ”Kutsumusammatti”
- Uuden oppiminen
- Itsensä voittaminen
- Kiinnostavat asiat (harrastus)
- Sosiaalisuus
- Verkostoituminen



Mikä saisi innostumaan ”tylsistä” tehtävistä?

Lisää kuvia

Motivaattorikuvia

Virheet on hyväksi

Epäonnistumispeli!
Missä et voi kuin epäonnistua vrt.
impossible game

Konkretia – kokeilu,
proto

Vastauksen
visuaalisuus

Asenteen muutos

Iso selkeä
nappi

Hauskuus

Tylsien tehtävien
jakaminen

Asiakaspalautte-
nappula

Värikäs, kutsuva

Välitön palaute
– esim. ääni



Mikä motivoi raportoinnissa?

Vaikuttaisi enemmän läpipääsyyn

Opintopisteet

Näkyvyys: ei vaan jää arkistointiasteelle

kurssiportfoliot

Ajatusten selkeytyminen

Vaikuttaisi enemmän arvosanoihin

Yksilöllisempää

Konkreettinen tulos

Kuvamateriaalia

Tavoitteenasettelu – vaikutusmahdollisuudet

Deadline

Lisää merkityksellisyyttä

Parempi palaute

”punakynä”
- Lisää sen käyttöä

Vähemmän tarkat raportointiohjeet



OPINNÄYTETYÖYHTEISÖ

Brainstorming - ajatuksia koulutuksesta

Ideointitehtävä

COOL –opinnäytyöyhteisölle

Itkonen, T. & Ahonen, L.

Kevät 2013

Mikä oli epäselkeintä opiskelussa, 1. vuosi?

