

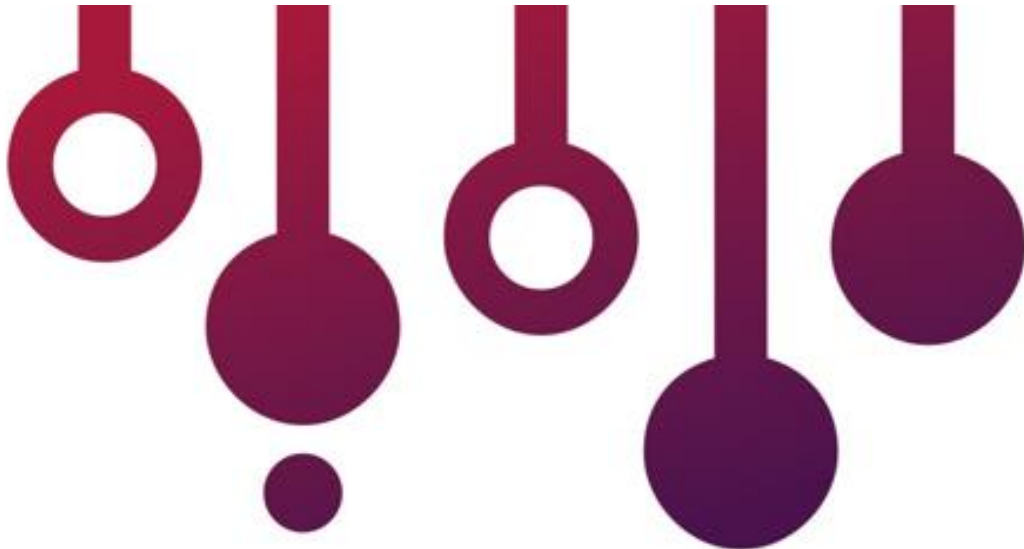


ServiceDigiCulture

„Digital and Sustainable Service Innovation for the Cultural and Creative Sectors“

Strategic partnership – Adult Education

Project Number: 2020-1-FI01-KA227-ADU-092663



ServiceDigiCulture

IO1: Competency Framework

Palvelumuotoiluosaamisraportin
tiivistelmä



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Tiivistelmä

Digital and Sustainable Service Innovation for the Cultural and Creative Sectors -projektin tavoitteena on kehittää digitaalinen palvelujen innovoinnin ja palvelumuotoilun työkalupakki ja valmennus eurooppalaisille kulttuurialoilla ja luovilla aloilla työskenteleville ja alan työn etsijöille. Työkalupakki ja valmennus pyrkivät auttamaan alan toimijoita kehittämään, innovoimaan ja uudistamaan palveluitaan sekä vastaamaan paremmin ja kestävämmiin tämän hetkisiin ja tuleviin yhteiskunnan muutoksiin, haasteisiin ja erityistilanteisiin, kuten koronaviruspandemia. Projekti on EU:n Erasmus+ -ohjelman tukema hanke.

Tämä raportti kulttuurin ja luovien alojen valmennustarpeista perustuu Bulgariassa, Puolassa, Suomessa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa kesä-syyskuussa 2021 tehtyyn kirjoituspöytätyöskentelyyn, loka-joulukuussa 2021 tehtyihin kyselyihin sekä marraskuussa 2021 – tammikuussa 2022 tehtyihin haastatteluihin. Kyselyt ja haastattelut tehtiin kahdelle eri kohderyhmälle, joista ensimmäinen oli kulttuurin ja luovien alojen pien- ja mikroyritykset, itsenäiset ammatinharjoittajat, työntekijät sekä työn etsijät EU:ssa. Toinen ryhmä koostui kulttuurin ja luovien alojen toimijoista, promoottoreista ja kehittäjistä, kuten kunnista, organisaatioista ja yhdistyksistä, palvelumuotoilun ja muotoilun ammattilaisista, yritysorganisaatioista ja yrityskehittäjistä. Virtuaalisesti tehty kyselyt sisälsivät sekä laadullisia että määrällisiä kysymyksiä. Haastattelut tehtiin joko virtuaalisesti tai henkilökohtaisesti riippuen muun muassa koronaviruspandemian rajoituksista.

Kirjoituspöytätyöskentelyn tavoitteena oli tarkastella kulttuurin ja luovien alojen haasteita erityisesti tuotteiden ja palvelujen osalta, sekä olemassa olevia palveluja ja tuotteita kuten myös palveluinnovointia ja palvelumuotoilua koskevia ratkaisuja. Tutkimus oli pääasiassa laadullinen. Tietoa kerättiin jokaisesta partnerimaasta sekä Euroopasta. Tutkimuksessa myös tarkasteltiin ja analysoitiin erilaisia palvelumuotoilun kansainvälisesti käytettäviä prosessimalleja.

Tutkimusvaiheen kyselyjen tavoitteena oli kartoittaa kulttuurialojen ja luovien alojen innovointi- ja tuotteistamis-/palvelullistamistoimia sekä -näkömynkiä; käsityksiä palveluinnovoinnista, palvelumuotoilusta, tuotteistamisesta ja palvelullistamisesta; kartoittaa olemassa olevia palveluja ja niiden tuottamista; palvelujen tuottamiseen osallistuvia tahoja (kuka, miltä alalta ja miten); palvelujen toteuttamista, kehittämistä ja innovointia edistäviä ja hankaloittavia tekijöitä, sekä mieluisimpia valmennusvaihtoehtoja. Haastattelut syvensivät kyselyjen kautta saatua tietoa.

Keskeiset löydökset:

Kirjoituspöytätyöskentelystä selvisi, että sekä bulgarialaisten, puolalaisten, suomalaisten ja brittiläisten kulttuurin ja luovien alojen organisaatioiden ja työntekijöiden haasteet liittyvät pääasiassa riittämättömään rahoitukseen, taitoihin sekä saatavilla olevaan teknologiaan ja sen oikeanlaiseen käyttöön. Tämä on edelleen korostunut koronaviruspandemian aikana, jonka aikana ala on kärsinyt asiakkaiden, työpaikkojen ja tulojen menetyksestä.

Sekä kyselyissä että haastatteluissa selvisi, että palvelumuotoilu ja palveluiden innovointi ovat melko vieraita kulttuurialoilla ja luovilla aloilla työskenteleville. Palvelumuotoilu liitettiin useimmiten asiakkaisiin ja käyttäjiin (ja niihin kytkeytyviin teemoihin kuten asiakkaiden tarpeet ja kokemukset, käyttäjäkokemukset, asiakaslähtöisyys, jne.), palveluun, laatuun ja toimien parantamiseen. Suurin osa





vastaajista ei tiennyt mitä palvelumuotoilu on tai mikäli he tiesivät mitä palvelumuotoilu on, he eivät tietäneet kuinka käyttää sitä työssään. Tästä huolimatta osa vastaajista vaikutti tiedostamattaan käyttävän työssään joitain palvelumuotoilun menetelmiä. *Palvelujen innovointia* koskevat vastaukset olivat hyvin samankaltaisia. Suurin osa vastaajista (55%) ei ollut kokenut innovoineensa palveluja työssään. Haastatteluista paljastui, että palvelujen innovointi on huomattavasti tutumpaa suomalaisille kuin bulgarialaisille, puolalaisille ja brittiläisille kulttuurin ja luovien alojen ammattilaisille, joista useimmille palvelujen innovointi oli vieras konsepti. Lisäksi vastaajat kokivat vaikeaksi liittää palvelujen innovointi kulttuurialoille ja luoville aloille, sekä nähdä miten käyttää sitä päivittäisessä työssään.

Haastatteluihin vastaavat henkilöt tunnistivat joukon innovointia edistäviä ja sitä hankaloittavia tekijöitä, joista talouteen ja aikaan liittyvät tekijät näyttäytyivät tärkeimpinä. Yhteiskunnan poikkeukselliset haasteet nähtiin toisaalta innovointia edistävinä, mutta toisaalta sitä hankaloittavina, koska niiden aikana käytettävät selviytymiskeinot saattoivat hankaloittaa ja hidastaa innovointia. Kulttuurin ja luovien alojen asiantuntijat mainitsivatkin useasti, että alojen työntekijöiden tulisi sopeutua muutokseen sekä heidän olisi hyödyllistä oppia muutoksen hallinnan taitoja.

