



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Voimaa kuin pienessä kylässä - tarvekartoitus ruukkikylään perustettavalle yhteiskunnalliselle yritykselle

Louneva, Susanna

2016 Laurea



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Voimaa kuin pienessä kylässä -
tarvekartoitus ruukkikylään perustettavalle
yhteiskunnalliselle yritykselle

Susanna Louneva
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Kesäkuu, 2016

Susanna Louneva

Voimaa kuin pienessä kylässä - tarvekartoitus ruukkikylään perustettavalle yhteiskunnalliselle yritykselle

Vuosi

2016

Sivumäärä

24

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa toimintamahdollisuuksia perustettavalle yhteiskunnalliselle yritykselle Fiskarsin ruukin alueella. Tavoitteena oli tehdä tutkimus, joka voisi toimia yrityksen toiminnan ohjenuorana perustamisvaiheessa tarjoten vastauksia kysymyksiin, kuten ”mitä” ja ”kenelle”.

Opinnäytetyö toteutettiin kvalitatiivisen tutkimuksen menetelmin käyttäen menetelmäriangulaatiota tutkimuksen tulosten luotettavuuden vahvistamiseksi. Työ alkoi esiselvityksellä ja varsinaisessa tutkimusvaiheessa käytettiin menetelminä Opera-ryhmätyöskentelymetodia, ryhmäkeskustelua ja osallistuvaa havainnointia.

Tulokset osoittivat, että ruukissa on paljon mikroyrityksiä, joiden resurssit eivät riitä liiketoiminnan kaikkien osa-alueiden ylläpitoon. Useiden yritysten toiminta on kausiluontoista ja se asettaa rajoitteita tasapainoiselle yritystoiminnalle. Selkeimmin aineistosta nousi esiin huoli viestinnästä niin ruukin alueella yleisesti kuin yrityksissäkin sekä kokonaisuuksien koordinoimisen puute. Tulosten pohjalta osoitettiin todennäköiseksi, että ruukkiin tarvittaisiin toimija, joka näkisi yrittäjien tarpeet ja osaisi törmäyttää yrityksiä ja asioita toisiinsa. Tämän onnistuessa yrittäjät voisivat yhteistyötä tekemällä saada enemmän ja vaikuttavampia tuloksia samoilla taloudellisilla panostuksilla.

Tulokset ja niistä tehdyt johtopäätökset antavat aiheen yritystoiminnan aloittamiselle. Opinnäytetyön jatkotoimenpiteenä perustettiin yhteiskunnallinen yritys ”X”, joka tarjoaa viestinnän ja markkinoinnin palveluita. Yritys keskittyy yhteisluomisen menetelmin kehittämään ruukin yritysten liiketoimintaa suuntaan, joka mahdollistaa uusia yhteistyömahdollisuuksia ja synergiaetuja pienyrittäjille. Yritystoiminnan tärkeimpinä tavoitteina on yhteistyön ja hyvinvoinnin lisääminen uusia työtapoja kehittämällä. Opinnäytetyössä kerrotaan pääpiirteittäin yrityksen palvelutarjoomasta ja liiketoiminnan tulevaisuudesta.

Asiasanat: ryhmäkeskustelu, havainnointi, yhteiskunnallinen yrittäjyys, yhteisluominen, viestintä, palvelumuotoilu

Susanna Louneva

Title of the Thesis

Year	2016	Pages	24
------	------	-------	----

The purpose of this thesis is to identify opportunities for operational criteria for social enterprise in Fiskars Village area. The aim was to carry out a study, which could serve as a guideline for undertaking the action-start-up phase, providing answers to questions such as what and to whom.

The thesis has been implemented by using three different methods of qualitative research to strengthen the reliability of the results. The work began with a preliminary survey and in the main research phase there was used Opera -workshop method, group discussions and participant observation.

The results showed that in Fiskars village there is a lot of micro-enterprises that do not have enough resources to maintain the business in all areas. A number of the businesses are seasonal and it sets limitations for balanced business operations. The material showed notably that there is a need for improving communication both between the actors in Fiskars Village and in the companies. Based on the results there is a clear need for an actor who could coordinate the operations in Fiskars and enable co-operation between the entrepreneurs so that they could get more results with the same investments.

The results and the conclusions drawn from the thesis give reason for further action which is starting a business. The social enterprise "X" was founded during the thesis project. The company offers communications and marketing services but focuses mainly on developing the Fiskars villages businesses by offering co-design workshops and finding new methods that help the companies to see their customers' needs better and focus on the right things in the operations. The main aim is to increase wellbeing by enabling synergy between the small-businesses, and by working together find new and better ways of doing things. The thesis contains a description of the social enterprise "X"'s service offering as well the future of the business development.

Keywords: group discussion, observation, social entrepreneurship, co-design, communication, service design

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Toimintaympäristö ja lähtökohdat.....	6
3	Opinnäytetyön tarkoitus, tavoitteet ja taustat.....	8
4	Opinnäytetyön rajaus	8
5	Opinnäytetyön eteneminen	9
6	Metodit ja työkalut	10
	6.1 Ruukkityöpajat	10
	6.2 Ryhmäkeskustelut.....	11
	6.3 Havainnointi.....	12
7	Analyysi	13
8	Tulokset, tulkinnat ja toimenpiteet	14
	8.1 Ruukkityöpajojen tulokset.....	15
	8.2 Johtopäätökset	16
	8.3 Jatkotoimenpiteet	17
	8.4 Yhteiskunnallinen yritys ”X”	17
	8.5 Yhteiskunnallinen > Yhteiskunnallisen? Yritys X:n palvelutarjooma	18
9	Prosessin arviointi.....	20
	Lähteet	21
	Liitteet.....	22
	Liite 1: Ryhmäkeskustelun teemat liitteen otsikko vasta sivun 23 listaukseen	22

1 Johdanto

Opinnäytetyön aihe syntyi pitkän prosessin tuloksena, joka alkoi vuonna 2013 opinnäytetyöntekijän muutettua Helsingistä Länsi-Uudellemaalle Fiskarsin idylliseen ruukkikylään. Silloinen elämäntilanne, vanhempainvapaa, antoi mahdollisuuden tutustua uuteen asuinpaikkaan rauhassa monesta näkökulmasta. Silmiinpistävää oli, että vaikka ruukkikylässä oli käsin kosketeltavan lämmin tunnelma ja tekemisen meininki, todellista yhteistyötä oli yritysten välillä vähän. Pian kävi selväksi, että viestintä tai sen puute vaikutti olevan monen toimijan haasteena. Havaintojen ja kokemusten pohjalta heräsi halu olla mukana kehittämässä ruukkia ja sen toimintaa itse, yrittäjänä.

Viestintä ymmärretään usein viestien välittämiseksi vähintään kahden tahon välillä, mutta laajemmin ajateltuna se on kuitenkin myös merkitysten antamista asioille tai asioiden ymmärtämistä yhdessä. Viestintä on monitasoista ja -aistista ja viestinnän kanavia on lukuisia tuntoaistista sähköisiin viestintäratkaisuihin. Kaikki ihmisten välinen kanssakäyminen perustuu viestintään, sen kautta ymmärrämme tai väärinymmärrämme toisiamme. Opinnäytetyön tutkimusosio toteutettiin käyttäen metodeita, joissa siihen osallistuvat yrittäjät saivat toimia ja viestiä hallituissa olosuhteissa mahdollisimman vapaasti. Pääpaino tutkimuksessa oli havainnoimisessa ja myös sanattomien viestien tulkitsemisessa opinnäytetyön eri vaiheissa.

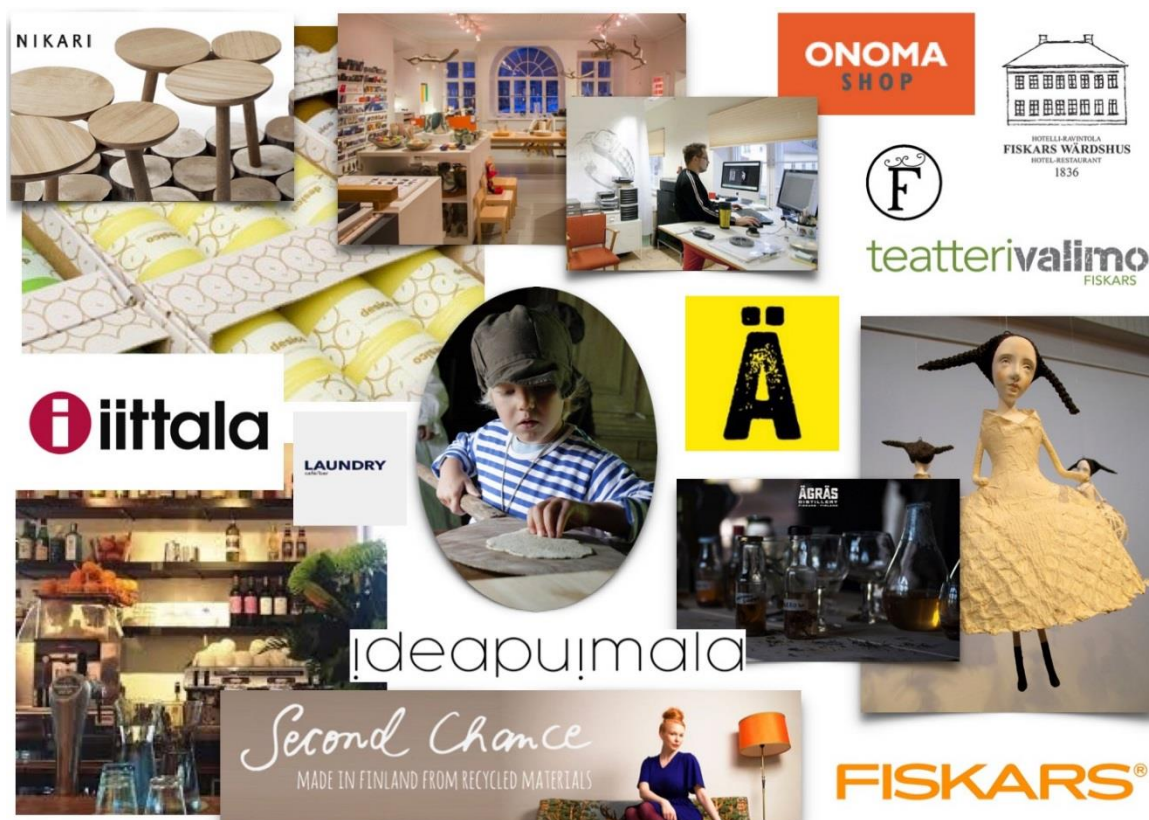
Perustettavan yhteiskunnallinen yritys ”X”:n toiminta pohjautuu ratkaisujen löytämiseen, jotka tukevat yrittäjiä arjessa. Jotta kaikille löytyisi juuri heidän yritystään tukevia ratkaisuja ja yhteistyökumppaneita, on tärkeää ymmärtää ja kuulla jokaisen toimijan yksilöllisiä tarpeita ja osattava tulkita myös sanattomia viestejä ja merkityksettömältä tuntuvia seikkoja. Palvelumuotoilun työkalut (esim. muotoilu, draama, tarinallistaminen) antavat asioille konkreettisia muotoja, jotka helpottavat niiden käsittelyä ja kehittämistä sekä auttavat oikeiden ratkaisujen löytymisessä.

Opinnäytetyöntekijä on vapaa-ajallaan, työssään ja opinnoissaan suuntautunut viestinnän ja vuorovaikutuksen tutkimiseen, suunnitteluun, kehittämiseen, opettamiseen ja toteuttamiseen. Hän toimii tällä hetkellä ja Fiskarsin museossa museolehtorina ja Teatterivalimo Fiskarsin toiminnanjohtajana.

2 Toimintaympäristö ja lähtökohdat

Vuonna 1649 perustettu Fiskarsin ruukki on muuttunut viime vuosisadan aikana Suomen teollisuuden keskuksesta taiteen, muotoilun ja käsityötaitojen keskittymäksi, jonne tullaan ympäri maailmaa tutustumaan suomalaiseen muotoiluun ja sen tekemiseen (Kullvik&Siltavuori 2009). Fiskarsin ruukissa on noin 600 (Tilastokeskus 2014) ympärivuotista asukasta, joista lähes kolmannes toimii taiteen, käsityön, kulttuurin ja muotoilun alalla.

Ruukissa on vahva identiteetti, itsearvostus ja käsin kosketeltava tekemisen meininki. Fiskarsissa on asukaslukuun nähden paljon eri alojen yrityksiä pienyrittäjiä ja yhdistyksiä, jotka tarjoavat laadukkaita tuotteita ja palveluita mm. Taiteilijoiden ja käsityöläisten osuuskunta Onoma, jolla on noin 130 jäsentä, Fiskars Oyj, Nikari, Second chance, Rekolan panimo, Ägräs Distillery, Fiskarsin museo, useita ravintola-, keramiikka-, korusuunnittelu-, ja muotoilualan yrityksiä ja paljon muuta.



Kuvio 1. Fiskarsin ruukin yrittäjiä ja toimijoita

3 Opinnäytetyön tarkoitus, tavoitteet ja taustat

Opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä tarvekartoitus, perustettavaa yhteiskunnallista yritystä varten Fiskarsin ruukissa. Kartoitettavana oli, minkälaiselle yritystoiminnalle ruukin alueella olisi tarvetta ja mitä yrityksen palvelut voisivat olla, jotta ne parhaiten vastaisivat ruukin toimijoiden tarpeita. Tulosten pohjalta syntyisi päätös yrityksen perustamisesta ja pohja yrityksen toiminnalle, tai vaihtoehtoisesti päätös ideasta luopumiselle.

Työ toteutetaan induktiivisesti eli aineistolähtöisesti edeten aineistosta yleistyksiin. Opinnäytetyön tiedonkeruu on toteutettu laadullisen tutkimuksen keinoin. Tämä valikoitui tutkimusmenetelmäksi kvantitatiiviset tutkimuksen sijaan, sillä opinnäytetyön tavoitteena on saada mahdollisimman syvälinen käsitys kohderyhmän tarpeista ja toiveista. Ennen tutkimusta ei ollut tarkkaa käsitystä tutkittavasta aiheesta ja määrällinen tutkimusote olisi todennäköisesti rajannut prosessia ja siitä saatavia tuloksia. Opinnäytteen tuloksia käytetään pohjamateriaalina yrityksen perustamispäätöksen teossa, joten on tärkeää, että vallitsevasta tilanteesta saadaan mahdollisimman realistinen käsitys. Opinnäytetyön tavoitteena on mahdollistaa sen tekijälle mahdollisimman hyvä pohja yritystoiminnan aloittamiselle.

”Induktiivisessa päättelyssä kerätään aineistoja ja tehdään niistä yleistyksiä tai kehitetään teorioita” (Kananen 2010, 40).

4 Opinnäytetyön rajaus

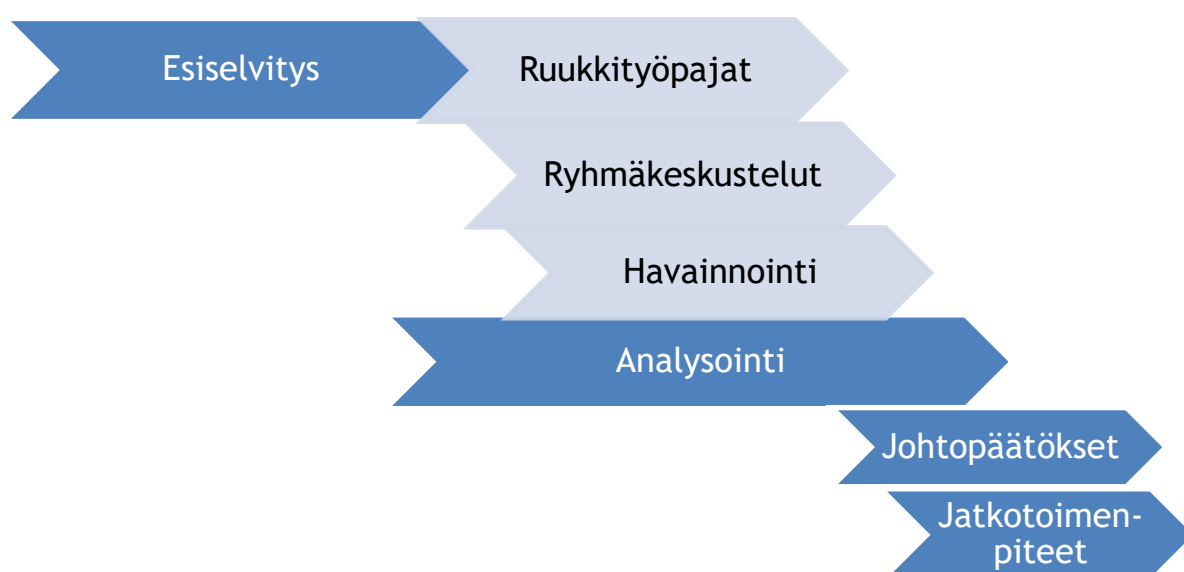
Opinnäytetyön koostuu kokonaisuudessaan esiselvityksestä, kahdesta työpajasta, kahdesta ryhmäkeskustelusta, havainnoinnista ja jatkotoimenpiteiden pohdiskelusta. Luotettavuuden varmistamiseksi tutkimusosio on toteutettu niin kutsutulla menetelmätriangulaatiolla. Siinä on käytetty kolmea eri tiedonhankintamenetelmää, osallistavaa havainnointia, ryhmätyömenetelmä Operaa ja ryhmäkeskustelua.

Esiselvityksessä haettiin perustietoja Fiskarsin ruukin toimijoista ja heidän liiketoiminnastaan tutustumalla yritysten ja yhdistysten verkkosivuihin ja käymällä tutustumassa osan yrityksissä fyysisesti paikan päällä. Opinnäytetyö on rajattu esiselvitysvaiheesta, työpajoista, ryhmäkeskusteluista ja havainnointitilanteista kerätyn tiedon hankintaan ja sen tulkitsemiseen. Opinnäytetyön lopussa pohditaan lyhyesti jatkotoimenpiteitä ja arvioidaan prosessin onnistumista.

Triangulaatiolla eli ”kolmiomittauksella” tarkoitetaan useamman menetelmän yhdistämistä ja näin ollen tutkimuksen luotettavuuden lisäämistä (Kananen 2010, 72-73). Opinnäytetyössä

käytetty menetelmätriangulaatio on osoittautunut käyttökelpoiseksi tavaksi monipuolisen kuvan ja luotettavuuden lisäämiseksi kvalitatiivisessa tutkimuksessa.

5 Opinnäytetyön eteneminen



Kuvio 2. Opinnäytetyön eteneminen

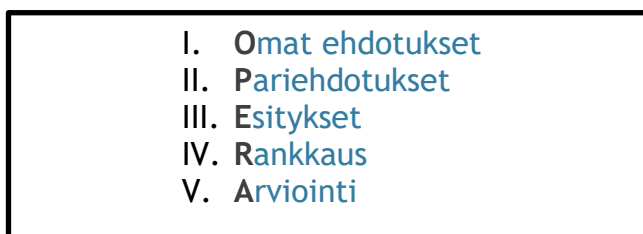
Opinnäytetyö alkoi paikallisten yrittäjien kartoittamisella. Kartoitustyössä oli suuri apu Fiskars Infon työntekijöiden avuliaisuudesta ja työpanoksesta. Heidän kauttaan sai hyvän käsityksen paikallisten yrityksen määrästä ja toimialoista. Yritysten toiminnan sisältöihin tutustuttiin tarkemmin yritysten verkkosivujen kautta ja niihin yrityksiin, joilla verkkosivuja ei ole tai joilla ne olivat kovin puutteelliset, tutustuttiin käymällä paikan päällä. Pohjatyön jälkeen seuraava askel oli ruukkityöpajojen suunnittelu ja tiedonkeruumenetelmien valinta. Haastavin osuus oli toimijoiden motivoiminen osallistumaan pajoihin. Tavoitteena oli otanta, joka koostuisi mahdollisimman heterogeenisestä ryhmästä yrittäjiä ja yhdistystoimijoita. Tavoitteisiin päästiin ja tutkimukseen osallistui yhteensä 15 yrittäjää ja yhdistysten edustajaa usealta eri alalta. Taustatyö alkoi syksyllä 2014. Työpajat toteutettiin talven ja kevään 2015 aikana ja ryhmäkeskustelut ja havainnointi tehtiin kevään ja syksyn 2015 aikana.

6 Metodit ja työkalut

6.1 Ruukkityöpajat

Ruukkityöpajat käynnistyivät kevättalvella vuonna 2015 ja niitä järjestettiin yhteensä kaksi. Työpajoissa käytettiin ryhmätyömenetelmänä Opera-menetelmää (Innotiimi 2015), jolla kerättiin tietoa ruukin toimijoiden tarpeista ja toiveista. Osallistujista pyrittiin saamaan mahdollisimman heterogeeninen otanta, jotta tulokset antaisivat mahdollisimman todenmukaisen kuvan ruukin yrittäjien tilanteesta. Otanta oli yhteensä 15.

Opera, joka on Innotiimi Oy:n rekisteröimän ryhmätyömenetelmän Tuplatiimin kevyempi versio, valikoitui tutkimusmenetelmäksi pääasiassa monipuolisuutensa vuoksi. Menetelmä oli opinnäytetyön tekijälle ennestään tuttu ja ryhmätyömenetelmiä kartoitettaessa osoittautui hyväksi valinnaksi keveytensä ja työpajaan osallistuvien määrän vuoksi. Fiskarsin ruukissa on järjestetty ruukkityöpajoja aikaisemminkin. Aalto-yliopistolle väitöskirjaansa tekevä jatko-opiskelija järjesti hieman vastaavanlaisia työpajoja Fiskarsin ruukissa vuonna 2014 ja hänellä oli myös käytössään Opera-menetelmä. Menetelmä oli siis tuttu myös osalle opinnäytetyön työpajoihin osallistuneista ja tämäkin tuki menetelmän valintaa. Menetelmän vahvuus on siinä, että se on kevyt sekä monipuolinen. Se sisältää sekä yksilö-, pari- että ryhmätyöskentelyä ja mahdollistaa uusien ideoiden syntymisen.



Kuvio 3. Ryhmätyömenetelmä Operan kulku

Ensimmäisessä työpajassa osallistujat saivat aluksi itsenäisesti valita 3-5 asiaa, joita he toivoivat olevan Fiskarsin ruukissa olevan. He saivat pohtia tätä kymmenen minuutin ajan ja sen jälkeen esitellä ja käydä läpi asiat vieressä istuvan henkilön kanssa. Tämä tehtiin parityöskentelynä, ryhmän osallistujamäärän vuoksi syntyi myös yksi kolmen ryhmä. Yhdessä tiimit valitsivat kummankin ajatuksista kolme tärkeintä, jotka kirjoitettiin paperille. Seuraavassa vaiheessa asiat esitettiin koko ryhmälle ja laitettiin esille huoneen seinälle. Kun kaikki tiimit olivat esitelleet omat ideansa ja ajatuksensa, tehtiin äänestys. Kukin työpajan osallistuja sai kolme tähteä jotka sai antaa valitsemalleen/valitsemilleen ideoille. Lopuksi käytiin läpi mitkä asiat olivat saaneet eniten tähtiä ja sitten vielä yhdessä varmistettiin, että kaikki tärkeät asiat olivat varmasti mukana ja kaikki olivat tyytyväisiä valintoihin.

Seuraavassa työpajassa oli aiheena työpajaan osallistuvien haasteet, tavoitteet ja toivomukset omaan liiketoimintaansa liittyen. Keskityttiin asioihin, jotka koettiin vaikeiksi ja haasteellisiksi yrittäjän arjessa. Työpaja eteni käytännössä samoin kuin edellinen.

6.2 Ryhmäkeskustelut

Ryhmäkeskustelu valikoitui opinnäytetyön seuraavan vaiheen tutkimusmenetelmäksi siksi, että se on vapaamuotoinen ja luova tapa saada tietoa tutkittavasta aiheesta. Keskustelun vetäjänä toimi opinnäytetyöntekijä ja hänellä oli apunaan henkilö, joka kirjasi ylös keskustelun kulkua. Kirjaaminen tapahtui paperin ja kynän avulla. Ensimmäiseen keskusteluun osallistui kahdeksan ja toiseen seitsemän fiskarsilaista toimijaa. Osallistujista 13/15 oli yrittäjiä. Ryhmän vetäjä pyrki keskusteluun puuttuessaan välttämään diktomisias kysymyksiä, jotta ei johdattelisi keskustelua tiettyyn suuntaan tai tekisi yleistyksiä keskustelussa esiin tulleista asioista.

Keskustelujen teemat (Liite 1) pohjautuivat työpajoista kerättyyn materiaaliin ja ryhmäkeskustelujen tarkoituksena oli hankkia syvällisempää tietoa käsitellyistä teemoista ja saada konkreettisia esimerkkejä yrittäjien haasteista arjessa. Teemat olivat pääpiirteissään ulkoinen viestintä, sisäinen viestintä, tuotteiden ja palveluiden myynti ja markkinointi sekä yrittäjien taloudelliset ja henkiset resurssit.

Teemat käytiin läpi etukäteen ja keskustelijat olivat alusta saakka tietoisia, että tietoa kerätään mahdollisen uuden liiketoiminnan aloittamisen kartoittamisen pohjaksi. Ryhmän vetäjän rooli oli pääasiassa keskustelun seuraaminen ja puuttuminen, mikäli keskustelun aihe on ollut vaarassa harhautua liiaksi sovittujen teemojen ulkopuolelle sekä rohkaista kaikkia keskusteluun osallistujia kertomaan omista näkemyksistään ja ottamaan osaa keskusteluun.

Ryhmäkeskustelulla (*group discussion, focus group interview, group interview*) on useita eri määrittelytapoja tieteellisestä traditiosta, maantieteellisestä kontekstista ja historiallisesta konventiosta riippuen (Vilkkä & Airaksinen 2003, 223). Opinnäytetyössä käytetty metodi ryhmäkeskustelu viittaa tässä tapauksessa keskustelutilaisuuteen, jossa on keskustelu rakentunut ennalta valittujen teemojen ympärille keskustelun vetäjän aloitteesta. Vilkan ja Airaksisen (2003, 224) mukaan ryhmäkeskustelua on käytetty tiedonkeruumenetelmänä usein markkina-tutkimuksia tehtäessä ryhmän luovan potentiaalin hyödyntämisen vuoksi.

Diktominen eli johdatteleva kysymys, on kysymys, johon voi helposti vastata kyllä tai ei. Tutkimuksessa tällaisten kysymysten käyttämisen tulkitaan monesti epäeettiseksi toimintavaksi, sillä diktomisilla kysymyksillä saadaan tulokseksi helposti vastaus, joka ei kerro koko

totuutta. Äärimmäisessä tapauksessa diktomisilla kysymyksillä kysyjä voi johdatella vastaajaa vastaamaan tietyllä tavalla ja saada näin haluamansa vastauksen (Kananen 2010, 57). Esim. ”Oletko vihainen?” Vaihtoehtoisesti sama asia voidaan kartoittaa kysymyksenasettelulla ”Miltä sinusta tuntuu?” Tällöin saadaan todennäköisemmin tietää vastaajan todellinen tunnetila ja jatkokysymyksellä voidaan selvittää mitä saadun vastauksen taustalla on.

6.3 Havainnointi

Tutkimuksen havainnointiosuuteen osallistui kuusi yrittäjää. Havainnoitavat eivät tienneet olevansa havainnoitavina. Havainnoinnissa keskityttiin seuraamaan havainnoitavia heidän työympäristöissään ja kiinnittämään erityisesti huomiota asioihin, jotka olivat nousseet esiin ruukkityöpajoissa ja ryhmäkeskustelussa. Peruste osallistuvan havainnoinnin valikoitumisesta tutkimusmenetelmäksi oli sen rooli kokonaisuuden suhteen. Havainnoinnista saatavien tulosten odotettiin täydentävän tutkimustuloksia paikkaamalla niistä jääneitä tietoaukkoja.

Havainnoinnissa keskityttiin muun muassa seuraamaan havainnoitavien työrutiineja omissa työympäristöissään ja esittämään tarkentavia kysymyksiä aiheista, joita nousi työpäivän aikana esiin (Liite 2). Opinnäytteentekijä ei kertonut ennalta käsin tekevänsä tutkimusta vaan lähtökohtana oli pikemminkin sattumanvarainen tutustumiskäynti yrityksessä. Kaikki yrittäjät olivat opinnäytteentekijälle jollain tavalla tuttuja, joten pääsy ”kulissien taakse” tapahtui helposti. Kaikkiin havainnointitilanteisiin liittyi myös asiakaspalvelutilanteiden havainnointia, sillä kaikilla havainnoitavilla yrittäjillä on myös myymälätoimintaa. Viidellä kuudesta yrittäjästä myymälät toimivat toimiston kanssa samoissa tiloissa.

Havainnointia varten oli luotu valmis runko, mutta havainnoinnin fokusta muutettiin tilanteiden mukaan ja havainnoija pyrki välttämään tilanteisiin puuttumista ja keskustelujen ohjailemista. Havaintoja kirjattiin ylös matkapuhelimen avulla paikan päällä. Havainnointikertoja oli kolme per yritys eli yhteensä kahdeksantoista. Havainnoinnit toteutettiin kevään ja syksyn 2015 aikana ja ne vaihtelivat pituudeltaan tunnista kolmeen tuntiin. Havainnointitilanteissa keskityttiin keskustelun ohella erityisesti seuraamaan yrittäjän äänenpainoja ja kehonkieltä ja tarttumaan tilanteisiin ja aiheisiin, jotka vaikuttivat huolestuttavan tai hermostuttavan havainnoitavia.

”Tutkimusta varten on hyvä valita menetelmä tarkoituksen mukaan. Havainnointi tutkimusmenetelmänä toimii parhaimmillaan muuta tutkimusta tukevana menetelmänä” (Aspers 2011, 109). Se on tutkimusmenetelmänä kuitenkin haasteellinen subjektiivisuutensa vuoksi. Havainnoijan omat näkemykset ja toiminta voivat vaikuttaa havainnoitavien toimintaan ja siten väärin tulkittua tutkimustuloksia (Justesen & Mik-Meyer 2011, 84).

Kirjassaan Kvalitatiiviset kenttätömenetelmät Martti Grönfors (1982, 87-88) jakaa havainnoinnin osallistumisen neljään asteeseen

- 1)havainnointi ilman varsinaista osallistumista
- 2)osallistuva havainnointi
- 3)osallistava havainnointi
- 4)piilohavainnointi

Näiden tasojen rajat ovat häilyviä ja havainnoijan rooli ei aina ole hänen itsensä valittavissa vaan on sopeuduttava vallitsevaan tilanteeseen. Tähän tutkimukseen valikoidun metodin, osallistuvan havainnoinnin, edellytyksenä on vuorovaikutus havainnoitavien ja havainnoijan välillä. Tämä asettaa erityisen haasteen objektiivisuudelle, sillä tutkijan omat ennakkokäsitykset ja asenteet vaikuttavat helposti saataviin tuloksiin jos tutkija ei kiinnitä omaan toimintaansa erityistä huomiota. Tämä on hyvä huomioida edeltä käsin, sillä tiedostettuihin asenteisiin ja omaan toimintaansa voi tuolloin vaikuttaa.

Osallistuva havainnointi on tutkimustapa, jossa havainnoija osallistuu tutkimansa kohteen toimintaan ja tällöin tutkijan tiedostamattomat asenteet ja omat aiemmat kokemukset vaikuttavat väistämättä tuloksiin eikä siltä voi koskaan täysin välttyä. ”Osallistuvassa havainnoinnissa vuorovaikutus tapahtuu pitkälle tutkittavien henkilöiden ehdoilla. Tutkijan pitäisi luonnollisestikin vaikuttaa mahdollisimman vähän tutkimansa yhteisön elämään ja tapahtumien kulkuun” (Eskola & Suoranta 2003, 100).

Eskola ja Suoranta pohtivat kirjassaan Johdatus laadulliseen tutkimukseen (2003, 104) havainnoimisen eettisiä näkökulmia liittyen avoimuuteen. Havainnoimisesta voidaan kertoa tutkittaville tai olla kertomatta. Tällöin täytyy muistaa eettiset ongelmat, joita kertomatta jättämisestä saattaa koitua. Havainnoinnin lähtökohtana on, että havainnoija systemaattisesti kirjaa ylös havaintojansa. Hän voi olla osa tutkimaansa yhteisöä tai yhteisön ulkopuolinen henkilö. Havainnointiin käytettävä aika vaihtelee voimakkaasti. Kenttätöitä saatetaan tehdä useita vuosia tai vaihtoehtoisesti tulkinnat tehdään lyhyiden käyntien perusteella.

7 Analyysi

Ensimmäinen analysointivaihe alkoi heti ruukkityöpajojen jälkeen, sillä niissä esiin nousseet aiheet toimivat ryhmäkeskustelujen pohjana. Ryhmäkeskustelujen tarkoituksena oli tarkastella ja syventää työpajoissa esiin nousseita asioita aihealueittain. Havainnoinnit toteutettiin

ajallisesti samanaikaisesti ryhmäkeskustelujen kanssa ja materiaalia näistä kaikista kerääntyi runsaasti.

Analysointityötä tehtiin läpi opinnäytetyöprosessin. Sen aikana oli syntynyt paljon erilaista empiiristä tutkimusmateriaalia, jonka läpikäymiseen ja analysointiin meni paljon aikaa. Analysointi tehtiin manuaalisesti käyttämällä aineiston tiivistämistekniikkaa. Tiivistämistekniikassa asiasegmenteille annetaan nimet, jotka kertovat mitä asiat sisällöstä nousevat esiin. ”Tiivistämällä voidaan nähdä suurempia kokonaisuuksia, joista aineisto koostuu.” (Kananen 2010, 61). Materiaalin ryhmittely oli ensi alkuun helppoa ja tietyt toistuvat teemat ja aiheet näkyivät kerätyssä materiaalissa selkeästi. Ryhmäkeskusteluissa nousi esiin myös muita teemoja ja asioita. Myös havainnointitilanteiden pohjalta oli nähtävissä teemoja, jotka antavat syytä tarkemmalle tutkiskelulle tulevaisuudessa ja joita yritystä perustettaessa olisi hyvä ottaa huomioon. Ne eivät kuitenkaan suoranaisesti liittyneet tai vastanneet opinnäytetyöntekijän määrittelemiä aiheeseen tai tutkimuskysymyksiin ja jäivät sen vuoksi tämän analyysin ulkopuolelle. Varsinaisia ristiriitaisuuksia ei löytynyt, mutta materiaalista kävi kuitenkin ilmi, että eri alojen ja erikokoisten yritysten tarpeet poikkeavat toisistaan, vaikka yhtäläisyyksiä löytyi paljon.

8 Tulokset, tulkinnat ja toimenpiteet

Laadullisen tutkimuksen haasteellisin vaihe on tulkintojen tekeminen. Tulokset ja niiden todenpitävyys ovat usein pitkälti riippuvaisia tutkijan tieteellisestä mielikuvituksesta. Induktiivisesti etenevän tutkimuksen tulkintojen tekemisen yksi apuväline on fenomenologinen menetelmä (Aspers 2011, 167).

8.1 Ruukkityöpajojen tulokset

Viestintä ja markkinointi	Kokonaiselämys	Kulttuuri	Yhteisö
Koordinoitu toiminta - verkon kutoja	Palvelujen paketointi	Teatteri - aikuisille, lapsille ja nuorille	Kaikki tiedon äärelle - eri ryhmien huomioiminen
Historia näkyvillä - nykypäivä, monipuolinen ruukki	Tieto yhdestä luukusta, selkeä info kävijälle	Konsertit	Rauhallinen asuinympäristö
Jokainen yrittäjä on palveluneuvoja	Palvelumuotoilu	Näyttelyt - enemmän yhteistyötä, suuremmat kuvat	Infra vaikuttaa kaikkeen kehitystyöhön

Kuvio 4. Ruukkityöpaja 1:n tulokset

Resurssien puute	Kausiluontoisuus	Viestinnän haasteet
Aika (väsymys, kaikki aika menee tuotteiden valmistukseen ja suunnitteluun, ei aikaa markkinointiin)	Hiljainen talvi	Yhteistyön tekeminen haasteellista
Osaaminen (puutteita markkinoinnin ja viestinnän osaamisessa)	Vaikea saada väliaikaista apua	Ruukissa ei sopivia viestinnän kanavia - ei viestinnän työkaluja
Mittaaminen	Kohtuuttomat vaatimukset kauppojen aukioloajoista	Sekavat viestit huhut —> negatiivinen ilmapiiri
Ei osata löytää uusia tapoja toimia		Ei työkaluja sisäiseen viestintään

Kuvio 5. Ruukkityöpaja 2:n tulokset

Ryhmäkeskustelun tulokset vahvistivat ruukkityöpajoista saatuja tuloksia. Kävi ilmi, että monien yrittäjien toiminta on kausiluontoista. Suurin osa yrityksistä on 1-5 hengen mikroyrityksiä ja siksi useiden yritysten liiketoiminnan kompastuskivenä on ajan ja osaamisen puute. Tuotteet ja palvelut ovat laadukkaita ja niiden tekemiseen panostetaan ja käytetään paljon aikaa.

Markkinoinnin ja viestinnän suunnittelu ja tehokas hoitaminen jäävät sen sijaan usein liian vähälle huomiolle, sillä aika tai taloudelliset resurssit eivät riitä. Tästä johtuen koettiin, että monet tuotteet ja palvelut eivät aina tavoita loppuasiakasta niin tehokkaasti kuin pitäisi. Ajatus siitä, että niin asiakkaiden kuin yrittäjienkin kannalta olisi hyödyllistä, jos ruukin toimijoiden sisäinen viestintä toimisi paremmin, nousi esiin jatkuvasti eri yhteyksissä läpi prosessin. Ruukista koettiin puuttuvan taho, joka osaisi nähdä eri toimijoiden tarpeet.

Havainnointitilanteissa todetut asiat tukivat työpajoissa ja ryhmäkeskusteluissa esiin tulleita teemoja. Yrittäjillä menee paljon aikaa asiakaspalvelutyöhön ja se on pois yrityksen kehittämistyöstä ja suunnittelusta. Monet pienyrittäjistä pelkäävät riskejä eivätkä uskalla palkata ihmisiä töihin. Esiselvityksessä selvisi, että ruukissa on myös jonkin verran keskisuuria yrityksiä, mutta niiden liiketoiminnan pääpaino on suurelta osin kansainvälisessä liiketoiminnassa vaikka tuotantoa ja myyntiä olisi ruukissakin.

Menetelmätriangulaatio, jonka osa-alueina työpajat, ryhmäkeskustelut ja havainnointi, toimi tutkimuksessa sen luotettavuuden vahvistajana. Vaikka samat teemat toistuivat tutkimuksen eri vaiheissa, pyrittiin kuitenkin välttämään subjektiivista suhtautumista aiheeseen ja mahdollistamaan uusien näkökulmien ja ajatusten esiintulo. Tutkimusta analysoitaessa aineistosta näkyi kuitenkin selvästi seuraavat

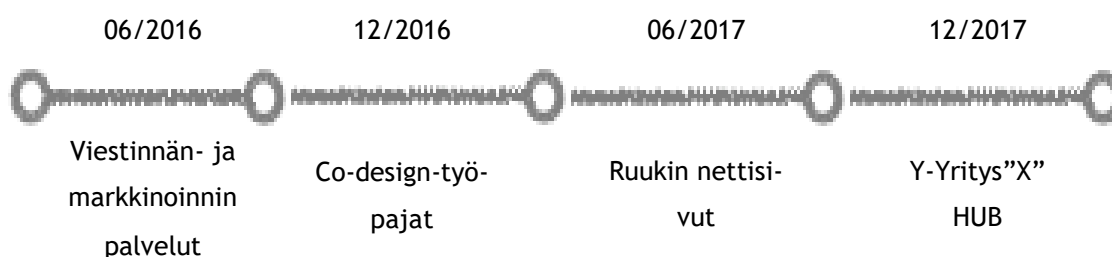
8.2 Johtopäätökset

Tutkimuksen tulokset osoittavat selvästi, että Fiskarsin ruukissa on tarvetta yritysten toiminnan koordinoinnille, yhteistyölle ja viestinnän parantamiselle. Tarvittaisiin toimija, joka näkee yrittäjien tarpeet ja osaa törmäyttää yrityksiä ja asioita toisiinsa niin, että yrittäjät voivat tehdä enemmän yhteistyötä ja saada enemmän tuloksia vähemmällä työllä.

Monilla alueen toimijoilla on haasteita sekä huoli sekä ulkoisen viestinnän hoitamisesta että ruukin sisäisestä viestinnästä. Monet asiat hoidetaan satunnaisten kohtaamisten tai sähköpostien kautta. Ruukissa toimiva Fiskars-yhtiön ylläpitämä Fiskars Info toimii tiedottajan roolissa, sekin pääasiassa matkailijaryhmien ja matkanjärjestäjien suuntaan. Keskusteluissa pureuduttiin lähemmin yksittäisten toimijoiden tarpeisiin ja siihen miten niihin voitaisiin löytää ratkaisuja. Kävi ilmi selkeä tarve toimijalle, joka voisi markkinoinnin ja viestinnän palveluita sekä koordinoisi ruukin toimijoiden toimintaa ja toimisi nk. verkon kutojana. Yrittäjät voisivat tarjota ja suunnitella tarjoamiaan palveluita yhdessä ja käyttää joukkovoimaa niiden markkinoinnissa.

8.3 Jatkotoimenpiteet

Tulokset ja niistä tehdyt johtopäätökset antavat aiheen yritystoiminnan aloittamiselle. Alla on esillä suunnitelma liiketoiminnan käynnistämisen aikataulusta.



Kuvio 6. Yritystoiminnan aloittaminen ja tarjonnan muodostuminen

8.4 Yhteiskunnallinen yritys "X"

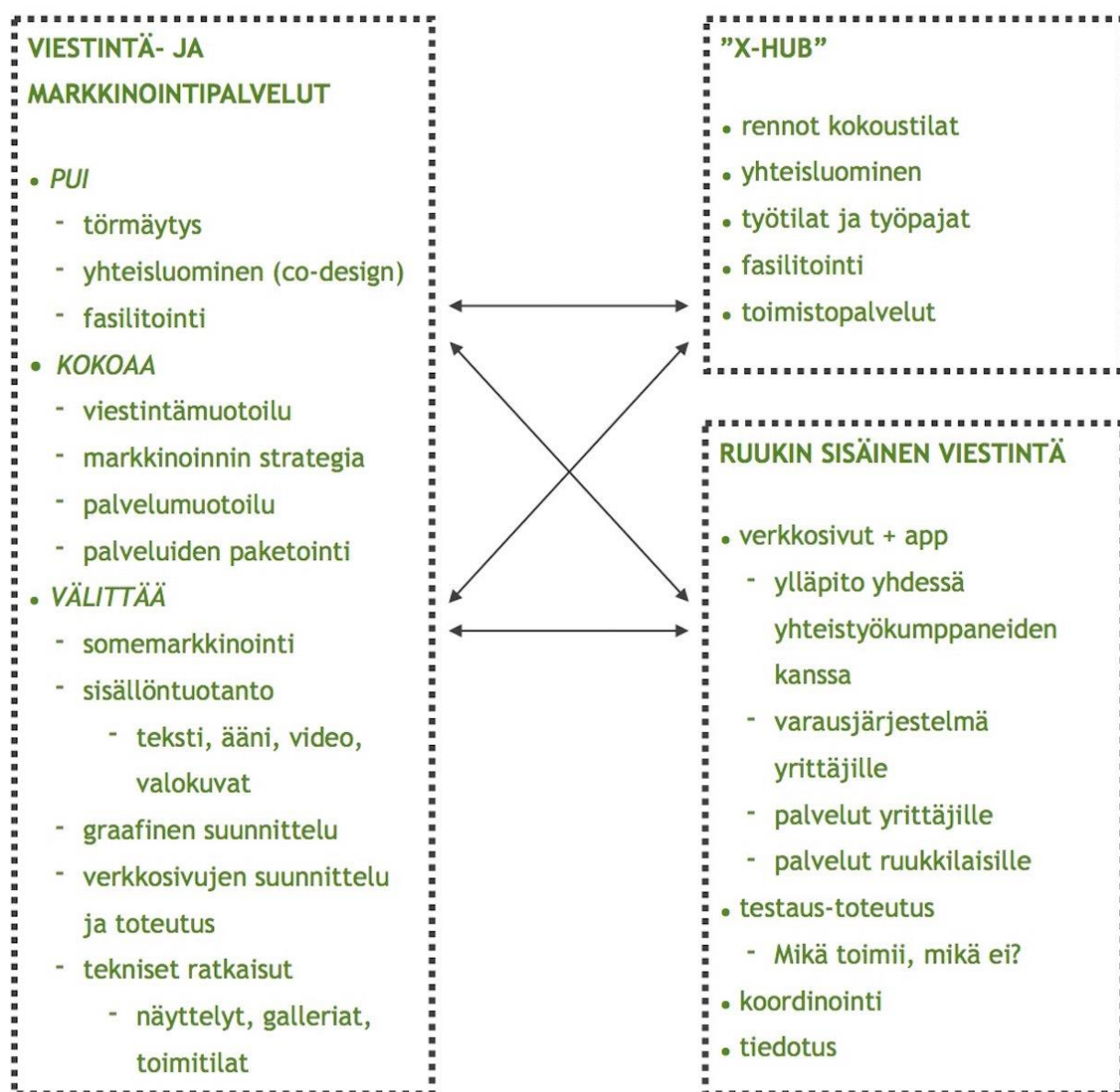
Yrityksen strategisina tavoitteina on Fiskarsin ruukin sisäisen viestinnän ja ruukissa toimivien yritysten toimintamahdollisuuksien parantaminen sekä ruukkiyhteisön omavaraisuuden kasvattaminen. Yrityksen toiminnan lähtökohtana on vastuullisuus ja sen toimintaa ohjaavat yhteiskunnallisen yrittäjyyden periaatteet. Yrityksen tärkein tavoite ei ole voiton tavoittelu vaan kestävien sosiaalisten ja ekologisten ratkaisujen löytäminen yhteisön kehittämiseksi ja sen hyvinvoinnin parantamiseksi.

Yhtenä yrityksen tavoitteena on ruukin sisäisen viestinnän kehittäminen ja sitä varten kehitettävien työkalujen rakentaminen. Tähän tarvitaan mukaan useita toimijoita ruukista. Verkkoisovien toteuttamiseen ja rahoittamiseen osallistuvat ruukin asukkaille suunniteltavien palveluiden niiden ylläpidon osalta X ry, varausjärjestelmän ja viestintäpalvelujen osalta Y ry, Z ry sekä Fiskars Oyj. Ruukin sisäiset sivut tarjoavat siis palveluita niin ruukin asukkaille kuin siellä toimiville yrityksille ja yhdistyksillekin ja samalla voisivat toimia markkinointi tarkoituksessa ruukista kiinnostuneille ja sinne vastikään muuttaneille tai muuttamista suunnitteleville. Yhteiskunnallisen yrityksen taustalla on ajatus jonkin yhteiskunnallisen tai yhteisössä olevan ongelman ratkaisemisesta. "Yhteiskunnalliset yritykset maksimoivat taloudellisten voittojen sijaan yhteiskunnalle tuottamia vaikutuksia." (Jakonen Silvasti & Tykkyläinen 2015, 144). Yritysten toiminta perustuu yritys vastuun "Triple bottom line" kolmeen periaatteeseen, joiden

mukaan yrityksellä on kolme yhtä tärkeää vastuualuetta, ekologinen vastuu, sosiaalinen vastuu ja taloudellinen vastuu, joiden mukaan se toimii. Taloudellinen vastuu ei viittaa ainoastaan vastuuta yrityksen omasta taloudellisesta menestymisestä vaan myös laajemmin vaikuttamisesta yhteisön, jossa se toimii, hyvinvointiin.

Jakosen, Silvastin ja Tykkyläisen (2015, 154) mukaan yhteiskunnallisissa yrityksissä on monesti rajoitettu voitonjako joka tarkoittaa sitä, että pääosa yrityksen voitosta suunnataan suoraan joko yrityksen toiminnan kehittämiseen tai yhteiskunnallisia ongelmia ratkaisevien hankkeiden rahoittamiseen sen sijaan, että se jaettaisi osinkoina omistajille.

8.5 Yhteiskunnallinen Yritys ”X” :n palvelutarjooma



Kuvio 7. Yhteiskunnallinen yritys ”X” :n palvelutarjooma

Yritys tarjoaa palvelu- ja viestintämuotoilua, yhteisluomista (co-design) sekä markkinoinnin palveluita Länsi-Uudenmaan ja Uudenmaan yrityksille ja yhdistyksille. Pääpainona on Fiskarsin ruukin yritysten toiminnan kehittäminen ja niiden välisen vaikuttavan yhteistyön luominen. Tämä pyritään toteuttamaan työpajoissa, joissa yrittäjät pääsevät yhdessä suunnittelemaan uusia tapoja liiketoimintansa toteuttamiseen. Työpajoissa käytetään yhteisluomisen ja empaattisen suunnittelun menetelmiä. Toimijoiden erilaisia tarpeita huomioivat lähestymistavat lisäävät luottamusta ja luovat mahdollisuuksia vapaaseen ilmaisuun ja uusien ideoiden synty-miseen.

Seuraava vaihe on toiminnan suunnittelu yrittäjien tarpeiden pohjalta. Kolmannessa vaiheessa tehdään käytännön toteutus. Yhteiskunnallinen yritys ”X” toteuttaa itse ylläolevan kuvan mukaisia palveluita, kuten graafinen suunnittelu, verkkosivujen suunnittelu ja toteutus sekä markkinoinnillinen sisällöntuotanto, mahdollisuuksien mukaan ja auttaa yrittäjiä löytämään muita palveluntarjoajia toteutukseen joihin yrityksen osaaminen ei ulotu tai omat resurssit eivät riitä.