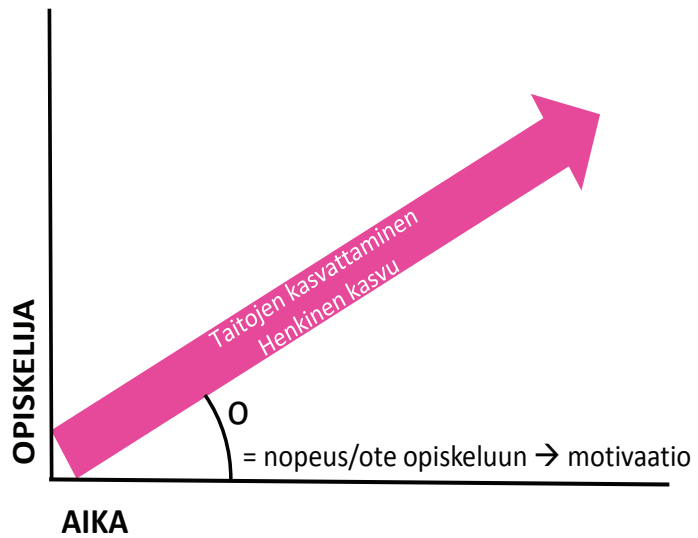
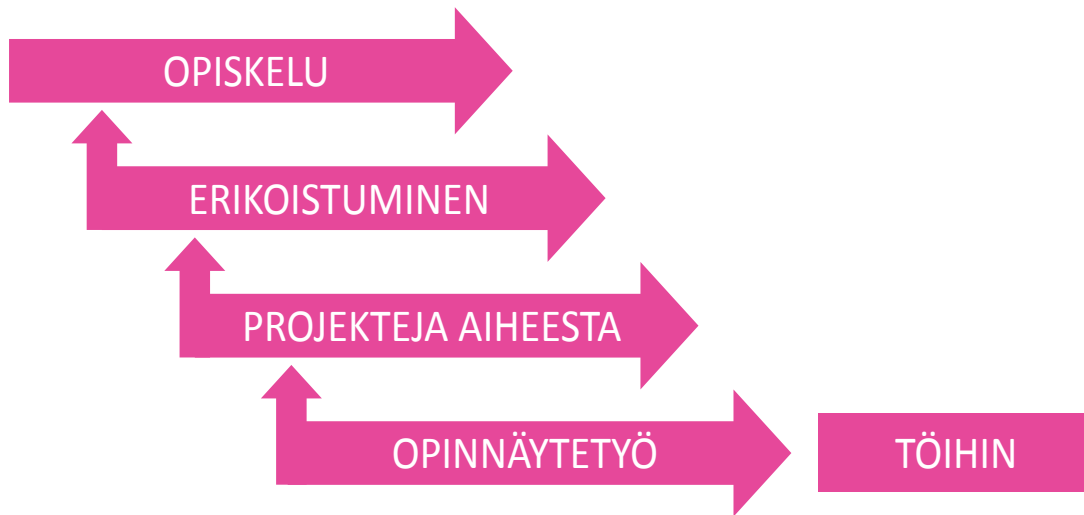
- Kurssien epäselkeys
 - Kurssiportfoliot / kuvallinen kuvaus kurssista / jotain muuta kuin kappale opetussuunnitelmasta
- Muut kampukset epäselviä, olisi hyvä tietää heidän toiminnasta ja kursseista, jos haluaisi suorittaa kursseja toisella kampuksella
- Kurssien valintamahdollisuudet toisista yksiköistä
- Yksilönä tekeminen
- Opettajien hihasta nykiminen apua kaivatessa
- Arvioinnit
- Tavoitteet kurssien puitteissa
- Samalle aaltopituudelle pääseminen opettajien kanssa
- Alkuideoiden tuottaminen, tarvitaan selkeämpi brainstormaus
- Luoda porukalle ymmärrys tehokkaasta ja järkevästä työtavasta
 - Vaikka on luova ala, niin ei vain istuta odottelemassa inspiraatiota ja piirretä nättejä kuvia
- Mitä mahdollisuuksia opiskelun aikana, esim. Monialaisuus
- Alussa informaatioähky ja myös sosiaalisuus vie paljon resursseja
- Missä vaiheessa on aikaa tehdä projekteja: koulupäivät täynnä oppitunteja. Koti- ja koulutyön rajan hämärtyminen
- Vaikeaa nähdä metsää puilta
- Ohjeistus, rajat jos niitä on, ettei kritiikissä tule yllätyksiä
- Opettajien vastualueet selville
- Miten ONT prosessi alkaa ja etenee
- Mitä kaikkea on oltava loppuarvioinnissa
- Mitä tehdään kurssin loppuun mennessä
 - Posterit, raportit, mock-up, esitys..
- Ristiriitaiset tehtävänannot
- Minkälaisia osaajia koulutuksesta valmistuu, mitä tekevät nykyään
- Oppari kannattaa aloittaa ajoissa
- Organisaatorakenteen hahmottaminen
 - Mistä suunnasta vastauksia kysymyksiin
- Joidenkin kurssien selkeät tavoitteet hukassa
- Mitä hyödyn yksilönä tekemällä tämän harjoituksen?
- Kuinka tutustua muiden laitosten opetustarjontaan
- Ei tiedä mihin on menossa
- Vapaus luoda unohtui
- Työllistymisestä ei mitään tietoa
- Muotoilu välillä epäselvää, ei tiedä miten laskuttaa työtä
- Alkuopintojen liittyminen toisiinsa
- Monialaisuus ja sen puute
- Työelämän vaatimukset hyvin erilaiset nykyään
- Miksei e-maileihin vastata?
- Alussa ei ota koulua vakavasti vaan lepoilee

Mitä olisit toivonut lisää opintoihin?

- Osaavampia / selkeämpiä ohjeita opettajilta
- Ilmoitustaulu (toteemi) hyvälle paikalle
- Opetussuunnitelman hiominen, alussa vähemmän infoa
- Aktiivinen muotoilullisen tietämyksen tila (= fyysinen, netti)
- Monialainen työskentely selkeämmäksi, ohjeistus ja tavoitteet
- Esim. Videolla voisi helposti ja nopeasti kertoa miten oppariprosessit menee, kuin lukemalla pitkiä tekstejä
- Ryhmätyön opettamista
 - Kuka tekee mitäkin
 - Informaation kulku
- Miten toimitaan kun henkilökemiat ei kohtaa
- Yhteen hiileen puhaltaminen
- 4. vuoden opiskelijat projektipäällikköinä 1.-3. vuoden opiskelijoille
- Kartta: tässä on työelämä/kokonaiskuva/tuotekehitys, tässä olette te
- Työtapojen ymmärtäminen, miten otat luovuuden käyttöön tehokkaasti, tuotat materiaalia
- Muotoilu on muutakin kuin kuvia ja kuoria
- Löytäisi vastaukset ongelmiin, kuten Googlessa
- FAQ
- Aloitetaan tiedonkeräys opinnäytetyöhön jo toisena tai kolmantena vuonna. Ei mahdollisuus vaan pakote
- Enemmän käytännöllisyyttä opintoihin
- Suurena ryhmänä työskentely
 - Vapaa keskustelu
- Ei pönötysasennetta
- Reppu vol. 2
- Kurssitavoitteet selkeästi esille, aikatauluineen
- Opiskelijoiden ei tarvitse opetella opetussuunnitelmaa ulkoa joka kurssin alussa, mieluummin opettajan oma näkemys esille
- Toisten auttaminen yli luokkarajojen
- Mobiiliproteesi
- Ura näkyvillä
- Sosiaalisuus ja uralöhtöisyys (esim. LinkedIn)
- Mobiilisovellus, nettipalvelu
- Informaatio näkyville
- Opiskelija database
- Roolit ja profiili näkyviin
- Portfolio-ajattelu alusta lähtien kaikilla aloilla
- Aikuistumisen nopeuttaminen
- Parempi tiedotus ja markkinointi
- Mobiilituutorointi, etäohjaus
- Esimerkkejä, mitä aikaisemmion on tehty

