

# Startup Lapland: opas lappilaiseen kasvuyrittäjyyteen

---





Sari Nisula • Anu Harju-Myllyaho (toim.)

# **Startup Lapland: opas lappilaiseen kasvuyrittäjyyteen**

Sarja B. Tutkimusraportit ja kokoomateokset 27/2017

Lapin ammattikorkeakoulu  
Rovaniemi 2017

© Lapin ammattikorkeakoulu ja tekijät

ISBN 978-952-316-208-2 (pdf)  
ISSN 2489-2637 (verkkojulkaisu)

Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja  
Sarja B. Tutkimusraportit ja kokoomateokset  
27/2017

Rahoittajat: Euroopan Sosiaalirahasto, Pohjois-Pohjanmaan ELY, Lapin ammattikorkeakoulu, Lapin yliopisto

Toimittajat: Sari Nisula, Anu Harju-Myllyaho  
Kansikuva: Sari Nisula  
Taitto: Lapin AMK, viestintäyksikkö  
Kuvioiden taitto: Elisa Lahti

Lapin ammattikorkeakoulu  
Jokiväylä 11 C  
96300 Rovaniemi

Puh. 020 798 6000 [www.lapinamk.fi/julkaisut](http://www.lapinamk.fi/julkaisut)

Lapin korkeakoulukonserni



Lapin korkeakoulukonserni  
LUC on yliopiston ja ammattikorkeakoulun strateginen yhteenliittymä. Konserniin kuuluvat Lapin yliopisto ja Lapin ammattikorkeakoulu. [www.luc.fi](http://www.luc.fi)

# Sisällys

<b>ESIPUHE: UUSIA AJATUKSIA STARTUPEISTA.....</b>	<b>6</b>
Julkaisun sisällöstä .....	10
Lähteet: .....	12
<b>MINUSTAKO STARTUP-YRITTÄJÄ? .....</b>	<b>13</b>
<b>Elisa Lahti</b>	
<b>OMAN OSAAMISEN TUNNISTAMINEN.....</b>	<b>14</b>
PÄTEVYYS ≠ OSAAMINEN.....	14
Ryhmät ja tiimit .....	15
"Tarkeintä on, että tiimi toimii ja saadaan palautetta" .....	15
Tehtävä .....	16
Lähteet .....	18
<b>Marja Lempiäinen</b>	
<b>YRITTÄJYYSOSAAMISTA STARTUP-VALMENNUKSESSA.....</b>	<b>19</b>
Miksi yrittäjyysosaamista?.....	19
Monitahoinen yrittäjyysosaaminen .....	19
Yrittäjyysosaamisen vahvistuminen startup –valmennuksessa .....	20
Pohdintaan.....	22
Vinkiksi ja kokeiltavaksi.....	22
Lähteet .....	22
<b>Anu Harju-Myllyaho ja Sari Nisula</b>	
<b>AKATEEMINEN MATKILUYRITTÄJÄ TARKENTAA KAUAS .....</b>	<b>23</b>
<b>KEHITTÄMISEN TYÖKALUJA JA MENETELMIÄ.....</b>	<b>26</b>
<b>Elisa Lahti</b>	
<b>JÄRJESTÄ JAMIT!.....</b>	<b>28</b>
Miksi jamit? .....	28
Kenen kanssa? .....	28
Miten? .....	29

Huomioi myös .....	33
Linkkivinkit.....	35
<b>Katja Lindholm</b>	
<b>ASIAKASYMMÄRRYSTÄ LEAN STARTUP -MENETELMILLÄ .....</b>	<b>36</b>
Kaiken takana on asiakas .....	36
Asiakaskehitysmallin vaiheet.....	37
Ytimenä palautesykli ja iterointi .....	37
Rajoitteista vahvuudeksi.....	38
Tehtävä .....	38
Lähteet .....	39
<b>Anu Harju-Myllyaho</b>	
<b>STARTUP LAPLAND NORTHERN CHALLENGE - STARTUP-IDEAN KEHITTÄMINEN.....</b>	<b>40</b>
Startup-valmennuksen rakenne .....	40
Valmennuksen järjestäjän muistilista.....	42
Näkyvissä erilaisia yrittäjiä? .....	42
Käytännön vinkkejä startup-valmennusohjelman toteuttamiseen .....	43
Lähteet .....	45
<b>Anu Harju-Myllyaho</b>	
<b>KERRO ASIASI YTIMEKKÄÄSTI - VAIKKA HISSISSÄ.....</b>	<b>47</b>
<b>RAHOITUS JA YRITYKSEN PERUSTAMINEN .....</b>	<b>48</b>
<b>Katja Lindholm</b>	
<b>STARTUP-YRITYKSEN RAHOITUS .....</b>	<b>50</b>
Sisäpiirin rahoitus .....	50
Ulkoisen rahoitus .....	51
<i>Avustukset, julkinen raha ja lainat .....</i>	<i>51</i>
<i>Bisnesenkelit ja pääomasijoittajat.....</i>	<i>52</i>
<i>Joukkorahoitus .....</i>	<i>53</i>
Tehtävät .....	55
Lähteet .....	55
<b>Salla Jutila</b>	
<b>JAKAMALLA LUOVAA JA VASTUULLISTA TIENAAMISTA?.....</b>	<b>56</b>
Tehtävä .....	58

Lähteet .....	58
<b>Rauno Rusko</b>	
<b>LAPIN STARTUP -TOIMINTAYMPÄRISTÖN ERITYISPIIRTEET .....</b>	<b>59</b>
Tiivistelmä .....	59
Johdanto .....	59
Startup-toiminnan puitteet Lapissa.....	60
Lapin startup-toiminnan kehitysmahdollisuudet .....	60
Yhteenvedo.....	61
Tehtävä .....	61
Lähteet .....	62
<b>Aulikki Laitinen-Tolonen</b>	
<b>VASTAKOHTIEN LAPPI .....</b>	<b>63</b>
Lapin vahvuudet startup-yrittäjyyden toimintaympäristönä.....	65
<b>LOPUKSI.....</b>	<b>67</b>
<b>KIRJOITTAJIEN ESITTELY .....</b>	<b>69</b>

# Esipuhe: Uusia ajatuksia startupeista

Viimeisten vuosikymmenten aikana maailmalla ja Suomessa on syntynyt yrittäjyyttä ja yrittäjämäistä kulttuuria, joka näkyy ja kuuluu. Startup-yrittäjät nähdään Slushissa ja muissa tapahtumissa suurilla lavoilla puhumassa uudenaikaisesta tavasta toimia ja johtaa. Yleisö, joka koostuu virkamiehistä yritysjohtajiin, haluaa kuulla lisää. Tämä kulttuuri ja henki innostivat myös Startup Lapland -projektin toteuttamiseen. Mutta mitä oikein tapahtui? Ja mitä kaiken pohinän keskellä toimivat startupit ovat ja miten korkeakoulut liittyvät startupeihin?

Startup Lapland -projektissa tärkeimpänä toimenpiteenä toteutettiin Northern Challenge -valmennusohjelmaa monialaisille opiskelijaryhmille Lean Startup -toimintamallia hyödyntämällä. Toimintamallissa on tarkoituksena edetä yritys-, palvelu- tai tuoteideasta nopeasti idean testaamiseen potentiaalisilla asiakkailla. Saadun palautteen perusteella ideaa kehitetään, tarkennetaan, tai tarvittaessa kehittäjät voivat jopa muuttaa suuntaa täysin, jos näyttää siltä, ettei alkuperäinen idea kiinnostakaan asiakaskuntaa. Kehittäminen tapahtuu ketterästi, nopeasti, ja aina potentiaalisten asiakkaiden palautteiden tuella. Tukena hankkeen omien valmentajien ja ohjaajien lisäksi opiskelijoilla oli yritysmaailman edustajia auttamassa opiskelijoita kohdistamaan huomiotaan oikeisiin asioihin ideoiden kehittämisvaiheessa.

Opiskelijoiden ideoiden kehittämisen lisäksi hankkeessa rakennettiin verkostoja ja etsittiin parhaita toimintamalleja tutustumalla startup-kulttuuriin ja -toimintaan myös muualla Suomessa. Kävimme tutustumassa startup-kentän suurimpaan Suomessa järjestettävään tapahtumaan, Slushiin, Helsingissä. Tapahtuman koko yllätti ennakkotiedoista huolimatta paikan päällä. Slushissa startup-yritykset ja rahoittajat etsivät ja löysivät toisiaan, ja yksi mukanamme ollut opiskelija löysi itselleen harjoittelupaikan tapahtumaan osallistuneesta yrityksestä. Kävimme Turussa Shift-tapahtumassa, jossa yritykset ja rahoittajat verkostoituvat. Oulussa kävimme seuraamassa Polar Bear Pitching -kilpailua, joka on hieman erilainen pitchaus-kisa: myyntipuhe voi olla kuinka pitkä vain, mutta puhe täytyy pitää avannosta. Kävimme myös muotoiluajat-telua tunnetuksi tekevässä Northern Service Dayssa Oulussa. Palvelumuotoilu oli projektissa tärkeässä osassa muutoinkin opiskelijoiden omien projektien työstössä. Oulussa vierailimme myös Demolassa. Demola on noin kymmenen vuotta sitten Tampereella käynnistynyt yritysysteistyön malli, joka on sittemmin kasvanut kansainväliseksi verkostoksi – innovaatioekosysteemiksi – joka toimii 16 eri maassa. Demolassa yhdistyvät korkeakoulujen tki-toiminta ja opiskelijoiden osaaminen, sekä yritysten kehittämistoiminta. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että Demola fasilitoi



monialaista co-creation -prosessia yritysten ja korkeakoulujen välillä, jossa ratkaistaan oikeita yrityksissä tunnistettuja ongelmia. Yritysyhteistyössä välttämättömät sopimukset ja muut viralliset asiat hoituvat myös Demolan kautta. (Demola 2017.)

Lisäksi järjestimme Rovaniemellä Global Sustainability Jam –tapahtuman, sekä osallistuimme vastaavaan Oulussa järjestettyyn tapahtumaan. Yrittäjyyskasvatuksen ja alan tutkimuksen ajankohtaisiin teemoihin kävimme tutustumassa Yrittäjyyskasvatuspäivillä Oulussa ja Jyväskylässä.

Projektissa tuotiin esille startup-yrittäjyyttä työllistymisvaihtoehtona, ja pyrittiin purkamaan yrittäjyyteen liittyviä ennakkoluuloja. Lisäksi startup-yrittäjyyttä esiteltiin Lappiin hyvin sopivana innovaatiotoimintana, tehtiin startup-toimintaa ja -prosesseja tutuksi oppilaitoksille, sekä kannustettiin kokeilukulttuuriin ja kokeilemalla kehittämiseen.

Startup-puheissa vilisee erilaisia käsitteitä ja jargonia, joka saattaa kummastuttaa asialle vihkiytymätöntä. Parantaaksemme lukukokemusta keräsimme yhteen eräitä projektimme keskeisimpiä käsitteitä.

### *Startup*

Suomenkielessä startupien rinnalla käytetään usein synonyymina sanaa “kasvuyritys”. Toisin sanoen kyseessä on yritys, joka on nuori, alkavan vaiheen yritys, joka hakee nopeaa kasvua eli skaalautuvuutta. Startupit tuovat mieleen usein myös ehkä teknologiayritykset. Startup Lapland -projektissa lähdettiin määrittelemään startupeja hieman laajemmin. Lähtöajatuksena pidettiin mm. Eric Riesin startup-määritelmää: “[...] a human institution designed to create new products and services under conditions of extreme uncertainty.” (Ries 2011, 27). Warby Parkerin perustaja Neil Blumenthal on puolestaan todennut startupin olevan yritys, joka keskittyy ongelmanratkaisuun siellä, missä ratkaisu ei ole ilmeinen tai menestys taattua. (Forbes 2017) Toisin sanoen startupeja määrittää enemmänkin suuri epävarmuus, kuin toimiala tai yrityksen koko. Vaikka startupit mielletään varsin oikeutetusti nuoriksi yrityksiksi ja niihin liittyvän toiminnan katsotaan olevan kaukana suurten perinteisten yritysten toiminnasta, esimerkiksi Hupparihörhö Sami Kuusela (2013), että olisi kaikkia osapuolia hyödyttävää, mikäli suuret ja pienet tekisivät enemmän yhteistyötä keskenään.

### *Startup-ekosysteemi*

Startup-ekosysteemit, joiksi kutsutaan erilaisten toimijoiden muodostamia yhteisöjä muodostavat kokonaisuuden, jossa startupit toimivat. Sitran asiantuntija Heli Nissinen (2017) kertoo, että kasvu tapahtuu nykyään ekosysteemeissä. Startup-ekosysteemiksi nimitään esimerkiksi Espoon Otaniemi, jonka katsotaan syntyvän innovatiivisten yritysten, yrittäjien ja sijoittajien yhteisöistä (Nissinen 2017.) Startup Lapland -projektissa ekosysteemiä tarkastellaan ennen kaikkea systeemisenä kokonaisuutena, joten voi olla hankala erottaa, mitkä toimijat ekosysteemiin kuuluvat ja mitkä taas katsotaan ekosysteemin ulkopuolisiksi toimijoiksi. Koska kyse on erityisesti korkeakouluissa olevasta startup-toiminnasta, projektissa keskeisenä toimijana nähdään yritysten lisäksi myös opiskelijat, opettajat sekä muu henkilökunta.

Lapissa myös erilaisilla kehittäjäorganisaatioilla, kuten Rovaniemen Kehitys, Team Botnia ja Digipolis sekä muilla julkisilla toimijoilla, on suuri merkitys startup-toiminnan näkökulmasta, joten myös heidät katsotaan osaksi ekosysteemiä, jossa startupit toimivat. Nissinen (2017) toteaa, että yritykset eivät pärjää yksin globaalissa ja kove-nevassa kilpailussa, vaan tueksi tarvitaan esimerkiksi muita yrityksiä sekä julkishal-linnon tai kolmannen sektorin edustajia (Nissinen 2017.) Lappilaiseen ekosysteemiin vaikuttavat selkeästi Lapin erityispiirteet, kuten pitkät välimatkat ja väestön vähyy-s (ks. esimerkiksi tässä julkaisussa Rusko s. 60 ja Laitinen-Tolonen s. 64). Toimivia ekosysteemejä ja startupeja voidaan kuitenkin luoda myös perifeerisillä tai muuten syrjäisillä alueilla. Myös vähäväkisessä Lapissa on kiinnostavia esimerkkejä itsensä työllistämisestä esimerkiksi osuuskuntien avulla. (Ks. esim. Harju-Myllyaho, Kohl-lechner-Autto & Nisula 2017).

### *Startup-kulttuuri*

Startupit poikkeavat yrityskulttuurin näkökulmasta perinteisistä yrityksistä paitsi ikänsä vuoksi, myös toimintatavoiltaan. Kuusela (2013, 15) kirjoittaa, että Suomessa perinteinen yrittäjyys on usein nähty lähtökohtaisesti nöyränä. Tähän viittaisi myös termi “yrittäjä” tai verbi “yrittää”; yrittäminen on raskasta ponnistelua, joka johtaa lopussa epäonnistumiseen. Perinteistä yrittäjyyttä kuvaa Kuuselan mukaan myös tie-tynlainen kapea-alaisuus. Nykyaikainen kasvuyrittäjä, joksi Kuusela kutsuu startup-yrittäjää, puolestaan keskittyy innostukseen, osaamiseen ja oivalluksiin. Ytimessä ovat siis henkilöt, joilla on liikeidea. Myös rahoitus on muuttunut, sillä siinä, missä perinteinen yrittäjä kulki pankkiin hattu kourassa, ovat mukaan tulleet esimerkiksi bisnesenkelit (rahoituksesta voit lukea lisää tämän oppaan sivulta 51). (Kuusela 2013, 18—19.)

Kulttuurinmuutoksessa olennaista on, että

*“Startup-yrittäjä ei yleensä koe yksittäistä yritystään elämäntehtäväkseen, vaan näkee sen osana elämäntarinaansa. Startup-yrittäjä on lähtökohtaisesti sarjayrit-täjä” (Kuusela 2013, 19.)*

Tämä uudenlainen ajattelutapa näkyy myös yleisenä tahtona jakaa menestystä ja yleistä hyvää yhteiskunnassa laajemminkin. Me-säätiö on hyvä esimerkki siitä, kuinka sarjayrittäjät tuottavat yhteiskunnallisesti merkittävää toimintaa, jota ohjaa halu antaa jotakin takaisin yhteiskunnalle, josta yrittäjät ponnistavat (Ks. Me-säätiö 2017).

### *Pöhinä*

Startup-ekosysteemejä tekevät näkyviksi mm. erilaiset tapahtumat. Näistä tunnetuin Suomessa ja Pohjois-Euroopassa lienee Slush. Tapahtumissa yrittäjät, sijoittajat ja muut toimijat pääsevät kohtaamaan ja verkostoitumaan. Nuorekas Slush on tapahtumana muodostunut niin suosituksi, että syksyllä 2017 konferenssipassit marras-joulukuun taitteessa järjestettävään tapahtumaan oli myyty loppuun jo lokakuun alkupuoliskolla. Tapahtuma ei luonnollisesti ole ainoa laatuaan vaan paikallisia, kansallisia ja kansainvälisiä tapahtumia järjestetään ympäri maailmaa.

Tapahtuma-osallistumisten lisäksi projektissa on järjestetty tilaisuuksia ja tapahtumia itse ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Projektissa on mm. pitchattu ja jomiteltu vaihtelevissa kokoonpanoissa ja paikoissa. Jameista voi lukea enemmän tämän oppaan sivulta 30 löytyvästä artikkelista. Tapahtumat ovat siis varsin tärkeä osa startupkentän toimintaa. Aiheesta kirjoittaneet Rusko, Härkönen ja Petäjäniemi (2017, 84) toteavat, että innovatiiviset pitchaus-tapahtumiin kuuluvat olennaisesti yhteistyön mahdollisuuksia, jotka perustuvat virallisille ja epävirallisille kohtaamisille. Suosittelemme, että erilaisiin tapahtumiin tutustutaan ja osallistutaan myös jatkossa, sillä ne toimivat hyvinä tiedonlähteinä, verkostoitumisen välineinä ja innostajina.



Kuva 1. Pöhinää Slush 2016 tapahtumassa

### *Startup-valmennus*

Startup Lapland -projektin päätavoitteena oli luoda lean-menetelmiin perustuva startup-valmennus. Valmennus perustuu opiskelijoiden valmentamiseen tai ”coachaamiseen” (ks. esim. Harju-Myllyaho & Lempiäinen 2014), eikä niinkään perinteiseen

opettamiseen. Startup Lapland -projektissa järjestetty valmennus kantaa nimeä Northern Challenge, ja nimensä mukaisesti tarkoitus on haastaa opiskelijoita kokeilemaan sekä omia rajoja että idean kantavuutta. Tässä kohtaa on mainittava, että valmennuksissa ei varsinaisesti ole pyritty uusien yritysten perustamiseen, vaan pääasia on ollut idean kehittämisessä ja verkostoitumisessa.

## **JULKAISUN SISÄLLÖSTÄ**

Tähän julkaisuun ovat kirjoittaneet hankkeessa eri tavoin mukana olleet henkilöt. Joukossa on opettajia, ohjaajia ja muita osallistujia, jotka valottavat startup-toimintaan liittyviä asioita eri näkökulmista. Tämä julkaisu sopii kaikille startup-yrittäjyydestä kiinnostuneille, opiskelijoille ja opettajille. Olemme jaotelleet tekstit kolmeen aihepiiriin, Minustako startup-yrittäjä, Kehittämisen työkaluja ja menetelmiä, sekä Rahoitus ja yrityksen perustaminen. Minustako startup-yrittäjä –osiossa keskiössä on osaaminen ja yrittäjyysvalmiudet. Elisa Lahti kirjoittaa startup-yrittäjän oman osaamisen tunnistamisesta ja hyödyntämisestä. Marja Lempiäinen kirjoittaa yrittäjyysosaamisesta ja sen kehittymisestä startup-valmennuksessa. Osion lopuksi startup-valmennukseen osallistunut opiskelija Juho Uutela kertoo kokemuksistaan valmennuksessa ja uutena yrittäjänä.

Kehittämisen työkaluja ja menetelmiä –osioon olemme sisällyttäneet käytännön tietoa projektissa testatuista hyväksi havaituista menetelmistä liiketoiminnan kehitykseen ja erilaisten tapahtumien järjestämiseen. Elisa Lahti kertoo nopean kehittämisen tapahtuman järjestämisestä. Katja Lindholm avaa tekstissään Lean Startup –menetelmien periaatteita. Anu Harju-Myllyaho kertoo yrittäjyysvalmennuksen järjestämisestä startup-hankkeessa, sekä tuikitarpeellisesta pitchaus-aidosta, eli hissipuheesta. Rahoitusta ja yrityksen perustamista käsittelevässä kolmannessa osiossa tutustutaan Lappiin toimintaympäristönä startup-yritysten näkökulmasta ja luodaan katsaus yritystoiminnan erilaisiin rahoitusvaihtoehtoihin. Artikkelien lopusta löytyy inspiroivia tehtäviä.

Startup-ekosysteemi ja -kulttuuri ovat asioita, joita voi olla hankala ottaa kokonaisvaltaisesti haltuun. On siis järkevintä lähteä tutustumaan kulttuuriin pala palalta. Lähde siis liikkeelle esimerkiksi tästä oppaasta. Osallistu tapahtumiin. Tutustu ihmisiin. Pelaa bingoa (Kuva 2). Löydä oma startup-kulttuurisi.

Startup Lapland –hanke (ESR S20328) toteutettiin vuosina 2015-2017 Lapin ammattikorkeakoulun ja Lapin yliopiston yhteistyönä. Haluamme kiittää kaikkia julkaisuun kirjoittaneita sekä hankkeeseen osallistuneita opettajia, ohjaajia, valmentajia, yrittäjiä ja opiskelijoita.

Lukuiloa ja startup-intoa,  
Sari Nisula ja Anu Harju-Myllyaho

# Startup-bingo

DEVAAJA	STEVE JOBS	PÖHINÄ	ENKELI	SKAALAUTU- VUUS
FAIL FAST	PITCHAUS	SARJA- YRITTÄJÄ	TIIMI	
OUT OF THE BOX	LAPPI	EUROOPAN SOSIAALI- RAHASTO	UNELMAT	INTOHIMO
DIGITAALI- SUUS	KETTERÄ	ALUSTA	DISRUPTIO	JOUKKO- RAHOITUS
	SKENE	LEAN	SIEMEN- RAHOITUS	KONKURSSI

Kuva 2: Startup-bingo

## LÄHTEET:

- Forbes 2017. 14 Founders on what makes a startup. Viitattu 31.10.2017  
<https://www.forbes.com/pictures/fmdk45ekj/dave-gilboa-left-and-neil-blumenthal-right-cofounders-of-warby-parker/#371073272852>.
- Demola 2017. About. Viitattu 7.12. 2017 <https://www.demola.net/about/>
- Harju-Myllyaho, A., Kohllechner, M. & Nisula, S. 2017. Study on the situation and the legal framwork of social entrepreneurship in Lapland, Finland. Viitattu 3.11.2017 <http://www.lapinamk.fi/loader.aspx?id=ae31bc91-6d98-4a4f-8cb4-584e5595992c>
- Harju-Myllyaho, A. & Lempiäinen, M. 2014. Kohtaamisia ja kunto-ohjeita - Moniulotteisen idean ohjaamisen haasteet ja mahdollisuudet arktisella alueella, case Lappi. Teoksessa H. Alakoski & S. Joensuu (toim.) Konferenssijulkaisut. Yrittäjyyskasvatuspäivät Seinäjoella 25.9.-26.9.2014. Yrittäjyyskasvatus 2.0. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu.
- Kuusela, S. 2013. Hupparihörhö ja bisnesmies. Eva julkaisuja. Helsinki: Taloustieto Oy.
- Me-säätiö 2017. Viitattu 3.1.2017 <http://www.mesaatio.fi/tietoa-me-saatiosta/>.
- Nissinen, H. 2017. Unohtakaa yksin yrittäminen, uusi kasvu syntyy ekosysteemeissä. Sitra. Viitattu 27.10.2017. <https://www.sitra.fi/artikkelit/unohtakaa-yksinyrittaminen-uusi-kasvu-syntyy-ekosysteemeissa/>.
- Ries, E. 2011. The lean startup. How constant innovation creates radically successful businesses. London: Penguin group.
- Rusko, R. Härkönen, K. & Petäjaniemi, S. 2017. Coopetition at Elevator Pitch Events? A Case Study of Micro-activities at a Business Innovation Event. *Journal of Innovation Management*, 4/3, 79—100.
- Vehkaperä, U. 2013. Innovatiivinen tiimi. Teoksessa U. Vehkaperä, K. Pirilä & M. Roivas (toim.) Innostu ja innovoi. Käsikirja innovaatioprojektipintoihin. Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisusarja Oiva oppimateriaalit, 1. Helsinki: Metropolia ammattikorkeakoulu.

**Minustako startup-  
yrittäjä?**

# Oman osaamisen tunnistaminen

Missä sinä olet hyvä? Mitä sellaista osaat, mitä kaverisi eivät osaa? Miten kuvailisit itseäsi kahdella lauseella? Oman osaamisen tunnistaminen ja sanoittaminen ei ole helppoa. Se on kuitenkin tärkeä taito. Opinnoissa, työnhaussa ja työelämässä omaa osaamista täytyy kyetä viestimään monissa yhteyksissä. Esimerkiksi lehdistä ja sosiaalisen median eri kanavista saa tuon tuosta lukea, miten yritykset rekrytoivat ”sopivia tyyppejä” muodollisesti pätevimpien sijaan. Oman sopivuuden esille tuomisessa ensimmäinen askel on tunnistaa oma osaamisensa.

Tämä artikkeli keskittyy oman osaamisen tunnistamiseen ryhmässä työskentelyn näkökulmasta. Tiimityön ja erilaisten verkottuneiden työtapojen koko ajan lisääntyessä korostuvat myös yksilön yhteistyö- ja vuorovaikutustaidot (Malmelin & Poutanen 2017, 137—138). Oman ammatillisen osaamisen lisäksi on tärkeää tunnistaa myös omia vuorovaikutuksen tapoja ja valmiuksia.

## PÄTEVYYS ≠ OSAAMINEN

Liian usein, kun pyytää ihmistä kertomaan omasta osaamisestaan, saa vastaukseksi jotain seuraavan kaltaista: olen kirjoittanut ylioppilaaksi Rovaniemen lukiosta magnan papereilla. Sen jälkeen menin ammattikorkeakouluun, josta valmistuin vuonna 2016 tradenomiksi. Nyt opiskelen yliopistossa kasvatustieteitä ja sivuaineena minulla on laskentatoimi. Vapaa-ajalla harrastan lenkkeilyä. Edellä esitetty kuvaus ei kerro millään lailla henkilön osaamisesta. Päinvastoin, usein se osoittaa, että henkilö ei joko tunnista omaa osaamistaan, ei osaa sanoittaa sitä tai molempia. Sama kuvitteellinen henkilö voisi kertoa itsestään myös seuraavaa: osaan tehdä yrityksen kirjanpidon. Ymmärrän, miten ryhmät toimivat ja osaan auttaa ryhmiä toimimaan paremmin ja tehokkaammin. Olen tavoitteellinen ja hyvä motivoimaan itseäni, mistä osoituksena seitsemän juostua täysmaratonia. Tämä kertoo meille jo valtavasti enemmän siitä, mitä henkilö osaa. Yritys, organisaatio, kurssiryhmä tai oma startup eivät hyödy siitä, että joku on opiskellut kasvatustieteitä. Hyöty tulee osaamisesta, esimerkiksi kyvystä ohjata ja ymmärtää ryhmien toimintaa. Koulutus toimii yhtenä väylänä osaamisen hankkimiseen, mutta se ei ole sama asia kuin osaaminen. Lisäksi meillä on aina myös sellaista osaamista, mitä emme ole oppineet kouluissa. Ne ovat usein juuri niitä taitoja, jotka tekevät meistä kiinnostavia ja erottavat muista. Tällaista osaamista voi olla esimerkiksi jonkin ”vieraan” kielen hallitseminen, kyky sietää epäonnistumisia, verkostoitumistaidot tai vaikka musikaalisuus.



## **RYHMÄT JA TIIMIT**

Mikä on ryhmä tai tiimi? Tässä artikkelissa se on enemmän kuin kaksi ihmistä ja vähemmän kuin seitsemän henkilöä. Ryhmä on joukko ihmisiä, jotka toimivat tai viettävät aikaa yhdessä. Ryhmä voi toimia vain lyhyen hetken tai vaikka useita vuosia. Tiimi on ryhmä, jolla on yhteinen tavoite ja joka toimii yhdessä saavuttaakseen tavoitteensa. Tiimi on aina myös ryhmä, mutta ryhmä ei aina muodosta tiimiä. Tiimeihin ja ryhmiin liitetään perustava ajatus yhdessä toimimisesta. Ryhmän tai tiimin yhdessä tekeminen voi tapahtua useilla eri tavoilla. Toiminta voi tapahtua pääosin tai kokonaan kasvokkain, jolloin yhteiskehittäminen (co-creation) korostuu. Tiimi voi myös toimia osittain tai kokonaan etänä, jolloin yhdessä sovitaan työskentelyn etenemisestä ja vastuista. Joskus tiimi muodostuu verkostojen kautta. Esimerkiksi yksinyrittäjän tiimiin saattavat kuulua kirjanpitäjä, graafinen suunnittelija ja Tekesin neuvoja. Yrittäjä on tiimin keskipiste ja muut osallistuvat prosessiin tarpeen mukaan.

Ryhmätyöskentely herättää usein tunteita puolesta ja vastaan. Osan mielestä ryhmässä tekeminen on tehokasta ja yhdessä tekemällä oppii enemmän. Toisten mielestä taas ryhmässä toimiminen on väkinäistä ja mahdollistaa joillekin omien töiden teettämisen muilla. Vastoin yleistä harhaluuloa, ryhmä- tai tiimityöskentely ei perustu vain siihen, että opettajan tai valmentajan mielestä ryhmien ohjaaminen on helpompaa tai hauskeempaa kuin yksilötöiden ohjaaminen. Tiimi, tai ryhmä, on toimiessaan hyvä lähtökohta menestykselle. Harva meistä hallitsee kaiken sen tietotaidon, jota hyvän idean vieminen tuotteeksi asti vaatii. Erilaisten osaajien saattaminen yhteen auttaa luomaan verkostoja ja tiimejä, joilla on kykyä ja vaadittua osaamista rakentaa ideoista tuotteita. (Weiers 2014, 99–100) Tiimit ovat tehokas tapa toimia, vaikka tavoitteena ei aina olekaan (suora) kaupallinen menestys. Malmelin ja Poutanen (2017, 82) kertovat: ”Erimerkiksi uuden tieteellisen tiedon luomisessa ja tuottamisessa tiimien on todettu olevan yksilöitä tehokkaampia ja menestyksekkäämpiä.”. Verkostojen luomiseen kannattaa siis käyttää aikaa ja vaivaa jo opiskeluaikana.

### **”TÄRKEINTÄ ON, ETTÄ TIIMI TOIMII JA SAADAAN PALAUTETTA”**

Kummelin aikanaan esittämä toteamus osuu oikeaan monelta osin. Kuten aiemmin mainittu, toimiva tiimi on monesti avain menestykseen. Ja jotta palautetta voidaan saada, täytyy ryhmän vuorovaikutuksen olla kunnossa. Ryhmien toiminnassa hyvä vuorovaikutus on suoraan yhteydessä sen tuloksellisuuteen. Vaikka ryhmä koostuisi huippuunsa viritetyistä yksilöistä, sen kyky tuottaa hyviä tuloksia on huono, jos ryhmän vuorovaikutus on huonoa tai puutteellista. Toimivassa ryhmässä tai tiimissä oleellista on luottamuksen ilmapiiri. Tällöin ryhmän jäsenet uskaltavat tuoda esille myös erikoisempia ideoita ja näkökulmia ilman pelkoa tulla itse kritisoiduksi. Hyvä ryhmä kannustaa silti myös rakentavaan ja kriittiseenkin keskusteluun (Malmelin & Poutanen 2017, 88–89; 105–106.) Hyvä ryhmä koostuu ihmisistä, jotka arvostavat toisiaan ja haluavat toimia yhdessä. Tärkeintä on, että ryhmä kykenee määrittämään yhteisen tavoitteen ja sitoutumaan siihen. Ryhmän jäsenten erilainen tausta on usein etu. Tällöin ryhmään tulee mahdollisimman laajaa ja erilaista osaamista (Tuominen

& Koski 2007, 105.) Ryhmän koostuessa hyvin erilaisen ammatillisen taustan omaavista henkilöistä, kannattaa ”yhteisen kielen löytämiseen” käyttää aikaa ja nähdä vai-  
vaa. Esimerkiksi sana konsepti tarkoittaa eri asiaa muotoilun ja matkailualan viiteke-  
hyksessä. Useimmissa tapauksissa ryhmät kykenevät luomaan yhteiset merkitykset ja  
oman kielen, kun annetaan aikaa ja mahdollisuus.

Ryhmän toimintaa ohjaavat ennen kaikkea ryhmän jäsenet. Ryhmän keskinäinen  
vuorovaikutus ja jaetut intressit vaikuttavat siihen, toimiiko ryhmä tiiminä. Konflik-  
tien syntymistä osana ryhmässä työskentelyä ei voi koskaan kokonaan välttää. Merki-  
tyksellistä on kuitenkin, syntyykö konflikti ryhmässä ihmisten vai ideoiden välille.  
Ihmisten väliset konfliktit heikentävät ryhmän toimintaa, kun ideoiden väliset saatta-  
vat jopa edesauttaa sitä. (Malmelin & Poutanen 2017, 89—90.) Ryhmän menestys- ja  
konfliktiherkkyyteen vaikuttavat suoraan ryhmän jäsenten vuorovaikutus- ja yhteis-  
työtaidot. Mielikuvat omista ryhmätyötaitoista eivät välttämättä vastaa todellisuutta.  
Hiljaisena ja ujona itseään pitävä saattaa hyvinkin olla ryhmässä työtä eteenpäin vievä  
voima, tai tekevänä ihmisenä itseään pitävä saattaakin olla se, joka tiimissä haluaisi  
vielä pohtia asioita ennen siirtymistä käytäntöön. Omia ryhmätyötaitojaan ja rooliaan  
osana ryhmää on helpoin havainnoida osallistumalla ryhmässä tapahtuvaan toimin-  
taan. Vuorovaikutustaitoja ja oman osaamisen tunnistamisen taitojaan voi kehittää te-  
kemisen kautta.

## TEHTÄVÄ

Tämän tekstin jälkeen on vuorovaikutukseen ja oman osaamisen tunnistamiseen liit-  
tyviä lyhyitä tehtäviä. Janojen tarkoituksena on auttaa tunnistamaan, millainen on oma  
rooli osana ryhmää ja millainen toivoisi sen olevan. Kysymykset auttavat tunnistaa  
omaan osaamista. Tehtävät voi tehdä sekä ennen ryhmätyöskentelyä että sen ai-  
kana. Muuttuvatko vastaukset?

### Janat

Merkitse, missä kohtaa janaa mielestäsi itse olet. Janoissa olevat ominaisuudet ja piir-  
teet eivät ole hyviä tai huonoja, oikeita tai vääriä.

*Introvertti – Ekstrovertti*, oletko sisäänpäin kääntynyt vai ulospäinsuuntautunut  
*Suunnittelusta toteutukseen* – Kokeilun kautta tietoa, haluatko ensin perehtyä kunnolla  
ongelmaan, hakea tietoa ja suunnitella kunnolla ennen kuin alat toteuttaa? Vai  
tutkitko ongelmaa kokeilemalla ratkaista sitä eri tavoin ja kokoat tietoa tätä kautta?

*Tarkkailija – Luontainen johtaja*, seuraatko esim. kokouksia mieluummin hieman si-  
vusta muita tarkkaillen vai otatko helposti ohjat käsiisi ja alat johtaa kokousta?

*Kokonaisuus – Yksityiskohdat*, hallitsetko helpommin kokonaisuuksia vai oletko hyvä  
yksityiskohdissa?

*Ryhmätyöskentely – Itsenäinen työskentely*, työskenteletkö mieluummin ryhmässä vai  
yksin?



Kuvio 1: Omat vuorovaikutustavat

### Kysymykset

Molemmissa kysymyssarjoissa ensimmäiset kysymykset auttavat tunnistamaan, missä olet hyvä ja millaista osaamista sinulla on. Näiden perusteella voi vastata viimeinen kysymykseen ja tehdä ”yhteenvedon”.

- Mistä saan kehuja? \_\_\_\_\_
- Mihin minulta pyydetään apua? \_\_\_\_\_
- Mistä tiedän paljon? \_\_\_\_\_
- Missä olen hyvä? \_\_\_\_\_
- Mitä olen oppinut koulun penkillä? \_\_\_\_\_
- Millaista työkokemusta minulla on? \_\_\_\_\_
- Mitä harrastan? \_\_\_\_\_
- Mitä osaan? \_\_\_\_\_

Kuvio 2. Omat vahvuudet

## **LÄHTEET**

- Malmelin, N. & Poutanen, P. 2017. Luovuuden idea. Luovuus työelämässä, yhteisöissä ja organisaatioissa. Helsinki: Gaudeamus oy.
- Tuominen, S. & Koski, J.T. 2007. Kuinka ideat syntyvät? Luovan ajattelun käsikirja. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Weiers, G. 2014. Innovation Through Cooperation. The Emergence of an Idea Economy. Cham: Springer.

# Yrittäjyysosaamista startup-valmennuksessa

## MIKSI YRITTÄJYYSOSAAMISTA?

Yrittäjyydestä on muodostunut ajattelu- ja suhtautumistapa, jota tavoitellaan ja joka ohjaa niin yksilöiden kuin organisaatioidenkin toimintaa. Se nähdään ratkaisuna moniin yhteiskunnan haasteisiin ja tulevaisuuden epävarmuuteen. Yrittäjyyttä ei enää ajatella pelkästään yritystoiminnan ja talouden näkökulmista, vaan se koskettaa yhä enemmän kaikkea inhimillistä toimintaa (mm. Kyrö 1997, Lehtonen 2007 ja Heinonen & Vento-Vierikko 2002). Se tarkoittaa yksilön vastuun korostumista ja omien yrittäjämäisten ajattelu- ja toimintatapojen omaksumista sekä niihin liittyvien osaamisten vahvistamista.

Yrittäjyydelle on tunnusomaista uuden luominen tai jo olemassa olevan muovaaminen uusilla sisällöillä tai ratkaisuilla. Lähtökohta yrittäjyydelle on kyky tunnistaa ympäristön tarjoamia mahdollisuuksia, tarttua niihin jollakin uudella, totutusta poikkeavalla tavalla ja konkretisoida ne käytännössä toimiviksi tuotteiksi tai palveluiksi. Yrittäjämäinen toimintatapa on kautta aikain ollut keskeinen tekijä yhteiskuntien kehittämisessä ja muutosten aikaansaamisessa. Yrittäjyyden avulla on sopeuduttu kunkin ajankohdan ja toimintaympäristön vaatimuksiin, mutta myös yrittäjyys itsessään on muokannut itseään näiden muutosten vaatimusten mukaisesti. Yhteiskunnallinen muutos kohti kilpailua, kilpailukykyä ja riskejä korostavaa yhteiskuntaa on Antero Stenlundin mukaan (2017, 148) entisestään vahvistanut yrittäjyyden asemaa niin yksilöiden kuin organisaatioidenkin muutoksessa selviytymisen ja menestymisen strategiana.

## MONITAHOINEN YRITTÄJYYSOSAAMINEN

Yrittäjyysosaamisesta puhuttaessa tarkoitetaan lähtökohtaisesti kaikkea sitä osaamista, jota yrittäjä liiketoimintaa suunnitellessaan ja johtaessaan tarvitsee. Toisin sanoen kaikkea sitä tietojen, taitojen ja kokemusten hallintaa, joka edesauttaa ja mahdollistaa yritystoiminnan olemassaolon. Yrittäjyysosaamisella tarkoitetaan siis hyvin kokonaisvaltaista tekemisen ja ymmärtämisen kokonaisuutta.

Matti Koironen ja Pekka Ruohotie (2001, 103-105) korostavat yrittäjyysosaamisessa tiedollisen ja taidollisen osaamisen rinnalla vähintään yhtä merkittävänä myös tunnetason ja motivaatiotekijöiden merkitystä. Oheiseen kuvioon (kuvio 1.) on kootuna keskeiset yrittäjyysosaamiseen liitetyt ulottuvuudet ja niihin sisältyviä keskeisiä osa-alueita. Kuvion kautta hahmottuu hyvin yrittäjyysosaamisen monitahoisuus ja kokonaisvaltaisuus.



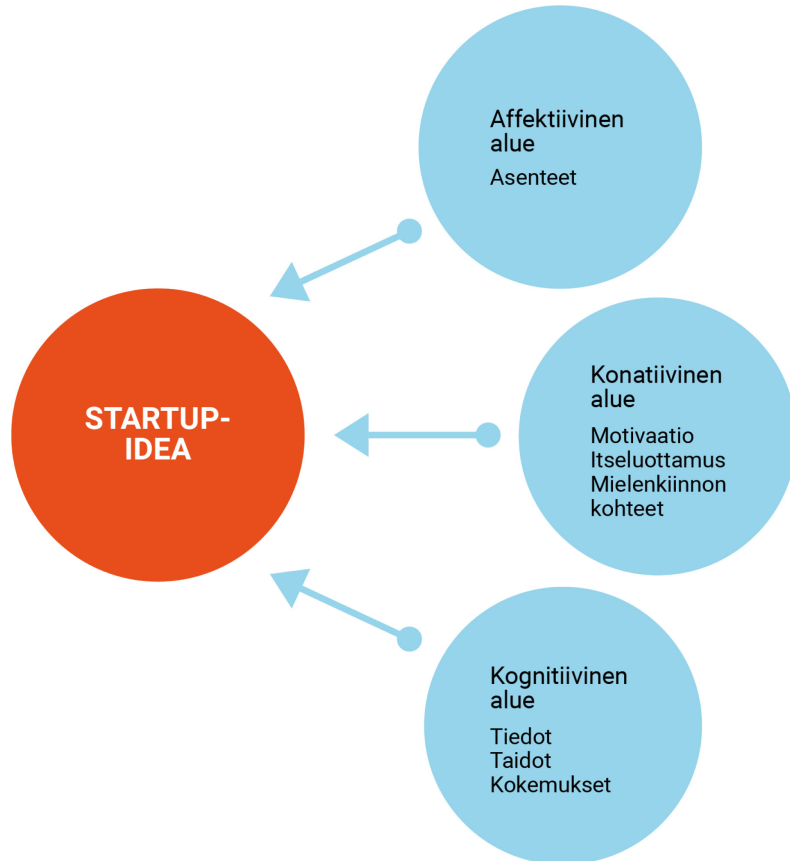
Kuvio 3. Yrittäjyysosaamisen kokonaisuus

Yrittäjämäinen toimintatapa perustuu osaamiseen, asenteisiin ja toimintavalmiuksiin (Stenlund 2017, 157-158). Osaaminen ja ammattitaito syntyvät koulutuksen, työkokemuksen tai muun jonkin tietoa tai taitoa vaativan tekemisen kautta. Osaamista tässä mielessä ovat myös oppimaan oppimisen taidot, ongelmanratkaisutaidot ja analyttinen ajattelukyky. Suunnittelu- ja organisointitaidot, itsensä johtaminen ja ajanhallinta sekä päätöksenteko- ja vuorovaikutustaidot ovat olennainen osa yrittäjämäistä osaamista. Yksilön omaksumat arvot ja asenteet sekä persoonallisuus vaikuttavat kaiken tekemisen taustalla ja siihen, miten asioihin suhtautuu. Yrittäjämäisen toimintatavan omaksumista edesauttavat vahva itseluottamus ja usko omiin mahdollisuuksiin, motiivitus ja aktiivisuus.