Kyselyiden mukaan osa vastaajista oli digitalisoinut joitain liiketoimintansa toimintoja, kuten markkinointia, palveluja ja tuotteita. Vastaajien vähemmistö oli digitalisoinut myyntiään. Vain muutama vastaajista ei käyttänyt digitalisaatiota työssään lainkaan. Digitalisaation käyttöä kartoitettiin syvemmin haastatteluissa. Haastatteluista selvisi, että osa kulttuurialojen ja luovien alojen toimijoista oli käyttänyt digitalisaatiota ennen pandemian alkamista, mutta suuremmalle osalle sen käyttöön ottamisen laukaisi koronaviruspandemia. Digitalisaatio nähtiin mahdollisuutena mukauttaa toimintaa rajoitusten aikana. Vaikuttaakin siltä, että digitalisaation nähdään tuovan tiettyjä etuja, vaikkakin osalle kasvokkain tapahtuvat kohtaamiset ovat mielekkäämpiä.

Haastateltavat asiantuntijat toivat esiin kulttuurialojen ja luovien alojen yritysten tarpeen ymmärtää mitä palvelumuotoilu ja palveluinnovointi ovat kyetäkseen hyödyntämään niitä. Tärkeäksi haasteeksi koettiin ajanpuute, sillä uusien käyttöön otettavien asioiden oppimiseen tarvitaan aikaa. Tämä saattaa linkittyä myös yleisiin liiketoimintakompetensseissa havaittuihin haasteisiin, kuten suunnittelu, strateginen ajattelu, ajanhallinta sekä kontaktien luominen. Toisena tärkeänä haasteena nimettiin kyky sopeutua uusiin tilanteisiin. Asiantuntijoiden haastatteluissa mainitsemia kulttuurin ja luovien alojen mahdollisuuksia olivat palvelumuotoilu ja palveluinnovointi, koska ne voivat auttaa yrityksiä kasvamaan, menestymään ja olemaan kilpailukykyisempiä, parantamaan suhdetta asiakkaisiin luomalla ymmärrystä asiakkaiden tarpeista; kehittämään muutoksenhallinnan taitoja, luoda laajempaa perspektiiviä eli avata ajattelumaailmaa, sekä auttaa luomaan kontakteja ja yhteistyötä alan muiden toimijoiden kanssa.

Bulgariassa, Puolassa, Suomessa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa tehdyistä kirjoituspöytä tutkimuksista, haastatteluista ja kyselyistä voidaan nostaa esiin seuraavat olennaisimmat seikat suuntaamaan kulttuurialojen ja luovien alojen valmennustarpeiden määrittelyä:

1. Kirjoituspöytä tutkimuksen mukaan kulttuurin ja luovien alojen yritykset kohtaavat samankaltaisia haasteita: riittämätön rahoitus ja taidot, sekä koronaviruspandemian negatiivisten vaikutusten kanssa



kamppaileminen, mikä ilmenee tarpeena digitalisoitua sekä mukauttaa tuotteita ja palveluita nopeasti.

2. Tuotteiden ja palvelujen tuottaminen pohjautuu kulttuurialoilla ja luovilla aloilla melko perinteisiin menetelmiin ja innovointia käytetään harvoin.

3. Kirjoituspöytätyöskentelyn mukaan palvelumuotoilun ja palveluinnovoinnin terminologia on melko vierasta kulttuuri ja luoville aloille, ja usein, mikäli nuo käsitteet ovat jollakin tuttuja, ne koetaan soveltumattomiksi omalle alalle.

4. Haastattelut ja kyselyt paljastavat, että kulttuurin ja luovien alojen yritysten **vähäinen palvelumuotoilun ja palveluinnovoinnin tuntemisen taso** rajoittaa heidän mahdollisuuksiaan käyttää kyseisiä menetelmiä työssään.