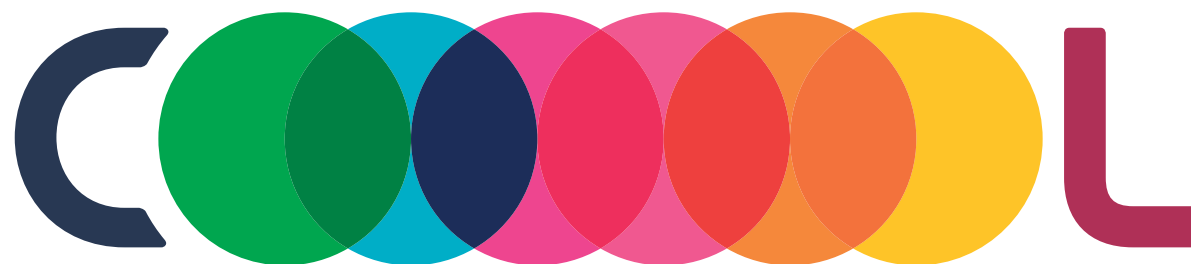
Miltä opintoympäristö näyttäisi?

- Kaikille kampuksille ja opettajille yhteinen materiaali, tällä hetkellä visuaalisuus ja kalvot useiden vuosienkin takaa
- Materiaali verkkoon, missä kaikkien ladattavissa , jolloin sitä pystytään hallitsemaan, eikä opettajat opeta vanhaa tietoa
- Google Docsmainen pilvi
- Selkeä yhtenäinen reititys, mistä informaatio löytyy
- P2P Chat – Saisi suoran yhteyden ihmisiin, keneltä haluaa esim. Tietoa, miten on tehny esillä olevan työ tms.
- Esittelyvideot kursseista
- Opipal pois. Kurssin päätteeksi pohditaan yhdessä palaute. Myös opetusmateriaalista.
- Värikoodaus kursseittain, vrt. Karatevyöt
- Alat saman kokonaisuuden alla, näkyvissä
- Pelillistäminen
- Opetussunnitelma 2.0
 - Interaktiivinen lehti jossa teksti, kuvat, yhteydenpito, jne yhdistyy
- Kaikki informaatio yhteen paikkaan hyvin järjesteltynä
- Tarpeet tiedon taustalla: Ei opetussunnitelma. KYLLÄ työllisyysosaaminen
- Kuukausittain ilmestyvä opiskelijoiden tekemä sarjakuva
- Tieto opettajilta voi olla vanhentunutta
- Uusi ulkoasu verkkoympäristöille ja toiminnoille
- Oikeasti alalla työtä tehneet kertoisivat aktiivisesti kokemuksista, taidoista, ym. Myös opettajat.
- Lisää luennoitsijoita
- Vapaita työtiloja, issä voi kirjoitta seinille, liimata post-itteja
- Opiskelijoiden oma tila esim. Yhteisellä kampuksella
 - vessan seinille kirjoittelu
- Avoin keskustelupalsta



OPINNÄYTETYÖ
Ammattikorkeakoulututkinto
Muotoilun koulutusohjelma
Teollinen Muotoilu

Laura Ahonen
Kevät 2013



OPINNÄYTETYÖYHTEISÖ



SAVONIA
AMMATTIKORKEAKOULU

KUOPION MUOTOILU
AKATEMIA.
SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU