

SAVONIA

ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALouden JA HALLINNON ALA

JÄRJESTÖN JÄSENKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN

Case: Pirkanmaan Yrittäjät

TEKIJÄ Satu Hildén

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Tutkinto-ohjelma Liiketalouden tutkinto-ohjelma, Wellness-liiketoiminta			
Työn tekijä Satu Hildén			
Työn nimi Järjestön jäsenkokemuksen kehittäminen, case: Pirkanmaan Yrittäjät			
Päiväys	27.11.2023	Sivumäärä/Liitteet	75/13
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Pirkanmaan Yrittäjät			
Tiivistelmä Työelämä muuttuu ja yrittäjyydestä tulee monelle tapa työllistää itsensä pää- tai sivutoimisesti. Yrittäjyydestä hyötyy koko yhteiskunta. Järjestöllä on edelleen tärkeä tehtävä julkisen ja yksityisen sektorin palveluaukkojen täyttämässä, ongelmien esiin tuomisessa ja ratkaisemisessa. Suomen Yrittäjillä on järjestönä kolme tehtävää: yrittäjyyden vahvistaminen, yrittäjien verkostoiminen ja yrittämisen olosuhteisiin vaikuttaminen. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli ymmärtää järjestömaailman muutosta jäsenmäärien vähentyessä, yksinyrittäjäjäsenien tarpeita ja odotuksia järjestöltään sekä eri tekijöiden vaikutuksia jäsenyyttäisytyteen. Tavoitteena oli löytää tapoja, joilla Yrittäjien pirkanmaalaiset paikallisyhdistykset ja aluejärjestö voivat kehittää toimintaansa ja viestintäänsä parantaakseen jäsenkokemusta ja -pysyvyyttä sekä suositteluhalukkuutta. Työn toimeksiantajana toimi Pirkanmaan Yrittäjät. Tutkimuksellisen kehittämistyön kohdetapauksena oli Pirkanmaan Yrittäjien melko tuoreet yksinyrittäjäjäsenet. Teoreettisen viitekehyksen ja jäsenkyselyn avulla syntyi asiakasymmärrystä jäsenkokemuksen kehittämisen pohjaksi. Opinnäytetyön tuotoksena luotiin idealista jäsenkokemukseen vaikuttavista toimista, joiden perusteella myöhemmin syntyvät materiaalit helpottavat luottamus- ja toimihenkilöiden toimintaa tasalaatuisemman jäsenkokemuksen ja jäsenpysyvyyden aikaansaamiseksi. Työ paljasti, että jäsenkokemus on ennen kaikkea tunnetta: yhteisöllisyyden ja osallisuuden tunteilla sekä jäsenien aktiivisella osallistumisella on merkitystä hyvälle jäsenkokemukselle. Tutkimus paljasti verkostoitumisen, tuki- ja neuvontapalvelut sekä koulutukset tärkeimmiksi syiksi liittyä ja kuulua Yrittäjiin. Jäsenodotuksena on myös tapahtumatarjonta, joka vastaa erilaisten jäsenrytysten erilaisiin tarpeisiin. Tutkimuksella saatiin myös tietoa hyvää jäsenkokemusta tukevaan viestintään. Opinnäytetyön tuloksia voitaneen hyödyntää laajemminkin jäsenpidon ja jäsenhankinnan kontekstissa erilaisissa järjestöissä ja yhdistyksissä.			
Avainsanat jäsenkokemus, yrittäjäjärjestö, yksinyrittäjyys			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration	
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration, Wellness Business	
Author Satu Hildén	
Title of Thesis Developing the Member Experience of an Organization, case: The regional entrepreneurial association Entrepreneurs in Pirkanmaa	
Date 27.11.2023	Pages/Appendices 75/13
Client Organisation /Partner The regional entrepreneurial association Entrepreneurs in Pirkanmaa	
<p>Abstract</p> <p>The world of work is changing and entrepreneurship is becoming a way for many to self-employ, either full-time or part-time. Entrepreneurship benefits the whole society. Organizations continue to play a vital role in filling the service gaps of the public and private sectors, in highlighting and solving problems. As an organization, the federation of Entrepreneurs in Finland has three main tasks: strengthening entrepreneurship, networking among entrepreneurs, and influencing the conditions for doing business. The aim of this thesis was to understand the changes in the world of associations as the number of members decreases, to comprehend the needs and expectations of sole entrepreneur members from their organization, and to explore the various factors affecting member satisfaction. The goal was to find ways for the local associations and the regional organization of the entrepreneurial association to develop their operations and communications to improve member experience and retention, as well as their willingness to recommend the organization to others. The commissioning party to the thesis was the regional entrepreneurial association Entrepreneurs in Pirkanmaa.</p> <p>This research development work focused on the relatively new sole entrepreneur members of the entrepreneurial organization of Pirkanmaa. Through a theoretical framework and a member survey, insights were gained as a foundation for improving member experience. The thesis resulted in a list of ideal actions influencing member experience, which will later facilitate the work of trust and executive personnel in achieving a more consistent member experience and retention. The work revealed that member experience is primarily based on feeling:: the sense of community and inclusion, along with active participation of members, are crucial for a positive member experience.</p> <p>This research uncovered networking, support and advisory services, and training as the key reasons for joining and being part of the association. Member expectations also include event offerings that meet the diverse needs of different member companies. The study also provided information on communication that supports a good member experience. The findings of the thesis can potentially be utilized more broadly in the context of member retention and recruitment in various organizations and associations.</p>	
<p>Keywords member experience, entrepreneurial association, sole entrepreneurship</p>	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	7
1.1	Tutkimuksellisen kehittämistyön tausta.....	7
1.2	Tutkimuksellisen kehittämistyön tarkoitus ja tavoite	9
2	JÄRJESTÖTOIMINTA TÄNÄÄN JA TULEVAISUUDESSA.....	11
2.1	Miksi järjestöihin liitytään?.....	12
2.2	Mikä järjestötoimintaa haastaa?.....	13
2.3	Yrittäjäjärjestön merkitys.....	17
3	JÄSENKOKEMUS JA SEN KEHITTÄMINEN.....	18
3.1	Asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät	19
3.1.1	Asiakaslähtöisyys ja asiakastieto	20
3.1.2	Ostopäätösprosessi.....	21
3.1.3	Asiakasodotukset, viestintä ja brändi	21
3.1.4	Asiakastyytyväisyys, -uskollisuus ja suositteluhaluus.....	23
3.2	Kuinka jäsenten osallistumista voi tukea järjestössä?.....	25
4	YKSINYRITTÄJYYS.....	27
4.1	Suomalaisesta yksinyrittäjyydestä	27
4.2	Yksinyrittäjyyden uudet mallit	28
4.2.1	Kevytyrittäjyys.....	29
4.2.2	Joukkoistettu työ alustoilla	30
4.3	Yksinyrittäjyyden erityispiirteet	30
4.4	Tiet yksinyrittäjyyteen	33
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	35
5.1	Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmävalinnat.....	35
5.2	Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessi.....	36
5.3	Tutkimusaineiston kerääminen ja analysointi	37
5.4	Tutkimuksen eettisyys, valideetti ja reliabiliteetti.....	38
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET	41
6.1	Taustakysymykset.....	41
6.2	Jäsenyyteen liittyvät odotukset	42
6.3	Syyt jäsenyyteen.....	45
6.3.1	Yrittäjien verkostoiminen.....	45

6.3.2	Yrittäjyyden vahvistaminen	47
6.3.3	Yrittäjyyden olosuhteisiin vaikuttaminen.....	49
6.4	Viestintä.....	49
6.5	Jäsenyyteen liitetyt tunteet ja adjektiivit.....	51
6.6	Jäsentoiveet ja avoimet palautteet.....	54
6.7	Suositteluhaluus	57
7	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	59
7.1	Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus	60
7.2	Jäsenkokemuksen vahvistuminen verkostoitumalla.....	61
7.3	Jäsenkokemuksen kehittäminen yrittäjyyttä vahvistamalla	65
7.4	Jäsenkokemuksen kehittäminen vaikuttavan toiminnan avulla.....	66
7.5	Jäsenkokemuksen kehittäminen viestinnän keinoin	66
7.6	Välittäminen	68
8	POHDINTA JA KEHITYSEHDOTUKSET	70
8.1	Oman työskentelyn arviointi ja ammatillinen kasvu	70
	LÄHTEET	71
	LIITE 1: KYSELYTUTKIMUS	76
	LIITE 2: ARVONTALOMAKE	86
	LIITE 3: IDEALISTA.....	87

KUVALUETTELO

KUVA 1. Muuttuva kansalaistoiminta (Seppo 2013,14).....	14
KUVA 2. Järjestötoiminnan muutosvoimat ja uudistumisen keinot (Toikkanen 2023, 38).....	15
KUVA 3. Radikaalin uudistumisen Miten-kysymykset 2020-luvulle (Toikkanen 2021, 58)	16
KUVA 4. Asiakaslähtöisen yrityksen tunnusluvut (Holma, Laasio, Ruusuvuori, Seppä ja Tanner 2021, 30) ...	20
KUVA 5. Yksinyrittäjyyden tunnuslukuja (Lappi 2022, 124)	28
KUVA 6. Polkuja yrittäjyyteen (Sutela & Pärnänen 2018, 34).....	33
KUVA 7. Kyselyyn vastanneiden tärkeimmät syyt kuulua Yrittäjiin (n=120) (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)	45
KUVA 8. Kyselyyn vastanneiden Yrittäjien jäsenyyteen liittyneet verkostoitumistoiveet (n=120) (Pirkanmaan Yrittäjät 2023).....	47
KUVA 9. Kyselyyn vastanneiden eniten käyttämät sosiaalisen median kanavat (n=119, alle 36-vuotiaat n=18, 36 vuotta täyttäneet n=101) (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)	50
KUVA 10. Kyselyyn vastanneiden mainitsemia positiivisia tunteita (Pirkanmaan Yrittäjät 2023).....	51
KUVA 11. Kyselyyn vastanneiden mainitsemia negatiivisia tunteita (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)	52
KUVA 12. Kyselyyn vastanneiden mainitsemia positiivisia adjektiiveja (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)	53
KUVA 13. Kyselyyn vastanneiden mainitsemia negatiivisia adjektiiveja (Pirkanmaan Yrittäjät 2023).....	53
KUVA 14. Kyselyyn vastanneiden suositteluhalukkuus (n=119, alle 36-vuotiaat n=18, 36 vuotta täyttäneet n=101) (Pirkanmaan Yrittäjät 2023).....	58

1 JOHDANTO

Suomalaiseen yhteiskuntaan tiiviisti kuuluneet järjestö- ja yhdistystoiminta sekä yrittäjyys ovat muutosten kourissa. Elämäntavat ja työn tekemisen mallit muuttuvat. Yksinyrittäjyydestä tulee monelle tapa työllistää itsensä päätoimisesti tai sivutoimisesti. Yrittäjyydestä hyötyy koko yhteiskunta.

Kolmannen sektorin vapaaehtoistoimijat ja jäsenet hakevat osallistumiseltaan ja jäsenyydeltään yhteiskuuluvuutta ja hyötyä, mutta arki koetaan hektiseksi ja moni pohtii tarkoin omaa ajankäyttöään itselleen merkityksellisesti. Samaan aikaan järjestöillä on edelleen tärkeä tehtävä julkisen ja yksityisen sektorin palveluaukkojen täyttämässä, yhteiskunnallisten ongelmien esiin tuomisessa, niihin vaikuttamisessa ja osana ongelmien innovatiivista ratkaisemista. Järjestötoiminta on omiaan lisäämään kansalaisaktiivisuutta ja demokratiaa.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on ymmärtää Pirkanmaan Yrittäjien yksinyrittäjäjäsenten tarpeita ja odotuksia jäsenyydeltään vallitsevassa toimintaympäristössä sekä kehittää toimintaa ja viestintää paremman jäsenkokemuksen synnyttämiseksi.

1.1 Tutkimuksellisen kehittämistyön tausta

Kanninen (2006, 321) toteaa, että vähemmän on konkretisoitu sitä, mitä kautta yritysten tuottama arvonlisä hyödyttää muuta yhteiskuntaa. Yritysten työllistämän työvoiman toimeentulo on suoraan sidoksissa yrityksen menestymiseen. Kuluttajat hyötyvät yritysten tuottamista tuotteista ja palveluista. Yrityksissä tapahtuva innovointi synnyttää yhteiskuntaan arvonlisää edullisempien ja parempien tuotteiden muodossa. Valtio kerää verotuloja, joilla tuotetaan palveluja ja tehdään tulonsiirtoja.

Myös Urrila (2022) korostaa yritysten merkitystä. Hänen mukaansa suomalaisten yritysten maksama yhteisöveroa kertyi vuonna 2021 yhteensä 6,6 miljardia euroa puolustusmenojen ja lapsilisien yhteishinnan ollessa tuolloin 6,3 miljardia euroa. Yritykset rahoittavat hyvinvointia myös työllistäen noin 1,7 miljoonaa suomalaista. Ne tekevät noin 2/3 tutkimus- ja kehityspanostuksista, joilla kehitetään uusia innovaatioita.

”Yrittäjyys on talouskasvun moottori. Yhdistämällä työtä ja pääomaa uusilla innovatiivisilla tavoilla yrittäjät luovat talouskasvua ja uudistavat talouden rakenteita paikallisesti, kansallisesti ja globaalisti. Yritykset tarjoavat myös työtä yrittäjille itselleen ja työntekijöilleen. Yhä tärkeämmäksi motivaatioksi yrittäjyydelle on muodostunut tahtotila olla ratkaisemassa laajoja yhteiskunnallisia haasteita, jotka liittyvät mm. ympäristöön ja väestön ikääntymiseen.” (Lappi 2022, 10)

Suomen Yrittäjien (julkaisuaika tuntematon) mukaan koko 2000-luvun ajan uudet työpaikat Suomessa ovat syntyneet pieniin ja keskisuuriin yrityksiin. Kahden ensimmäisen vuosikymmenen aikana yli puolet työpaikoista syntyi alle 50 hengen yrityksiin. Yritysten yhteenlasketusta liikevaihdosta 57,5 prosenttia syntyy alle 250 hengen pk-yrityksissä ja pk-sektorin osuus bruttokansantuotteesta on yli 40 prosenttia. Yrityksistä alle 10 työntekijän mikroyrityksiä on 93,1 prosenttia. Yksinyrittäjiä on jo reilusti yli 200 000.

Kuten huomataan, yrittäjyydelle ja sen tukemiselle on merkittävä rooli suomalaisen hyvinvoinnin ylläpitämisessä ja lisäämisessä. Yrittäjät on järjestönä ottanut tätä tukijan roolia.

Suomen Yrittäjien (2022) mukaan sen jäsenistä 56,5 prosenttia on yksinyrittäjiä. Järjestöllä on yksinyrittäjille kohdennettua valtakunnallista verkostotoimintaa ja alueellisia yksinyrittäjäverkostoja. Marraskuussa 2023 julkaistiin yksinyrittäjien tavoite- ja toimenpideohjelma vuosille 2023–2027.

Järventauksen & Kekäläisen (2018, 29) mukaan pienyrittäjäyys, sivutoimiyrittäjäyys ja itsensätyöllistäminen ovat lähteneet kasvuun. Halava, Pantzar & Lukin (2018, 17) arvioivat, että vuonna 2035 työvoimasta noin 40 prosenttia on palkansaaajia ja noin 60 prosenttia itsensätyöllistäjiä, freelancereita ja yrittäjiä.

”Suomen Yrittäjät on jäsenmäärältään suomalaisen elinkeinoelämän suurin keskusjärjestö, joka ajaa yrittäjien sekä pienten ja keskisuurten eli 1–249 henkilöä työllistävien yritysten asiaa. Jäseniä Yrittäjien paikallisyhdistyksissä on lähes 70 000 ja toimialajärjestöissä noin 36 000. Nämä yritykset työllistävät Tilastokeskuksen mukaan – yrittäjät mukaan lukien – noin 590 000 henkilöä ja yritysten yhteenlaskettu liikevaihto on noin 171 miljardia euroa. Yrittäjäjärjestön toiminta rakentuu 374 paikallisyhdistyksestä, 21 aluejärjestöstä ja 63 toimialajärjestöstä.” (Suomen Yrittäjät 2023)

Yrittäjät pyrkii vaikuttamaan yrittämisen olosuhteisiin neljällä tasolla: paikallisesti kunnissa ja kaupungeissa, alueellisesti maakunnissa, valtakunnallisesti Suomessa sekä EU-tasolla (Suomen Yrittäjät julkaisuaika tuntematon). Suomen Yrittäjät (engl. Federation of Finnish Enterprises FFE Finland) on jäsenjärjestönä kattojärjestö SMEunitedissa, joka tekee vaikuttamistyötä yli 22 miljoonan eurooppalaisen pk-yrityksen puolesta (SMEunited julkaisuaika tuntematon). Järjestön puheenjohtajana 2022–2023 toimii Suomen Yrittäjien puheenjohtaja Petri Salminen (Suomen Yrittäjät 2021).

Vaikuttamistyön lisäksi Yrittäjien mission mukaisia päätehtäviä ovat yrittäjien ja yritysten osaamisen ja toimintakyvyn vahvistaminen sekä yrittäjien verkostoiminen. Järjestön arvoina ovat yrittäjyydestäkin tutut perusarvot: rohkeus, luotettavuus ja uusiutuminen. Tekeminen on aloitteellista ja rakentavaa. Kannanotot perustuvat tosiasioihin ja huomioivat yhteiskunnallisen kokonaisuuden. Jäsentyrittäjien tarpeisiin tarjottujen palveluiden kehittämistä tehdään toimintaympäristön muuttuessa. Yrittäjäjärjestö toimii hallinnollisesti kolmella tasolla: valtakunnallisesti, alueellisesti ja paikallisesti. Pirkanmaan Yrittäjät on 21 aluejärjestöstä suurin yli 7400 jäsenellään. Pirkanmaan Yrittäjät koostuu 44 paikallisyhdistyksestä ja kuuluu valtakunnalliseen yrittäjäjärjestöön, Suomen Yrittäjiin.

Palvelulupauksensa mukaan yrittäjäjärjestö parantaa yrittäjän arkea (Frankly julkaisuaika tuntematon). Järjestön mission, vision, arvojen ja päätehtävien tulee toteutua jokaisella kolmella toimintatasolla yhtenäisesti, jotta voidaan olettaa syntyvän tasalaatuista jäsenkokemusta läpi valtakunnan.

1.2 Tutkimuksellisen kehittämistyön tarkoitus ja tavoite

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelmana on yrittäjäjärjestön jäsenpitoon ja jäsenhankintaan liittyvät haasteet ja mahdollisuudet sekä niihin tarttuminen konkreettisin keinoin yrittäjäjärjestön jäsenkokemuksen parantamiseksi. Tämä tutkimuksellinen kehittämistyö pyrkii tuottamaan käytännönläheistä, luotettavin metodein selvitettyä tutkimustietoa jäsenkokemustyön pohjaksi. Tarkoituksena on ymmärtää järjestötoiminnan muutosta, yksinyrittäjäjäsenten tarpeita ja odotuksia sekä eri tekijöiden vaikutusta jäsenpysyvyyteen yrittäjäjärjestössä. Syntyneen ymmärryksen pohjalta luodaan idealista (liite 3) jäsenkokemusta parantavista toimista Pirkanmaan Yrittäjien ja sen paikallisyhdistysten järjestötoimintaan ja -viestintään. Konkreettiset ideat ja materiaalit helpottavat luottamushenkilöiden ja aluejärjestön toimihenkilöiden toteuttamaa, jäsenpysyvyyttä lisäävää toimintaa luoden tasalaatuisempaa jäsenkokemusta järjestössä. Tämä työ on osa järjestön laajempaa muutostyön kokonaisuutta jäsenkokemuksen parantamiseksi. Työn toimeksiantajana toimii Pirkanmaan Yrittäjät. Toteutetaan tutkimus- ja kehitystyön aluejärjestön toimihenkilönä ja Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijana.

Tämä tutkimus keskittyy Pirkanmaan Yrittäjien yksinyrittäjäjäseniin, sillä yksinyrittäjyys on kasvussa, valtaosa järjestön jäsenistä on yksinyrittäjiä ja he tarvitsevat toiminnassaan erilaista tukea kuin työnantajayritykset. Tutkimuksen kohderyhmää on rajattu edelleen maksimissaan kolme vuotta siten jäseniksi tulleisiin ja edelleen jäseninä oleviin yrittäjiin. Kohderyhmän koko on 1019 yrittäjää. Rajaus on tehty käytettävissä olevien ajallisten resurssien vuoksi ja siksi, että keskittymällä melko tuoreisiin jäseniin, voidaan olettaa keskityttävän nuorempiin yrittäjiin tai yrittäjyyspolullaan alkumatkalla oleviin. Tavoitteena on saada uudenlaista ymmärrystä jäsenkokemuksesta. Tehdyn rajauksen puutteet tiedostetaan. Tutkimuksella ei päästä selvyyteen koko jäsenistön – ei edes kaikkien yksinyrittäjien – toiveista ja odotuksista. Pidempään jäseninä olleita ja työnantajayrityksiä ei jäsenkokemusta kehitettäessä unohdeta, vaikka niihin ei tässä työssä fokusoidakaan.

Opinnäytetyössä etsitään vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- **Millainen on Pirkanmaan Yrittäjien yksinyrittäjäjäsenen jäsenkokemuksen nykytila?**
- **Minkälaisilla keinoilla Pirkanmaan Yrittäjät ja sen paikallisyhdistykset voivat kehittää toimintaansa ja viestintäänsä parantaakseen yksinyrittäjäjäsenten jäsenkokemusta, jäsenpysyvyyttä ja suositteluhalukkuutta?**

On tärkeää helpottaa Pirkanmaan Yrittäjien luottamushenkilöiden järjestötyötä. Luottamushenkilöt ovat yrittäjiä itsekkin, eikä aikaa tai muita resursseja vapaaehtoistyöhön helposti löydy. Jotta jäsenkokemus voisi jokaisen paikallisyhdistyksen alueella olla hyvä ja tasalaatuinen, on tärkeää tuottaa luottamushenkilöille jäsenhuoltotyötä helpottavia ideoita ja materiaaleja. Toikkasen (2023, 17) mukaan yli kolmasosa suomalaisista järjestöistä kokee luottamushenkilöiden rekrytoinnin ja jäseneksi liittymisen tapojen tarvitsevan voimakasta kehittämistä.

Jäsenkokemuksen kehittäminen on avainasemassa yrittäjäjärjestön mission toteuttamisessa, jäsenkunnan kasvattamisessa ja pitkän aikavälin menestyksessä. Ellei kyetä luomaan hyvää jäsenkokemusta, jäsenmäärä, jäsenmaksutuotot ja sitä kautta resurssit toimia yrittäjyyden puolesta heikkenevät. Yrittäjäjärjestön toiminnan ydin on tarjota jäsenilleen merkityksellistä arvoa. Sen toimintakenttä on laaja ja monitasoinen. Jokaisella tasolla on omat erityispiirteensä jäsenkokemuksen suhteen.

Yrittäjäjärjestön jäsenpalveluasiantuntijana vastuullani on ylläpitää ja kehittää järjestön ydintehtävää: palvella jäsenistöämme parhaalla mahdollisella tavalla. Tämä opinnäytetyö antanee minulle arvokasta tietoa ja oivalluksia yksinyrittäjän näkökulmasta sekä mahdollisuuden reflektoida ja kehittää omaa asiantuntijuuttani. On todennäköistä, että tässä opinnäytetyössä tuotettu idealista (liite 3) hyvän jäsenkokemuksen synnyttämiseksi on arvokas työkalu paitsi Yrittäjissä myös muissa järjestöissä ja yhdistyksissä. Kehittämistyön pohjaksi tulee ymmärtää järjestötoiminnan, yksinyrittäjyyden ja jäsenkokemuksen luonnetta ja erityispiirteitä.

2 JÄRJESTÖTOIMINTA TÄNÄÄN JA TULEVAISUUDESSA

Jotta yrittäjäjärjestön toimintaa voidaan alueellisesti ja paikallisesti kehittää, tulee ymmärtää laajemmassa kuvassa kansalaisvaikuttamisen, järjestötoiminnan ja vapaaehtoistyön muutosta, nykytilaa ja tulevaisuutta.

Kansalaisyhteiskunta koostuu kansalaisten omaehtoisesta toiminnasta, jolla rakennetaan yhteistä hyvää (Kansalaisfoorumi julkaisuaika tuntematon). Yhteiskunnan ensimmäiseen sektoriin kuuluvat yritykset ja markkinat, toiseen valtio ja muu julkinen puoli, neljänteen kotitaloudet perheineen ja muut yhdistyksiin organisoitumattomat ryhmät. Näiden välissä on kolmas sektori, jota edustavat järjestö-, yhdistys-, osuuskunta- ja säätiötoiminta. Kolmannen sektorin erityislaatuja kuvaavat sellaiset määreet, kuten ei-voittoa tavoitteleva kansalaistoiminta ja vapaaehtoisuus (Konttinen julkaisuaika tuntematon).

Seppo (2013, 9) kirjoittaa, että kansalaistoiminnan merkitys ja vaikuttavuus ovat olleet tärkeitä suomalaisen identiteetin, kansakunnan, itsenäisyyden ja Suomen sotien jälkeisen vaurauden synnyttämisessä. Hän nostaa esiin Harjun (2003, 105) ajatuksen, että omaehtoinen ja vapaaehtoinen yhdistyminen on opettanut suomalaisia omatoimiseen asioiden hoitoon ja siihen, että tämän kaltaisella toiminnalla on vaikutusta.

Sepon (2013, 9) mukaan yhdistystoiminnan katsotaan tuottavan sosiaalista pääomaa verkostoiden ihmisiä, rakentaen luottamusta ja jakaen yhteistä hyvää sekä kasvattavan aktiiviseen kansalaisuuteen ja hyviin sosiaalisiin taitoihin.

Lind & Kaunismaa (2022, 6) toteavat järjestöjen olevan merkittävä yhteiskunnallinen asia, mutta silti osittain huonosti tunnettu. Heidän mukaansa järjestöjen yhteiskunnallista painoarvoa ja niiden vaikutuksia yhteiskuntaan koskevaa tietoa on vähän.

Erikokoiset ja erilaisiin toimintoihin keskittyneet järjestöt ovat syntyneet kansalaisten omaehtoisuuden ja yhteenliittymisen tuloksena, erilaisten arvojen ja intressien ympärille. Järjestöt edistävät yksilön osallistumista, yhteisöllisyyttä ja vapaaehtoistoimintaa. Ne ovat yhteiskunnallisen vaikuttamisen eturintamassa, tunnistaen yhteiskunnan muutostarpeita ja reagoiden niihin nopeasti. Järjestöt tuovat monimuotoisuutta ja syvyyttä yhteiskunnalliseen keskusteluun ja toimintaan toimien demokration rakentajina. Tämä korostuu erityisesti aikoina, kun yhteiskunta kohtaa suuria muutoksia.

Saukkosta (julkaisuaika tuntematon) mukaillen perinteisesti suosittujen (puolue)poliittisten järjestöjen ja jossain määrin myös ammatillisten ja talouden alan järjestöjen rekisteröinnit ovat laskussa, kun taas monenlaisten kulttuurin, harrasteiden ja liikunnan saralla toimivien elämäntapa- ja elämäntyyliyhdistysten osuus on noussut. Hänen mukaansa osittain kyse voi olla järjestökentän luonnollisesta täyttymisestä, mutta toteaa, että järjestökentän painopiste lienee muuttumassa ja kansalaiset suosivat itsensä toteuttamista ja yksilöllistymistä palvelevaa yhdistystoimintaa perinteisesti menestyneiden järjestötyyppien kustannuksella. Kansalaiset hakevat kevyempää järjestösitoutumista ja projektiluontoista toimintaa.

Halava ym. (2018, 10) muistuttavat, että yhteisöjen keskeinen rakennusaine on yksilöiden sitoutumishalukkuus yhteisönsä. Heidän mukaansa omaehtoinen sitoutuminen on ollut parin vuosikymmenen ajan vähenevä luonnonvara yhteiskunnan useilla sektoreilla. Hekin ovat sitä mieltä, että sitoutuminen poliittisiin puolueisiin, seurakuntiin, raittiusliikkeeseen ja moniin muihin perinteisesti hyvää kansalaisuutta tukeviin organisaatioihin on heikentynyt, kun taas lyhytkestoisuus ja projektimaisuus on kasvattanut suosiotaan yhteiskunnallisen vaikuttamisen muotona (Halava ym. 2018, 10).

Toikkasen (2023, 35) mukaan vapaaehtoisten lyhytkestoisempi sitoutuminen ja jäsenyyden merkityksen muuttuminen haastavat järjestöt voimakkaasti kehittämään toimintansa sisältöä ja toimintatapojaan uudenlaisen jäsen- ja vapaaehtois kokemuksen aikaansaamiseksi. Rakenteitaan joutuvat Toikkasen (2023, 36) mukaan miettimään tulevana vuosina etenkin ne järjestöt, joissa on useita alueellisia tasoja ja paljon paikallisyhdistyksiä.

”Kansalaistoiminta on osa kuluttamista. Tämä haastaa myös järjestöjen toiminnan yhä nopeampaan uusiutumiseen, tehokkaaseen markkinointiin ja toiminnan laadun kehittämiseen. Kiinnostuksen herättäminen vaatii trendien ja arvojen muutosten yhä tarkempaa seuraamista ja analyysia.” (Harju 2010, 35)

Toikkanen (2023, 37) kuitenkin toteaa, että monista toimintaympäristön haasteista huolimatta järjestöjen rooli voi olla kasvamassa yhteiskunnassa.

2.1 Miksi järjestöihin liitytään?

Vapaaehtoiseen järjestöjäsenyyteen, -aktiivisuuteen ja -sitoutumiseen liittyy usein henkilökohtaisia ja ammatillisia merkityksiä. Monet odottavat konkreettista tukea, joka auttaa heitä ammatillisen osaamisen kehittymisessä ja tavoitteiden saavuttamisessa. Tuki voi olla tiedon jakamista, koulutusta, resursseja tai mahdollisuuksia osallistumiseen. Seminaarit, yksittäiset koulutukset ja koulutusohjelmat sekä sertifikaatit ovat tärkeitä syitä kuulua järjestöihin. Järjestön asiantuntijat ja jäsenkollegat voivat tarjota neuvoja ja apua.

Järjestö voidaan kokea foorumina, jossa on mahdollisuus verkostoitua eli luoda kontakteja ja yhteistyökumppanuuksia muiden jäsenten kanssa. Yrittäjäjärjestössä verkoston jäsenkollega voi olla yrittäjän potentiaalinen asiakas, alihankkija tai jälleenmyyjä. Vertaistuki on monelle tärkeä syy kuulua verkostoon. Tuntuu tärkeältä kuulua ja osallistua sosiaaliseen yhteisöön, jossa jaetaan samanlaisia kiinnostuksen kohteita, intressejä ja arvoja, joita toteutetaan erilaisissa tapahtumissa ja kokoontumisissa sekä yhteisöllisissä projekteissa. Yrittäjäjärjestökin kasvattaa sosiaalista pääomaa edistäen yhteisöllisyyttä ja sosiaalista yhteenkuuluvuutta. Yhteisöllisyys ja kuulumisen tunne ovat jäsenten kokemaa hyötyä. Järjestöön kuulumisen voi vahvistaa henkilön tai yrityksen mainetta tietyllä alalla ja luoda mielikuvaa ammattitaidosta ja sitoutumisesta alaan. Yrittäjä saattaa tuntea ylpeyttä kuullessaan samaan heimoon muiden yrittäjien kanssa. Saman heimon jäsen voidaan kokea luotettavaksi yhteistyökumppaniksi. Monet odottavat myös mahdollisuutta vaikuttaa järjestön päätöksentekoon, strategiaan ja toimintaan.

Halava ym. (2018, 10–13) viittaavat vuonna 2010 tehtyyn tutkimukseen, joka tutki jäsenten sitoutumista yhteisöön. Tutkimuksen mukaan yhteisöön sitouttavia motivaatiotekijöitä ovat yhteisesti arvostetun asian vaaliminen ja tavoittelemisen arvoinen missio sekä erikoistumiseen perustuva asiantuntemus. Yrittäjäjärjestössä jäseniä yhdistää valittu elämäntapa yrittäjänä ja toive toimivista, yritys-toimintaa edistävästä olosuhteista yhteiskunnassa.

Halavaa ym. (2018, 10–13) mukaillen yhteisön mahdollistama kollektiivinen toiminta ja vuorovaikutus sekä digitaalisesti että kasvokkain sitouttavat jäseniä, samoin yhteisön julkisuudessa esiintyvät edustajat. Myös jäsenen osaamiseen perustuva mahdollisuus edetä yhteisön johtoasemiin ja yhteisön oikeuttamiin statusrooleihin tai tehdä merkityksellisiä sankaruustekoja sekä yhteisön tarjoamat taloudelliset edut ovat heidän mukaansa sitouttavia tekijöitä. Niin ikään yhteiset symbolit ja yhteisön oma terminologia, joka kertoo vahvasta yhteisöllisyydestä ja näkemyksellisyydestä, voivat Halavaa ym. (2018, 10–13) lainaten lisätä sitoutumista.

Yrittäjäjärjestöissäkin jäsenet saavat järjestönsä neuvottelemia alennuksia tuotteista ja palveluista sekä voivat todistaa esimerkiksi järjestötoimijoiden asiantuntijavierailuja tiedotusvälineissä. Moni rivi-jäsen hakee myös luottamustehtävää paikallisessa, alueellisessa ja valtakunnallisessa toiminnassa, kunhan pääsee sisään järjestöön.

Järjestöillä on monia yhteiskunnallisia vaikutuksia. Ne voivat toimia jäsentensä äänenä ajaen yhteisiä tavoitteita ja vaikuttaen esimerkiksi lainsäädäntöön, politiikkaan ja asenteisiin sekä levittäen tietoa eri aiheista ja näin edistäen ymmärryksen lisääntymistä. Järjestöihin kuulumalla jäsenet voivat kokea olevansa osa suurempaa yhteiskunnallista muutosta ja vaikuttamista, mikä voi edistää demokratiaa ja kansalaisten osallistumista.

Järjestöt tarjoavat mahdollisuuksia vapaaehtoistyöhön ja osallisuuteen, mikä on omiaan edistämään sekä yksilön että yhteiskunnan hyvinvointia. Ne voivat olla ketteriä ja innovatiivisia kehittäessään uusia ratkaisuja yhteiskunnallisiin ongelmiin. Järjestöt voivat täydentää julkisen sektorin palveluita ja täyttää aukkoja, joita valtion ja yksityisen sektorin palveluissa saattaa olla. Yrittäjäjärjestö tekee tältä osin laajaa yhteistyötä yrittäjyyden parissa toimivien sidosryhmiensä kanssa.

2.2 Mikä järjestötoimintaa haastaa?

Vaikka järjestöillä on monia etuja, kaikkia ne eivät houkuttele. Jotkut saattavat kokea, että järjestöjen toiminta ei ole heille relevanttia tai he eivät koe saavansa jäsenyydelleen riittävästi vastinetta. Kun informaatiota on nykyisin saatavilla monista lähteistä, järjestöjen rooli saatetaan kokea vähemmän merkityksellisenä. Järjestöjen kannanotot, byrokratia tai epäselkeät arvot ja tavoitteet voivat myös olla syitä, jotka vieraannuttavat potentiaalisia jäseniä.

Muuttuva kansalaistoiminta
Pitkäaikainen sitoutuminen yhteiseen toimintaan on vähentynyt
Kolmannen sektorin odotetaan ottavan suuremman osa yhteiskunnan palveluista hoitaakseen. Samalla vapaaehtoistoiminnan tarve kasvaa: vapaaehtoistoiminnan arvostus, mutta myös kuormittavuus lisääntyy.
Perinteinen yhdistystoiminta ei enää houkuta tai sovi nykyiseen elämänrytmiin: paine uudistua ja muuttaa toimintaa projektimaisemmaksi ja houkuttelevammaksi yksilöille.
Vaikuttaminen yksilöityy, tarjonnan tulisi olla monipuolista ja osallistumiskynnyksen matala.
Verkon merkitys osana toimintaa on kasvanut ja muodostaa tärkeän osan.
Osallistuminen kasaantuu tietyille toimijoille.

KUVA 1. Muuttuva kansalaistoiminta (Seppo 2013,14)

Tulevaisuuden näkymät järjestössä 2021 -selvityksen mukaan järjestöjen isoimmat haasteet olivat avustusrahoituksen väheneminen, työntekijöiden jaksaminen, viestinnän vaatimusten ja odotusten muutokset, jäsenmäärien lasku sekä luottamushenkilöiden ja vapaaehtoisten liian heikko sitoutuminen tehtäviinsä (Toikkanen 2021, 53).

Vastajulkaistun Tulevaisuuden näkymät järjestössä 2023 -selvityksen mukaan järjestöjen suurimpia kysymyksiä tulevina vuosina ovat kiristynvä kilpailu jäsenistä, vapaaehtoisista ja ammattilaisista sekä heidän sitoutumisestaan ja vaade uudenlaisista jäsen- ja vapaaehtoiskokemuksista. Viestinnän ja brändäyksen painoarvon kasvaminen ja digitaalisten välineiden käyttö nähdään mahdollisuuksina, mutta uutta osaamista vaativina. Sekä alueellisen että paikallisen järjestötoiminnan taso ja kehittäminen ovat haasteina järjestökentällä. (Osana yhteistä ratkaisua Oy, 2023)

Yli puolella järjestöistä on tarve uudistaa jäsenyyteen ja toimijuuteen liittyviä prosessejaan: toimintamutojen laajuutta ja priorisointia joudutaan järjestöissä pohtimaan tulevina vuosina tarkasti ennen muuta vähenevän rahoituksen vuoksi. (Toikkanen 2023, 17, 37).

Toikkasen (2023, 33) mukaan järjestöjen tärkeimpiä uudistamisen kohteita ovat ulkopuolisen varainhankinnan kehittäminen, yritys yhteistyö, jäsenhankinta, viestintä ja markkinointi, vaikuttamisen mittaaminen, jäsenpalvelut, vapaaehtoistoiminta, digitaalisten välineiden hyödyntäminen ja strateginen ennakointi.

Muutosvoimat	Uudistumisen keinot
Nopeasti kehittyvä teknologia	Uusien teknologioiden käyttöönotto
Järjestöjen muuttuva rooli yhteiskunnassa	Toiminnan fokusoiminen ja priorisointi
Rahoituksen tiukentuminen	Omarahoituksen kasvattaminen
Ihmisten sitoutumisen muutos	Jäsen- ja vapaaehtoiskokemuksen muotoilu
Jäsenyyden merkityksen muutos	Viestintään ja markkinointiin panostaminen
	Yhteistyön syventäminen järjestöjen, julkisten ja yritysten kanssa
	Rakenteiden keventäminen
	Uusien toimintatapojen omaksuminen
	Vaikuttavuuden osoittaminen

KUVA 2. Järjestötoiminnan muutosvoimat ja uudistumisen keinot (Toikkanen 2023, 38)

Järjestöjäsenelle saattaa riittää jäsenyyden anniksi mukanaolo ja järjestön tekemä vaikuttamistyö. Tekemisen ja vaikutusten mittaaminen sekä niistä kertominen korostuvat. Tämä työ on entistä vaikeampaa viestintävälineiden viidakossa ja monien asioiden kilpaillessa huomiostamme viestikanaavissa. Toikkasen (2021, 33) mukaan sähköisen viestinnän määrä ja sosiaalisen median sekä keskustelupalustojen, kuten Teamsin hyödyntäminen toiminnassa kasvavat, viestinnän vaikuttavuutta halutaan mitata paremmin ja samaan aikaan paperilla tapahtuvan viestinnän määrä on selkeästi laskussa.

Yli 60 prosenttia Tulevaisuuden näkymät järjestössä 2023 -selvitykseen (Toikkanen 2023, 23) vastanneista kokee vähintäänkin kohtuullista muutostarvetta erilaisten digitaalisten alustojen hyödyntämiseen toiminnan organisoimisessa. Mobiilisovelluksen jäsenyyden ja palveluiden tukena näkee tärkeäksi kolmasosa vastaajista. Digitalisaatio mahdollistaa uusia toimintaan, viestintään sekä jäsenhankintaan ja -pitoon liittyviä tapoja, mutta vaatii resursseja niin talouden kuin osaamisenkin osalta.

Ihmisten kohtaamiset vähenevät, mutta niistä pitää tehdä parempia, lämpimämpiä ja vaikuttavampia. Etäkohtaamisissa teknologiaan satsataan ja sen pitää olla helppoa ja toimivaa. (Toikkanen 2021, 38).

Toikkanen (2021, 59) toteaa, että viestintä ja vaikuttamistyö ovat mahdollisuuksia järjestöjen tulevaisuuden näkymiä selvitettäessä. Onnistunut viestintä ja vetovoimainen brändi ovat erittäin tärkeitä järjestön menestyksen kannalta, sillä tunnettuudella ja näkyvyydellä on mahdollista erottua ja saada lisää jäseniä, vapaaehtoisia sekä erilaisia kumppanuuksia (Toikkanen 2023, 36).

Julkisen rahoituksen kiristyessä kumppanuudet nousevat tärkeään rooliin järjestötoiminnan pyrkiessä vastaamaan jäsenten odotuksiin. Kilpailua käydään niin jäsenistä, työvoimasta ja vapaaehtoisista kuin kumppanuuksista (Toikkanen 2023, 10).

Toikkasen (2023, 8) mukaan järjestöille on tulossa kasvua maahanmuuttajataustaisten toimijoiden määrän lisääntymisestä. Samalla monikulttuurisuus ja -kielisyys haastavat järjestöjen resursseja, kun tasalaatuisen palvelun takaamiseksi tarvitaan uudenlaista osaamista ja kielitaitoa.

Monessa edellä mainitussa haasteessa ja mahdollisuudessa tiivis yhteistyö samalla asialla olevien sidosryhmien kanssa nähdään viisaana resurssien käytön kannalta. Toikkasen (2023, 9) mukaan seuraavan viiden vuoden aikana järjestöjen välistä yhteistyötä syntyy lisää ja yritysten sekä yhdistyksiin organisoitumattoman kansalaistoiminnan – neljännen sektorin – kanssa tehtävä yhteistyö on samalla tasolla julkisen sektorin kanssa tehtävän yhteistyön kanssa. Kilpailu on kasvussa, mutta niin on myös yhteistyö järjestöjen välillä (Toikkanen 2023, 15).

”Muutokset suomalaisten sitoutumisessa kansalaistoimintaan ovat selvät. Lisääntynyt kiire, elämyksellisyysvaatimus ja vaihtuvat kiinnostuksen kohteet vähentävät pitkäaikaista sitoutumista yhteen toimintaan. Tämä haastaa perinteisen yhdistystoiminnan, jonka ylläpito vaatisi nykyajalle yhä vieiraampaa sitkeyttä ja paneutumista.” (Seppo 2013, 13)

Toikkasen (2021, 21) mukaan pop up -toiminnan merkitys järjestötoiminnassa on kasvamassa ja toimintaa tullaan organisoimaan enemmän toimintaryhmiin. Toiminnan muuttuminen ammattimaisemmaksi vaatii enemmän osaamista ja strategista suunnitelmallisuutta, mikä haastaa vapaaehtoisten sitouttamista kevyen ja spontaanin toiminnan mahdollisesti vähetessä.

Jäsenten, luottamushenkilöiden ja työntekijöiden osallisuus järjestötoiminnan johtamisessa ja kehittämisessä on kasvussa ja sidosryhmiä halutaan ottaa mukaan palveluiden ja toiminnan kehittämiseen. (Toikkanen 2021, 39). Noin 65 prosenttia Tulevaisuuden näkymät järjestössä 2023 -selvitykseen vastanneista pitää yhteiskehittämisen parantamista yhdessä jäsenten, asiakkaiden ja palvelun käyttäjien kanssa vähintäänkin kohtuullisena tarpeena (Toikkanen 2023, 24).

Radikaalin uudistumisen Miten-kysymykset 2020-luvulle
Jäsenyys ja toimijuus: Miten jäsenyys-toimijuus -mallit saadaan mahdollistamaan pistemäinen sitoutuminen?
Organisoituminen: Miten mahdollistetaan toiminta varsinaisen ydinasian eteen ilman hallinnollista taakkaa?
Vaikuttavuus: Miten vaikuttavuutta saadaan todennettua luotettavasti ja resurssitehokkaasti?
Asiakaskeskeisyys: Miten asiakkaat ja palvelunkäyttäjät saadaan osallisiksi palveluiden ja toiminnan uudistamiseen?
Yhteistyö: Miten yhteistyöliittoumia ja -verkostoja rakennetaan ja johdetaan?

KUVA 3. Radikaalin uudistumisen Miten-kysymykset 2020-luvulle (Toikkanen 2021, 58)

2.3 Yrittäjäjärjestön merkitys

Jäsenlupaus kertoo, miksi järjestö on paras merkityksen tuottaja jäsenilleen, ja mikä on jäsenen saama hyöty siihen kuulumisesta. Jäsenlupaus kiinnittää jäsenten huomion, pitää heidät sitoutuneena ja voittaa heidät puolelleen erottautumalla joukosta. (Järjestökehitys Oy:n julkaisuaika tuntematon)

Palvelulupauksensa mukaan yrittäjäjärjestö parantaa yrittäjän arkea, mikä kiteyttää arvon, jota järjestö jäsenilleen luo sekä ohjaa ja nopeuttaa sisäistä toimintatapojen muutosta. Palvelulupauksen pohjalta yrittäjäjärjestössä toteutetaan laajaa sisäistä muutostyötä, joka koskee niin palvelukehitystä, jäsenetuja kuin viestintätyöliäkin. Työn pohjaksi on selvitetty jäsenten tarpeita, niiden muutossuuntaa ja jäsenyyteen vaikuttavia arvoajureita. Tavoitteena on jäsenmäärän kasvattaminen ja etenkin passiivisimmin järjestötoimintaan suhtautuvien nuorten kaupunkilaisyrittäjien osuuden lisääminen. (Frankly julkaisuaika tuntematon).

Jäsenkokemus syntyy yrittäjäjärjestössä kolmen tason – valtakunnallisen, alueellisen ja paikallisen – yhteisvaikutuksena, ja se vaihtelee toimijoiden erilaisen aktiivisuuden, resurssien ja osaamisen vuoksi. Toiminnan ja viestinnän tulee olla järjestön mission, vision ja arvojen mukaista jokaisella organisaation tasolla. Tämä vaatii suunnitelmallisuutta ja selkeyttä, sillä vain murto-osa jäsenkokemukseen vaikuttavista henkilöistä työskentelee järjestössä palkattuina työntekijöinä valtaosan hoitaessa luottamustehtävänsä oman pää- tai sivutoimisen yrittäjyytensä ohella.

Yrittäjien nykyisen puheenjohtajan, Petri Salmisen (Pirkanmaan Yrittäjät 2020) mukaan yrittäjät ansaitsevat vahvan puolestapuhujan. Ymmärrys yrittäjyydestä ja kasvillisesta omistajuudesta on hänen mukaansa julkisessa keskustelussa edelleen varsin ohutta. Hän mielestään yrittäjäjärjestön tehtävä on tuoda yrittäjien ääni julkiseen keskusteluun ja päätöksentekoon. Salminen jatkaa, että yrittäjäjärjestön merkitys korostuu tapahtumien ja jäsenpalveluiden rinnalla siinä, että se tekee taustalla vaikuttamistyötä yrittäjien puolesta. Salmisen mukaan yrittäjäjärjestö on jäsenilleen parhaimmillaan hyödyllinen, bisnestä, kokemuksia ja ystävyyssuhteita synnyttävä alusta.

Pitää myös muistaa, että jäsenyyden merkitys vaihtelee jäsenyrittäjän tarpeiden sekä yrityksen elinkaaren mukaan. Eri yrittäjäsukupolvilla on erilaisia tuen tarpeita sekä asenteita järjestömaisesti järjestettyyn toimintaan.

Yrittäjäjärjestön rooli ja merkitys on iso, kun otetaan huomioon nykyinen taloudellinen ja yhteiskunnallinen ilmapiiri, joka korostaa joustavuutta, innovatiivisuutta ja verkostoitumista. Tässä kontekstissa yrittäjäjärjestön jäsenkokemuksen tutkiminen on ajankohtainen aihe, joka tarjoaa mahdollisuuksia sekä parempaan ymmärrykseen että siitä johdettuun käytännön toimintaan jäsenyyden hallinnassa ja kehittämisessä.

3 JÄSENKOKEMUS JA SEN KEHITTÄMINEN

Jotta yrittäjäjärjestön toimintaa voidaan alueellisesti ja paikallisesti kehittää, tulee ymmärtää jäsenkokemukseen vaikuttavia tekijöitä. Jäsenkokemukseen liittyvää ymmärrystä kerättiin tässä työssä teorian ohella pirkanmaalaisille, melko tuoreille yksinyrittäjäjäsenille kohdistetulla kyselyllä (liite 1).

Tämän työn ja sen tuotoksena syntyvän idealistan (liite 3) tarkoituksena on parantaa Yrittäjien jäsenkokemusta. Yritysmaailmassa ja liiketoimintaopinnoissa puhutaan paljon asiakaskokemuksesta (*engl. customer experience*), mutta tässä työssä olennaisin termi on jäsenkokemus (*engl. member experience*). Teeman tärkeitä termejä ovat jäsenyytyväisyys (*engl. member satisfaction*), jäsenpysyvyys (*engl. member retention*) ja jäsenpito (*engl. membership retention*). Edellä mainittuihin voidaan vaikuttaa jäsenhuollolla (*engl. member support*) ja jäsenpalvelulla (*engl. membership services*).

Jäsenkokemuksella ja huomattavasti laajemmin tutkitulla asiakaskokemuksella on paljon yhteistä, mutta identtisiä ne eivät ole. Teoreettinen viitekehys ottaa tässä kappaleessa kantaa jäsenkokemuksen ja asiakaskokemuksen eroihin, mutta tutkimusmaailman tunnistamat teoriat ja käsitteet asiakaskokemuksesta katsotaan soveltuvan kuvaamaan myös järjestöasiakkaan kokemuksen syntymistä hyvin. Tästä syystä tekstissä puhutaan useammin yrityksestä kuin järjestöstä, mutta siltä osin kuin sisältö pätee molempiin, termejä ei ole lähdetty vaihtamaan. On pohdittu myös tutkimuksen kohdetapauksena olevaa yksinyrittäjäjäsenistä koostuvaa ryhmää. Kun yksinyrittäjä on yrittäjäjärjestön jäsen, tuleeko häntä tarkastella b2b- vai b2c-asiakkaana? Perinteisestä b2b-tulkinnasta poiketen yksinyrittävien yrityksissä ei ole useita päättäjiä. Kokeeko yksinyrittäjä tekevänsä päätöksiä henkilöinä vai yrittäjänä? Yksinyrittäjäyydessä tuo raja on usein häilyvä, ja tässä työssä yksinyrittäjää päädyttiin käsittelemään b2c-asiakkaana. Yrittäjäjärjestön jäsenyydestä puhutaan tässä työssä sanalla palvelu, joka on toiminta tai toimintojen yhdistelmä, jonka palveluntarjoaja toteuttaa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa vastatakseen asiakkaan tarpeeseen (Sanastokeskus ry julkaisuaika tuntematon).

Vaikka järjestön jäsenkokemus ja yrityksen asiakaskokemus eroavat toisistaan monin tavoin, niille on yhteistä se, että molempien tulisi keskittyä tarjoamaan korkealaatuista palvelua, ymmärtämään yleisönsä odotuksia ja vastaamaan sen tarpeisiin sekä pyrkiä jatkuvaan parantamiseen. Positiivinen kokemus on keskeinen tekijä sitoutumisessa. Hyvä kokemus lisää jäsenen ja asiakkaan uskollisuutta.

Sekä asiakas- että jäsenkokemuksessa korostuu organisaation ja yksilön välinen vuorovaikutus. Miten organisaatio viestii, kuinka se kohtaa jäsenensä tai asiakkaansa ja miten se vastaa näiden tarpeisiin? Nämä ovat keskeisiä tekijöitä kokemuksen muodostumisessa. Vuorovaikutuksen syvyydessä voidaan nähdä eroa. Jäsenkokemuksessa vuorovaikutus järjestön ja jäsenen välillä on syvempää ja moniulotteisempaa. Se voi sisältää osallistumista, vaikuttamista ja yhteisöllisyyttä. Asiakaskokemuksessa vuorovaikutus keskittyy useammin palvelukokemukseen ja tuotteiden laatuun. Toki raja ei ole tässäkään yksiselitteinen.

Yritysmaailmassa asiakaskokemus on tärkeä osa taloudellisten tavoitteiden saavuttamista myynnin lisäämisen, asiakasuskollisuuden ja suosittelun kautta. Voittoa tavoittelemattomissa järjestöissä päämääränä on yhteisön palveleminen, vaikuttaminen ja yhteisen asian edistäminen. Hyvä jäsenkokemus mahdollistaa jäsenten sitoutumisen, osallistumisen ja järjestön mission tukemisen.

Yrityksmaailmassa arvo tuotetaan usein konkreettisina tuotteina, palveluina ja alennuksina sekä niistä kertovana viestintänä. Järjestöjäsenyyden arvo on yhteisöllisyydessä, verkostoitumisessa, vaikuttamisessa, oppimisessa ja henkilökohtaisessa kasvussa. Siksi järjestöviestintä on usein informatiivista, kouluttavaa ja mobilisoivaa. Se keskittyy järjestön missioon, arvoihin ja yhteisölliseen toimintaan. Järjestöviestinnän merkittävä tavoite on pitää kiinni ja aktivoida nykyisiä jäseniä. Toki uusasiakashankintakin on tärkeä tavoite.

Kuten aiemmin tuli ilmi, kansalaistoiminta on osa kuluttamista (Harju 2010, 35). Kuluttajakokemuksen mittaamisen myötä mittaaminen ja kehittäminen ovat tulleet myös järjestöjen puolelle. Järjestöissä ymmärretään hyvän jäsenkokemuksen merkitys ja toimintaa kehitetään tutkitulla tiedolla.

3.1 Asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät

Tässä työssä asiakaskokemus määritellään Saarijärven & Puustisen (2020, 55) mukaan asiakaspolun eri kosketuspisteissä rakentuvaksi, subjektiivisesti määrittyväksi kognitiiviseksi, emotionaaliseksi, sosiaaliseksi ja sensoriseksi kokemukseksi.

Holma, Laasio, Ruusuvuori, Seppä & Tanner (2021, 24) muotoilevat asiakaskokemuksen syntyvän niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summana, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa, ja jatkavat sen olevan kokonaisvaltainen näkemys, kokemus ja ennen kaikkea tunne siitä, miten yritys asiakasta kohtelee. Asiakastyytyväisyys, asiakasuskollisuus ja suositteluhaluus syntyvät – tai jäävät syntymättä – monien ulottuvuuksien kautta.

Rusi-Karlssonin (2017) mukaan kokemus muodostuu konkreettisista, toiminnallisista ja fyysisistä tekijöistä (*mitä?*) sekä tunteisiin perustuvista tekijöistä (*miten?*). Rusi-Karlssonin (2017) mukaan kokemuksista keskusteltaessa niitä verrataan ja niiden mukaan muodostetaan käsityksiä.

Korkiakoski (2019, 49) muistuttaa, että asiakkaalle hyvä kokemus tarkoittaa tehokkuutta, helppoutta ja tunnetta. Hänen mukaansa asiakas miettii ovatko (palvelun) ominaisuudet kohdallaan, onko (palveluiden) käyttö helppoa ja millainen tunne (palvelun) käytöstä jää? Päteviä kysymyksiä myös järjestöjäsenyyteen liittyen.

Saarijärven & Puustisen (2020, 56) mukaan akateemisessa tutkimuskirjallisuudessa korostuu tällä hetkellä kaksi teoreettisesti erilaista lähestymistapaa asiakaskokemukseen. Asiakaskokemuksesta kirjoitetaan asiakkaan näkökulmasta tuoden esille asiakaskokemuksen kompleksisuus. Asiakaskokemukseen vaikuttavat henkilökohtainen elämä ja henkilökohtaiset merkitykset sekä ympärillä olevat ihmiset ja kulttuuri. Toinen tutkimushaara tarkastelee asiakaskokemusta yrityksen näkökulmasta ja etsii niitä keinoja, joilla organisaatiot voisivat rakentaa asiakkailleen sellaisia kosketuspisteistä syntyviä asiakaspolkuja, joilla varmistettaisiin liikkeenjohdollisesta näkökulmasta asetettu asiakaskokemustavoite. Koska asiakaskokemus on ensisijaisesti tunnetta, sitä on vaikea ennakoida. Tunteet ja kokemukset ovat henkilökohtaisia ja inhimillisiä. On haastavaa muotoilla kaikkia tyydyttäviä asiakaskokemuksia. Hyvän asiakaskokemuksen tiedetään luovan kilpailuetua yritykselle, joten siihen kannattaa pyrkiä ja työkalujakin löytyy.

Saarijärvi & Puustinen (2020, 57–60) niputtavat tärkeimpiä asiakaskokemukseen liittyviä käsitteitä. Niitä ovat asiakaslähtöisyys ja asiakastieto, ostopäätösprosessi, asiakasodotus, asiakastyytyväisyys ja -uskollisuus, palvelun laatu, asiakassuhde, suosittelu, monikanavaisuus ja digitaalisuus, merkityksellisyys ja kokemuksellisuus sekä bränditekijät.

Mittari	Kerroin
Henkilöstötyytyväisyys	1,5-kertainen
Bränditunnettuus	1,6-kertainen
Asiakastyytyväisyys	1,6-kertainen
Asiakaspysyvyys	1,7-kertainen
Keskimääräinen ostos	1,9-kertainen
Tuotto	1,9-kertainen

KUVA 4. Asiakaslähtöisen yrityksen tunnusluvut (Holma, Laasio, Ruusuvuori, Seppä ja Tanner 2021, 30)

3.1.1 Asiakaslähtöisyys ja asiakastieto

Asiakaskokemuksen kehittäminen alkaa asiakasymmärryksestä. Tietoa asiakkaista, heidän toiminnastaan ja siihen vaikuttavista tekijöistä tarvitaan. Hyvään asiakaskokemukseen pyrkivä organisaatio asettaa asiakkaansa keskiöön: yrittäjäjärjestöissäkin jäsenen tulee olla kaiken toiminnan lähtökohta ja tarkastelukulma. Kokemuksen kehittämismatkalle lähdettäessä tulee muodostaa kokonaiskuva nykytilanteesta. Pitää tietää, mitä organisaatio kertoo olevansa ja, mitä asiakas siitä ajattelee. Tarjoaako yrittäjäjärjestö sitä, mitä sanoo tarjoavansa? Onko tarjooma sitä, mitä jäsenyrittäjä tarvitsee tai haluaa? Teemmekö asioita oikein? Entä teemmekö myös oikeita asioita? Jäsenlupauksen tehtävänä on Järjestökehitys Oy:n (julkaisuaika tuntematon) mukaan kertoa, miksi järjestö on paras merkityksen tuottaja jäsenilleen ja mikä on jäsenen saama hyöty siihen kuulumisesta.

Holma ym. (2021, 60) sanovat asiakaslähtöisyyden olevan kykyä ennakoida asiakkaiden muuttuvia tarpeita ja reagoida niihin tarjoamalla ylivertaisia tuotteita ja palveluita. Saarijärvi & Puustinen (2020, 93) kuitenkin muistuttavat, että asiakkaiden on tarpeiden monitasoisuuden vuoksi vaikea sanoittaa niitä, ja siksi tarpeiden kysyminen ei riitä. Asiakaslähtöinen organisaatio toimii proaktiivisesti kehittäen palveluita ja toimintaa asiakkaidensa tuleviin tarpeisiin. Legendaariseen tarinaan viitaten, Fordilla olisi jäänyt auto suunnittelematta, jos Henry olisi uskonut asiakkaidensa ääneen sanottuja tarpeita nopeammista hevosista.

Asiakaslähtöisyys on kokonaisvaltaista ja sen tulee ohjata koko organisaation toimintaa. Asiakaslähtöinen toiminta hyödyntää asiakastietoa ja toimijoiden oikeanlaista osaamista tuottaakseen asiakasyytyväisyyttä. Yrittäjäjärjestö hyödyntää valtakunnallista CRM-järjestelmää kerätäkseen tietonsa jäsenistään yhteen. Tämän työn jäsenkysely (liite 1) tähtää myös parempaan asiakasymmärrykseen. Osataanko asiakasdataa hyödyntää oikein? Kuuluuko asiakkaan ääni jäsenyyden sisällössä ja järjestön toiminnassa?

3.1.2 Ostopäätösprosessi

Ostopäätökset syntyvät erilaisissa vaiheissa ja asiakaskokemus monessa hetkessä. Kokemuksen muodostuminen alkaa usein jo tilanteessa, jossa organisaatio ei ole vielä tietoinen potentiaalisesta asiakkaastaan. Omien tarpeidensa, halujensa tai toiveidensa – tietoisesti tai tiedostamatta – ohjaamana asiakas etsii ratkaisua. Valintoihin ja ostopäätöksiin voivat vaikuttaa asiakaslupaukset, omat tai muiden aiemmat kokemukset, bränditekijät, mutta ennen kaikkea tunne. Holma ym. (2021, 180–181) muistuttavat, että monien tutkimusten valossa asiakaskokemuksen muodostuminen on suurimaksi osaksi – jopa 2/3 – tunnepohjaisiin tekijöihin perustuvaa, vaikka käytämmekin faktoja perustellessamme toimintaamme. Rusi-Karlssonin (2017) mukaan vähintään 50 prosenttia yksilöiden kokemuksista muodostuu tunteista ja niiden väitetään olevan vahvoja tulevan käyttäytymisen ennakoijia. Järjestöjäsenyydessä ostopäätös tehdään vuosittain. Kuluneen jäsenvuoden aikana syntynyt kokemus vaikuttaa siihen, maksaako jäsen jäsenmaksun yhä uudelleen. Ellei jäsenen odotuksiin olla kyetty vastaamaan, jäsenyys saattaa päättyä.

Asiakaspolku on tapa kuvata sitä, miten, minkä kanavien ja millaisten vaiheiden kautta asiakas asioi yrityksen kanssa (Holma ym. 2021, 137). Asiakaspolkuja voidaan kuvata ajasta ennen asiakkuutta sen päättymiseen ja sen jälkeiseen aikaan saakka. Jäsenpysyvyyteen vaikuttavien syiden ymmärtämiseksi yrittäjäjärjestön olisi hyvä kuvata eri vaiheessa yrityksensä ja jäsenyytensä elinkaarta olevien jäsenpolkuja. Tunnistetut jäsenpolun vaiheet ja niiden vaikutukset jäsenkokemukseen helpottavat myös uusien jäsenten saamista. Järjestökehitys Oy (julkaisuaika tuntematon) kuvaa jäsenpolkua kokemusmatkaksi jäsenen kengissä. Rusi-Karlssonin (2017) mukaan jäsenpolkukartat rohkaisevat keskusteluun ja yhteistyöhön sekä löytävät yhteyksiä asioissa, jotka jäävät huomiotta jokapäiväisessä toiminnassa. Vaikka eri toiminnot olisikin organisaation sisällä mielekäästä jaotella eri tekijöille ja osastoille, asiakaskokemuksen kannalta työn tulee sujua saumattomasti asiakkaan kokemusfokuksessa. Organisaation siiloutuminen heikentää asiakaskokemusta. Tämä on haaste kolmiportaisessa yrittäjäjärjestössä. Pällekkäisyydet, ristiriitaisuudet, palveluaukot tai palvelun epätasalaatuisuus ovat omiaan heikentämään jäsenen kokemusta ja sitoutumista järjestöönsä.

3.1.3 Asiakasodotukset, viestintä ja brändi

Saarijärvi & Puustinen (2020, 92) toteavat, että odotuksemme on kokemustemme määrittäjä. Odotustemme alittuminen saa meidät kokemaan tyytymättömyyttä, täyttyminen tyytyväisyyttä ja ylittyminen onnellisuutta. Näin asiakaskokemuksissakin.

Asiakkaan tarve, halu tai toive ei sellaisenaan kohdistu tiettyyn toimijaan, mutta asiakasodotuksilla on kohde. Saarijärvi & Puustinen (2020, 94) korostavat, että muodostamme odotuksia huomaamattamme, tiedostamatta, sillä meillä on taipumus havainnoida sekä tiedostaen että tiedostamatta erilaisia laatuvihtejä ympäristöstämme. Muut asiakkaat voivat olla yrittäjäjärjestössä vahva laatuvihte: tahdonko olla osa tällaista yhteisöä? Myös julkisuudessa esillä olevat asiat ja niihin vaikuttaminen muodostaa odotuksia: voinko jakaa näitä arvoja ja tahdonko olla joukossa, joka niitä edistää?

Saarijärvi & Puustinen (2020, 95) jakavat asiakasodotukset yleisiin ja erityisiin odotuksiin. Oletusarvoisiksi odotuksiksi alasta riippumatta ovat nousseet personoitu asiakaskokemus, monikanavainen asiointimahdollisuus, asiointin helppous ja vaivattomuus mukaan lukien itsepalvelu, palvelunopeus, ammattitaitoinen asiakaspalvelu sekä reklamaatioiden asiallinen hoitaminen. Näitä ei voida perustallaan laskea edes kilpailueduiksi enää, mutta näissäkin asiakkaan odotukset saattavat ylittyä onnellisuuden tunteeseen saakka, jos organisaation edustaja laittaa persoonansa ja osaamisensa peliin. Esimerkiksi loistavalla palveluasenteella, inhimillisen sydämellisesti hoidettu reklamaatio saattaa synnyttää niin voimakkaita positiivisia tunteita epäonnistumisen jälkeen, että asiakastyytyväisyys nousee jopa yli sen, mitä se oli ennen reklamaatiota vaativaa tilannetta.

Eriyisiä asiakasodotuksia syntyy omien ja ulkopuolisten kokemusten ja suositteluiden, brändin viestinnän ja toimialaan liitettyjen mielikuvien perusteella. Tiedämme, että aiempi kokemus määrittää odotuksemme pohjatasoa seuraavaan kertaan, jos sellaisen mahdollisuuden organisaatiolle tarjoamme aiemmin koetun jälkeen.

Odotuksia syntyy myös ansaitun tai maksetun näkyvyyden pohjalta. Erottuuko viestintä? Pysäyttääkö ja houkuttaako se tutustumaan syvemmin? Luoko viestintä realistisia odotuksia? Viestinnässä annetut lupaukset ja luodut mielikuvat tulee pystyä lunastamaan asiakkaan tarttuessa palveluun. Viestinnäksi voidaan nyky maailmassa laskea myös muiden palvelua käyttäneiden kokemukset: suosittelvatko he palvelua vai kehottavatko karttamaan?

Millaisia asiakasodotuksia Yrittäjien brändi voisi luoda? Järjestön näkökulmasta hyvä brändi on se tavoitemielikuva, jota järjestö haluaa nykyisissä ja tulevaisuudessa jäsenissään aikaansaada. Holma ym. (2021, 65) kirjoittavat, että brändi on yrityksen entisten, nykyisten ja tulevien asiakkaiden mielikuva yrityksestä. Heidän mukaansa brändi on tunne, joka ihmiselle tulee mieleen, kun hän kuulee yrityksen nimen mainittavan. Yleisesti tiedetään, että brändillä voi olla suurikin arvo ja sen herättämät reaktiot sekä järjen että tunteen tasolla vaikuttavat merkittävästi brändin liiketoimintaan. Holmaa ym. (2021, 72) mukaillen perinteinen markkinointi on menettämässä asemaansa brändimielikuvien synnyttämisessä samalla, kun asiakaskokemuksesta on tullut yksi keskeisimmistä tavoista rakentaa brändiä. Tämän työn jäsenkyselyssä (liite 1) kysytään jäsenten tuntemuksia järjestöstä. Kysymyksiin annettuihin vastauksiin sisältyy yksinyrittäjäjäsenten odotuksia ja niiden täyttymistä.

Toimialalla saattaa olla vakiintuneita tapoja, jotka sellaisenaan luovat odotuksia. Järjestömaailmassa jäsen saattaa verrata omien järjestöjensä toimintaa toisiinsa: esimerkiksi toisella järjestöllä käytössä olevaa mobiilipalvelua tai viestinnän mallia saatetaan toivoa Yrittäjillekin.

Saarijärvi & Puustinen (2020, 100) toteavat, että asiakaskokemuksen johtamisen näkökulmasta asiakasodotukset asettavat jokapäiväiselle tekemiselle lähtökohtaisen tavoitetason.

3.1.4 Asiakastyytyväisyys, -uskollisuus ja suositteluhaluus

Asiakasodotukset ja niiden täytyminen tai täyttymättä jääminen vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen. Tyytyväinen asiakas mahdollisesti pysyy asiakkaana kauemmin, ostaa enemmän ja useammin. Parhaassa tapauksessa hän kertoo muillekin tyytyväisyydestään, ja saa heidätkin asiakkaisiksi. On tärkeää huomata, että tyytyväisyys ei ole staattinen tila, vaan vaatii jatkuvaa huomiota.

Joukkoon mahtuu aina myös tyytymättömiä asiakkaita. Korkiakoski (2019, 62–63) toteaa, että yrityksen tulee tunnistaa ne asiakasryhmät, joiden tyytymättömyyttä se joutuu sietämään ja, joiden suhteen se joutuu tekemään vaikeita valintoja. Hänen mukaansa tyytymättömyyttä voi aiheuttaa esimerkiksi hinta, saatavuus ja valikoima. Yrittäjäjärjestöissäkin jäsenyyden hinta ja jäsenyysisältöjen saatavuuteen liittyvät asiat nousevat usein keskusteluun. Esimerkiksi tapahtumien osalta paikaksi joudutaan valitsemaan helpommin saavutettavia ja majoitusmahdollisuuksia tarjoavia paikkakuntia, eikä tasapuolisuus kaikkien mielestä siinä toteudu. Jäsenpalautetta annetaan myös itselle kohdistumattomasta koulutussisällöstä: pienen yrittäjän mielestä koulutukset on suunnattu isommille yrityksille ja päinvastoin.

Holma ym. (2021, 180) kertovat tutkimusyhtiö Forresterin vuoden 2019 asiakaskokemustutkimukseen perustuen, että asiakaskokemuksen laatu rakentuu tehokkuuden, helppouden ja tunteen perusteella, kun taas asiakasuskollisuudella mitataan asiakkaan todennäköisyyttä jatkaa asiakkuutta, aikomusta kasvattaa ostosten määrää ja todennäköisyyttä suositella. Parrish (2019) mainitsee samaan tutkimukseen liittyen, että brändien, jotka haluavat erottautua joukosta, tulisi keskittyä tunteisiin: se, miltä kokemus asiakkaasta tuntuu, vaikuttaa heidän uskollisuuteensa brändiä kohtaan enemmän kuin tehokkuus tai helppous kaikilla toimialoilla. Shawn (2007, 105–106) mukaan vaikuttavimmat tuntemukset tyytyväisten ryhmässä ovat ilo, onnellisuus, innostuneisuus ja positiivinen mieliala, joka saa aikaan mielihyvää.

Palvelun sujuvuutta ja helppokäyttöisyyttä moni odottaa jo lähtökohtaisesti asiaan kuuluvina, eikä niistä ole enää kilpailutekijöiksi. Digitaalisuutta ja monikanavaisuutta taidokkaasti sekä asiakaspalvelussa että viestinnässä hyödyntämällä, jäsenpalvelun laatu voi ottaa aimo harppauksen kohti parempaa.

Pietilän (2019) mukaan asiakkuuden elinkaari jaetaan yleensä viiteen vaiheeseen: potentiaalinen asiakas, uusi asiakas, (uudelleenostanut) asiakas, kanta-asiakas ja suosittelija.

Kun yrittäjä on saatu liittymään Yrittäjiin eli ryhtymään jäseneksi, testataan markkinoinnin ja myynnin luomat odotukset ja lupaukset. Asiakassuhteen alussa on tärkeää pitää huolta, että jäsenyyden sisältö tulee tuoreelle jäsenelle tutuksi, jotta se pääsee tarjoamaan hyötyä ja luomaan arvoa asiakkaalle. Uusi jäsen tarvitsee huolenpitoa, jotta hänelle käy selväksi, kuinka palvelu toimii. Yrittäjillä on käytössä esimerkiksi viestinnän automaatiota tätä vaihetta varten, mutta antaako valtakunnallinen sisältö riittävästi uudelle jäsenelle? Mitä pitäisi tehdä alue- ja paikallistasolla? Moni asiakastyytyväisyyttä, -uskollisuutta ja suositteluhaluutta lisäävä toimenpide voidaan katsoa jäsenhuoltoon kuuluvaksi. Jäsenhuolto on yrittäjäjärjestössä monenlaista vuorovaikutusta, kuten jäsenestä kiinnostumista ja jäsentietojen paikkaansa pitävyden tarkistamista.

Uudelleen ostaminen eli yrittäjäjärjestön tapauksessa uuden jäsenkauden maksaminen ei ole itsensänselvyyttä. Jäsenyyden aikana koettu odotusten täyttyminen, ylittyminen tai alittuminen vaikuttavat jatkoasiakkuuteen. Onko onnistuttu luomaan luottamusta, yhteenkuuluvuutta tai muuta arvoa? On tärkeää tuntea jäsenen tarpeet ja odotukset, mutta yhtä tärkeää selvittää, onko niihin kyetty vastaamaan.

Mitä enemmän jäsenvuosia yrittäjäjärjestössä jäsenelle kertyy, sen sitoutuneemmaksi hänet voidaan olettaa. Jos jäsenyys on kannatusjäsenyyden kaltaista, se on kuitenkin helppo katkaista esimerkiksi haastavassa tilanteessa. Jos sen sijaan jäsenyydelle on pystytty luomaan arvoa ja jäsen kokee hyötynsä siitä, jäsenyys todennäköisemmin jatkuu. On tärkeää ymmärtää jäsenen henkilökohtaiset syyt olla jäsen, jotta voidaan palvelu- ja viestintäkeinoin lähestyä häntä oikeilla asioilla ja vahvistaa jäsenelle itselleen tärkeitä jäsenyyden puolia. Vaikka asiakassuhteen päättymisen voidaan katsoa luonnolliseksi osaksi asiakkuuden elinkaarta, on järkevää ja kustannustehokasta pyrkiä välttämään turhat jäsenerot.

Shawn (2007, 42–43) mukaan asiakaskokemuksen kannalta kohtalon hetkiä ovat ne tilanteet, jossa asiakas kokee odotuksiinsa nähden tuhoisia tunteita: tyytymättömyyttä, stressiä, turhautumista, ärsyyntymistä, laiminlyöntiä, surullisuutta ja pettymystä. Rusi-Karlsson (2017) muistuttaa, että paha kello kauas kuuluu. Dimensional Researchin (2013) mukaan yli 50 prosenttia negatiivisen asiakaskokemuksen kokeneista kertoi kokemuksestaan yli viidelle ihmiselle, kun vain joka kolmas jakoi positiivisen asiakaskokemuksensa samalle määrälle ihmisille. On tärkeää saada jäsenet puhumaan hyvää järjestöstään ja jäsenyydestään.

Trustmary (2023) puhuu aktiivisesta ja passiivisesta asiakaspoistumasta ja siitä, että yrityksen täytyy tunnistaa, mitkä asiat asiakkaan elinkaaren aikana ovat avainasemassa. Yrittäjäjärjestön jäsen voi jättää jäsenyytensä tietoisesti esimerkiksi vaihtamalla palvelun kilpailijan edullisempaan vaihtoehtoon tai jäämällä kokonaan järjestöpalvelun ulkopuolelle. Trustmary (2023) käyttää termiä tarttuvuus kuvatessaan palvelun käyttöaktiivisuutta. Kuinka usein palvelua käytetään? Kuinka sen käyttöä voisi kasvattaa? Aktiivinen jäsenyys ennakoii pidempää sitoutumista järjestöön. Järjestön kannalta jäsenhintaisten eli jäsenmaksuun sellaisenaan kuulumattomien koulutukset ja tapahtumat ovat myös lisätulon lähde. Niiden aktiivisesta käytöstä syntyy lisäarvoa paitsi jäsenelle itselleen, myös jäsenasiakkuudelle järjestön kannattavuuden kannalta katsottuna. Maksullisia palveluita hyödyntävä jäsen tuo järjestölle enemmän rahaa ja sitä kautta resursseja toimia.

Passiivista poistumaa voi Trustmaryn (2023) mukaan syntyä muun muassa määräaikaisuuden ja maksuongelmien yhteydessä. Jäsenyyttä tulisi uuden jäsenkauden alla vahvistaa jäsenelle merkityksellisellä tavalla. Tärkeätä olisi varmistaa, että palvelun käyttö onnistuu helposti, ja viestiä esimerkiksi kirjautumiseen liittyvät ohjeet selkeästi. Tulisi myös varmistua, että automaattisiin maksuihin liittyvä teknologia toimii, ettei jäsenmaksu jää epähuomiossa maksamatta.

Asiakaspoistumaa analysoitaessa kannattaa hankkia asiakasymmärrystä. Paljonko asiakkaita poistuu? Milloin he poistuvat? Miksi he poistuvat? Vaikka poistuneita asiakkaita ei saataisikaan takaisin, voidaan tietoa analysoimalla oppia toimimaan jatkossa paremmin ja tehokkaammin asiakaspitoon liittyvissä asioissa.

Kuten aiemmin on todettu, asiakkaalle hyvä kokemus tarkoittaa tehokkuutta, helppoutta ja tunnetta (Korkiakoski 2019, 49). Palvelun laatuun liittyen on tärkeää tarjota oikeita asioita oikein. Asiakastyytyväisyyden jatkuva mittaaminen auttaa ymmärtämään asiakastarpeita ja -odotuksia. Saadun tiedon perusteella toiminnasta voidaan paikallisesti, alueellisesti ja valtakunnallisesti muotoilla nykyjäsentä tehokkaimmin ja helpoimmin palvelevaa ja siten myös hyviä tunteita synnyttävää. Kun palvelu tyydyttää nykyistä asiakasta, voidaan olettaa asioita tehtävän, sillä tavalla oikein, että myös uusasiakashankinta on helpompaa ja tehokkaampaa. Holma ym. (2021, 81) muistuttavat, että kun brändi onnistuu kohtaamisessa ja ylittää asiakkaan odotukset niin, että asiakas haluaa jakaa kokemuksensa muiden kanssa, se saa ansaittua huomiota, mikä uskottavalla tavalla vahvistaa brändimielikuvaa laajemminkin yleisön silmissä. Yrittäjäjärjestössä tulisi entistä enemmän miettiä, miten nykyiset asiakkaat saataisiin puhumaan brändin puolesta, viestimään vaikuttavasti ja uskottavasti. Asiakasuskollisuutta arvostamalla jäsen saattaa kokea parempaa yhteenkuuluvuutta ja löytää hyvän ja innostavan, tunteidensa ja kokemustensa kautta syntyneen syyn puhua brändin puolesta.

Shawn (2007, 86–87) mukaan vaikuttavimpia sekä sitoutumishalua ja suositteluhalukkuutta eniten vahvistavia tuntemuksia ovat tunteet molemminpuolisesta luottamuksesta, turvallisuudesta, huomioiduksi ja arvostetuksi tulemisesta sekä välittämisestä. Capgeminin (2017) mukaan rehellisyys, luottamus ja integriteetti ovat tärkeimmät tunteet, jotka vaikuttavat asiakasuskollisuuteen useimmissa väestöryhmissä. Integriteetillä tarkoitetaan johdonmukaista, moraalisiin arvoihin ja periaatteisiin tukeutumista. Yrittäjäjärjestölle on arvokasta nojata perusarvoihinsa eli rohkeuteen, luotettavuuteen ja uusiutumiseen.

Capgemini (2017) nostaa esiin asiakaskokemukselle tärkeän emotionaalisen sitouttamisen neljä R-kirjainta: respect, reciprocate, recognize, reward. Yrittäjäjärjestössä nämä voisi kiteyttää seuraavasti. Kunnioita jäseniä tekemällä se, mitä lupaat ja mitä järjestön arvopohjalta voidaan odottaa. Rakenna vuorovaikutusta ja luottamuksellista jäsensuhdetta. Tunnista jäsenten tarpeet ja toiveet, jotta voit luoda merkityksellisiä kokemuksia. Kiitä uskollisuudesta tarjoamalla ajankohtaisia ja hyödyllisiä palveluita ja etuja.

Kirjailija Maya Angeloun (1928–2014) kerrotaan sanoneen, että ihmiset unohtavat mitä sanoit tai teit, mutta eivät ikinä sitä, millaisia tunteita heissä herätit. Tämä pätee sekä positiivisiin että negatiivisiin tunteisiin. Oleellista on, että pystyykö yrittäjäjärjestö auttamaan hyvien asiakaskokemusten syntymisessä ja sitä kautta vahvistamaan jäsenten kokemaa yhteyttä järjestöön.

3.2 Kuinka jäsenten osallistumista voi tukea järjestössä?

Osallisuus on yksilöllinen tunne tai kokemus kuulumisesta yhteisöön ja yhteiskuntaan. Osallisuudessa keskeistä on luottamus, sitoutuminen ja kuulluksi tuleminen. Osallisuudessa on kyse kiinnittymisestä johonkin: yhteisöihin, ympäristöön ja yhteiskuntaan sekä yhteenkuuluvuuden tunteen syntymisestä, turvallisuudesta ja oikeudenmukaisuudesta. (Jämsén & Pyykkönen toim. 2014, 9)

Jäsenten aktiivinen osallistuminen ja osallisuuden tunne on Yrittäjien elinvoiman ja menestyksen kannalta keskeistä. Aktiivinen jäsen sitoutuu passiivista paremmin jäsenyyteensä ja pysyy pidempään mukana. Osallistumista voi tukea esimerkiksi tarjoamalla eri kiinnostuksen kohteisiin ja resursseihin sopivia osallistumisen mahdollisuuksia. Tällaisia voivat olla tapahtumat, työryhmät, verkko-seminaarit, vapaaehtoistehtävät ja mentorointiohjelmat, joissa kokeneemmat jäsenet tukevat uudempiä. Aktiivisesta rivijäsenestä voi kasvaa osallistuessaan sitoutunut, aktiivinen ja osaava luottamushenkilö, mikä on tärkeää. Kertooahan vastajulkaistu Tulevaisuuden näkymät järjestössä 2023 -selvityskin, että järjestökentän haasteita tulevina vuosina on kilpailu paitsi jäsenistä myös vapaaehtoisista ja ammattilaisista sekä heidän sitoutumisestaan (Osana yhteistä ratkaisua Oy, 2023).

Säännölliset tapahtumat tarjoavat jäsenille mahdollisuuden verkostoitua, oppia uutta ja jakaa omaa osaamista ja tietoa. Selkiyttämällä osallistumisprosessit ja -ohjeet voidaan varmistaa, että jäsenten on helppoa tulla mukaan toimintaan.

On tärkeää varmistaa, että toiminta on avointa ja yhteisöllistä. Kaikilla jäsenillä tulee olla yhtäläiset mahdollisuudet halutessaan osallistua ja vaikuttaa järjestön toimintaan. Jäseniä kannattaa rohkaista vuorovaikutukseen ja verkostoitumiseen. Yhteisöllisyys voi tehdä osallistumisesta mielekkäämpää sekä lisätä sitoutumista ja suositteluhalukkuutta.

Selkeä, suunnitelmallinen kommunikointi monikanavaisesti esimerkiksi tulevista tapahtumista, projekteista ja muista osallistumismahdollisuuksista on tärkeää. Verkkosivujen ja sieltä löytyvän tapahtumakalenterin tulee olla tiedon koti, josta tietoa voi jakaa sähköpostitse uutiskirjeillä, sosiaalisessa mediassa tai pikaviestimissä, kuten WhatsApp. Digitaalisten alustojen ja työkalujen haltuunotto tarjoaa jäsenille mahdollisuuden osallistua myös virtuaalisesti. Palautteen ja jäsenten ehdotusten kysyminen ja kuuleminen voivat auttaa ymmärtämään jäsenkentän todellisia odotuksia ja toiveita sekä vastaamaan niihin osuvammin. Jäsen ottaa mieluummin osaa itselleen merkitykselliseen toimintaan.

Kun jäsen kokee olevansa tyytyväinen järjestönsä toimintaan ja sen tarjoamiin palveluihin, hän tuntee yhteenkuuluvuutta ja lojaaliutta järjestöään kohtaan. Tämä yhteenkuuluvuuden tunne vahvistaa jäsenen motivaatiota osallistua aktiivisemmin järjestön tapahtumiin ja toimintaan. Aktiivinen osallistuminen voi tuottaa positiivisia kokemuksia, jotka ruokkivat lisääntyvää tyytyväisyyttä, luoden positiivisen kierteen.

4 YKSINYRITTÄJYYS

Jotta yrittäjäjärjestön toimintaa voidaan alueellisesti ja paikallisesti kehittää yksinyrittäjäjäseniä paremmin palvelemaan suuntaan, tulee ymmärtää yksinyrittäjyyden erityispiirteitä ja muuttuvaa työelämää. Itsensätyöllistäminen on yhä useamman kansalaisen vaihtoehto tehdä työtä ja ansaita elantonsa – joko omasta yrittäjähakuisuudesta, yrittäjyyteen ajautumisesta tai olosuhteiden pakosta. Yksinyrittäjyyteen liittyvää ymmärrystä hankittiin tässä työssä kirjatietoon perehtymällä ja pirkanmaalaisille yksinyrittäjäjäsenille tehdyllä kyselyllä (liite 1).

Työelämä muuttuu voimakkaasti ja yksinyrittäjyyttä kuvataan muuttuvan työelämän merkittävimmäksi trendiksi 2000-luvulla.

Suomen elinkeinorakenteessa yksityisten ja julkisten palveluiden osuus on kasvanut maa- ja metsätalouden sekä teollisuuden kustannuksella. Muutos näkyy yritystoiminnassa. Yksinyrittäjistä valtaosa toimii palvelutuotannossa. Yksinyrittäjien määrä on kasvanut koko 2000-luvun ajan (Melin 2020). Vuosituhaten alussa yksinyrittäjiä oli Tilastokeskuksen mukaan 123 000, vuonna 2018 jo 183 000 (Heino 2022).

Vuonna 2022 Suomessa oli Tilastokeskuksen (2023) työvoimatutkimuksen mukaan keskimäärin 328 000 yrittäjää: työnantajia 88 000 ja yksinyrittäjiä 240 000. Työnantajayrittäjien osuus kaikista yrittäjistä laski kaksi prosenttiyksikköä 27 prosenttiin ja yksinyrittäjien osuus vastaavasti nousi 73 prosenttiin edellisvuodesta (Tilastokeskus 2023). Melin (2020) pitää todennäköisenä, että yksinyrittäjien määrä kasvaa myös vastaisuudessa.

”OECD:n mukaan yksinyrittäjien osuus työllisyydestä on Suomessa Pohjoismaiden korkein. Vuonna 2020 yksinyrittäjien osuus työllisyydestä oli Suomessa 13,4 prosenttia, Ruotsissa 9,9 prosenttia, Tanskassa 8,5 prosenttia ja Norjassa 6,5 prosenttia.” (Suomen Yrittäjät, 2022).

Yksinyrittäjillä on tärkeä asema kansantaloudessa. Itsensätyöllistämisen ohessa he innovoivat ja tuovat tuotteita ja palveluita asiakkailleen. Yksinyrittäjät toimivat verkostoissa hyödyttäen yhteiskuntaa myös välillisesti: hankintoja ja ostoja tehdään muilta yrittäjiltä, toimitaan alihankkijana tai hyödynnetään yhteisiä toimitiloja.

4.1 Suomalaisesta yksinyrittäjyydestä

Yksinyrittäjyys mahdollistaa monille työskentelyn joustavasti, oman osaamisen, intohimojen ja tavoitteiden mukaan. Samalla yksinyrittäjät ovat itse vastuussa kaikesta liiketoimintaansa liittyvästä – markkinoinnista, taloudesta, asiakaspalvelusta ja usein myös tuotekehityksestä. Resurssit ovat rajalliset. Ajan, osaamisen tai rahoituksen puute voi rajoittaa liiketoiminnan kasvua ja kehitystä.

Itsensätyöllistämisessä – tai yksinyrittäjyydessä – on kyse oman työn myymisestä suoraan asiakkaalle, oli kyseessä sitten kuluttaja tai joku organisaatio (Melin 2020).

Itsensätyöllistävät jaetaan usein neljään alaryhmään. Yksinyrittäjät työskentelevät yksinään, mutta heillä voi olla osakekumppaneita. Ammatinharjoittajat myyvät omaa osaamistaan toiminimellä ilman palkattua työvoimaa tai kiinteää toimipistettä. Freelancer toimii yleensä useammalle toimeksiantajalle oman yrityksen tai toiminimen kautta, mutta joskus myös työsuhhteessa palkkiolla tai palkalla. Apurahansaajat työskentelevät apurahalla tehden taidetta tai tiedettä. Työvoimatutkimuksessa ammattiasema perustuu henkilön itsensä ilmoitukseen (Pärnänen 2014).

Yksinyrittäjien yleisimmät yritysmuodot	
Toiminimi	52 %
Osakeyhtiö	42 %
Yksinyrittäjien yleisimmät toimialat	
Palvelualat	73 %
Kauppa	11 %
Rakentaminen	11 %
Teollisuus	5 %
Muuta	
Yksinyrittäjistä	86 % toimii päätoimisina

KUVA 5. Yksinyrittäjyyden tunnuslukuja (Lappi 2022, 124)

Suomen Yrittäjien (2022) teettämän yksinyrittäjäkyselyn vastanneista korkeakoulututkinnon suorittaneita oli vuonna 2022 yli puolet kaikista (52 prosenttia) ja ammatillisen tutkinnon oli suorittanut runsas kolmannes (38 prosenttia).

”Opiskelijabarometriin 2022 vastanneista korkeakouluopiskelijoista 34 prosenttia ilmoitti olevansa halukas toimimaan yrittäjänä valmistumisensa jälkeen. Suurimpia syitä yrittäjyyshalukkuuteen ovat mahdollisuus päättää itsenäisesti työstä, mahdollisuus toteuttaa itseään ja työaikojen vapaus. Tärkeimpiä syitä sille, että opiskelija ei haluaisi työskennellä yrittäjänä, ovat yrittäjyyteen liittyvät taloudelliset riskit, yritysideoita puute ja yrittäjän työmäärä.” (Suomen Yrittäjät 2022).

4.2 Yksinyrittäjyyden uudet mallit

Moni yrittäjä aloittaa yksinyrittäjänä. Lapin (2022, 75) mukaan tutkimustiedon perusteella uusia työpaikkoja syntyy ennen kaikkea nuoriin yrityksiin, jotka ovat käytännössä aina pk-yrityksiä.

Saarelan (2008) mukaan yksinyrittäjyyden kasvu on seurausta koko työelämän rakenteellisesta muutoksesta, jossa perinteisen ansiotyön ja yrittämisen rajat ovat hämärtyneet. Työikäiset yhdistelevät samanaikaisesti yrittäjyyttä, palkkatyötä, opiskelua ja sosiaaliturvaa. Lappi (2022, 125) vahvistaa, että yksinyrittäjyys, osa-aikayrittäjyys sekä palkkatyön ja yrittäjyyden vuorottelu ovat yleistyneitä ilmiöitä.

Liiketoiminta verkottuu ja yritykset järjestelevät toimintaansa joustavammaksi esimerkiksi ulkoistamalla työtehtäviä ja hankkimalla tuotantopanoksia toisilta yrityksiltä. Samaan aikaan projektiluonteinen työ yleistyy luoden mahdollisuuksia sivu- tai päätoimiselle yrittäjyydelle. Lapin (2022, 75) mukaan uutta työmarkkinoilla on se, että yrittäjät saavat toimentulonsa osittain palkkatulona ja osittain yrittäjätulona, mikä haastaa sosiaaliturvaa.

Saarela (2018) korostaa, että erityisesti osaamiseen ja asiantuntijuuteen perustuva yksinyrittäjyys on yleistynyt. Hänen mukaansa yksinyrittäjyys ilmenee paitsi päätoimisena yrittäjyytenä niin myös muun muassa osa-aikaisena, sivutoimisena, osuuskunta-, freelancer- tai kevytyrittäjyytenä.

Klemetti (2021) tuo työelämäkeskusteluun termin puskurityö – harrastuksen tai sivutyön, josta voi tehdä uuden työn tai lisätuloa pysyvästi tai tarpeen mukaan. Puskurityö voi hänen mukaansa olla uran ja talouden turvatyyny, johon tarttua (työ)elämän yllättäessä tai, kun haluaa luoda joustavan ja motivoivan uran, joka vastaa henkilökohtaista riskinsietotasoa.

4.2.1 Kevytyrittäjyys

”Tyypillisesti useat yrittäjistä kokeilevat yritystoimintaa ensin erilaisten laskutuspalveluiden kautta (ns. kevytyrittäjinä), mikä lisää tarvetta siihen, että yrittäjät tunnistavat erot työntekijänä tai yrittäjänä työllistymisen välillä. Uudet työmahdollisuuksien muodot, kuten alustat ja epätyypilliset työsuhteet edellyttävät, että sääntely on selkeää ja ennakoitavaa.” (Lappi 2022, 75)

Veronmaksajain Keskusliiton (2023, 4) mukaan kevytyrittäjyys ei ole varsinaisesti yritysmuoto, vaan kevytyrittäjä on itsensätyöllistäjä, joka ulkoistaa toimintaan liittyvän byrokratian laskutuspalveluyritykselle. Kevytyrittäjänä myydään omaa osaamista keikkaluonteisesti tai sivutoimisesti. Monet kokeilevat oman liikeideansa toimivuutta, kuten Lappikin (2022, 75) edellä toteaa. Osa kevytyrittäjistä on kaupparekisterissä ja toimii y-tunnuksella, osa ilman. Kevytyrittäjyyden haasteiksi on koettu eläketurvaan, työhön tarvittaviin hankintoihin sekä arvonlisäverohuojennuksiin liittyvät asiat. Työ- ja sosiaalivakuutuslainsäädäntö ja verotus kohtelevat kevytyrittäjää vaihdellen yrittäjänä ja palkansaajana. Näyttäisi vahvasti siltä, että laskutus- ja kevytyrittäjyyspalvelut ovat Suomessa kasvava liiketoiminta ja, että tämä voi samalla lisätä itsensätyöllistäjien määrää (Koramo, Keinänen, Oosi ja Wennberg 2017, 26).

Ukko.fi:n (2020) Suureen Kevytyrittäjyyskyselyyn 2022 vastanneista lähes 60 prosenttia kertoi, että on haaveillut oman yrityksen perustamisesta, 80 prosenttia kokee kevytyrittäjyyden helpottavan yrittäjäksi siirtymistä, mutta yrityksen perustamista suunnittelee vain 24 prosenttia vastaajista. Kevytyrittäjyyden aloittamisen yleisimmät syyt olivat vastaajien mukaan lisätöiden haluaminen, itsensätyöllistäminen ja mahdollisuus yhdistää yrittäjän vapaus ja palkkatyön helppous. Ukko.fi:n (2020) mukaan kevytyrittäjyys on yksi hyvä keino harmaan talouden ehkäisemiseen, sillä laskutuspalvelun kautta tehdään monia sesonkiluonteisia keikkatöitä esimerkiksi joulupukkina.

4.2.2 Joukkoistettu työ alustoilla

”Jakamistalous, yhteisötalous, alustatalous, on demand talous ja keikkatalous ovat käsitteitä, joilla on pyritty kuvaamaan eri näkökulmista uudenlaista talouden ja liiketoiminnan logiikkaa, jossa palveluja tuotetaan ja hankitaan sekä työtä teetetään ja tehdään digitaalisten alustojen välityksellä.” (Alasoini 2019, 266)

Joukkoistettu työ (*engl. crowd employment*) on työllistämisen muoto, jossa organisaatiot tai yksilöt ratkovat digitaalisen alustan kautta saamiaan kertaluonteisia tehtäviä tai projekteja maksua vastaan joukolle muita organisaatioita tai yksilöitä (Eurofound 2015, 107).

Alustatalous mahdollistaa yrittäjyyden kasvua. Mattilan (2018) mukaan alustatalous tarkoittaa taloudellisen toiminnan muotoa, jossa ihmiset jakavat, lainaavat, vuokraavat, myyvät ja ostavat tavaroita ja palveluita internetin digitaalisten alustojen välityksellä. Hän mainitsee esimerkeiksi Airbnb:n, Foodoran, Tori.fi:n, Uberin, Whimin ja Woltin ja lisää, että alustat eivät varsinaisesti tuota palvelua itse, vaan toimivat linkkinä kahden tahon välillä. Monilla alustoilla työtä tehdään ilman työsuhdetta, mutta alustayhtiön valvonnan alaisuudessa ilman yrittäjyyteen liittyvää vapautta.

Mattila (2018) mainitsee, että alustojen kautta saatetaan tehdä työtä, joka on kokonaan Internetissä. Alustatyö voi olla klikkaustyötä tai vaativampaa asiantuntijatyötä, kuten kääntämistä tai graafista suunnittelua. Alustat ovat siten tuoneet valtavan määrän työtä yksinyrittäjienkin ulottuville.

4.3 Yksinyrittäjyyden erityispiirteet

Yrittäjyys vaatii oma-aloitteisuutta ja päättäväisyyttä, luovuutta ja riskinottokykyä sekä ahkeruutta ja kykyä sietää epävarmuutta.

Yksinyrittäjä on itsenäinen. Hän ei välttämättä muuta työllään koko maailmaa, mutta valitsee omaan elämäänsä vapauden tehdä työtään oman osaamisen ja ominaisuuksien turvin. Yrittäjän vapaus auttaa kestävämpään vaihtelevaan työn ja tulojen määrään. Pärnänen & Sutela (2014, 68) kirjoittavat, että itsensäyöllistäjät kokevat voivansa vaikuttaa ”paljon” työtehtäviensä sisältöön, työmääräänsä sekä projektien, tavarantoimitusten tai palvelujen aikatauluihin noin 5–6 kertaa niin yleisesti kuin palkansaajat. Melinin (2020) mukaan melkein neljännes yksinyrittäjistä työskentelee pääsääntöisesti kotonaan, melkein kolmannes tekee työtä asiakkaan luona ja noin 40 prosentilla on omat toimitilat. Valitessaan vapauden, yksinyrittäjä valitsee myös vastuun ja yrittämiseen liittyvän riskin.

Pärnäsen & Sutelan (2014, 61–62) vuonna 2013 tekemän tutkimuksen mukaan yrittäjien työaika on pidempi kuin palkansaajien ja joka neljäs yksinyrittäjä tekee yli 50 tunnin työviikkoa palkansaajien keskimääräisen työviikon ollessa 37 tuntia. Tyypillisin työviikon pituus on perinteinen viiden päivän viikko, mutta joka viides (20 prosenttia) itsensäyöllistäjä kuitenkin venyttää työviikkoaan kuuteen päivään (Pärnänen & Sutela 2014, 64).

Ukko.fi:n (2020) kevytyrittäjäkyselyssä tuli ilmi, että yrittäjät arvostavat omaa jaksamistaan ja hyvinvointiaan. Kyselyyn vastanneet haaveilivat lyhyemmästä työajasta ja useimmat pitivät ideaalina työviikon pituutena neljää päivää ja 5–7 tuntia päivässä.

Melin (2020) mainitsee, että yrittäjien lomat ovat yleensä lyhyempiä kuin palkansaajilla ja mahdollisuudet pitkiin yhtäjaksoisiin lomakausiin ovat selvästi rajatumpia kuin työmarkkinoilla keskimäärin.

Yksinyrittäjän sairastuessa sijaista on vaikea saada ja perhevapaiden pitäminen on hankalaa (Suomen Yrittäjät 2022).

”Yksinyrittäjistä suurin osa, kaksi kolmesta, kokee työssään haasteena sen, että työ sisältää usein tiukkoja aikatauluja. Tämä tarkoittaa käytännössä yleensä sitä, että yrittäjien työpäivät ovat pitkiä. Sovitut työt on saatava tehdyksi, jos mielihai saavansa uusia toimeksiantoja. Pitkistä työpäivistä taas seuraa se, että yrittäjät kokevat laiminlyövänsä perhettä töiden vuoksi selvästi useammin kuin palkansaajat.” (Melin 2020)

Millainen on yksinyrittävän tulotaso? Sutelan & Pärnäsen (2018) vuonna 2017 tekemän tutkimuksen mukaan itsensätyöllistäjistä noin neljännes kuuluu alimpaan tulodesiiliin ja vastaavasti ylimpään tulodesiiliin sijoittuu reilu kymmenesosa. Heidän mukaansa vain kahdeksan prosenttia palkansaajista on alimmassa tulodesiilissä. Kaikissa keskimmaisissa desiileissä on kussakin reilusti alle kymmenen prosenttia yrittäjistä. Työnantajayrittäjien tulodesiilijakauma on hyvin erilainen – reilu kolmannes sijoittuu kaikkein ylimpään tulodesiiliin.

Lappi (2022, 125) mainitsee, että yksinyrittäjistä 48 prosenttia ansaitsee kuukaudessa alle 2 000 euroa ja heistä 22 prosentin tulot jäävät alle 1 000 euron. Yrittäjäriskin kantaminen ei heillä näy tulotasossa.

Yksinyrittäjä vastaa itse työterveys- ja eläketurva-asioistaan. Melin (2020) kirjoittaa sosiaaliturvasta huolehtimisen olevan yksi yrittäjiä ja yrittäjäksi aikovia eniten askarruttavista asioista. Yrittäjät ovat melko ymmärtämättömiä sosiaaliturvaansa liittyvistä oikeuksista, velvoitteista ja mahdollisuuksista. Työterveyshuollon itselleen on järjestänyt hieman alle kolmannes yksinyrittäjistä ja yksityinen sairauskuluvakuutus on vähän yli puolella vastanneista (Suomen Yrittäjät 2022).

Meliniä (2020) mukaillen yksinyrittäjien intensiivisenä näyttäytyvä työ kuormittaa tekijäänsä, mutta samalla yrittäjät ovat hyvin sitoutuneita ja innostuneita tekemisestään kokien työn imua eli tarmokkuutta, omistautumista ja uppoutumista. Hänen mukaansa tähän vaikuttaa merkittäväällä tavalla työn itsenäisyys ja kokemukset työprosessin hallinnasta, kun omaa osaamistaan voi käyttää hyödykseen vailla mitään rajoitteita.

Lappi (2022, 112) toteaa, että suurin osa aloittavista yrityksistä toimii aluksi yksin ja arvelee yrittäjyyskoulutuksen todennäköisesti tästä syystä keskittyvän liiketoimintaosaamisen kasvattamiseen.

Yksinyrittäjän työpöydälle kuuluu monenlaisia tehtäviä myynnistä ja markkinoinnista taloushallintoon ja asiakaspalvelusta liiketoiminnan kehittämiseen. Moniosaaminen on yksinyrittäjiä yhdistävä vaatimus. Tyypillisesti apua kaivataan tietotekniikassa ja omaa sosiaaliturvaa koskevissa kysymyksissä Melin (2020).

Lappi (2022, 112) muistuttaa, että yrittäjään kohdistuvat vaatimukset kasvavat huomattavaksi siinä vaiheessa, kun yrittäjästä tulee työnantajayrittäjä. Hänen mukaansa varsinkaan lyhyet yrittäjäkoulutukset eivät anna riittäviä valmiuksia kaikkien työnantajan veloitteiden täyttämiseen, vaan muutos työnantajayrittäjäksi edellyttäisi joko koulutusten laajentamista tai erillistä jatkokoulutusta työllistämisen teemaan.

Lappi (2022, 125) on havainnut yksinyrittäjyyden olevan Suomessa hyvin pysyvä yrittämisen muoto. Yritystoiminta halutaan pitää saavutetun kokoisena ja saavutetulla markkina-alueella, ja kynnys ensimmäisen työntekijän palkkaamiseen on korkea. Keskeisimpinä syinä palkkaamattomuudelle Lappi (2022, 125) nostaa yrittäjän halun työllistää vain itsensä (38 prosenttia), riittämättömän työmäärän (34 prosenttia) sekä sen, ettei saa katettua palkkakustannuksia (34 prosenttia).

Lappi (2022, 125) kertoo, että yksinyrittäjille on tunnusomaista toimia verkostomaisesti, jolloin yksinyrittäjien tuottama lisäarvo ja työllistävyysvaikutus palvelu- ja tuotantoketjuissa on merkittävä. Lappi (2022, 125) jatkaa, että yksinyrittäjistä 67 prosentilla on kasvuhakuisuutta, vaikka kynnys työllistämiseen onkin korkea. Lapin (2022, 15) mukaan tärkeimmät keinot kasvattaa liiketoimintaa ovat verkostoituminen kumppanien kanssa (44 prosenttia), uusien tuotteiden ja palvelujen lanseeraaminen (39 prosenttia) ja työntekijän palkkaaminen (30 prosenttia). Yksinyrittäjien kasvun esteiksi Lappi (2022, 125) on löytänyt muun muassa sen, että yrittäjän oman työajan käytön lisääminen ei ole mahdollista (53 prosenttia), työllistäminen on liian kallista (33 prosenttia) sekä työllistämiseen liittyvät riskit (32 prosenttia).

Yksinyrittäjän on tärkeää verkostoitua eli rakentaa ja ylläpitää vahvoja suhteita muihin yrittäjiin, asiakkaisiin ja sidosryhmiin. Saarelankin (2018) mukaan yksinyrittäjät eivät välttämättä toimi yksin, vaan he voivat olla liiketoiminnallisesti osa suurempaa kokonaisuutta, verkostoa tai arvoketjua, ja hankkiessaan hyödykkeitä ja palveluita yksinyrittäjät luovat myös tuloja ympärilleen. Saarela (2018) sanoo yksinyrittäjyydessä olevan paljon kasvupotentiaalia ja kasvuhaluuden olevan voimakkainta nuorten yksinyrittäjien keskuudessa. Hänen mukaansa toimialoista voimakkainta kasvuhakuisuus on kaupan ja teollisuuden aloilla.

Osa yksinyrittäjistä on tyytyväinen asiakasmääräänsä, osa toivoo saavansa lisää asiakkaita. Melinin (2020) mukaan noin puolella yksinyrittäjistä asiakkaina toimivat kuluttajat ja toisella puolikkaalla muut yritykset tai julkisyhteisöt. Yksinyrittäjyyden perusluonteeseen kuuluu, että töitä ja tuloja on epäsäännöllisesti.

Nykymaailmassa yksinyrittäjän tärkeäksi työosaksi saattaa nousta henkilöbrändin luominen. Hyvä maine sekä vahva brändi oman alan asiantuntijana ja vaikuttajana voivat olla merkittäviä menestystekijöitä.

4.4 Tiet yksinyrittäjyyteen

Kokiessaan tyytymättömyyttä aiemmassa työssään tai halutessaan itsenäisempää työtä ja oman osaamisen parempaa hyödyntämistä, yhä useampi jättää palkkatyönsä ja lähtee yrittäjäksi.