### **YRITTÄJYYSOSAAMISEN VAHVISTUMINEN STARTUP –VALMENNUKSESSA**

Startup-valmennuksen lähtökohtana oli perehdyttää opiskelijat startup-yrittäjyyteen, yrittäjämäiseen toimintatapaan ideointiprosessin ja lean-periaatteiden mukaisen kehittämisen avulla. Opiskelijat toteuttivat ryhmätyönä valitsemansa projektin tai ideaaihion sisällön suunnittelua ja toteuttamiskelpoisuuden testaamista. Toimintaa ohjaavina periaatteina olivat aloitteellisuus, kyky etsiä ja tunnistaa uusia ratkaisuja ongel-

miin tai olemassa oleviin toimintatapoihin sekä toimiminen monialaisissa verkostoissa. Ongelmaperustaisuus ja ratkaisukeskeisyys olivat valmennuksen perusperiaatteita. Tavoitteena oli huomioida mahdollisuuksien mukaan monipuolisesti yrittäjäosaamisen ulottuvuudet ja niiden sisältämät osa-alueet. Kuvio 2 havainnollistaa ne osa-alueet, jotka erityisesti korostuivat toteutetuilla startup-valmennuskierroksilla.



Kuvio 4: Yritysosaamisen kehittyminen Startup-hankkeessa

Valmennuksen aikana opiskelijat vahvistivat osaamistaan niin valitsemansa idean aihepiiriin liittyen kuin myös ideointiin ja kehittämiseen liittyen. Erityisesti kokemus monialaisesta ryhmätyöskentelystä ja tiiviistä yhteisön hyödyntämisestä oli monille uusi kokemus. Vuorovaikutustaidot ja taito myydä ideansa muille vahvistuivat. Monissa eri prosessin vaiheissa opiskelijat kohtasivat epätietoisuutta ja epävarmuutta, mikä vahvisti heissä muutosten sietämistä, epävarmuuden hallintaa sekä rohkeutta kokeilla. Valmennuksen myötä heidän itsensä johtamisen taidot kehittyivät sekä luottamus omiin tietoihin ja taitoihin valoi itseluottamusta.

Opiskelijoilta saatujen palautteiden perusteella valmennuksen sisältö ja toteutus-tapa muuttivat heidän suhtautumistaan uusien ideoiden kehittämiseen ja yrittä-jyysosaamiseen sekä uudenlaisiin työelämän osaamisvaatimuksiin. Valmennukseen

osallistuminen avasi heidän näkemyksiään yrittäjyydestä ja yrittäjämäisestä toiminnasta. Tätä osaamisen ja ymmärryksen lisääntymistä kuvaa hyvin erään opiskelijan palaute:

*”Yrittäjyys on asioiden yhdistelyä, linkkien löytämistä, ideointia, ryhmä/tiimityötä, verkostoitumista, periksi antamattomuutta, uskoa omaan ideaan, luovuutta, tietynlaista hulluutta ja nöyryyttä siitä, mikä on toteutettavissa.”*

## POHDINTAAN

Mitä olet tehnyt elämässäsi tähän mennessä? Millaisia asioita olet oppinut ja kokenut? Missä kaikessa olet ollut mukana? Miten suhtaudut/asennoidut uusiin/haastaviin/mielenkiintoisiin /ikäviin (jatka mieleesi tulevien adjektiivien avulla) asioihin? Kokoa ja kuvaa niitä esimerkiksi miellekartan avulla. Saat näin kuvan omasta osaamisestasi. Mitkä kirjaamistasi asioista tunnistat yrittäjyysosaamiseksi?

## VINKIKSI JA KOKEILTAVAKSI

- Valitse itsellesi mielekkäin ajankohta, tilanne tai ympäristö, jota tarkkailet tietoisesti uusien mahdollisuuksien tunnistamisen näkökulmasta. Millaisia ratkaistavia asioita tai uusia tarpeita kohtaat? Kirjaa ne ylös.
- Jotta huomiosi eivät jäisi vain ajatustasolle, valitse niistä sinua itseäsi eniten kiinnostava. Lähde testaamaan sitä haastatellen ja keskustellen lähipiirisi, harrastuspiirisi tms. kuuluvien kanssa. Mitä ajatuksia esittämäsi ideat heissä herättävät? Jatka ideointia ja testaamista edelleen, näin ideasi jalostuu mahdollisesti jopa toteutukseen asti.

## LÄHTEET

- Heinonen, J. & Vento-Vierikko, I. 2002. Sisäinen yrittäjyys - uskalla, muutu, menesty. Helsinki: Talentum.
- Koiranen, M. & Ruohotie, P. 2001. Yrittäjyyskasvatus. Analyysejä ja synteesejä ja sovelluksia. Aikuiskasvatus 2, 21-67.
- Kyrö, P. 1997. Yrittäjyyden muodot ja tehtävä ajan murroksessa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Lehtonen, H. 2007. Tavoitteellista ja innostavaa oppimista kohti. Teoksessa Kyrö, P., Lehtonen, H. & Ristimäki, K. (toim.). Yrittäjyyskasvatuksen monia suuntia. Yrittäjyyskasvatuksen julkaisusarja 5/2007. Hämeenlinna: Tampereen yliopistopaino Oy. 198-212.
- Stenlund, A. 2017. Yrittäjyyden tuottaminen. Tavoitteena kyvykkyys, jota kilpailu edellyttää, osaaminen rakentaa ja itsenäisyys ilmentää. Rovaniemi: Lapin yliopisto.



# Akateeminen matkailuyrittäjä tarkentaa kauas

Vaikka startup-valmennusten päämääränä ei välttämättä ole tarkoitus tuottaa valmiita yrittäjiä ja rekisteröityjä yrityksiä, voi idea viedä mennessään ja pian huomaut olevasi yrittäjä. Kävimme jututtamassa Juho Uutelaa, jonka Beyond Arctic -yritys toimii Rovaniemellä. Yritys järjestää valokuvaussafareita Lapissa. Ennen yrityksen perustamista Uutela kehitti yritysidea eteenpäin mm. Startup Lapland-projektin järjestämisessä Northern Challenge -valmennuksessa. Kysyimme Juholta, mitä kuuluu nyt, noin 1,5 vuotta valmennuksen jälkeen.

Istumme Hostel Cafe kodin pöydässä ja katsomme hyväntuulista yrittäjää. Hyvin siis menee! Lähdemme muistelemaan kevättä 2016, jolloin Uutela Lapin ammattikorkeakoulun ja Lapin yliopiston opiskelijoista koostuvan ryhmän mukana aloitti lean-valmennusprosessissa (ks. Asiakasymmärrystä lean startup -menetelmillä -teksti tässä julkaisussa s. 37) idean kehittämisen. Northern Challenge toteutettiin tuolloin pilotina, joten myös meille ohjelman järjestäjille kokemus oli uusi ja jännittävä.

## Mitä kuuluu?

*Kuuluu kiireisen hyvää. Eli positiivisella tavalla töitä on paljon ja niistä tässä yritämme selvittää, mutta sellaisella kovalla innolla ja pohinällä mennään eteenpäin. Sen suhteen kuuluu siis erittäin hyvää. Huomenna on uuden toimistomme avajaiset ja niiden puitteissa on kutsuttu vähän yhteistyökumppaneita ja tietenkin asiakkaita.*

## Miksi lähdit mukaan startup-valmennukseen?

*Kun sain kutsun tulla mukaan, olin aloittanut tämän konseptin hiomisen jo aikaisemmin ja kun luin mitä valmennuksella haetaan, katsoin, että siinä saattaisi olla markkinatutkimuksen mahdollisuus siinä valmennuksen aikana ja halusin ehdottomasti liittyä mukaan. Kirjoitin sitten hakemukseen, mitä olin ajatellut. En tarkkaan muista mitä siihen silloin kirjoitin, mutta taisi olla siinä hakemuksessa idea vähän eri muodossa kuin mitä se on tänä päivänä. Mutta ehkä tapa pystyä hankkimaan lisätietoa siitä, mitä oli pidemmän aikaa kuitenkin pyöritellyt päässäni, oli se pääsyy, miksi lähdin tähän mukaan. Ja tietysti se, että kun työskennellessäni tiimeissä, niin kuulee ajatuksia eri näkökulmista.*

Valmennukseen tullessa Uutelalla oli siis selkeä tarve, joka liittyi bisnesidean kehittämiseen. Valmennus vastasi tarpeeseen varsinkin siinä mielessä, että jo alkuvaiheessa lähdettiin konkreettisesti ulos tapaamaan ja haastattelemaan asiakasta sekä kyselemään lisätietoa. Sparraushenki oli äärimmäisen hyvä valmennuksen aikana ja se sai tekemään toimenpiteet, jotka tiesi tarpeelliseksi, mutta joita ei ollut lähtenyt vielä kuitenkaan tekemään. Uutelalla oli idea uudenlaisesta matkailutuotteesta, josta valmennuksen alussa lähdettiin ensin selvittämään, että mitä se valokuvausmatkailu oikeastaan on. Alkuvaiheessa tulilla ollut idea säilyi osana yritystä, mutta kärki löydettiin valmennuksen aikana uudelleen. Tuen ja sparrauksen saaminen olivatkin valmennuksen tärkeintä antia. Se, että joku sanoo, että nyt ei jäädä istumaan ja selailemaan nettiä ja miettimään, että ‘Oisko tää ny, oisko tää ny...’, vaan, että nyt lähdetään tuonne pihalle katsomaan, että olisiko tämä juttu hyvä vai eikö olisi.

Samanlainen ajattelu pesiytyi myös Uutelan yritykseen. Toisin sanoen Uutela haluaa viedä yritystään eteenpäin niin, että ideoille ja uudelle kehitykselle ollaan avoimia. Vaikka valmennuksen tapa toimia oli erinomainen, oli valmennuksessa Uutelan mukaan myös kehitettävää, esimerkiksi materiaaleissa ja esitystavoissa. Ulkopuoliset valmentajat ovat Uutelan näkökulmasta tärkeitä idean eteenpäin viemisen näkökulmasta. Yrityselämän ihmiset tuovat mukaan sellaisen tekemisen tavan, että ideat pusketaan läpi. Tahti olisi toisenlainen ilman ulkopuolista valmentajaa. Kuten eräs valmentajakin on myöhemmin todennut, ‘siinä alussa se vaatii riittävästi v...lua, että saadaan liikkeelle’. Tärkeää on myös rehellinen ja rakentava kritiikki. Myös Uutelan idean kohdalla konsepti muutti muotoa, kun idealle löytyi uusi ns. ydin. Kun ideaa oli lähdetty kehittämään luomalla ensin ns. Minimum Viable Product (MVP), sitä saattoi alkaa laajentamaan ja kehittämään eteenpäin.

Valmennuksessa osallistujat harjoittelivat idean kehittämisen lisäksi myös idean myyntiä, eli pitchausta tiiviillä hissipuheella. Uutelan mukaan pitchaamista ei voi tehdä liikaa, ja hän kuvailikin Ouluun Polar Bear Pitching -kilpailuun tehdyn matkan olleen valmennuksen huipennus ja avannosta tapahtuvan pitchaus-kilpailun näkeminen oli jo itsessään elämys. Yhteistyökumppaneille, sijoittajille ja muille sidosryhmille oman idean ja yrityksen esittely täytyy osata tehdä tiiviisti, sillä näiden kohdeyhmien edustajille on tärkeää saada nopeasti ja selvästi kuva siitä, mitä yritys tekee, miksi yritys on hyvä siinä mitä tekee ja miksi yrityksen kanssa kannattaisi tehdä yhteistyötä. Uutela totesi, että hyvän myyntipuheen tekemiseen menee kolmekin päivää, mutta ponnistelut kannattavat. Esimerkiksi Kasvu Open -tapahtumassa esitetty pitchaus poiki kiinnostavia kansainvälisiä kontakteja.

Uutela löysi valmennusohjelman kautta myös tiimiläisiä, joiden kanssa kehittää ideaa eteenpäin. Yhden tiimin jäsenen kanssa Uutela teki yhteistyötä valmennuksen jälkeen jonkin aikaa mm. yrityksen ilmeen luomisen ja brändin rakentamisen puitteissa, mutta muuten tiimi ei ole pitänyt yhteyttä. Tämä ei johdu siitä, etteikö tiimi olisi ollut toimiva. Uutela kertoo, että tiimissä oli juuri hyvää se, että jokaisella oli omia vahvuuksia ja kun niitä osasi yhdistää oikealla tavalla, siitä syntyi hyvä kokonaisuus.

Millaisia terveisiä lähettäisit muille yrittäjyydestä haaveileville opiskelijoille?

*Se mikä on ainakin minua tässä viime vuoden aikana ohjannut, on se, että pohjatyö täytyy tehdä kunnolla. Kun on tehnyt pohjatyön kunnolla, muu lähtee sujuvaan oikeastaan itsekseen. Saimme myös yritysvalmentajilta paljon. Sanoisin siis, että kannattaa olla avoin kaikelle tiedolle, koska on monia pitkään yrittäjänä olleita, joiden neuvoja noudattamalla voi välttää alun virheitä. Tuki on yksi ehdottomasti tärkein asia. Tuen ja avun saaminen silloin kun sitä eniten tarvitsee.*

Beyond Arcticin tarina on hieno esimerkki siitä, kuinka yritys voi nopeasti kehittyä hyvästä ideasta kansainvälisesti kiinnostavaksi palveluntuottajaksi. Kiinnostavuus näkyy myös rekrytoinnissa: yritys ei Uutelan mukaan ehtinyt edes käynnistää hakuprosesseja, kun yritykseen töihin haluavat ottivat yhteyttä ja kysyivät työmahdollisuuksia. Startup- ja lean-tyyppiselle työskentelylle on paikkansa myös toimivan yrityksen kehittämisessä. Myös Uutela näkee, että on tärkeä olla avoin uusille ajatuksille. Yliopisto-opinnoista Lapin yliopiston matkailututkimuksessa Uutela kokee puolestaan saaneensa laajempaa perspektiiviä alan näkymistä sekä siitä, millaista matkailua haluaa olla kehittämässä. Opintojen ja kasvavan yrityksen yhdistäminen on haastavaa, minkä myös Uutela on huomannut yrityksen perustamisen jälkeen. Kysyntä taisi ylittää myös yrittäjän, joka tällä hetkellä keskittyy yrityksen pyörittämiseen.

Uutelan ja Beyond Arcticin tarina kertoo siitä, kuinka työssään voi oikeasti päästä tekemään sitä, mistä nauttii, toteuttamaan itseään ja hyödyntämään omaa osaamistaan. Samalla voidaan todeta, että onnistuminen vaatii oikeastaan vain sitä, että tarttuu toimeen eikä pelkää pieniä vastoinkäymisiä matkalla. Lean-kehittäminen on juuri tätä kaikkea: virheistä oppimista ja turhien toimintojen karsimista, jotta liikeidea voidaan kehittää mahdollisimman toimivaksi ja yrityksestä saadaan menestyvä kokonaisuus, johon sekä yrittäjä että henkilökunta voivat sitoutua.



Kuva 3: Juho Uutela kuvauksellisissa maisemissa (Kuva: Juho Uutela)

# **Kehittämisen työkaluja ja menetelmiä**



# Järjestä jamit!

## MIKSI JAMIT?

Jamit ovat tapahtumia, joissa yhteiskehittämisen hengessä ja muotoilun menetelmin ratkaistaan erilaisia ongelmia tai haasteita. Jamien tarkoituksena on mahdollistaa osallistujille uusien menetelmien ja prosessin oppimista sekä tuottaa uusia ideoita. Tapahtumat ovat tiiviitä, 36-48 tunnin rutistuksia. Jamien henkeen kuuluu, että prosessin eri vaiheisiin ei jäädä lillumaan, vaan eteenpäin pusketaan vauhdilla. Erilaiset nopeat kokeilut ja päätökset kuuluvat tapahtumien luonteeseen. Tärkeää on, että vaikka Jamit toimivat oppimisen välineenä, osallistujilla on myös hauskaa. Jamit voivat olla kilpailu tai vain yhdessä tekemisen formaatti. Tämä tarkoittaa, että osallistujia voi olla yhdestä tiimistä aina satoihin henkilöihin.

Oppilaitosten järjestämissä jameissa kohderyhmänä on yleensä opiskelijat. Mutta aivan yhtä hyvin jameja voi järjestää henkilökunnalle tai vaikka yhteistyökumppaneille. Jameissa ratkottavat haasteet voivat liittyä johonkin isompaan teemaan, kuten kestävä kehitys tai palvelumuotoilu (esimerkiksi maailmanlaajuiset Global Sustainability Jam ja Service Design Jam -tapahtumat) tai aihe voi olla lokaalimpi, kuten alueen yritysten toiminnan kehittäminen (esimerkiksi Ylläksellä järjestettävä Innowar). Game Jameissa ollaan kiinni käytännössä ja tehdään erilaisia pelejä. Jamit tartuttavat hyviä ideoita ja tyyppejä yhteen.

## KENEN KANSSA?

Jameja järjestämään kannattaa mukaan pyytää hyvin erilaisia osajia. Varmista, että joukosta löytyy ainakin seuraavanlaista osaamista: *fasilitointi, tapahtumajärjestäminen ja markkinointi*. Kaikki muu on ehdotonta plussaa. Myös jamien teemasta riippuu, millainen osaaminen on korvaamatonta. Jos tarkoituksena on järjestää hackathon, varmista että järjestämässä on mukana ihmisiä, jotka ymmärtävät jotakin koodaamisesta. Kun kyseessä on jonkin yrityksen haasteita ratkova jamitapahtuma, sitouta yrityksen edustajia mukaan jameihin jo suunnitteluvaiheessa. Global Sustainability Jameihin kannattaa kutsua mukaan kestävän kehityksen asiantuntijoita. Järjestävän tahon monialaisuus ja erilaiset taustat ovat hyödyksi myös jameille. Tieto jameista leviää mahdollisimman laajalle, kun jokainen järjestäjä tiedottaa omia verkostojaan ja aikataulusta sovittaessa voidaan helpommin välttää päällekkäisyydet ”kilpailevien” tapahtumien kanssa.

Järjestämiseen tarvitaan jamien koosta riippuen 3+ henkilöä. Mitä isommat jamit, sitä enemmän järjestäjiä tarvitaan ja sitä spesifimmät tehtävät. Eniten työtä on luonnollisesti juuri ennen jameja ja itse jamien aikaan. Jamijärjestäjien määrään vaikuttaa se, ovatko järjestäjät palkollisia ihmisiä, vapaaehtoisia vai sekä että. Palkollisten

kanssa tulee huomioida työvuorot ja niiden kesto tarkemmin. Jos mukana järjestä-mässä on esimerkiksi korkeakouluharjoittelijoita, myös heidän kohdallaan on syytä pitää mielessään harjoittelun asettamat reunaehdot työvuoroille. Vapaaehtoiset voivat sopia tekemisiään vapaammin ja olla jamien aikana paikalla halutessaan vaikka vuo-rokauden ympäri. Tarkoituksena ei kuitenkaan ole, että kukaan saa burn outia. Jamien aikana paikalla on hyvä olla koko ajan ainakin yksi henkilökunnan/jamijärjestäjien edustaja, joka ohjaa prosessia.

## MITEN?

### 1. Suunnittelu

Kun päätös jamien järjestämisestä on syntynyt ja koossa on ydinporukka, joka ottaa vastuun jamien käytännön toteutuksesta, on aika suunnitella. Ensimmäisenä suunniteltavat asiat ovat

- a. tarve ja/tai tema
- b. milloin tapahtuma järjestetään
- c. mikä on tapahtumalle sopiva paikka
- d. kuka vastaa mistäkin

Usein jamien tema tai jamit ovat jo valmiina ja toimivat myös kipinäinä jamien jär-jestämiseen. Esimerkiksi Service Design Jam ja Global Sustainability Jam –tapahtu-mat ovat globaaleja, kerran vuodessa järjestettäviä tapahtumia. Oman paikallisen ja-min (josta ko. tapahtuvat koostuvat) voi järjestää kuka tahansa. Service Design Jamien tema on palvelumuotoilu ja Global Sustainability Jamien temana on kestävä kehitys ja maailman pelastaminen muotoilun keinoin. Monesti jamien tema ja tarve nousee yritysten ja organisaatioiden kanssa tehtävästä yhteistyöstä. Tällöin jamit toimivat yh-tenä opiskelijoiden ja organisaation yhteistyömuotona ja tema tulee yrityksen tai or-ganisaation tarpeista. Tarve jameille voi nousta myös hankkeiden parista tai opetuk-sesta.

#### *Kilpailu vai ei kilpailu?*

Globaaleissa tai valtakunnallisissa tapahtumissa jamien ajankohta on yleensä val-miiksi annettu. Jos jamien ajankohta päätetään itse, on tärkeä huomioida kohderyh-mien, eri alojen opiskelijoiden, aikataulut. Osuuko jamien kanssa päällekkäin muita tapahtumia, kuten ainejärjestöjen vuotuiset tapahtumat, kesätöiden aloitus, yleiset tenttipäivät tai harjoittelut? Jos osuu, harkitse ajankohdan siirtoa. Opiskelijoiden kan-nalta helpointa on, jos tapahtumat ovat viikonloppuina. Tällöin ne eivät mene pääl-lekkäin opintojen kanssa. Toki työt ja harrastukset osuvat nekin monella viikonlop-puun. Jos jamit ovat osa opintoja kannattaa toteutus laittaa viikolle, joka on palkolli-sille ja yrittäjille se helpompi vaihtoehto. On myös syytä muistaa, että kaikille sopivaa ajankohtaa ei ole olemassakaan.

Hyvän jamipaikan määreisiin vaikuttaa jamien tema, henkilömäärä ja tapahtuman luonne. Hackathoneissa koodaaminen jatkuu usein yömyöhään, joten 24/7 käytössä oleva, tietokonein varustettu tila on ehdoton. Jos pyrkimyksenä on kannustaa osallis-tujia jalkautumaan ihmisten pariin, voi korkeakoulukampus olla viikonloppuna huono

valinta ohikulkijoiden vähyden vuoksi. Jos tapahtuma on luonteeltaan yhteisöllinen ja menetelmien oppimiseen panostava, voi yhtenäinen tila toimia. Jos tarkoituksena on, että opiskelijat muodostavat toisiaan vastaan kisailevia tiimejä täytyy se huomioida myös tiloissa. Tällöin tiimeille tulee olla tarjolla omia soppia ja huoneita, joissa tiimit voivat salassa muilta kehittää ja ideoida. Kahvin- ja teenkeittomahdollisuus on aina plussaa. Toimintojen lisäksi tilan valinnassa on syytä huomioida saavutettavuus. Opiskelijoilla harvoin on omaa autoa käytössään. Valitse siis tila, jonne pääsee helposti kävellen, pyörällä tai julkisen liikenteen kyydillä.

Mitä suunnitellaankin ja päätetään, työnjaon tekeminen on tärkeää. On tärkeää päättää, kuka kutsuu seuraavan kokouksen koolle, kuka tiedottaa ja kenen vastuulla on tehdä mainokset tai varata tilat.



Kuvio 5: Jamien järjestämisen aikajana

## 2. Markkinointi ja tiedotus

Yleensä jamit ovat avoimia kaikille opiskelijoille tai aiheesta kiinnostuneille. Mutta se ei vielä tarkoita, että paikalle tulisivat kaikki. Miten väkeä saadaan houkutelua paikalle? Opiskelijoiden mielenkiinto herää yleensä, jos tarjolla on jotakin todella mielenkiintoista, mahdollisuus saada opintopisteitä, ilmaista ruokaa ja/tai jos kyseessä on kilpailu, jossa on järkevä palkinto. Houkutelkaa kohderyhmä paikalle heitä kiinnostavalla sisällöllä. Tiedottamiseen on olemassa monia väyliä ja tapoja.

Jos jamien suunnitteluun on saatu sitoutettua opetushenkilökuntaa, heitä kannattaa ehdottomasti hyödyntää jamien markkinoinnissa. Voisivatko he mainita jameista joidenkin luentojen alussa tai lopussa tai vinkata suoraan opiskelijoille, joita jamit voisivat kiinnostaa? Voiko jamiosallistuminen toimia korvaavana suoritukseksi jollekin kurssille? Jos opetushenkilökuntaa on mukana eri aloilta, saadaan tietoa välitettyä monialaisesti eteenpäin.

Sosiaalinen media ja sähköpostilistat ovat luonteellisesti tiedonvälityskanavia tapahtumille. Tee siis mainos, jota voi jakaa sähköisesti. Aine- ja opiskelijajärjestöt ja yhteistyötahot (esim. järjestöt tai yritykset) ovat suuri apu tiedottamisessa. Jos tapahtuma itsessään tai sen teema sopii esimerkiksi ainejärjestön toimintaan, he voivat tiedottaa tapahtumasta omissa kanavissaan. Onko tapahtuma sellainen, että opiskelija- tai ainejärjestö kannattaa ottaa mukaan suunnittelemaan ja toteuttamaan tapahtumaa? Jos tapahtuman toteutuksessa on mukana yritys tai organisaatio, heidän omia tiedotuskanaviaan kannattaa hyödyntää.



Jameista on helppo tehdä tapahtuma Facebookiin. Tällöin erillistä nettisivua tai blogia ei tarvitse luoda. Ongelmaksi tai keskustelun aiheeksi voi nousta, minkä sivuston tai käyttäjän alle tapahtuma luodaan? Jos kyseessä on useammin toistuvat jamit, voi olla järkevä luoda jameille oma Facebook-profiili, jonka alle tapahtumat luodaan. Facebookista löytyy esimerkiksi Rovaniemi Jams ja Oulu Jams –sivut, jotka toimivat Global Sustainability Jamien ja Service Design Jamien paikallisina tiedotusväylinä. Myös tapahtuman ilmoittautuminen on helppo linkittää Facebook-tapahtumaan.

Perinteinen juliste ja flyerit ovat edelleen tehokkaita tapoja tiedottaa. A3 kokoisia julisteta saa helposti tulostettua itsekin, kuten myös flyereitä. Jos talous antaa periksi, voi materiaalit painattaa. Muista kertoa ainakin tapahtuman aika, paikka, kenelle tapahtuma on suunnattu, onko tapahtuma ilmainen vai maksullinen ja miten ja mihin mennessä tulee ilmoittautua. Vaihto-opiskelijat osallistuvat usein mielellään jameihin. Jos heitä halutaan mukaan, tiedottakaa (myös) englanniksi.

### **3. Jamien kulku**

Jamien kesto vaihtelee yleensä 36h-48h välillä. Tästä ajasta varsinaista ”tehokasta työskentelyä” on huomattavasti vähemmän. Nukkuminen, syöminen ja siirtyminen paikasta toiseen kannattaa huomioida järkevästi. Vaikka kyseessä on tiivis rutistus, kannattaa riittäville yöunille jättää mahdollisuus. Jos jamit eivät tapahdu paikassa, jossa osallistujat myös yöpyvät (esim. jokin matkailukohde) huomioikaa myös kulkeminen kotoa jameihin. Ruokailut kannattaa suunnitella niin, että ne katkaisevat opiskelijatiimien työskentelyn sopivissa kohdin: kun siirrytään vaiheesta toiseen tai kun todennäköisesti tarvitaan joku tapauksessa taukoa. Alla on karkea ehdotus, miten jameissa olevan työskentelyajan voi jakaa eri vaiheisiin.

#### *Tehtävänanto*

Jamit alkavat yleensä lyhyellä esittelyllä tapahtumasta ja käytännön järjestelyistä. Jos kaikki eivät ole entuudestaan tuttuja, on hyvä hieman rikkoo jättää. Tutustumisleikki voi olla hyvä tapa perinteisen nimi ja opiskelupaikka –kierroksen sijaan. Kun tiedotusasiat ja esittelyt on käyty läpi, pureudutaan jamien teemaan ja tehtävänantoon. Jos tiimit on jaettu etukäteen (esim. ilmoittautuminen tiimeinä tai järjestäjien kokoamat tiimit) voidaan tehtävänantoa purkaa oman tiimin kesken. Tehtävänantoa voidaan myös käydä yhdessä läpi. Jos haaste tulee esim. yritykseltä, voidaan järjestää kyselytunti, jossa yrityksen edustajalle saa esittää kysymyksiä.

#### *Ideointi*

Jamien luonteesta ja osallistujamäärästä riippuen tämä voidaan tehdä koko porukalla, pienemmissä ryhmissä tai omassa tiimissä. Ideointi voi tapahtua esim. aivoriihen tai ideapapereiden kierrätyksen avulla. Varsinkin tässä vaiheessa ideointia on tärkeää muistaa, että määrä luo laatua! Kun ideoita on riittävästi, niitä voidaan ruveta ryhmittelemään ja yhdistelemään. Jos tiimejä ei ole jaettu etukäteen, voidaan ne muodostaa ensimmäisen ideointikierroksen jälkeen. Tällöin tiimit muodostuvat ideoiden ympärille sen perusteella, mitä ideaa kukakin haluaa lähteä työstämään. Samasta ideasta kiinnostuneet muodostavat tiimin.

### *Ideoiden kehitys*

Kun alustava idea on valittu, sitä lähdetäänideoimaan ja kehittämään eteenpäin. Tiimejä kannattaa kannustaaideoimaan useampia kiinnostavia ratkaisuja. Lähettäkää tiimit ulos ihmisten pariin kyselemään, kiinnostavatko heidän mahdolliset ratkaisunsa ihmisiä tai onko havaittu ongelma todellinen. Kyselyiden lisäksi ideoita kehitetään eteenpäin tekemällä niistä nopeita prototyyppejä. Tällöin on mahdollista testata jo hyvin varhaisia ideoita mahdollisilla kohderyhmillä. Monesti tiimien omasta mielestä paras idea ei ole se, josta potentiaaliset käyttäjät pitävät eniten. Ratkaisu siitä, mitä ideaa tiimi ryhtyy viemään loppuun asti, kannattaa tehdä haastatteluista ja prototyyppien testaamisesta saadun palautteen perusteella.

### *Valinta ja viimeistely*

Kun lopullinen idea on valittu tiimin kannattaa käydä se vielä yhdessä läpi. Ymmärtävätkö kaikki idean samoin, mitä yksityiskohtia tai ominaisuuksia otetaan mukaan tai hylätään? Mitä pitää vielä miettiä, kehittää tai muokata? Jos jokin tiimi epäröi, mihin suuntaan jatkaa tai minkä idean valitsisi, tiimi voi käydä selvittämässä mahdollisten käyttäjien mielipidettä.

### *Prototyypin/esityksen teko*

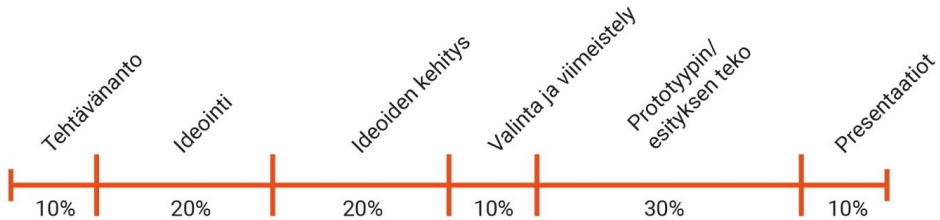
Kun yhteinen suunta on selvillä, on viimeisen rutistuksen aika. Ideasta rakennetaan viimeinen prototyyppi ja/tai idea esitetään muulla tavoin. Ideasta ja aiheesta riippuen sopiva muoto voi olla esimerkiksi sarjakuva, paperiprototyyppi, nopeasti koodattu demo, video, teatteri tai pitchaus.

### *Presentaatiot*

Jamit päättyvät tiimien esityksiin. Esitys voi olla viimeisen prototyypin esittely tai vaikka pitchaus. Presentaatioihin kannattaa antaa yhteiset ohjeet kaikille. Tärkein on muoto ja kesto. Montako minuuttia kullekin ryhmälle on varattu aikaa? Jos toivotaan ryhmien tekevän esityksen omasta ideastaan, montako diaa siinä saa olla? Pitääkö olla demo tai proto? Jos kyseessä on kilpailu, arvovaltainen tuomaristo päättää palkintojen jaosta. Varatkaa aikaa myös presentaatioiden jälkeiseen ”juhlintaan”. Tarjoilkaa osallistujille herkuja ja vaikka vähän kuohuvaakin, sillä sen tiimit ovat varmasti ansainneet. Muistakaa antaa myös ohjeet, miten jamiosallistumisesta voi saada opintopisteitä ja/tai todistukset hyväksilukua varten.

#### 4. Jamien jälkeen

Tapahtuman jälkeen on hyvä kerätä palautetta niin osallistujilta kuin järjestäjiltä: mikä meni hyvin ja mitä pitäisi parantaa ensi kerralla. Jos tapahtuma on ollut kilpailu, voi voittajaideoista kirjoittaa lehdistötiedotteen ja kertoa tapahtumasta eri medioille. Sosiaaliseen mediaan kannattaa myös laittaa tapahtumasta kuvia ja tietoja, ja jos seuraavat jamit ovat tiedossa, mainita jo niistäkin. Tapahtuman järjestämistavasta riippuen jamien jälkeenkin on voi olla syytä varata aikaa opiskelijoiden neuvonnalle tai muille käytännön järjestelyille.



Kuvio 6: Ajankäytön jakautuminen jameissa

#### HUOMIOI MYÖS

Monet jamien yksityiskohdat riippuvat niiden luonteesta ja teemasta. Alla on muutamia asioita, joita on hyvä ottaa huomioon ja miettiä ennen jameja.

**Maksu vai maksuttomuus?**

Jos jameihin osallistumiseen on pieni pääsymaksu (esim. 5-30€), vähenee niiden määrä, jotka ilmoittautuvat mutta eivät ilmesty paikalle. Toisaalta maksujen pyörittämisessä on iso vaiva ja esim. hankkeissa se on hankalaa. Jos maksuun päädytään, on hyvä, jos sille mainitaan selvä vastine. Tällaisia ovat esim. ruoka, osallistujien saama vaate tai laite tai matkat. Maksullisuus todennäköisesti vähentää ilmoittautuneiden määrää jonkin verran, mutta ilmoittautuneet tulevat varmemmin paikalle.

#### *Tarjoilut*

Jameissa olisi hyvä olla ainakin kahvia, teetä ja pientä purtavaa tarjolla. Jos rahoitusta ei ole, isommat ateriat voivat olla omakustanteisia. Jos jamiosallistujat ovat opiskelijoita, kannattaa selvittää onko jameja mahdollista järjestää lähellä paikkaa, jossa he saisivat ruokailla opiskelijahintaan. Jos jamijärjestäjä tarjoaa ruoat, osallistujien ei tarvitse poistua jameista muualle ruokailemaan. Jos järjestäjä tarjoaa ruoat, erityisruokavaliot täytyy muistaa ottaa huomioon.

#### *Palkinnot*

Jos kyseessä on kilpailu, täytyy tarjolla olla järkevä palkinto. Yritysyhteistyö voi myös mahdollistaa kaikille osallistujille annettavan ”palkinnon” tai osallistumislahjan. Tämä voi olla jotain haasteeseen liittyvää tai vaikka edullinen tabletti, lehtitilaus tai muuta kiinnostavaa. Tällöin itse palkintokin voi olla vähän pienempi. Myös palkallinen harjoittelu- tai työpaikka määrääjäksi voittajatiimille voi olla hyvä palkinto.

Jos kyse ei ole varsinaisesta kilpailusta, voi osallistujia silti palkita, vaikka erilaisin kunniamaininnoin. Mikä oli sinnikkäin tiimi, yllättävin idea tai paras tiimihenki?

### *IPR*

Osa jameissa syntyvistä ideoista voi olla todella potentiaalisia ideoita. Jo ennen jameja on syytä miettiä, miten IPR asiat hoidetaan. Global Sustainability Jameissa ja Service Design Jameissa kattojärjestäjä ilmoittaa, että tapahtumat toimivat Creative Commons –lisensseillä. Monet hackathonit ovat miettineet IPR asioita tarkoin, joten heidän tapahtumistaan kannattaa ottaa mallia.

### *Ulkopuoliset puhujat ja sparraajat*

Jos jamien järjestäjillä on hyvät verkostot tai paljon rahaa, voi jameihin pyytää mukaan ulkopuolisia puhujia ja sparraajia. Puhuja voi kertoa lyhyesti esimerkiksi ilmastomuutoksesta, digitalisaatiosta, palvelumuotoilusta tai vaikka porotaloudesta. Lyhyet, aihetta tukevat puheenvuorot ovat hyödyllisiä. Jamit ovat kuitenkin lyhyt tapahtuma, joten ei liikaa puhujia, jotta itse työskentelyllekin jää aikaa. Hyviä fasilitoijia voi pyytää mukaan vaikka yhdeksi iltapäiväksi jakamaan osaamistaan. He voivat sparrata tiimejä omaa osaamistaan hyödyntäen antaen vinkkejä ja kyseenalaistaen. Esimerkiksi koodaamisesta tietävä henkilö voi kertoa, ovatko tiimien ideat erilaisista mobiilisovelluksista kuinka helppoja ja hintavia toteuttaa.

Nyt, kun tiedät miten jamit toimivat, voit järjestää jamit!

## **ELISA KUULEE, ETTÄ ENSI VIIKONLOPPUNA ON JAMIT!**



Kuva 4: Jamien markkinoinnissa käytetty mainoskuva

## **LINKKIVINKIT**

### **Jameja**

Global Sustainability Jam: [planet.globalsustainabilityjam.org](http://planet.globalsustainabilityjam.org)

Global Service Jam: [planet.globalservicejam.org](http://planet.globalservicejam.org)

Global Game Jam: [globalgamejam.org](http://globalgamejam.org)

Industrial Hackathon: [www.industrialhackathon.fi](http://www.industrialhackathon.fi)

### **Työkaluja**

Futuricen Lean Service Creation: [www.leanservicecreation.com](http://www.leanservicecreation.com)

Service design tools: [www.servicedesigntools.org](http://www.servicedesigntools.org)

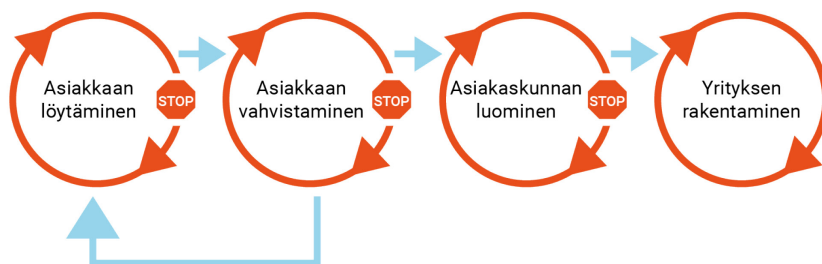
Creative Commons lisenssit: [creativecommons.fi](http://creativecommons.fi)

# Asiakasymmärrystä Lean-startup -menetelmillä

Lean startup -menetelmät ovat kokoelma työkaluja ja tekniikoita, joita voidaan käyttää nopeaan yritystoiminnan rakentamiseen pienemmillä kustannuksilla. Lean-lähestymistavan mukaan yrittäjien tulee haastaa omia olettamuksiaan yritystoimintansa sekä markkinoiden toimivuudesta. Oletukset voidaan asettaa käytännön testiin, jonka tarkoituksena on vahvistaa olettamuksia ja ymmärtää paremmin kuinka uusi yritys oikeastaan toimii. Lähestymistavassa korostuu aikaista kuluttajien kontaktointia, reflektioivia kokeiluja sekä nopeaa oppimista yleensä teknologisessä kontekstissa. (Harms 2015, 22.) Startup-yrityksen tavoitteena on löytää tuotantoon mahdollisimman nopeasti oikea tuote, josta myös asiakkaat ovat valmiita maksamaan. Lean startup -menetelmällä voidaan estää sellaisten tuotteiden lanseeraus, joita loppujen lopuksi kukaan ei halua tai käytä. (Ries 2016, 38-40.)

## KAIKEN TAKANA ON ASIAKAS

Lean startup -menetelmät on suunnattu startup-yrityksille liiketoiminnan ohjaamisen ohjenuoraksi. Menetelmän avulla startup-yritys voi oppia, olisiko aika tehdä nopea suunnanmuutos eli pivotti (pivot), vai jatkaa ja sinnitellä valitulla reitillä. (Ries 2016, 42.) Startup-yritykset toimivat äärimmäisen epävarmoissa oloissa, joten niiden on opittava tunnistamaan ero sen välillä mitä asiakkaat haluavat, mitä he sanovat haluavansa ja mitä yritys olettaa heidän haluavan (Ries 2016, 57). Yksi startup-yritysten käyttämä malli markkinoilla menestymiseen on asiakaskehitysmalli (Kuvio 2). Sen avulla yritys voi löytää markkinat, paikantaa ensimmäiset asiakkaat, vahvistaa oletukset asiakkaista sekä kasvattaa liiketoimintaa. Mallin vahvuus on sen täsmällisyydessä sekä joustavuudessa.



Kuvio 7: Asiakaskehitysmalli (Blank 2007, 19.)

Asiakaskehitysmalli erottelee asiakasperustaiset toiminnot omiksi prosesseiksi hyvin aikaisessa vaiheessa sekä tukee yrityksen jatkuvia tuotekehityksen toimintoja. (Blank 2007, 18.) Asiakaskehitysmallin suurin ero perinteiseen tuotekehitysmalliin on sen iteraatiivinen eteneminen: jokaisessa vaiheessa voidaan pysähtyä ja mennä taaksepäin, jos tuotteen kehittäminen sen vaatii. Oikeiden asiakkaiden ja markkinoiden löytäminen on ennalta arvaamatonta, joten startup-yritys epäonnistuu usein ennen kuin löytää oikean tuotteen tai toimintatavan. Asiakaskehitysmallissa taaksepäin meneminen ja epäonnistumiset ovat luonnollisia ja arvokkaita vaiheita oppimisen sekä havaintojen kannalta. (Blank 2007, 19.)

## **ASIAKASKEHITYSMALLIN VAIHEET**

Asiakaskehitysmallin ensimmäinen vaihe keskittyy asiakkaiden tarpeiden ja ongelmien ymmärtämiseen. Tavoitteena on löytää yrityksen tuotteelle asiakkaat sekä havaita, onko yrityksen tuottama ratkaisu merkityksellinen asiakkaille. Toisin sanoen ensimmäinen vaihe sisältää yrityksen liiketoimintasuunnitelman mukaisen ongelma-, tuote- ja asiakashypoteesin todentamisen. Löytääkseen vastauksen näihin hypoteeseihin, on yrittäjän mentävä sinne, missä potentiaaliset asiakkaat ovat.

Toisen vaiheen tavoitteena on kehittää toistettava myyntimalli markkinointi- ja myyntitiimille. Tämä vaihe kertoo yrittäjälle, että yritys on löytänyt ne asiakkaat ja markkinat, jotka reagoivat positiivisesti yrityksen tuotteeseen.

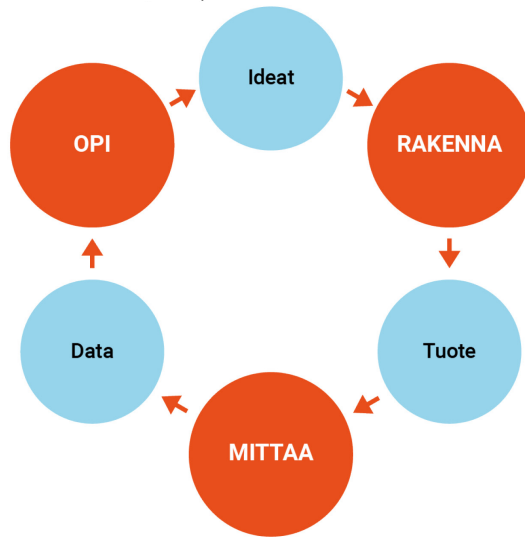
Kolmannessa vaiheessa luodaan loppukäyttäjän kysyntä ja motivaatio, joka kohtaa startup-yrityksen myyntikanavat. Tämä vaihe vaihtelee aina startup-yrityksen mukaan, koska kaikki startup-yritykset eivät ole samanlaisia. Kolmannessa vaiheessa on huomioitava, onko startup tulossa olemassa oleville markkinoille, jossa on jo kilpailijoita, luomassa aivan uusia markkinoita, vai yhdistämässä näitä kahta.

Viimeisessä eli neljännessä vaiheessa yritys siirtyy epävirallisesta, oppivasta ja havainnoivasta yrityksestä virallisempaan muotoon, jossa painopiste on yrityksen aikaisempien vaiheiden hyödyntämisessä. (Blank 2007, 20-22.)

## **YTIMENÄ PALAUTESYKLI JA ITEROINTI**

Lean startup -mallin ytimessä on rakenna-mittaa-opi -palautesykli, jonka kokonaiskiertoaika pitäisi olla mahdollisimman lyhyt. Kun startup-yrityksellä on idea, pitäisi sen lähteä rakentamaan heti *pienintä mahdollista toimivaa tuotetta* (MVP, Minimum Viable Product). MVP on vasta raakavedos lopullisesta tuotteesta, eli siitä usein puuttuu olennaisia ominaisuuksia, jotka huomataan tarpeellisiksi vasta myöhemmin. Kuitenkin MVP mahdollistaa rakenna-mittaa-opi -palautesyklin täyden kierroksen lyhyellä kehittämisajalla. Pienimmällä mahdollisella tuotteella voidaan mitata potentiaalisten asiakkaiden reaktioita. Mittausvaiheessa yrityksen on tarkoitus määritellä, onko siihen asti tehty työ johtamassa edistymiseen. Jos tuote on sellainen, jota kukaan ei halua, ei tuotteen rakentamiseen käytetyllä ajalla ja budjetilla ole mitään väliä. Startup-yrittäjän olisi tarkoitus arvioida etenemistään tarkasti ja objektiivisesti sekä samalla oppien. Mittaamisen jälkeen on pohdittava pivotoinnin (nopea suunnan muutos) tarpeellisuutta, eli jatkaako eteenpäin sinnikkäästi vai muuttaako suuntaa. (Ries 2016,

96-98.) Startup-yritysten liiketoimintasuunnitelman päämääränä tulisi olla erilaisten oletusten testaaminen ja mittaaminen niin nopeasti kuin mahdollista (Ries 2016, 101). Startup-yrityksillä on lyhyemmät elinkaaret, joten niiden täytyy olla joustavia, pystyä tekemään nopeita päätöksiä sekä toimia nopeammin kuin kilpailijansa (Trimi & Berbegal-Mirabent 2012, 459).



Kuvio 8: Rakenna-mittaa-opsi-palautusykli (Ries 2016, 96)

### RAJOITTEISTA VAHVUUDEKSI

Menetelmä, joka käyttää lyhyitä ja toistuvia syklejä tuotteen testaukseen ja suunnan korjauksiin, muuttaa sitä lähestymistapaa, jolla yritykset rakentavat ja muotoilevat tuotteitaan. Se myös auttaa yrityksiä menestymään liiketoiminnan alueilla seuloen riskejä. Lean startup auttaa erityisesti minimoimaan kustannuksia sekä tuhlausta ja aikaa markkinoilla, antaen uusia tuotteita asiakkaiden käsiin parhailla mahdollisilla keinoilla. Lean startup -lähestymistavan takana on vähäisien resurssien optimaalinen hyödyntäminen. Käyttäen pienempiä ja nopeampia iteraatioita yrityksen visiota on mahdollista kehittää jatkuvasti, joten tuote saadaan kuluttajille nopeammin. Saavuttaakseen tämän päämäärän, Lean Startup pyrkii minimoimaan resurssien menoerät kaikesta muusta paitsi arvон luomisesta asiakkaalle. (Trimi & Berbegal-Mirabent 2012, 460.)

### TEHTÄVÄ

Tee asiakaskysely ja pohdi seuraavia kohtia. Tunnistavatko asiakkaasi juuri sen ongelman, minkä haluat yrityksesi avulla ratkaista? Olisivatko asiakkaat valmiita ostamaan tekemäsi ratkaisun ja mihin hintaan? Miksi asiakkaat ostaisivat kyseisen ratkaisun juuri sinun yritykseltäsi?



## **LÄHTEET**

- Blank, S. G. 2007. The Four Steps to the Epiphany. Successful Strategies for Products that Win. California: Quad/Graphics.
- Harms, R. 2015. Self-regulated learning, team learning and project performance in entrepreneurship education: Learning in a lean startup environment. *Technological Forecasting & Social Change* 100, 21-28.
- Ries, E. 2016. Lean startup - kokeilukulttuurin käsikirja. Suom. Rautanen, A & Markula, J. Latvia: LavasDesign Oy.
- Trimi, S. & Berbegal-Mirabent, J. 2012. Business Model Innovation in Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal* 8, 449-465.

# Startup Lapland Northern Challenge - startup-idean kehittäminen

Useissa korkeakouluissa on viimeisten vuosien aikana järjestetty startup-ohjelmia, joissa osallistujia valmennetaan startup-yrittäjyyden saralla. Ohjelmien pituus vaihtelee kuuden ja kahdeksan viikon välillä, ja usein näissä mukaillaan lean-tyyppistä kehittämiskaarta. Valmennuksen päätteeksi pitchataan, eli pidetään myyntipuhe. Valmennuksissa osallistujat kokeilevat ideoiden ja tiimien kestävyyttä viemällä ideat varsin varhaisessa vaiheessa asiakasrajapintaan ja keräämällä mahdollisimman paljon tietoa tuotteen tai palvelun kehittämisen tueksi.

Tässä tekstissä esitellään kaksi startup-valmennusmallia, joita testattiin Startup Lapland -projektissa keväällä 2016 ja keväällä 2017. Lopuksi tuodaan esille muutamia käytännön asioita, jotka näemme tärkeiksi valmennusta järjestäessä. Vaikka startup-valmennuksen järjestäminen ei pääpiirteissään poikkea järjestelyiltään juurikaan muunlaisten valmennusten ja tavoitteellisten kehittämis- ja oppimisprosessien fasilitoinnista, on kuitenkin joitakin asioita, jotka olemme katsoneet startup-valmennusohjelman kannalta olennaisiksi.

## STARTUP-VALMENNUKSEN RAKENNE

Northern Challenge –startup-valmennusta lähdettiin suunnittelemaan sisältö edellä. Suunnitteluun haettiin potkua Mikkelissä järjestettävästä Ahjo-ohjelmasta. Samalla pohdittiin sitä, millaisia asioita osallistuvien opiskelijoiden tulisi osata kertoa ideasta valmennusohjelman päätteeksi pidettävässä pitchaus-tilaisuudessa. Ohjelma rakennettiin siis löyhästi seuraavien teemojen ympärille: ideointi ja tulevaisuuden trendit, Minimum Viable Product (MVP), asiakasymmärrys/asiakkaan ongelma, ratkaisu, kilpailutilanne, ansaintalogiikka ja bisnesmalli sekä konkreettinen toteutustapa. Valmennuksissa on perehdytty myös menetelmien käyttöön, tiimityöskentelyyn sekä esiintymiseen ja pitchauksen pitämiseen. Menetelmien käytöstä mainittakoon erityisesti lean-menetelmä, josta voit lukea enemmän Katja Lindholmin kirjoittamasta artikkelista tämän oppaan sivuilla 37. Northern Challenge -valmennuksen aikana opiskelijat rakensivat laskeutumissivuja, tekivät haastatteluja ja Facebook-kampanjoja, joiden avulla saattoi testata idean kysyntää ja kantavuutta.

Northern Challenge -valmennus on toteutettu Startup Lapland -projektissa kahdella erilaisella mallilla, joista molemmissa oli sekä hyvät että haastavat puolensa. Kevään 2016 valmennus toteutettiin tiiviisti reilun kuukauden mittaisena ohjelmana, joka

mahdollisti idean intensiivisen kehittämisen ja ryhmäytymisen. Tämä vahvuus toi myös haasteita, sillä ohjelman alkamisen jälkeen ei enää ollut mahdollista ottaa mukaan uusia osallistujia, sillä ohjelma eteni nopeasti. Samalla poissaoloista johtuvia viivästymisiä oli hankala ottaa kiinni.

Edellä kuvattujen haasteiden voittamiseksi valmennusohjelmaa muotoiltiin uudelleen kevään 2017 toteutukseen, jolloin otettiin käyttöön ns. syklimalli. Erona aiempaan oli se, että kolmessa syklissä toteutettuun ohjelmaan oli helpompi tulla mukaan myös ohjelman aikana. Aiempaan malliin verrattuna ohjelmassa oli myös enemmän mm. palvelumuotoilun sisältöjä. Syklimallissa ei kuitenkaan päässyt syntymään samalla tavalla ryhmähenkeä, eivätkä kaikki osallistujat jatkaaneet lopun pitchaus-tapahtumaan saakka, vaan jäivät pois syklien välillä. Tämän perusteella voidaan suositella, että opetuksen ulkopuolinen valmennusohjelma pidetään tiiviinä pakettina, mutta siten, että ryhmä pysyy jokseenkin samana koko valmennuksen ajan ja jokainen valmennuksessa oleva tiimi esittelee ideaa mahdollisimman monesti. Syklimalli ei ole toimintatapana yhtä kunnianhimoinen kuin tiivis intensiiviohjelma.

Käytännössä toimiva ohjelma kannattaa rakentaa alun kickoff-tapaamisen ja lopun pitchaus-tapahtuman lisäksi seuraavien elementtien ympärille:

- Vähintään yksi intensiiviviikonloppu tai leiri, jossa tiiviissä tahdissa vietään ideaa eteenpäin lean-menetelmiä hyödyntämällä
- Viikoittaiset tapaamiset, joissa puretaan viikon aikana tehdyn työn tuloksia ja pitchataan ideaa yhä uudelleen
- Matkat ja vierailut, joissa päästään verkostoitumaan ja näkemään muita samanhenkisiä ja hakemaan inspiraatiota.



Kuvio 9. Valmennusmalli vuodelta 2016 (Harju-Myllyaho 2017)



Kuvio 10. Valmennusmalli vuodelta 2017 (Harju-Myllyaho 2017.)

## VALMENNUKSEN JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

1. Markkinoi ajoissa.
2. Aikatauluta ohjelma ja pysy siinä. Ei viime hetken muutoksia.
3. Osta evästä.
4. Hanki sopiva(t) valmentaja(t). Hyvä ulkopuolinen valmentaja on provosoiva, mutta empaattinen tyyppi, joka ymmärtää korkeakouluopiskelijoiden näkökulman. Valmentaja voi olla kriittinen, mutta ei ilkeä.
5. Varaa tilat kerralla mielellään koko valmennukselle, jotta kaikki tietävät ajoissa missä tulee olla.
6. Kartoita tapahtumia lähellä ja kaukana. Mihin on mahdollista osallistua valmennuksen aikataulun ja budjetin puitteissa?
7. Muodosta tiimit alussa, mutta anna mahdollisuus vaihtaa tiimiä, mikäli jokin ei toimi. Kysy välillä, kuinka tiimi voi.
8. Käytä esimerkkeinä mahdollisimman erilaisia yrittäjiä ja yrittäjätarinoita.
9. Älä anna valmiita vastauksia vaan fasilitoi.
10. Anna vapauksia, mutta muistuta tärkeistä asioista, kuten aineettomista oikeuksista (IPR).

## NÄKYVISSÄ ERILAISIA YRITTÄJIÄ?

Startup-kulttuurin rikkaus piilee tavassa jakaa yhteisö ja olla osana yhteisöä. Myös erilaisuutta on pidetty startupeissa vallitsevan yrityskulttuurin ominaisuutena. Startup-yrittäjä Sami Kuusela (2013) neuvoo sijoittajaa olemaan avarakatseinen ja suvaitseva toimiessaan startup-yrittäjän kanssa. Kuusela kirjoittaa, että startup-maailmassa saattaa kohdata vaikka minkälaista väkeä, mutta ulkomuodon ei kannata antaa pettää. (Kuusela 2013, 62.) Paradoksaalista kyllä, myös startup-maailmassa on omat tyypillisesti alakulttuureille kuuluvat sääntönsä. Kuuselan mukaan startupeille on leimallista pokkuoroinninpuute ja rento pukeutuminen. Varsinkin startupien mekassa, Piilaaksossa, pukeutumiskoodi on tiukkaa, sillä puku nähdään pyrkyrin merkinä. (Kuusela 2013, 53.)

Yllä olevaa voisi kuvata kulttuurin ulkoiseksi tunnusmerkiksi. Muita yleisesti startup kulttuurille tunnusomaisia tunnusmerkkejä ovat esimerkiksi pizza, olut, sähkökät toimistotilat liukumäkineen ja riippumattoineen. Olisi kuitenkin vähättelyä kuitata

kulttuuri näillä ulkoisilla tekijöillä. Scott Berkun on kuvannut kulttuuria seuraavasti: *“culture is the willing behaviors and beliefs of a group of people”*. Berkun kirjoittaa blogissaan, että vaikka yleisesti ajatellaan, että yksilöt päättävät itsenäisesti uskomuksistaan ja käytöksestään, useimmat kulttuurit seuraavat johtajiaan. (Berkun 2014.) Näin on myös startup-kulttuurissa. Startup-kulttuurin edustamaa avointa ja innovatiivista ilmapiiriä tarvitaan. Myös tässä julkaisussa on tuotu esille startup-kulttuurin hyviä puolia.

On kuitenkin todettava, että startup-kulttuuri on kohdannut myös kritiikkiä. Kriittiset näkökulmat ovat liittyneet mm. eri sukupuolten, seksuaalisuuksien ja etnisten taustojen näkyvyyteen startup-kentässä. (ks. esim. Ozkanzank-Pan 2014, 156). FastCompanyn (2013) mukaan sukupuoli määrittää myös sijoitusten määrää, kun taas Suomessa uutisoitiin vastikään naisten vähäisestä määrästä startup-yritysten johdossa (ks. esim. Kaleva.) Yrityksiä on syytetty myös ikäsyrynnästä (esim. Fortune 2016). Sukupuoli on merkittävä tekijä yrittäjyydessä ja yrittäjyyskasvatuksessa (Harju-Myllyaho 2017). Myös Ahl ja Marlow (2012) toteavat, että yrittäjyyteen liittyy selkeitä sukupuolittuneita olettamuksia. Ahl (2007, 691) suosittelee, että yrittäjyysesimerkeissä tuotaisiin esille erilaisia yrittäjätarinoita siten, että puolet tarinoista olisi naispuolisten henkilöiden onnistumistarinoita. Tämä toimisi sukupuolten välisen tasa-arvon edistäjänä. Myös muihin taustatekijöihin liittyvien näkökulmien huomioiminen on merkittävää, kun pohditaan sitä, millaisia yrittäjyyden tarinoita jaetaan.

Erilaisten yrittäjien näkökulmia pohtivat myös Harju-Myllyaho ja Lahti (2018), jotka tuovat esille sen, että tiimityöskentelyssä erilaisten persoonien ja osaamisten yhdistäminen tuottavat innovatiivisia ideoita ja auttavat viemään niitä eteenpäin. Näin ollen on erityisen tärkeää, että sekä valmennuksia järjestävät tahot, että valmennuksiin osallistuvat (opiskelijat) edistäisivät tasa-arvon toteutumista ja erilaisten persoonien osallisuutta. Startup-kulttuuri perustuu avoimuuteen ja suvaitsevaisuuteen. On kaikkien asialle vihkiytyneiden tehtävä tuoda esille uusia näkökulmia, tarkastella toimintaa kriittisesti ja tehdä valintoja, jotka edistävät alan kehittymistä. Startup-kulttuuri liittyy kuitenkin loppujen lopuksi tahtoon muuttaa maailmaa.

## **KÄYTÄNNÖN VINKKEJÄ STARTUP-VALMENNUSOHJELMAN TOTEUTAMISEEN**

### *Tiimi*

Northern Challenge-valmennuksiin osallistuneet kehittivät ideoita pääasiassa 2—3 hengen tiimeissä. Ideaalitilanteessa tiimit kannattaa pyrkiä muodostamaan niin, että pienet muutokset tiimin kokoonpanossa eivät vaikuta toimintaan. Mikäli jokin tiimi osoittautuu toimimattomaksi, voi olla tarpeen hakeutua uuteen tiimiin tai ns. ”tiimiklinikalle”, jossa voidaan tarkastella mistä kenkä puristaa. Idean kehittäminen yhteensopimattoman tiimin kesken on haastavaa tai jopa mahdotonta ja pääajatus kuitenkin on, että kehittämistyö tiimeissä olisi kannustavaa, rohkaisevaa ja hauskaa. Toimimattomasta tiimin dynamiikkaa pohdiskeli valmennuksen aikana myös Nea Ketola (2016), joka tutkaili valmennusta johtamisen näkökulmasta.

Tiimissä on syytä olla jäseniä monilta eri aloilta, jotta idean kehittämiseen saadaan mahdollisimman monia eri näkökulmia. (ks. esim. Harju-Myllyaho & Lahti 2018). Tämä vastaa jokseenkin realistista kuvaa työelämästä, jossa harvemmin päädytään työskentelemään samantaustaisten työtovereiden kanssa. Esimerkiksi Startup-valmennuksen taustalla on henkilöitä monilta eri aloilta ja mikä parasta, kaikkien osaminen on tukenut valmentamisen järjestämistä!

#### *Ulkopuolinen valmentaja*

Keskusteluissa on usein tullut esille se, että ulkopuolisella valmentajalla on merkitystä startup-valmennuksen järjestämisessä. Usein valmentaja tai mentori tulee yrityselämästä, jolloin takataskussa on myös näkemys yrittäjän arjesta. Lisäksi yrittäjä tuo keskusteluun usein myös omat verkostonsa, jolloin valmennettavien mahdollisuudet idean edistämiseksi kasvavat moninkertaisiksi. Startup Laplandin Northern Challenge -valmennuksissa valmentajina toimivat oppilaitosten henkilökunnan lisäksi Sami Kuusela (Hupparihörhö Oy) ja Heidi Alariesto (Sijaishaltija Oy).

#### *Tapahtumat*

Startup Lapland -projektissa on vierailtu useissa tapahtumissa ja näitä on pidetty hyvinä oppimisen paikkoina ja inspiraation lähteinä sekä henkilökunnan että opiskelijoiden mielestä. Esimerkiksi vuoden 2016 Slushiin osallistunut opiskelija kirjoitti koivasti:

*”Reissu oli kaikin puolin erittäin mielenkiintoinen ja opin paljon uutta ja tapasin lukemattoman määrän uusia ihmisiä. Mielestäni parhain verkostoitumistilaisuus oli kuitenkin arferpartyt jossa ihmiset ja sijoittajat tulivat helpommin juttelemaan ja kellään ei ollut kiire. Käteen reissusta jäi paljon hyödyllistä tietoa tulevaa start up -valmennusta varten ja vinkkejä omaan elämään ja opiskeluun, kannatti todellakin lähteä!!” (Startup Lapland 2016.)*

Tapahtumissa siis pääsee myös verkostoitumaan ja ne tuovat startup-ohjelmaan elementtejä, jotka vievät yhtäältä ideaa eteenpäin ja toisaalta tapahtumat ohjaavat osallistujia pois koulumaisesta asetelmasta kohti työelämälähtöistä toimintaa.

#### *Tilat*

Valmennus järjestetään tiloissa, jotka eivät ole luokkamaisia ja joista on helppo pääsy esimerkiksi haastattelemaan ihmisiä. Kampusalueet ovat usein syrjässä ja varsinkin ilta-aikaan oppilaitokset ovat hiljaisia, joten nopean testaamisen tapahtumat eivät välttämättä onnistu sillä tavalla kuin on suunniteltu. Tiloissa on syytä olla kuitenkin tarvittavat työkalut, ja Wifi on työkaluista ehdoton. Usein valmennuksissa tehdään esimerkiksi landing pageja ja Facebook-kampanjoita testimielessä, jotta voidaan testata palvelun houkuttavuutta. Ilman verkkoa nämä eivät onnistu.

#### *Suklaa*

Jokaiseen tapahtumaan ja tapaamiseen, joka startup-ohjelmassa järjestetään kannattaa järjestää syötävää, sillä tapaamisia järjestetään usein opetuksen ulkopuolella, mikä

tarkoittaa käytännössä ilta-aikaa. Intensiivinen työskentely vie mehut, joten välipalojen ja energian pitäminen lähettyvillä on käytännöllistä. Tarjoilujen olisi hyvä sisältää myös suklaata. Yle (2017) uutisoi suklaan hyödyllisyydestä terveydelle. Suklaata syöville on myös matalampi verenpaine ja korkeampi koulutus. Ottamatta kantaa siihen, onko suklaa oikeasti hyödyllistä terveydelle, pidämme verenpainetta nostattavan idean kehittämisen ja testaamisen vastapainona aina varastossa suklaata. Suklaata tai muuta pientä tarjottavaa, voidaan hyödyntää myös silloin kun tiimit lähtevät tekemään taustatyötä ja testaamaan ideoitaan. Suklaa voi toimia jäänrikkojana ja helpottaa tiedon keräämistä.

## LÄHTEET

- Ahl, H. 2007. Sex business in the toy store: A narrative analysis of a teaching case. *Journal of Business Venturing*, 22, 673–693.
- Ahl, H. & Marlow, S. 2012, Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5), 543–562.
- Berkun, S. 2014. A Critique of “Don’t Fuck Up The Culture”. Viitattu 4.11.2017. <http://scottberkun.com/2014/critique-dont-fuck-up-culture/>.
- Fast Company. 2013. Why Your Startup’s Culture Is Secretly Awful. Viitattu 4.11.2017 <https://www.fastcompany.com/3016238/why-your-startups-culture-is-secretly-awful>.
- Fortune. 2016. Review: 'Disrupted' by Dan Lyons. Viitattu 4.11.2017. <http://fortune.com/2016/04/08/review-disrupted-dan-lyons/>.
- Harju-Myllyaho, A. 2017. Startup Lapland, Northern Challenge – Kokemuksia valmennusten varrelta. *Lumen 1/2017*. Viitattu 11.12.2017. <https://blogi.eoppimispalvelut.fi/lumenlehti/2017/04/27/startup-lapland-northern-challenge-kokemuksia-valmennusten-varrelta/>.
- Harju-Myllyaho, A. 2017. Provoking entrepreneurial thinking – Gendered embodiment in entrepreneurship education. In *Yrittäjyyskasvatus – Tulevaisuuden siltojen rakentaja ja raja-aitojen murtaja?* 11. Yrittäjyyskasvatuspäivät 2017 Oulussa: Abstraktikirja. Oulu: Oulun yliopisto. 17—19.
- Harju-Myllyaho, A. & Lahti, E. 2018. Startup-valmennuksella osaamista ja yrittäjyyttä. Teoksessa S.Kilpiäinen & N. Niemisalo (toim.), *Osallisuus, palvelut ja elinkeinot: Arjen turvaa Lapissa*. Forthcoming.
- Kaleva. 2017. Sunnuntaisuomalainen: Suomen menestyneimpien startup-yritysten ylimmässä johdossa naisia vain neljä sadasta. Viitattu 4.11.2017 <http://www.kaleva.fi/uutiset/kotimaa/sunnuntaisuomalainen-suomen-menestyneimpien-startup-yritysten-ylimmassa-johdossa-naisia-vain-nelja-sadasta/765405/>.
- Ketola, N. 2016. STARTUP-VALMENNUS. Tutkimus johtajuuden merkityksistä startup-valmennusohjelmassa. Kandidaatin tutkielma, Yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Lapin yliopisto.
- Kuusela, S. 2013. Hupparihörhö ja bisnesmies. *Eva-julkaisuja*. Helsinki: Taloustieto Oy.

- Ozkazanc-Pan, Banu. 2014. Postcolonial feminist analysis of high-technology entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. 20. 155-172. 10.1108/IJEER-12-2011-0195.
- Startup Lapland. 2016. Viitattu 9.11.2017 <http://startuplapland.blogspot.fi/p/slush-2016.html>.
- Yle. 2017. Myös maitosuklaalla näyttää olevan terveyshyöty. Viitattu 9.11.2017 <https://yle.fi/uutiset/3-9634722>.



# Kerro asiasi ytimekkäästi - vaikka hississä

Hissipuheen pitämisestä, eli pitchauksesta on tullut tärkeä taito. Pitchaamisen hallitseminen ei ole tärkeää ainoastaan yrittäjille, sillä kuka tahansa voi joutua tilanteeseen, jossa oma asia on esitettävä ytimekkäästi. Tästä pitchaamisesta on juuri kysymys; ajatusten kiteyttämisestä ja oman ydinsanomien löytämisestä. Pitchaamisesta on kyse myös siitä, että puhuja tuntee yleisönsä ja kohdentaa puheensa niin, että se kiinnostaa yleisöä ja saa aikaan toimintaa. Startup-yrittäjä pitchaa useimmiten liikeideaa. Tällöin kuulijoiden joukossa voi olla vaikkapa sijoittajia tai tulevia kumppaneita.

Millaisia asioita hissipuheeseen kannattaa sisällyttää? Hissipuhe kannattaa muotoilla tilanteen mukaan, jos mahdollista, mutta ainakin seuraavia asioita kuulija voi odottaa kuulevansa hissipuheessa.

- 1 Tervehdys
- 2 Iskulause/slogan: Miten kiteytät missiosi yhteen lauseeseen?
- 3 Ongelma: Minkä asiakkaan ongelman ratkaiset? Osoita, että ymmärrät asiakasta.
- 4 Kilpailutilanne: Ketä muita on markkinoilla ja miten erotut kilpailijoista?
- 5 Ratkaisu: Mitä arvoa tuot asiakkaalle?
- 6 Bisnes: Miten teet rahaa? Millainen ansaintalogiikka ideaasi sisältää? Ketä kuuluu kohderyhmääsi? Mikä on markkinan koko? Mitkä trendit tukevat ideaasi?
- 7 Tiimi: Kerro ketä on tiimissäsi tai tukijoukoissasi? Millaista osaamista sinulla ja tiimilläsi on?
- 8 Toteutus: Missä asiakkaasi ovat? Kuinka tavoitat heidät?

Vaikka hissipuhe koostuu useasta osasta, tulee puheen olla lyhyt. Pitchaus-kilpailuissa puheen kesto on usein enintään 3–5 minuuttia. Kesto voi olla rajattu muullakin tavalla. Oulussa jo useana vuonna helmikuussa järjestetyssä Polar Bear Pitching –kilpailussa pitchauksen kestolle ei ole aikarajaa, mutta hissipuhe pidetään avannossa seisten. Saannotava on saatava tiivistettyä aikaan, jonka puhuja pystyy avannossa talvipakkasessa viettämään.

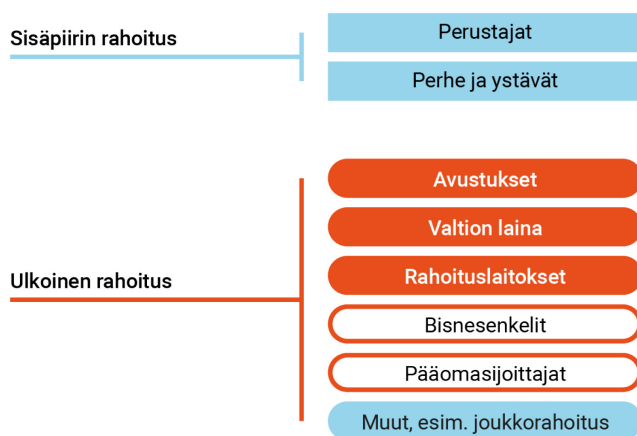
Pyrkiessään vakuuttamaan hissipuheella, on syytä olla vakuuttava myös olemukseltaan. Ole asiantunteva, tiedä mistä puhut, ole itsevarma, ja anna näiden asioiden näkyä itsessäsi hissipuhetta pitäessäsi.

# Rahoitus ja yrityksen perustaminen



# Startup-yrityksen rahoitus

Yritykset, jotka ovat nuoria, innovatiivisia ja omaavat kunnianhimoa kasvua kohtaan herättävät laajaa kiinnostusta markkinoilla. Näitä startup-yrityksiä pidetään erityisen tärkeinä taloudellisen kasvun, kansallisen kilpailukyvyn sekä tuottavuuden elvyttäjinä. Startupeille on olemassa useita potentiaalisia rahoitusvaihtoehtoja, kuten rahoituslaitokset, bisnesenkelit, pääomasijoittajat, yksityiset henkilöt, leasing ja factoring-rahoitus, asiakkaat ja niin edelleen. Rahoituksen lähteet voidaan jaotella kahteen yläkategoriaan: a) sisäpiirin rahoitus, joka kumpuaa perustajilta itseltään tai perheenjäseniltä ja ystäviltä sekä b) ulkoinen rahoitus, joka tulee toimijoilta, joilla ei ole läheistä suhdetta perustajiin. Rahoitus voi olla pääoma- tai lainaperustaista tai näiden kahden yhdistämistä. (Söderblom & Samuelsson 2014, 19.)



Kuvio 11. Suurimmat rahoitusten lähteet startup yrityksille (Söderblom & Samuelsson 2014, 21)

## SISÄPIIRIN RAHOITUS

Perinteisesti startup-yrittäjä aloittaa toimintaansa sisäpiirin rahoituksella eli varoilla, jotka tulevat perustajilta itseltään tai perheeltä, ystäviltä sekä muulta lähipiiriltä. Ystävien ja perheen taloudellista tukea on usein kuvattu jopa elintärkeäksi alkavalle startupille niiden edustaessa toiseksi tai kolmanneksi suurinta rahoituksen lähdettä etenkin Pohjois-Amerikan startupien keskuudessa. Euroopan markkinoilla perhe ja ystävät voivat tarjota toistuvasti taloudellista tukea, mutta tuki voi myös olla rajoitettua. (Söderblom & Samuelsson 2014, 22—23.) Startup-yritys voi toiminnan alkaessa

käyttää myös bootstrapping-metodia. Bootstrapping on vaihe, jossa yritys pyrkii toimimaan mahdollisimman pienellä rahoituksella eli toimintaa rahoitetaan omasta kasavirrasta, eikä pitkäaikaisilla ulkopuolisilla lainoilla. Yrittäjä voi tällöin rahoittaa toimintaansa henkilökohtaisesti, jakaa investointeja toisten yrittäjien kanssa tai hyötyä tavarantoimittajien antamasta luotosta. (Jonsson & Lindbergh 2013, 662.)

## **ULKOINEN RAHOITUS**

### **Avustukset, julkinen raha ja lainat**

Startup -yritysten perustamis- ja käynnistämisvaiheessa tarvitaan usein ulkoista rahoitusta sisäisen lisäksi. Pääoman tarve voi koskea esimerkiksi investointeja, kiinteitä kustannuksia, tutkimusta, immateriaalioikeuksiin liittyviä kustannuksia tai markkinointiin liittyviä kuluja. Suomessa avustuksia alkaville yrittäjille tarjoavat muun muassa Ely-keskukset, Tekes, Maaseuturahasto sekä TE-toimistot starttirahan muodossa. Avustusten lisäksi aloittava yritys voi hakea lainaa pankeilta tai esimerkiksi Finnveran kautta. Finnveran tarjoama rahoitus on aina joko lainaa tai takauksia ja näillä keinoilla voidaan rahoittaa yrityksen investointeja, käyttöpääomaa sekä muita toiminnan aloittamis- ja laajentamishankkeita. Aloittavalle startup -yritykselle yksi Finnveran tarjoamista rahoitusvaihtoehdoista on alkutakaus. Alkutakaus auttaa yrityksen pankkilainan saamisessa silloin, kun yrityksen vakuudet eivät muuten riitä. Finnveran tarjoama alkutakaus on enintään 80% koko takausosuudesta ja yhdelle yritykselle myönnettyjen takausten määrä voi enintään olla 80 000€. Toisin sanoen alkutakaus on luoton osittainen vakuus, jota yrityksen pankki voi hakea vakuutusten ollessa riittämättömät. (Finnvera 2017.)

Ely-keskusten myöntämä kehittämistuki koskee yritysten liiketoiminnan uudistamista sekä kansainvälistymistä ja kasvua. Ely-keskukset voivat myöntää tukea yritysten kehittämistoimenpiteisiin sekä erilaisiin investointeihin, erityisesti silloin, kun yrityksellä on pyrkimys kansainvälistymiseen. Näin ollen yritysten kehittämisavustusten kohteena ovat olemassa olevan liiketoiminnan kehittäminen, yrityksen kannalta uuden liiketoiminnan luominen, vienti- ja kansainvälistymismahdollisuuksien parantaminen tai uusien tuotteiden, palveluiden tai tuotantomenetelmien kehittäminen. Avustus on suuruudeltaan 10-50% kokonaiskuluista ja se maksetaan hankkeen edistymisen mukaan aina jälkikäteen. (Kehittämisavustus 2017.) Starttirahaa hakiessa on muistettava hakea sitä ennen yritystoiminnan aloittamista ja yritystoiminnan täytyy olla luonteeltaan päätoimista. Starttirahaa voi yritys saada korkeintaan 12 kuukaudeksi. Hakijalla täytyy olla riittävät valmiudet haluamalleen alalle sekä valmiudet toimia yrittäjänä. Ennen starttirahan hakemista on syytä varmistaa liiketoimintasuunnitelman ja laskelmien kannattavuus sekä esimerkiksi muun tarvittavan rahoituksen saatavuus. (TE-palvelut 2017.)

Tekes tarjoaa startup-rahoitusta alle viisi vuotta vanhoille yrityksille. Jos yritykseltä löytyy hyvä idea, toimiva tiimi sekä kykyä ja halua laajentua kansainvälisille markkinoille, Tekesin asiantuntija auttaa yritystä löytämään sopivan rahoituspalvelun.

Startup –yritysten innovaatiotoimintaan tarkoitetut Tekesin rahoituspalvelut on jaettu kuuteen kategoriaan (Tekes-rahoitus 2017):

1. Tempo – konseptin testausta ja palautteen hakua asiakkailta
2. Innovaatioseteli – ketterä tapa aloittaa kehittäminen sekä kasvu
3. Tutkimus- ja kehittämisrahoitus – kehitetään osaamista, tuotteita ja palveluita
4. Team Finland Explorer – tiedon hakua uusista vientimarkkinoista
5. Nuoret Innovaatiiviset Yritykset – liiketoiminnan skaalaavuus vientimarkkinoilla
6. Into – asiantuntemusta innovaatiotoiminnan tueksi

Maaseuturahasto tukee maaseudun kasvua ja hyvinvointia erilaisilla rahoitusmuodoilla. Yksi aloittaville startup –yrityksille sopiva tuki on perustamistuki. Perustamistukea voi hakea, jos yrityksellä on liikeidea, liiketoimintasuunnitelma on valmis, hakija on vähintään 18-vuotias, yritys sijaitsee maaseudulla, omaa riittävän ammattitaidon sekä edellytykset jatkuvaan kannattavaan liiketoimintaan. Tuen määrä on 5000 – 35 000€ ja sen maksaminen tapahtuu kahdessa tai kolmessa erässä. (Maaseuturahasto 2017.)

### **Bisnesenkelit ja pääomasijoittajat**

Bisnesenkeliä rooli startup-yritysten rahoittajana nähdään nykyään tärkeänä, etenkin yritysten kehityksen alkuvaiheissa. Bisnesenkelit ovat yhden määritelmän mukaan yksilöitä, jotka toimivat yksin tai virallisella tai epävirallisella syndikaatilla useamman bisnesenkeliä kanssa, sijoittaen omia varoja suoraan startup –yritykseen. Bisnesenkeliä on kokemusta yritysmaailmasta ja hän kokee, että voisi vielä antaa jotakin startup –yrityksille. Tyypillisesti bisnesenkelit haluavat ottaa aktiivista roolia startup –yrityksessä, esimerkiksi neuvonantajan tai hallituksen jäsenen roolissa. (Söderblom & Samuelsson 2014, 25.) Motivaatiot sijoittamiseen löytyvät usein muualta kuin taloudelliselta puolelta, vaikka tuotto-odotus on korkea. Muita motivaatiotekijöitä voivat muun muassa olla halu vaikuttaa maailman kehittymiseen, kotiseudun auttamisen tahto sekä halu pysyä kehityksen kärjessä. (Etula 2014, 17.)

Bisnesenkeliä sijoitukset tyypillisesti kohdistuvat startup –yrityksen elinkaaren alkuvaiheisiin, eli esivaiheeseen, tai aikaiseen – ja nopeaan kasvunvaiheeseen. (Etula 2014, 12.) Keskimäärin startup –yritykset ovat olleet toiminnassa noin 10 kuukautta, kun saavat ensimmäisen enkelisijoituksen, jolloin heillä harvoin vielä on ollut kannattavaa liiketoimintaa (Söderblom & Samuelsson 2014, 26). Bisnesenkelit lisäksi suosivat yrityksiä, jotka sijaitsevat maantieteellisesti lähellä heitä. Vain harva bisnesenkeli sijoittaa sellaiseen kohteeseen, joka sijaitsee yli 200 kilometrin etäisyydellä hänestä itsestään. Poikkeuksena tällaiseen toimintaan ovat yhteissijoitukset eli syndikaatit. (Etula 2014, 16.) Yhteissijoituksiin voivat tulla mukaan myös pääomasijoittajat. Pääomasijoittajat kuitenkin tyypillisesti tekevät myöhemmän vaiheen vähemmistö-sijoituksia tai enemmistö-sijoituksia eli buyouteja. Pääomasijoittajat sijoittavat bisnesenkeleistä poiketen toisten varoja. He olettavat saavansa sijoituksensa takaisin 10-100 kertaisena, eli he ohjaavat yrittäjää suureen exitiin (yrityksestä ulospääsyyn). Si-

joitusjänteeksi pääomasijoitusten puolella on määritelty usein 3-7 vuotta, mutta toisinaan exitiin voidaan päästä vasta 10 vuoden jälkeen. (Etula 2014, 12; Honkinen, Innanen, Lindgren, Pello, Rantanen, Siltala & Tuomala 2016, 70.)

Startup-yritysten kehitysvaiheet koostuvat tyypillisesti viidestä eri vaiheesta, jotka liittyvät keskeisesti startupien rahoituskierroksiin enkeli- ja pääomasijoitusten puolella (Honkinen ym. 2016, 67). Ensimmäisessä eli esivaiheessa (pre-seed) startup – yrityksellä on olemassa idea sekä tiimi, mutta ei aina yhtiömuotoa. Esivaiheen sijoitukset tulevat pitkälti bisnesenkeiltä, joilla rahoitetaan tuotekehityksen ja ideoinnin alkuvaiheet. Myös seuraavan eli siemenvaiheen (seed) sijoitukset tulevat lähinnä bisnesenkeiltä. Siemenvaiheessa tiimillä on käytössä jo työkaluja ensimmäisen alustavan version tuottamiseen tulevasta palvelusta tai tuotteesta. Tässä vaiheessa saatu sijoitus käytetään tutkimus- ja kehittämistoimintaan, idean arviointiin tai liiketoimintamallin varmistamiseen. Tuotteen tai palvelun ensimmäinen versio lanseerataan kolmannessa eli käynnistysvaiheessa (startup/survival). Yrityksellä on jo liikevaihtoa, mutta se ei vielä riitä kattamaan yhtiön menoja, eli rahoituksella voidaan kattaa myös kuolemanlaakso-vaiheen käyttöpääomatarvetta. Neljäs vaihe on nopean kasvunvaihe (later growth), jossa startup laajentuu kansainvälisille markkinoille. Liikevaihto kattaa jo menot eli tuotteen tai palvelun kauppa käy. Tämän vaiheen sijoitus käytetään pitkälti kasvun vauhdittamiseen. Viidennessä eli laajentumisen vaiheessa (expansion) yhtiöllä on jo merkittävää liikevaihtoa ja sen tavoitteena on laajentua uusille markkinoille tai toimialoille. Myös laajentuminen uusien tuoteryhmien puolelle on mahdollinen. (Etula 2014, 12-14; Honkinen ym. 2016, 67-68.)

## **Joukkorahoitus**

Joukkorahoitus (crowdfunding) on kasvattanut suosiotaan vuoden 2010 jälkeen huomattavasti. Vuoden 2010 jälkeen markkinat ovat kasvaneet viidessä vuodessa 880 miljoonan dollarin arvosta 34,4 biljoonaan dollariin maailmanlaajuisesti. Erilaiset joukkorahoitusalusat edelleen herättävät niin kiinnostusta kuin huomiota heidän kyvyillään kerätä yrityksille sekä yksityishenkilöille varoja. Suomessa kuitenkin yksityishenkilöt sekä pörssiyritykset jäävät joukkorahoituksen haun ulkopuolelle (Honkinen ym. 2016, 75). Joukkorahoitus on erinomainen keino niille startup – yrityksille, joilla on vaikeuksia päästä käsiksi perinteisiin rahoitusvaihtoehtoihin, kuten pankkilainaan, pääoma- tai bisnesenkeli-sijoitukseen sekä niille, jotka haluavat saada ideansa liiketoiminnaksi asti. (Brown, Boon & Pitt 2017, 189; Paschen 2017, 180.)