Palvelumuotoilu on asiakaslähtöistä palveluiden suunnittelua ja kehittämistä menetelmin, jotka esittävät palvelun sisällön konkreettisesti, jotta niistä tulee helpommin ymmärrettäviä.

Yhteisluominen (co-creation) on menetelmä, joka kerää yhteen uuden palvelun/tuotteen kehittelyyn kaikki siihen liittyvät tahot (asiakkaat, yhteistyökumppanit, työntekijät, sidosryh-mät), jotta lopputuote vastaisi mahdollisimman hyvin käyttäjiensä todellisia tarpeita. Lähtö-kohtana on, että kaikki osallistuvat tahot saavat yhteissuunnittelun avulla hyötyä myös omaan toimintaansa.

Empaattinen suunnittelu on käyttäjälähtöisen suunnittelun lähestymistapa, jonka tarkoitus on rakentaa luovaa ymmärrystä käyttäjien ja asiakkaiden rutiineista ja arjen tarpeista uusia tuotteita ja palveluja kehitettäessä. Empatia on toisen tilanteisiin tai tunteisiin eläytymistä ja myötätuntoisuutta (Nurmi 2004, 112). Luova ymmärrys on sekoitus kognitiivista ja vaikutta-vaa ymmärrystä (affective understanding) ja kykyä soveltaa tätä ymmärrystä käyttäjälähtöisiä palveluja ja tuotteita suunnitellessa (Wright & McCarthy 2005, 24). ”Empaattisen muotoilun keinoin pystytään laajentamaan ajattelua olemassa olevien tuotteiden ja palvelujen ulkopuo-lle.” (Miettinen 2011, 31).

9 Prosessin arviointi

Jo opinnäytetyötä suunnitellessa oli odotettavissa ja tiedossa, että valittu prosessi olisi aikaa vievä ja raskas, joten siihen nähden opinnäyte toteutui ja eteni suunnitelmien mukaan. Opinnäytetyö toteutettiin kokonaisuudessaan työn ohella ja tämä pitkitti prosessia entisestään.

Suurin ennalta tiedostamaton haaste oli kaiken kerätyn materiaalin analysoimisessa ja tulkitsemisessa osaltaan sen suuresta määrästä ja etenkin sen moninaisuudesta johtuen. Analysointivaihe alkoi jo varhaisessa vaiheessa ja jatkui koko prosessin ajan. Tämä helpotti osaltaan työn etenemistä. Analysoinnissa ja tulkitsemisessa oli keskityttävä tiettyihin valittuihin opinnäytetyön tekijän mielestä merkittäviin teemoihin ja jätettävä osa saadusta materiaalista selkeästi vähemmälle huomiolle. Muuten kokonaisuus olisi kärsinyt liikaa ja fokuoiminen olisi vaikeutunut entisestään. Materiaali osoittautui kuitenkin hyväksi pohjaksi jatkotoimenpiteiden suhteen, vaikka jäikin opinnäytetyön ulkopuolelle. Fokusoiminta olisi ollut tarpeen tehdä aikaisemmin, jotta aikaa olisi vapautunut jo aiemmin kirjoittamiselle ja johtopäätöksille.

Hyvä pohjatyö ja hidas eteneminen sekä kohderyhmään tutustuminen antoivat mahdollisuuden asioihin pureutumiseen ja ehkä myös tästä johtuen tulokset olivat kattavia ja monipuolisia. Johtuen työn tekijän vahvuudesta juuri ryhmätyö- ja vuorovaikutustaidoissa, olivat valitut metodit toimivia ja tutkimustyön tiedonkeruuvaihe oli antoisa ja mielekäs, tämä ehkä myös osaltaan johti materiaalin runsauteen.

Haasteellista oli materiaalin systemaattinen läpikäyminen ja rajaaminen. Olisi ollut hyvä jos opinnäytetyöntekijöitä olisi ollut vähintään kaksi. Tämä olisi nopeuttanut prosessia ja antanut perspektiiviä kokonaisuuden suhteen. Tämä oli tosin tiedossa jo ennen työn aloittamista, mutta sopivaa kumppania ei löytynyt ja tuskin kukaan olisikaan lähtenyt näin pitkään prosessiin ilman selkeää henkilökohtaista päämäärää.

Lähteet

Painetut lähteet

Aspers, P. 2011 Etnografiska metoder. 2. painos. Malmö: Liber.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2003 Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 6. painos Tampere: Vastapaino.

Grönfors, M. 1982 Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät. Porvoo: WSOY.

Jakonen, M. & Silvasti T. (toim.) 2015. Talouden uudet muodot. Helsinki: Into.

Justesen, L. & Mik-Meyer, N. 2011. Kvalitativa metoder - Från vetenskapsteori till praktik. Lund: Studentlitteratur.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kullvik, B. & Siltavuori, A. 2009. Fiskars 360 vuotta Suomen teollisuuden historiaa. 3. uudistettu painos Raasepori: Fiskars Oyj Abp.

Miettinen, S. (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.

Nurmi, T. 2004. Suuri suomen kielen sanakirja. 3. tarkistettu ja päivitetty painos. Jyväskylä: Gummerus.

Ruusuvuori, J. & Tiittula, R. (toim.) 2005. Haastattelu, tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.

Vilkka, H. & Airaksinen T. (toim.) 2003 Toiminnallinen opinnäytetyö. 4. painos. Helsinki: Tammi.

Wright, P. & McCarthy, J. 2005. The value of the novel in designing for experience. Pirhonen, A. Roast, C., Saari luoma, P. & Isom, H. *Future interaction design* (s. 9-30). Lontoo: Springer-Verlag.

Sähköiset lähteet

Laihin, H. 2013 Tiedonhallinnasta tiedolla johtamiseen.. Viitattu 12.1.2016.
<https://www.innokyla.fi/documents/796554/bd4557ba-07a1-44e2-8f9c-62073e1a9332>

Fiskars Oyj Abp. 2014. Toimijat Viitattu 18.4.2014.
<http://fiskarsvillage.fi/toimijat>

Tilastokeskus. 2014. Tulostettu 30.1.2014
<http://www.stat.fi/tup/posnro/vakilukupostinumeroalueittain.pdf>

Liitteet

Liite 1: Ryhmäkeskustelun teemat

Liite 2: Havainnoinnissa tarkasteltavat asiat

Liite 1: Ryhmäkeskustelun teemat

Resurssit ja miten ne jakautuvat

- Mihin yritystoiminnassa keskitytään?
- Mitä jää tekemättä?
- Mitä pitäisi tehdä?

Ruukin turismin kausiluonteisuus ja miten se vaikuttaa yritystoimintaan?

Viestintä

- Miten hoidetaan
- Mitä työkaluja
- Mitä osaamista
- Resurssit
- Ulkoinen - sisäinen

Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa

- Miten toimii, jos toimii?
- Mitä haasteita?

Kehitysideat, ajatukset, toiveet

Liite 2

Havainnoinnissa tarkasteltavat asiat

Fyysiset toimitilat ja niiden mahdollisuudet ja rajoitteet

Yrittäjän toiminta

- käytös
- eleet
- rutiinit
- asiakaskohtaamiset