5. **Freelancerit ja yksityisyrittäjät toimivat eri tavoin kuin mikro- tai pk-yrityksessä työskentelevät.** Ensimmäinen ryhmä useimmiten pyörittää liiketoimintaansa yksin samoin kuin he ovat myös yksin vastuussa tuotteiden ja palvelujen kehittämisestä, kun taas yrityksissä työskentelevät voivat tukeutua tässä muihin tiimin jäseniin. Ensimmäisen ryhmän edustajat tekevät päätöksiä yksin, kun taas johto tekee liiketoimintaa koskevat päätökset yrityksessä työskentelevien puolesta.

6. **Asiakkaat ovat tärkeitä** kulttuurialojen ja luovien alojen toimijoille. Ne tunnistetaan tuote- ja palvelukehityksen uudistamisen ja innovoinnin liikkeelle panevana voimana. Samanaikaisesti alan toimijoiden tulee kuitenkin lisätä ymmärrystään asiakkaista ja heidän tuleekin kehittää asiakkaiden tavoittamiseen ja vuorovaikutukseen liittyviä taitojaan.

7. Kulttuurialojen ja luovien alojen yritykset luottavat **innovoinnissa** vapaa-ajan, rahoituksen, teknologian sekä asiakkaiden kanssa käydyn vuorovaikutuksen apuun. Rahan puute, ajanpuute, henkiset esteet (kuten tuntemattoman pelko ja paine) sekä yllättävät äkkinäiset muutokset puolestaan hankaloittavat innovointia.

8. **Digitalisaatio on tuttua** kulttuurialoilla ja luovilla aloilla työskenteleville. Jotkut ovat digitalisoineet liiketoimintansa osa-alueita jo ennen koronaviruspandemiaa. Pandemia on kuitenkin pakottanut suurimman osan kääntymään digitalisaation puoleen kriisistä selviytyäkseen. Vaikka digitalisaatio koetaan tärkeäksi, **tulee digitaalisia taitoja silti kehittää.**

9. Kulttuurialoilla ja luovilla aloilla työskentelevät **kokevat tarvitsevansa liiketoimintataitoja**, vaikkakin niiden kehittäminen jää usein luovan toiminnan varjoon.

10. **Markkinointitaidot ja sosiaalisen median taidot** koettiin myös tärkeiksi kehittämiskohteiksi.

11. Asiantuntijoiden mielestä kulttuurin ja luovien alojen yritykset eivät tunne palvelumuotoilun ja palvelujen innovoinnin käsitteitä.

12. Asiantutijat nostavat esiin, että kulttuurialojen ja luovien alojen yritysten tulee **kehittää liiketoimintaosaamistaan**, käsittäen mm. yrittäjyyden, taloushallinnan, **markkinoinnin** ja brandin kehittämisen, strategisen suunnittelun ja analysoinnin. Heidän tulee **oppia asettamaan asiakas**



toiminnan keskipisteeseen markkinointitutkimuksen, empatian, kuuntelemisen ja kommunikoinnin avulla. **Yritysten tulee olla mieleltään avoimia ja avarakatseisia.**

13. Asiantuntijat uskovat, että palvelumuotoilu ja palveluinnovointi voivat edistää kulttuurialojen ja luovien alojen yritysten **liiketoiminnan kehittämistä, näkökulman muuttamista sekä avartamista, ja suhteiden parantamista asiakkaisiin.**

14. Asiantuntijoiden mukaan kulttuurialojen ja luovien alojen yritykset voivat olla **avoimia digitalisaatiolle, mutta heiltä puuttuu taitoja, tietoa ja resursseja käyttää digitaalisia työkaluja.**

15. Asiantuntijat korostavat kulttuurin ja luovien alojen yritysten **ajattelutavan muuttamisen** tärkeyttä kohti muutosvalmiimpaa ajattelutapaa sekä murtautua ulos ajattelumallista, jossa asiat tehdään aina tietyllä tavalla.

16. Kulttuurin ja luovien alojen yrityksille suunnatun valmennuksen tulisi olla **käytännöllistä, kyseisille aloille sovellettavaa, tarjota mahdollisuuksia verkostoitumiseen ja kokemusten jakamiseen osallistujien ja valmentajien kesken.**