Joukkorahoitus voidaan jakaa kolmeen pääluokkaan, jotka ovat 1) palkkio- ja lahjoitusmuotoinen, 2) sijoitusmuotoinen sekä 3) lainapohjainen joukkorahoitus. Palkkio- ja lainapohjaisessa joukkorahoituksessa yleisölle eli tukijoille annetaan joko symbolinen tai konkreettinen vastike lahjoitusta vastaan. Lahjoitusmuotoinen joukkorahoitus ei kuitenkaan ole mahdollista Suomessa, sillä tämä kyseinen muoto on täysin vastikkeeton. Suomessa tällaisessa toiminnassa on huomioitava rahankeräyslupa, eli rahaa ei voi ottaa vastaan ilmaiseksi. Näin ollen kampanjan tukijalle on annettava rahan arvoinen vastike, joka voi esimerkiksi olla tavara, palvelu, elämys, jäsenyys tai osuus. (Honkinen ym. 2016, 74-75.) Pienille startup – yrityksille palkkiopohjainen

joukkorahoitus voi toimia myös markkinoinnin työkaluna. Kampanja voi esimerkiksi toimia tutkimustarkoituksessa, jolloin yritys voi saada palautetta sosiaalisen median avulla tulevasta tuotteesta tai palvelusta. Toiseksi kampanjaa voidaan käyttää uuden tuotteen mainostamiseen tai käyttää suorana ensimmäisten tuoteversioiden myyntikanavana. Tällainen kampanja on loistava keino testata markkinoita ja arvioida potentiaalista kysyntää ennen kuin aloittaa laaja-alaisen jakelun. (Brown, Boon & Pitt 2017, 191.)

Sijoitusmuotoisessa joukkorahoituksessa on kyse rahoittajille annettavasta osuudesta tukeaan vastaan. Startup –yritys sitoutuu maksamaan kampanjan tukijoille osa hankkeen tuottamista varoista tai yrityksen tuotoista tai sitten luovuttamaan yrityksen osakkeita tai muita arvopapereita. (Honkinen ym. 2016, 74.) Sijoitusmuotoista joukkorahoitusta on sanottu nopeimmin kasvavaksi joukkorahoituksen muodoksi. Kampanjan tukijoihin kuuluvat usein yritykseen ja sen toimintaan uskovia pääomasijoittajia, bisnesenkeleitä sekä spesialisteja, jotka neuvottelevat rahoituksen ehdoista startup –yrityksen perustajien kanssa. (Paschen 2017, 181.) Lainapohjainen joukkorahoitus (P2B, peer-to-business tai P2P, peer-to-peer) kerää varoja sillä ajatuksella, että startup –yrityksen perustajat maksavat tukijoilleen heidän sijoituksen takaisin. Lainapohjaisessa mallissa on kolme muotoa: 1) tuotteen ennakkomyynti, 2) perinteinen laina ja 3) anteeksiannettava laina. Ensimmäisessä muodossa kampanjan tukija saa valmistetun tuotteen lainansa vastikkeeksi, toisessa muodossa joukkorahoituksen saaja saa yleisöltä luottoa, josta yritys yleensä maksaa korkoa sekä sitoutuu maksamaan lainan takaisin määräajan jälkeen. Kolmannessa muodossa taas joukkorahoituksen saada maksaa saamansa luoton takaisin vain, jos tuoteprojekti tuottaa liikevaihtoa tai voittoa. (Honkinen ym. 2016, 74; Paschen 2017, 181.)

Joukkorahoituksella on useita hyviä puolia (Brown, Boon & Pitt 2017, 191; Paschale 2017, 181-182):

- Olemassa olevan liikeidean vahvistaminen – Ratkaiseeko idea kuluttajan ongelman?
- Tuotteen tai palvelun jalostaminen kuluttajilta tulleiden palautteiden perusteella. Ymmärtääkö yritys kuluttajien mieltymykset?
- Tuotesuunnittelun täsmentäminen – Kuinka uusi tuote tulee toimimaan ennen kuin virallisesti se lanseerataan markkinoille? Tuotteelle annetaan myös mahdollisuus epäonnistua ennen kuin siihen sijoitetaan suuria summia, jos tuote ei herätä kiinnostusta yleisössä.
- Tuotteen ennakkomarkkinointi tai suoramyynti. Joukkorahoituslupien kautta saadaan välitöntä palautetta tuotteen hyväksymiselle.



## TEHTÄVÄT

1. Ennen bisnesenkelin tai pääomasijoittajan hakemista, määritä sijoittajan ihanneprofiili. Millaisen sijoittajan haluaisit yritykseen? Millaista osaamista hänellä olisi? Millaisia verkostoja yrityksesi tarvitsee? Tarvitseeko sijoittajan sijoittaa yritykseen taloudellisen sijoituksen lisäksi esimerkiksi aikaa? Ja millaisesta osuudesta olet valmis luopumaan?
2. Millainen joukkorahoituskampanja ja –muoto sopisi juuri sinun ideallesi tai yrityksellesi?

## LÄHTEET

- Brown, T. E., Boon, E. & Pitt, L. F. 2017. Seeking funding in order to sell: Crowdfunding as a marketing tool. *Business Horizons* 60, 189—195.
- Etula, S. 2014. *Osaamista, Verkostoja, Rahaa. Opas enkelisijoituksen hakemiseen.* FiBAN – Finnish Business Angels Network. Saarijärvi Offset Oy, Saarijärvi.
- Finnvera 2017. Saatavilla: [www.finnvera.fi](http://www.finnvera.fi). Viitattu 10.11.2017.
- Honkinen, T., Innanen, A., Lindgren, J., Pello, J., Rantanen, J., Siltala K. & Tuomala S. 2016. *Startup-juridiikan käsikirja.* Alma Talent, Helsinki.
- Jonsson, S. & Lindbergh, J. 2013. The Development of Social Capital and Financing of Entrepreneurial Firms: From Financial Bootstrapping to Bank Funding. *Entrepreneurship Theory and Practice* July, 661—686.
- Kehittämisyhteistyökeskus 2017. Saatavilla: <https://www.elykeskus.fi/web/ely/yrityksenkehittamisavustus#.WghHHqKUToM> . Viitattu 12.11.2017
- Maaseuturahasto 2017. Saatavilla: <https://www.maaseutu.fi/maaseutuverkosto/tuenhakijalle/tuenhakijan-tarpi/> . Viitattu 12.11.2017
- Paschen, J. 2017. Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the startup life cycle. *Business Horizons* 60, 179—188.
- Söderblom, A. & Samuelsson, M. 2014. Sources of Capital for Innovative Startup Firms. An empirical study of the Swedish situation. *Entreprenörskaps Forum. Näringspolitiskt Forum, Rapport #9*, 1—84.
- Tekes-rahoitus 2017. Saatavilla: <https://www.tekes.fi/rahoitus/startup/> . Viitattu 2.11.2017
- TE-palvelut 2017. Saatavilla: <http://toimistot.tepalvelut.fi/documents/244949/21827805/Yritt%C3%A4jyys+ja+Starttira-haesite+23102017.pdf/73d0bff7-16f6-4bf0-961e-8fc16017ff97>

# Jakamalla luovaa ja vastuullista tienaamista?

Jakamistalous. Paljon keskustelua, väittelyjä ja kiistelyäkin herättänyt termi. Avaan aluksi tuon moninaisen ilmiön sisältöä pyrkien tekemään sen niin yksinkertaisesti kuin mahdollista. Tukeudun käsitettä kertaalleen jo avanneisiin ja määritelleisiin tahoihin.

Jakamistalous on verrattain tuore ilmiö. Siinä yhdistyvät perinteiset yhteisölliset toimintatavat ja nykyteknologian mahdollistamat modernit yhteydenpidon muodot. Jos termin määrittelyyn yrittäisi mahduttaa yhteen lauseeseen, sen voisi muotoilla jontensakin näin: jakamistalous on yhdistelmä verkkoteknologian kehittymisen myötä syntyneitä sosiaalisia ja taloudellisia järjestelmiä, jotka mahdollistavat omaisuuden, resurssien ja taitojen jakamisen sellaisilla tavoilla ja mittakaavoissa, jotka eivät aiemmin ole olleet mahdollisia. (Hakkarainen & Jutila, 2017; Lahti & Selosmaa, 2013.) Määrittelyä on kuitenkin vielä jatkettava, sillä kyseessä on lukuisia eri tahoja ja näkökulmia yhdistävä asia.

Useat yhteiskunnalliset muutokset ovat vaikuttaneet jakamistalouden kehittymiseen. Kestävien arvojen merkitys on korostunut. Kulutuskäyttäytymisessä on tapahtunut kulttuurinen muutos; pysyvä omistajuus korvautuu yhä useammin väliaikaisella käyttöoikeudella. Teknologian kehittyminen on mahdollistanut uudenlaisten sosiaalisten verkostojen ja kuluttajien välisten markkinapaikkojen syntymisen. Uuden sukupolven yrittäjät ovat ymmärtäneet internetin mahdollistaman uudenlaisen jakamisen liiketoimintamahdollisuudet. (Hakkarainen & Jutila, 2017; Lahti & Selosmaa, 2013.)

Jakaminen ei sinänsä ole uusi yhteiskunnallinen ilmiö, mutta jakamistaloudessa uutta on osapuolten välissä toimivat alustat ja välittäjäryitykset. Osa yrityksistä toimii voittoa tavoittelemattomasti, osa puolestaan pyrkii kasvamaan nopeasti ja saamaan mukaan sijoittajia, joita houkuttavat jakamistalouden mahdollistamat uudet liiketoimintamallit. Uutta on myös se, että sosiaalisen median myötä jakaminen on helpottunut toisilleen tuntemattomienkin ihmisten kesken. Alustat tarjoavat palvelun tarjoajan ja käyttäjän luotettavuuden varmistamiseen teknologisia keinoja. Lisäksi luottamusta rakennetaan kunkin käyttäjän omilla profiilikuvauksilla ja jakamistaloustoiminnalle tyypillisillä julkisilla, vastapuolen käyttäjäprofiiliin kirjoitetuilla vertaisarvioilla. (Hakkarainen & Jutila, 2017; Lahti & Selosmaa, 2013.)

Mitä jakamistalouden piirissä sitten jaetaan? Alustoilla tarjotaan omaa omaisuutta, kuten asuntoa, autoa, venettä, työkaluja tai vaatteita muiden käyttöön. Lisäksi markkinapaikkoja on syntynyt aineettomien asioiden kuten tiedon, tekemisen, osaamisen

ja elämysten jakamiseen. Jakaminen voi tapahtua joko vuokraamalla, vaihtamalla, lainaamalla tai lahjoittamalla. (Hakkarainen & Jutila, 2017; Lahti & Selosmaa, 2013.)

En aivan onnistunut tavoitteessani olla yksinkertainen. Määrittelyyn meni sivun verran tekstiä, vaikka karsin paljon. Kyse vain on niin moniulotteisesta asiasta, johon liittyy valtava määrä eri tahoja ja näkökulmia, että tämän yksinkertaisempaan en pystynyt.

No miten tämä kaikki sitten liittyy millään tavalla Startup -yrittäjyyteen, eli miksi kirjoitan jakamistaloudesta tässä julkaisussa? Siksi, että jakamistalous-ilmio tarjoaa lukemattomia mahdollisuuksia tienata ja kasvattaa toimintaa nopeasti olemalla innovatiivinen. Kuka hyvänsä voi ansaita satunnaisia tai säännöllisiä tuloja oikeastaan miten tahansa, vain mielikuvitus on rajana. Hakkaraisen ja Jutilan (2017) mukaan jakamistalouden yksinkertaiset ja kevyet prosessit ruokkivat innovaatioita ja investointeja. Lahti ja Selosmaa (2013) muotoilevat asian niin, että kansalainen voi halutessaan olla vertaistalouden mikroyrittäjä, joka vuokraa, myy ja lahjoittaa jotain, jolla on arvoa toiselle kansalaiselle. Jakamistaloudella voi myös työllistää itsensä, mitä pyritään edistämään jopa valtiohallinnon tasolla (TEM, 2017.) Erytisen hyvin jakamistalous on lyönyt läpi matkailussa, kun paikalliset henkilöt tarjoavat matkailijoille mahdollisuuksia autenttisiin elämyksiin tienaten itselleen samalla mukavia summia. Lisäksi jakamistalouden piirissä on syntynyt lukemattomia alustoja, jotka toimivat kansalaisten kohtaamispaikkoina tienaten palvelumaksuilla ja provisioilla.

Jakamistalouden tunnetuin ja näkyvin yritys lienee asuntojen ja elämysten jakamista välittävä Airbnb. Hyvänä kakkosena tulee kyytipalvelu Uber. Nämä menestyneet globaalit yritykset ovat saaneet paljon kritiikkiä osakseen mm. sen tosiasian vuoksi, että moni heidän kauttaan toimiva kansalainen harjoittaa jakamistalouden alustoilla puhdasta liiketoimintaa nauttien suuremmista vapauksista ja pienemmistä velvollisuuksista kuin samaa palvelua yrityksenä tarjoavat tahot. Suomessa Uber on törmännyt lakiin, sillä Suomessa kyytien tarjoamiseen tarvitaan vielä toistaiseksi taksilupa. Uber onkin laittanut toimintansa Suomessa tauolle odottaen heinäkuussa 2018 voimaan tulevaa uutta liikennepalvelulakia, joka avaa markkinoita uusille toimijoille ja palveluille.

Suomalainen elämyksiä välittävä Doerz vakuuttaa sivuillaan, että elämysten tarjoaminen ilman yhtiötä tai toiminimeä, tai niitä apuna käyttäen, on täysin laillista ja hyväksyttyä. Tämä on totta, mutta se ei poista sitä tosiasiaa, että palveluntarjoajalla on velvollisuuksia, jotka lain mukaan täytyy hoitaa. Tulot ovat verotettavaa ansiotuloa, eli ne täytyy ilmoittaa verottajalle. Se täytyy tehdä itse, alustat eivät sitä tee. Jos ansiot ylittävät 10 000 euroa vuodessa, silloin elämysten tarjoajan pitää lisäksi maksaa arvonlisäveroa. Omaisuutta vuokrattaessa tulot, myös satunnaiset, ovat puolestaan verotettavaa pääomatuloa. Vuokraajaa koskevat samat säännöt arvonlisäveron suhteen, kuin elämysten tarjoajaa. Turvallisuus- ja kemikaalivirasto edellyttää, että jokaisen toiminnanharjoittajan, olipa kyse miten pienimuotoisesta toiminnasta hyvänsä, on varmistettava, ettei kuluttajapalvelusta aiheudu minkäänlaista vaaraa kenellekään. Vahinkotilanteiden varalta toiminnan huolellisuus on osoitettava turvallisuussuunnitelmalla.

Alustat toimivat yleensä puhtaasti välittäjän roolissa, ne eivät kontrolloi toiminnanharjoittajien tai palvelun ostajien toimintaa verotuksen tai turvallisuuden suhteen. Alustat eivät yleensä myöskään ota minkäänlaista vastuuta onnettomuus- ja vahinkotilanteissa, koska eivät voi vakuuttaa jokaista käyttäjää ja heidän jokaista palveluaan tai omaisuuttaan. Vahinkotilanteissa vastuunjaot eivät useinkaan ole selviä. Jakamistalouteen liittyy monia muitakin, kuin verotusta ja turvallisuutta koskevia haasteita. Profiilikuvausten ja vertaisarvioiden perusteella tehtäviin päätöksiin liittyy kinkkinen kysymys syrjinnästä. Esimerkiksi Airbnb:ssä jotkut majoittujat tulkitsevat varauspyyntönsä hylkäämisen johtuneen etnisestä taustasta tai ihonväristä ja kokevat tulensa syrjityksi.

Ilmiön laajuus on johtanut siihen, että useiden suurkaupunkien keskustoissa on vain lyhytaikaisessa vuokrauksessa olevia asuntoja. Asukkailla on vaikeuksia löytää pysyvää vuokra-asuntoa. Yhtä kaikki, jakamistalouden idea on loistava. Että nykyisin autenttisuutta havittelevat matkailijat voivat yöpyä hotellialueiden sijaan paikallisilla asuinalueilla ja harrastaa yhdessä paikallisen asukkaan kanssa. Että taloyhtiössä ei jokaisessa asunnossa tarvitse olla omaa porakonetta tai autoa lepäämässä suuren osan ajasta käyttämättömänä. Että ihmiset voivat luottaa tuntemattomaan. Ja että tienäminen ei välttämättä vaadi monimutkaisia byrokratian kiemuroita. Ilmiö nimeltä jakamistalous tarjoaa lukemattomia mahdollisuuksia ansaita ja edistää samalla yhteiskunnan luovaa, kestäväää ja yhteisöllistä puolta. Kuten yllä oleva teksti tuo esiin, kyse on kuitenkin kaikkea muuta kuin yksinkertaisesta asiasta. Usein joku osapuoli kokee tulensa kohdelluksi epäreilusti.

## TEHTÄVÄ

Pohdi, mitä kaikkia asioita sinun tulisi ottaa huomioon ollaksesi vastuullinen

- a) Jakamistaloustyyppisen palvelun tarjoaja
- b) Jakamistaloustyyppisen palvelun käyttäjä
- c) Jakamistalouden alustan ylläpitäjä

## LÄHTEET

Hakkarainen, M. & Jutila, S. 2017. Jakamistalous. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.), Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.

Lahti, V.-M. & Selosmaa, J. 2013. Kaikki jakoon! Kohti uutta yhteisöllistä taloutta. Helsinki: Atena.

TEM 2017. Itsensätyöllistäminen ja jakamistalous työelämän murroksessa. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja.

# Lapin startup -toimintaympäristön erityispiirteet

## TIIVISTELMÄ

Lapissa aloittelevien yritysten mahdollisuudet päästä mukaan vallitsevaan startup-boomiin poikkeavat hieman Etelä-Suomen kasvukeskusten mahdollisuuksista. Pintalaan suhteutettuna väestötiheys ja taloudellisen toiminnan intensiteetti ovat keskimääräistä pienempiä. Startup-toimintaan tarvittava kriittinen massa on siten pienempi kuin esimerkiksi Etelä-Suomen kasvukeskuksissa. Näin startup-boomiin olennaisesti liittyvät satunnaiset mahdollisuudet ja kohtaamiset startup-yrityksen toiminnan kehittymiseen eivät Lapissa kehkeydy itsekseen. Myönteiset sattumat ovat kuitenkin merkittävä osa useiden menestyvien startup-yritysten kehityshistoriaa. Koska Lapissa kriittiseen massaan perustuvan onnekkaan sattuman mahdollisuus on vähäinen, tulee aloittavan lappilaisen yrityksen toimijoiden olla itse aktiivisia luodakseen uran alun merkittävät kohtaamiset. Toisaalta oppilaitokset ja kehittämisorganisaatiot yhteistyössä juuri Startup Lapland -tyyppisten projektien avulla voivat lisätä mahdollisuuksia onnekkaille sattumille esimerkiksi erilaisten tilaisuuksien ja kohtaamisten muodossa. Lappilaiset puitteet tarjoavat myös kehittämismahdollisuuksia startup-toiminnalle. Esimerkiksi kansainvälinen matkailu on Lapissa väkilukuun suhteutettuna muuta maata selvästi vilkkaampaa. Erityisesti Arktinen luonto toimii vetonaulana. Matkailua ja arktista luontoa voisi hyödyntää järjestämällä sesonkiaikaan Lappiin kansainvälisen arktisen pitchaus-tilaisuuden. Arktisuus voi olla hyvinkin vetovoimainen teema kansainväliselle pitchaus-tapahtumalle, kuten esimerkiksi Oulun Polar Bear Pitching -tapahtuma on jo osoittanut.

## JOHDANTO

Lapissa startup-kulttuuri on muuta maata nuorempi. Startup-kulttuuriin olennaisesti kuuluu esimerkiksi pitchaus-tilaisuudet. Esimerkiksi ensimmäisiä lappilaisia pitchaus-tilaisuuksia järjestettiin vasta niinkin myöhään kuin joulukuussa 2013 Highway to Business –tapahtumana Rovaniemellä. (Rusko, Lindholm & Petäjaniemi, 2016a). LaplandES (Enterprise Society) perustettiin vuonna 2014. Esimerkiksi Helsingissä perustettiin Startup Sauna AaltoES:ään liittyen jo vuonna 2010. Siten aloittavan yrittäjän vertaistuki, joka on olennainen osa startup-genreä, on Lapissa vielä kehittymisvaiheessa.

Sinänsä aloittavalle yrittäjälle löytyy tukea Lapin oppilaitosten ja perinteisten kehitysorganisaatioiden, kuten Rovaniemen kehityksen, Digipoliksen, ELY-keskuksen, yrittäjäjärjestöjen ja vaikkapa Pro Agrian kautta. Yrittäjyyttä opetetaan niin Lapin ammattioppilaitoksessa (LAO), Lapin ammattikorkeakoulussa kuin Lapin yliopistossakin, jossa yrittäjyysopintoja voi opiskella nykyisellään 60 opintoviikon verran. Niin yrittäjyyteen liittyvä oppilaitos- kuin viranomaistoimintakaan ei perusmuodossaan varsinaisesti sisällä startup-kulttuurin ominaispiirteitä.

Tässä luvussa esittelemme erityisesti Lapin startup-toimintaympäristön erityispiirteitä. Vaikka olemassa olevalla muulla Lapissa tarjolla olevalla yrittäjyyskoulutuksella ja –ohjauksella on tärkeä sijansa yrittäjyyden edistämisessä, keskitymme tässä erityisesti startup-kulttuurille ominaisempiin näkökulmiin.

## **STARTUP-TOIMINNAN PUITTEET LAPISSA**

Startup-toiminnan mahdollisuudet Lapissa ovat lähtökohtaisesti hieman muuta heikommat. Tämä johtuu seuraavista seikoista:

- a) Pitkät etäisyydet
- b) Kriittisen massan vähäisyys
- c) Vertaistuen vähäisyys
- d) Nuori startup-kulttuuri
- e) Onnekkaiden sattumusten mahdollisuudet em. syistä johtuen vähäisemmät.

Asukastiheydellä on kiistattomia vaikutuksia startup-toiminnan mahdollisuuksiin Lapissa. Harvaanasutulla alueella ”startup-pöhinä” ei muodostu itsestään, vaan edellyttää suurempaa henkilökohtaista aktiivisuutta: startup-tilaisuuksien järjestäminen vaatii tietyt työpanokset, jotka eivät välttämättä ole sen vähäisemmät Lapissa kuin muualla maassa (Ks. esim. Rusko et al. 2016). Tämä merkitsee sitä, että pienemmästä väestömäärästä pitäisi löytyä sama määrä aktiiviväestöä tilaisuuksien tms. järjestämiseen. Asukastiheydellä on ”lumipalloefektin” kaltaisia vaikutuksia esim. startup-toimintaan: onnekkaita satunnaisia kohtaamisia ei muodostu, vaan ne pitää järjestää itse.

Tilannetta helpottaa digitalisoituminen: entistä enemmän startup-genreen liittyviä toimintoja on siirtynyt nettiin, jolloin toiminta voi olla paikasta riippumatonta. Jakamistalouden monet osa-alueet limittyvät startup-toimintoihin, kuten esimerkiksi joukkorahoitus, joka on paikasta riippumatonta. Myös osa pitchaus-tapahtumista on siirtynyt nettiin. Kuitenkin pitchaus-tapahtumat perinteisesti ovat face-to-face –tapahtumia (Rusko, Härkönen & Petäjaniemi, 2016b), joihin osallistuminen edellyttää erityistä liikkuvuutta Lapin alueella toimiville tuleville yrittäjille.

## **LAPIN STARTUP-TOIMINNAN KEHITYSMAHDOLLISUUDET**

Vaikka erityisesti väestömäärän osalta (vuonna 2016 väkiluku oli 178000) lappilaisessa startup-toiminnassa on haasteita, tulee suunta kohdistaa mahdollisuuksiin, joita on runsaasti. Se että väestötiheys on pieni tarkoittaa käännettynä sitä, että luonnonvarjoja suhteessa väkimäärään on runsaasti. Kehkeytyvässä lappilaisessa startup-kulttuurissa tuleekin huomioida ulkoisen toimintaympäristön luomat mahdollisuudet. Luonto

on Lapin vetovoimatekijöitä matkailussa. Matkailu tuo Lapin alueelle kansainvälisyyttä: vuonna 2016 ulkomaalaisten yöpymisten määrä kasvoi Lapissa 17,6 %. Kaikkiaan ulkomaalaisten yöpymisiä oli 1,3 miljoonaa eli 23 % koko Suomen ulkomaalaisten yöpymisistä. (Visit Finland, 2017) Väkilukuun suhteutettuna ulkomaalaisten yöpymisiä oli siis 7,3 yöpymistä asukasta kohden, kun esimerkiksi Helsingissä ulkomaalaisten yöpymisiä vuonna 2016 oli 3,7 suhteessa väkilukuun.

Lapilla on huomattavaa kansainvälistä vetovoimaa matkailukohteena. Pitchaus-tapahtumat ovat kansainvälistyneet, esimerkiksi Oulun Polar Bear Pitching-tapahtuma järjestetään englanniksi. Tapahtuman vetovoima perustuu arktisuuteen. Kuitenkin matkailun arktinen vetovoima on Lapissa huomattavasti suurempi kuin Oulussa. Lapissa olisikin mahdollista paikata startup-kulttuurin edellyttämän kriittisen massan puutetta matkailun avulla. Sesonkiaikoina Lapissa järjestettävä pitchaus-tilaisuus houkuttelisi hyvin järjestettynä helposti kansainvälisiä sijoittajia ja pitchaajia. Samalla tilaisuus tarjoaisi lappilaisille startup-yrityksille kanavan kohdata potentiaalisia rahoittajia ja muita yhteistyökumppaneita.

Lappilainen kansainvälinen pitchaus-tapahtuma voisi joko noudatella perinteisiä pitchaus-tapahtuman muotoja tai mukaan voisi ottaa alueelliseen kehittämiseen liittyvän tehtävän, ehkä innovaatiokilpailun: miten jonkin kylän tai alueen toimintaa voisi kehittää liiketaloudellisesti ja ekologisesti kestäväällä tavalla. Siten kansainvälinen Lapissa tapahtuva pitchaus-tilaisuus voisi samalla hyödyntää paikallista elinkeinoelämää ja toisi esille lappilaisia pitchaajia sekä toimisi markkinointikanavana lappilaisille erikoistuotteille.

## **YHTEENVETO**

Vaikka harvaanasutussa Lapissa taloudellinen aktiviteetti ja innovaatioihin tarvittava ns. kriittinen massa on keskimäärin muuta maata hieman vähäisempää, ei tällä välttämättä ole ratkaisevaa vaikutusta startup-mahdollisuuksiin Lapissa. Entistä useammin innovaatiokilpailut järjestetään virtuaalisesti, jolloin innovoijan maantieteellisellä sijainnilla ei ole merkitystä. Toisaalta Lapissa on hyvin samankaltaisia aloittavan yrityksen tukipalveluita tarjolla samalla tavoin kuin muualla Suomessa oppilaitosten ja kehitysorganisaatioiden järjestäminä. Myös esim. pitchaus-tilaisuuksia on järjestetty Lapissa, tosin harvemmin ja pienemmissä puitteissa kuin muualla Suomessa.

Toisaalta Lapissa on paljon luontoon ja esimerkiksi matkailuun liittyvää potentiaalia. Matkailun vetovoima on Lapissa niin suurta, että tässä luvussa ehdotettiin harkittavaksi kansainvälisen innovaatiomatkailun käynnistämistä. Lappi voisi arktisena ympäristönä olla vetovoimainen kansainvälinen kohde laajamittaisillekin pitchaus- tai innovaatiokilpailuille. Tätä mahdollisuutta ei ole vielä varsinaisesti hyödynnetty Lapissa.

## **TEHTÄVÄ**

Suunnittele ensimmäinen kansainvälinen lappilainen toistuva pitchaus-tilaisuus. Mitkä olisivat mukana olevat lappilaiset toimijat? Miten markkinoisit tapahtumaa? Miten varmistaisit tapahtuman onnistumisen?

## LÄHTEET

Rusko, R., Härkönen, K., & Liukkonen, S. 2016a. Coopetition at Elevator Pitch Events? A Case Study of Micro-activities at a Business Innovation Event. *Journal of Innovation Management*, 4(3), 79—100.

Rusko, R., Härkönen, K., & Petäjäniemi, S. 2016b. Pitching and the Other International Practices of Innovation Competitions: Channel for Youth Entrepreneurship. *Digital Entrepreneurship and Global Innovation*, 124.

Visit Finland 2017. Matkailun kehitys 2016. Ladattu 29.10. 2017 kohteesta <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2017/05/Y%C3%B6pymisten-kehityskatsaus-2016.pdf?dl>.



# Vastakohtien Lappi

Tässä artikkelissa kuvataan startup-yrittäjyyden toimintaedellytyksiä lappilaisessa toimintaympäristössä. Selvitystyö jakautui kahteen osaan, joista ensimmäinen sisälsi kartoitusta ja toisessa tehtiin SWOT -analyysi löydettyjen tietojen pohjalta. Kartoitus toteutettiin opetusyhteistyönä tehdyillä haastatteluilla ja työpöytätyöskentelyinä alueen startup-kentän eri toimijoiden näkökulmista. Haastatteluihin osallistui mm. yrittäjiä sekä organisaatioiden ja oppilaitosten edustajia, jotka ovat olleet avoimia ja antaneet runsaasti tietoa sekä realistisen kuvan vastauksissaan. Toimintaympäristön sekä kilpailutilanteen muutosten ennakointi ja niiden vaikutuksiin varautuminen on myös tullut hyvin esille haastatteluissa.

Artikkelissa kuvataan SWOT-analyysin avulla niitä vahvuuksia, heikkouksia, haasteita mahdollisuuksia, joita startupit kohtaavat Lapissa.

STRENGTHS (vahvuudet)	WEAKNESSES (heikkoudet)
<p>Korkeakouluilla valmiuksia startup-yrittäjyyden tukemiseen</p> <p>Startup-henkisyys vetovoimatekijä korkeakouluille hakijoiden silmissä</p> <p>Alueella mahdollista toteuttaa kansainvälisesti kiinnostavia ja poikkeuksellisia tuotteita</p> <p>Yhteistyö yritysten kesken</p> <p>Rovaniemen kehitys Oy:n ja TE-palvelujen yrittäjiksi tähtääville tarkoitetut kontaktit, palvelut, koulutukset ja neuvot</p> <p>Starttiraha ja monet muut rahoittajavaihtoehdot</p> <p>Uudet tuote- ja palveluideat</p> <p>Kiinnostuksen lisääntyminen matkailuun ja erilaisiin matkailukonsepteihin liittyen</p>	<p>Startup ilmiönä uusi, tietoa hankala löytää koulujen ulkopuolelta</p> <p>Matkailualan sesonkiluonteisuus</p> <p>Vajetta tekniikan ja it-alan yo-koulutuksesta, osaajista ja yritysostoimijoista</p> <p>Starttirahaan liittyvät haasteet: pienuus, kynnys hakea</p> <p>Yrittäjyyttä tuetaan vähän</p> <p>Uusien yrittäjien tietämättömyys ja epävarmuus ja siksi haastavaa kannustaa toimimaan</p> <p>Riski yrittäjälle ja rahoittajalle</p> <p>Lainarahoitus</p>
OPPORTUNITIES (mahdollisuudet)	THREATS (uhat)
<p>Ala otollinen ja matkailijoiden toiveet erilaisista elämyksistä hyväksi startup-yrittäjille</p> <p>Uusi näkökulma yrittäjyyteen</p> <p>Helppo tapa aloittaa yritys toiminta</p> <p>Nopeasti toimivuutensa näyttävä tapa yrittää</p> <p>Innovaatiot ja kasvu eri aloilla</p> <p>Vähäiset kilpailijat, mahdollisuus erottua koska startup-yrityksiä ei alueella paljoa</p>	<p>Vähäinen yrittäjyyskasvatus peruskoulussa ja toisella asteella, yrittäjyyttä ei nähdä vaihtoehtona</p> <p>Hankkeisiin ei osallistuta</p> <p>Startupeista ei tarpeeksi tietoa</p> <p>Matkailuyritykset suhdanneherkkiä</p> <p>Sijoittajat ja asiakkaat ei tällä alueella</p> <p>Yrityksen kannattavuus</p> <p>Nuorten poismuutto</p> <p>Startup-toimintaa ja osaamista alueella vähän</p> <p>Epäonnistuminen liiketoiminnassa ja lainan takaisinmaksussa</p> <p>Rahoituksen peruminen</p> <p>Lainojen nousevat korot</p>

Kuvio 12: SWOT-analyysi

## LAPIN VAHVUUDET STARTUP-YRITTÄJYYDEN TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ

Startup-yrittäjyys nähtiin Lapissa kasvavana ja laaja-alaisena toimintana. Erään haastateltavan mukaan viime aikoina Rovaniemen alueelle on syntynyt paljon uusia ja erilaisia startup -yrityksiä. Rovaniemellä toimivat haastatteluihin osallistuneet startup -yrittäjät mainitsivat hyvän koulutetun työvoiman saatavuuden Rovaniemellä yhdeksi syyksi perustaa yritys Lappiin, erityisesti Rovaniemelle. Haastatteluissa tuli esiin myös vastakkaisia mielipiteitä.

Internet-haun pohjalta todettiin positiiviseksi se, että julkinen sektori tukee yritystoimintaa rahallisesti ja erilaisin koulutuksin. Opiskelijat kokivat löytävänsä tarjottuista palveluista suhteellisen hyvin tietoa. Opiskelijoiden haastattelema julkisen sektorin edustaja kertoi, että he tarjoavat neuvontapalveluja yrittäjäksi aikoville liiketoimintasuunnitelman ja rahoitussuunnitelman laadintaan. Lisäksi he avustavat rahoitusverkostojen luomisessa, pitchaus-puheiden valmistelussa ja tukihakemusten laadinnassa.

Opiskelijat haastattelivat erilaisia startup -yritysten ja muiden yritysten kanssa toimivia tahoja myös sähköpostitse. Vastaajat totesivat, että Lappi on rauhallinen ja kollektiivinen ympäristö ja pohjoisen yhteisöllisyys luo voimavaroja uuden kehittämiseksi. Paikkana ja ympäristönä Lappi antaa hyvät puitteet yrittämiselle. Hyvän tierakenteen ansiosta logistiikka Lapissa toimii hyvin. Haastateltavan mukaan Lappi tarjoaa erinomaiset mahdollisuudet matkailuyrityksille ja -yrittäjille luoda oman näköisensä tuotteen tai palvelun.

Startup-toiminnan haasteiksi mainittiin tuen saanti aloittavalle yrittäjälle Rovaniemellä, kova kilpailu, asiakkaiden kiinnostuksen häviäminen yritystä kohtaan, kilpailukyvyyn puute, tukiverkoston puuttuminen ja sen seurauksena yrityksen perustaminen toiselle paikkakunnalle. Vastauksista näkyivät erilaisten näkökulmien väliset erot, sillä siinä missä jotkut vastaajista näkivät, että tuensaanti alueella on vahvuus, nähtiin se joidenkin vastaajien mielestä heikkoutena.

Internet-pohjaista tiedonhakua tehneet opiskelijat kokivat, että joidenkin oppilaitosten verkkosivuilta on vaikea löytää tietoa startup -yrityksen perustamiseen, mikä nähtiin heikkoutena. Opiskelijat haastattelivat erilaisia startup -yritysten ja muiden yritysten kanssa toimivia tahoja sähköpostitse ja vastauksissa heikkoutena mainittiin pohjoista vaivaava etenkin nuoriin kohdistuva poismuutto, sekä hankaluus saada hoidettua nopeasti kasvavia yrityksiä pohjoiseen. Haastateltavan julkisen sektorin edustajan mukaan Lapissa startup -toiminta on pientä verrattuna Etelä-Suomeen ja Ouluun. Opiskelijoiden haastattelujen pohjalta on tullut esille, että yksityisten sijoittajien lukumäärä ja rooli Lapissa on pieni. Lapin pieni yritysmassa ei siis välttämättä houkuta Etelä-Suomen pääomasijoittajia.

Internet-haun kautta opiskelijat selvittivät, että rahoituksen saamiseksi vaaditaan toimintasuunnitelma ja tietoa siitä, miten yritys tulee tuottamaan voittoa. Startup -yritysten rahoituksen saatavuutta tutkittaessa ilmeni, että eräs opiskelijoiden haastatte-

lema yritys on käyttänyt omia säästöjä ja saanut lainaa pankista sekä rahoitusta julkiselta sektorilta. Tämä yritys ei koe rahoituksen saamista haasteeksi. Julkisen rahoituksen osalta tilanne nähtiin Lapissa hyvänä.

Opiskelijoiden erilaisilta startup -yritysten ja muiden yritysten kanssa toimivilta tahoilta saamista sähköpostihaastattelujen vastauksissa kerrotaan, että EU-tuet ja muut tuet saattavat olla erilaisia kuin etelässä. Etäisyydet ja teiden kunto voivat muodostua uhkaksi Lapin startup -yrityksille.

Opiskelijat pohtivat, onko startup -yrityskäsitys uusi Lapissa, koska he löysivät niukasti tietoa ja infoa startup -yrityksen perustamiseen nimenomaan Lapissa. Opiskelijat löysivät joitakin startup -yrityksiä Leviltä ja Rovaniemeltä sekä yhden Sodankylästä. Nämä opiskelijoiden löytämät startup -yritykset toimivat eri aloilla, joten startup-toiminta ei ole keskittynyt millekään tietylle alalle.

Startup Lapland -hankkeen toimeksiannon kautta opiskelijat saivat kattavan käsityksen startup -yritysten laajuudesta Suomessa ja Lapissa. Opiskelijat saivat monipuolisen kuvan startup -yrityskulttuurista, -toiminnasta ja -toimintaan mahdollisesti liittyvistä haasteista. Tietoisuuden herääminen startup-kulttuuriin Lapissa on kartoituksen perusteella vasta alussa. Jatkossa esimerkiksi jakamistalous voi mahdollistaa myös laajempimittaisen startup -yrityskulttuurin nopean leviämisen Lapissa.

# Lopuksi

Kiitämme kaikkia hankkeeseen osallistuneita ja julkaisuun kirjoittaneita. Startup-kulttuuri on tuonut monia uusia ulottuvuuksia siihen, miten näemme yrittäjyyden. Vaikka valmennuksiin, jameihin ja muuhun toimintaan osallistuneista ei välttämättä yrittäjiä tulisikaan, voi näistä kokemuksista silti tarttua mukaan yrittäjämäistä asennetta ja kykyä ketterään kehittämiseen työelämässä.

Julkaisussa on tuotu esille erilaisia näkökulmia yrittäjyyteen. Julkaisu rakentui luontevasti yrittäjän polkua mukailevaksi kokonaisuudeksi. Ensimmäisessä osiossa perehdyttiin idean ja osaamisen tunnistamiseen sekä yrittämisen edellytyksiin. Toinen osio keskittyi idean kehittämisen työkaluihin ja kolmannen osion keskiössä keskusteltiin konkreettisista rahoitukseen ja toimintaympäristöön liittyvistä haasteista ja mahdollisuuksista. Julkaisu osoittaa myös, että startup-kulttuuria ja sen toimintatapoja voidaan hyödyntää myös olemassa olevissa yrityksissä, ja menetelmien ja uusien toimintamallien avulla voidaan tehdä kestävämpää ja laadukkaampaa yritystoimintaa.

Lappi alueena tuo omat mausteensa yrittäjyyteen. Yhtäältä toimintaympäristö tarjoaa paljon mahdollisuuksia ja uniikit puitteet yritystoiminnalle. Toisaalta esimerkiksi väen vähyys ja pitkät välimatkat haastavat yrittäjää. Startup Lapland –projektin aikana on kuitenkin tullut esille se, että Lapissa on vahva tahtotila yrittäjyyden kehittämiseksi ja startup-kulttuurin edistämiseksi. Startupeille ominainen kokeileva kehittäminen sopii hyvin lappilaiseen kansainväliseen toimintaympäristöön. Projektin aikana on todettu mm. että kokeileva kehittäjä voi löytää uusia ideoita ja asiakkaita yllättävistä paikoista. Yhteistyöllä ja erilaisia mahdollisuuksia luomalla voidaan edistää innovatiivisten ideoiden syntymistä ja kehittämistä kannattavaksi liiketoiminnaksi.

Anu Harju-Myllyaho ja Sari Nisula



# Kirjoittajien esittely

Anu Harju-Myllyaho, projektipäällikkö, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI), Lapin ammattikorkeakoulu, restonomi YAMK

Salla Jutila, yliopisto-opettaja, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti, (MTI) Lapin Yliopisto, YTM

Elisa Lahti, projektisuunnittelija, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI), Lapin ammattikorkeakoulu, TaM

Aulikki Laitinen-Tolonen, lehtori, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI), Lapin ammattikorkeakoulu, YTM, MBA

Marja Lempiäinen, lehtori, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI), Lapin ammattikorkeakoulu, HTM, HuK

Katja Lindholm, startup-yrittäjä sekä projektisuunnittelija, yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Lapin yliopisto, YTK

Sari Nisula, tuntiopettaja, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI), Lapin Ammattikorkeakoulu, TaM

Rauno Rusko, yliopistonlehtori, johtamisen oppiaine/yrittäjäyys, yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Lapin yliopisto, YTT

**Millainen toimintaympäristö** Lappi on startup-yrittäjyydelle? Kuinka järjestää vaikkapa startup-työpajoja tai kuinka rakentaa tehokas hissipuhe? Milaista on olla startup-yrittäjä? Julkaisu on tarkoitettu kaikille startup-yrittäjyydestä kiinnostuneille, ja se tarjoaa tietoa aiheesta niin opiskelijoille kuin opettajillekin. Kirjoittajat ovat Startup Lapland -hankkeessa mukana olleita Lapin yliopiston ja Lapin ammattikorkeakoulun opettajia ja muuta henkilöstöä sekä sidosryhmiä, ja he tuovat teksteissään lukijalle näkökulmaa sekä käytäntöön että teoriaan startup-toiminnassa.



Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



**LAPIN AMK**<sup>7</sup>  
Lapland University of Applied Sciences

[www.lapinamk.fi](http://www.lapinamk.fi)

ISBN 978-952-316-208-2