”Yksilöt tarjoavat omaa osaamistaan yhä useammin yrittäjän ominaisuudessa joko omasta aloitteesta, tilaisuuden tullessa tai olosuhteiden pakosta. Toisaalta työurien pirstaleisuus synnyttää perinteistä poikkeavia työ- ja yrittäjäuria, jotka voivat myös yhdistyä toimeentulon varmistamiseksi tai parantamiseksi.” (Saarela 2018)

Yrittäjäksi päädytään
Yrittäjäksi hakeutumalla
Ajautumalla ja tilaisuuteen tarttumalla
Olosuhteiden pakottamana

KUVA 6. Polkuja yrittäjyyteen (Sutela & Pärnänen 2018, 34)

Sutelan & Pärnänen (2018, 38) saamien tulosten mukaan 19 prosentille yrittäjistä yrittäjyydessä on kyse ennen kaikkea olosuhteiden luomasta pakosta, ei yrittäjähakuisuudesta tai päämäärätietoisesta suunnitelmasta. Syinä pakkoon voivat olla palkkatyön puuttuminen, ulkoistaminen ja yrittäjyys alan käytäntönä. Sutelan & Pärnänen (2018, 38) mukaan 46 prosenttia oli päätenyt yrittäjyyteen aidon halun, oman toiveen ja valinnan kautta. Lopuille kyse oli esimerkiksi eteen tulleen tilaisuuden hyödyntämisestä. Houkutteleva liiketoimintamahdollisuus voi syntyä vaikkapa omistajanvaihdostilanteissa.

Kun yrittäjäksi joudutaan olosuhteiden pakosta, voidaan puhua myös pakko- tai näennäisyrittäjyydestä. Aiemmin mainittu alustatyö saattaa Melinin (2020) mukaan muistuttaa enemmän palkkatyötä kuin yrittäjyyttä: alusta kontrolloi työnsuorittajaa ja työntekemisen tapaa, mutta teettää työn yrittäjätöinä. Isotalonkin (2021) mukaan näennäisyrittäjyys voi muistuttaa palkkatyötä enemmän kuin yrittämistä.

Yksinyrittäjän erityistarpeet on tunnistettu. Työ- ja elinkeinoministeriön Yrittäjyysstrategia (Lappi 2022, 53) mainitsee erityisten tarpeiden yrittäjäryhmiksi nais-, maahanmuuttaja- ja yksinyrittäjät, nuoret, ikääntyneet sekä vammaiset tai osatyökykyiset yrittäjät, maaseutuyrittäjät ja yhteiskunnalliset yritykset. Lapin (2022, 72) mukaan tavoitteena on kehittää julkisia yrityspalveluita ja -kokonaisuutta sekä lisätä niiden asiakaslähtöisyyttä räätälöimällä paremmin yrittäjille suunnattuja palveluita näiden ryhmien tarpeisiin sekä lisätä muun muassa yksinyrittäjien yrittäjyys-, johtamis- ja liiketoimintaosaamista sekä tukea verkostoitumista ja kasvua. Erityisten yrittäjäryhmien tarpeiden ohella Lappi (2022, 72) mainitsee tavoitteiksi ottaa huomioon omistajanvaihdoksiin liittyvät tilanteet ja tarpeet sekä yksinyrittäjien ja pienempien työnantajien rekrytointiosaamisen lisäämisen.

Suomen Yrittäjien (2023) Yksinyrittäjäohjelma 2023–2027 toteaa, että yksinyrittäjien joukko on niin iso, että heidän yritystoimintansa edellytysten parantaminen vauhdittaa työllisyystavoitteen saavuttamista ja Suomen talouden kehitystä. Tuore ohjelma ottaa kantaa ja esittää toimenpide-ehdotuksia muun muassa yrittäjä- ja palkkatyön samanaikaiseen vakuuttamiseen, yksinyrittäjän sosiaaliturvaan, verotukseen, rahoitukseen, työterveyshuoltoon, omistajanvaihdoksiin ja työllistämiseen.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelmana oli yrittäjäjärjestön jäsenpitoon ja jäsenhankintaan liittyvät haasteet ja mahdollisuudet sekä niihin tarttuminen konkreettisin keinoin yrittäjäjärjestön jäsenkokemuksen parantamiseksi. Kuten aiemmin todettiin, järjestötyöllä on merkitystä sekä yhteiskunnallisesti että yksilön kannalta. Tavoitteena oli ymmärtää yksinyrittäjäjäsenien tarpeita ja odotuksia, niiden toteutumista nykytoiminnassa – ja lopulta toiminnan kehittäminen jäsenkokemusta ja jäsenpysyvyyttä parantaen.

Tutkimuskysymyksillä haettiin vastauksia Pirkanmaan Yrittäjien yksinyrittäjäjäsenen jäsenkokemuksen nykytilasta ja niistä keinoista, joilla Pirkanmaan Yrittäjät ja sen paikallisyhdistykset voivat kehittää toimintaansa ja viestintäänsä parantaakseen yksinyrittäjäjäsenien jäsenkokemusta, jäsenpysyvyyttä ja suositteluhaluutta. Tutkimuksella etsittiin tuoretta tietoa yrittäjäjärjestön jäsenkokemuksesta tilanteesta, jossa sekä järjestömaailma että työelämä ovat murroksessa. Tiedolla on käytännöllistä merkitystä, sillä tutkimus- ja kehittämistyön tuotoksena syntyi idealista (liite 3) jäsenkokemusta parantavista toimista aluejärjestön ja paikallisyhdistysten järjestötoimintaan ja -viestintään. Konkreettiset ideat ja materiaalit helpottavat toimi- ja luottamushenkilöiden yhdessä luomaa, jäsenpysyvyyttä lisäävää toimintaa sekä tasalaatuista jäsenkokemusta paikallisyhdistyksissä.

5.1 Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmävalinnat

”Tutkimusasetelma (*engl. research design*) tarkoittaa tutkimusongelman, käytettävien empiiristen aineistojen ja niiden analyysimenetelmien muodostamaa kokonaisuutta. Voidaan ajatella, että myös teoreettinen viitekehys ja sen myötä keskeiset käsitteet ovat osa tutkimusasetelmaa.” (Vuori julkaisuaika tuntematon).

Tämän työn menetelmävalinnoissa pohdittiin, millaista tietoa kehittämisen pohjaksi tarvitaan ja miten sitä tullaan hyödyntämään. Kehittämistehtäväksi määriteltiin jäsenkokemuksen kehittäminen Yrittäjien pirkanmaalaisen aluejärjestön ja sen paikallisyhdistysten toiminnan ja viestinnän avulla. Tutkimuksellinen kehittämistyö toteutettiin tapaustutkimuksena. Vuoren (julkaisuaika tuntematon) mukaan tapaustutkimuksessa pyritään saamaan mahdollisimman monipuolinen kuva tapauksesta tutustumalla siihen kokonaisvaltaisesti. Hän jatkaa, että analysoimalla jotakin hyvinkin tarkkaan ajallisesti ja tilallisesti rajattua tapausta voidaan saada hedelmällistä tietoa. Vuoren (julkaisuaika tuntematon) mukaan tapauksesta tekee tapauksen se, että se on jollakin lailla rajattu esimerkki tutkittavasta laajemmasta ilmiöstä.

Kohdetapaukseksi valittiin Pirkanmaan Yrittäjien maksimissaan kolme vuotta jäsenenä olleet yksinyrittäjät siksi, että yksinyrittäjät muodostavat valtaosan järjestön jäsenyyksistä niin valtakunnallisesti kuin Pirkanmaallakin. Kohderyhmärajauksella haettiin vastauksiin tuoretta, aidosti nykyhetkestä kumpuavaa kehitysotetta ja aitoa tahtoa olla mukana kehittämässä toimintaa. Monet jäsenkokemusta luovista yksityiskohdista ovat lisäksi yhteisiä sekä itsensä työllistäjille että työnantajajäsenille. Tällä työllä uskotaan kehitettävän molempien ryhmien jäsenkokemusta.

Tiedonkeruumenetelmäksi empiirisen tiedon keräämiseen valittiin Webropol-kysely (liite 1) helppoutensa, nopeutensa ja kustannustehokkuutensa vuoksi. Tutkimusote oli monimenetelmällinen yhdistellen sekä laadullista että määrällistä tutkimusta. Työhön sisällytettiin myös teoreettista tutkimusta: kirjatietoa järjestömaailman muutoksesta, yksinyrittäjyyden erityispiirteistä sekä asiakas- ja jäsenkokemuksesta.

5.2 Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessi

Kanasen (2012, 25) mukaan kehittämistutkimukseen liittyviä peruskysymyksiä on, että mitkä tekijät vaikuttavat kehitettävään ilmiöön (*interventio*) ja miten tekijät vaikuttavat ilmiössä (*kausaalisuhteet*). Vaikuttaviksi ilmiöiksi tässä työssä löydettiin järjestö- ja vapaaehtoistoiminnan kehitys, yksinyrittäjyys ja jäsenkokemuksen syntymekanismi.

Kananen (2012, 25) nostaa esiin kysymykset kehitystyön tai muutoksen onnistumisesta, vaikutuksista ja kokemuksista siihen liittyen. Tämä työ on osa laajempaa muutostyön kokonaisuutta jäsenkokemuksen parantamiseksi ja opinnäytetyö päättyi idealistan (liite 3) luomiseen. Kenttätöön kehittäminen alkaa vasta tästä, joten ideoiden konkreettista toteuttamista ja vaikutuksia ei päästy tässä raportissa toteamaan.

Ojasalon, Moilasen & Ritalahden (sivu 19, 2015) mukaan tutkimuksellinen kehittämistyö voi saada alkunsa erilaisista organisaation kehittämistarpeista ja siihen kuuluu yleensä käytännön ongelmien ratkaisua ja uusien ideoiden, käytäntöjen, tuotteiden tai palvelujen tuottamista ja toteuttamista. Tutkimuksellista kehittämistyötä eivät heidän mukaansa ohjaa ensi sijassa teoreettiset vaan käytännölliset tavoitteet, joihin halutaan tukea teoriasta, ja, että tulosten hyödyllisyys kytkeytyy vahvasti niistä kehitettyjen ideoiden implementointiin eli käytäntöön viemiseen. Kanasen (s. 42, 2012) mukaan kehittämistutkimus ei tuota pelkästään tekstejä vaan käytännössä toimivia ratkaisuja.

Kehittämistutkimus ei ole oma erillinen tutkimusmenetelmänsä vaan kyseessä on monimenetelmäinen tutkimusote tai tutkimusstrategia, jossa yhdistyvät kvalitatiiviset ja kvantitatiiviset tutkimusmenetelmät (Kananen s. 19, 2012). Näin tässäkin työssä. Englanninkielisessä tutkimussanastossa monimenetelmäisyydestä käytetään termejä *blended methodology* ja *mixed methodology*.

Menetelmien moninaisuus takasi sen, että eri menetelmillä saatiin erilaista tietoa ja näkökulmia. Teoreettinen viitekehys tarjosi yleistä ymmärrystä tutkimusteemasta – järjestön jäsenkokemuksesta – ja paikalliselle yksinyrittäjäjäsenistölle osoitettu kysely (liite 1) toi pirkanmaalaisen toiminnan kehittämistyöhön yksityiskohtaisempaa ymmärrystä juuri Pirkanmaan Yrittäjien yksinyrittäjäjäsenten tarpeista ja kokemuksista.

Ojasaloa ym. (2015, 22–26) mukailten kehittämistyön suunnitteluvaiheeseen kuuluvat seuraavat: 1) kehittämiskohteen tunnistaminen ja alustavien tavoitteiden määrittäminen, 2) kehittämiskohteen perehtyminen teoriassa ja käytännössä, 3) kehittämistehtävän määrittäminen ja kehittämiskohteen rajaaminen ja 4) tietoperustan laatiminen sekä lähestymistavan ja menetelmien valitseminen. Suunnittelua seuraa kehityshankkeen toteutusvaihe, johon kuuluu myös tulosten julkistaminen. Kehittämistyön arviointivaiheessa tarkastellaan sekä prosessia että tuloksia. Arviointivaihetta seuraa enemmän tai myöhemmin uuden kehittämistyön suunnittelu.

Tämän työn tavoitteena oli muutos eli Yrittäjien prosessien ja toimintakulttuurin uudistaminen eli työ oli sekä ongelma- että uudistamisperusteista. Yrittäjäjärjestö monen muun järjestön lailla tekee töitä jäsenpidon eteen. Haasteena ja mahdollisuutena pidetään etenkin nuorten yrittäjien saamista jäseniksi. Arkisessa järjestötyössä saadun kokemuksen mukaan nuoret yrittäjät sitoutuvat järjestöjen sijaan kevyempiin verkostoihin.

Paremmen jäsenkokemuksen kehittämiseksi oli syytä tuntee toimintaympäristö. Onnistunut kehittäminen ottaa huomioon esiolettamukset ja lähtökohdat, jotka nousevat esiin aiemmista tutkimuksista ja käytännön maailmasta (Ojasalo ym. 2015, 28). Tutkimuskirjallisuus auttaa ymmärtämään kehittämisen kohteena olevaa aihepiiriä ja näin rajaamaan ja määrittämään kehittämisen tavoitteita (Ojasalo ym. 2015, 30). Kehittämistavoitteen, tehtävärajoituksen ja konkreettisten kehitysideoiden lähtökohdiksi löydettiin paljon tietoa kaikista kolmesta tähän työhön nostetusta teemasta.

5.3 Tutkimusaineiston kerääminen ja analysointi

Kehittämistyön tietopohjana käytettiin kirjallisuuden lisäksi kyselytutkimuksella saatavaa tietoa. Webropolilla toteutettu kysely (liite 1) sisälsi sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia kysymyksiä, joilla pyrittiin saamaan syvempi ymmärrys pirkanmaalaisten yksinyrittäjäjäsenten odotuksista ja niiden toteutumisesta. Oli perusteltua selvittää sekä määrällisiä että laadullisia asioita. Kehittämistyössä haluttiin ymmärtää, mikä on säilyttämisen tai kehittämisen arvoista sekä toisaalta, mikä toiminta ei ole jäsenelle merkityksellistä, eikä siten jäsenyytyväisyyteen ja -pysyvyyteen merkittävästi vaikuttavaa. Toimintaa haluttiin kehittää jäsen, ei järjestö keskiössä.

Kyselyn (liite 1) kvantitatiiviset, strukturoidut kysymykset ja vastausvaihtoehdot johdettiin jäsenkokemuksen syntymiseen perinteisesti liitetyistä asioista. Määrällisten kysymysten perusteella pyrittiin tekemään yleistyksiä esimerkiksi erilaisten järjestön palveluiden merkityksellisyydestä tai käytetyimmistä viestintäkanavista. Kanasta (2012, 28) mukaillen strukturoiduilla kysymyksillä saadaan kunkin kysymyksen vaihtoehtojen määrät lukuina. Faktatiedon avulla voitiin tehdä objektiivisuuteen perustuvia päätöksiä vaikkapa siitä, mitä jäsenpalveluita nostetaan esiin viestinnässä.

Laadullisilla kysymyksillä ja avoimilla vastauksilla selvitettiin yksityiskohtaisempia näkökulmia ja kehittämisen kannalta merkityksellisiä asioita. Kyselyn (liite 1) kvalitatiiviset, avoimet kysymykset antoivat vastaajalle myös mahdollisuuden tarkentaa vaihtoehtovastauksiaan. Jäsenten avoimet vastaukset antoivat mahdollisuuden löytää toiminnan sokeita pisteitä.

Kanasen (2012, 29) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on ilmiön kuvaaminen, ymmärtäminen ja mielekkään tulkinnan antaminen. Sen peruskysymys kuuluu ”Mistä ilmiössä on kyse?” (Kananen, 2012, 30). Koskisen, Alasuutarin & Peltosen (2005, 24) mukaan laadullista tutkimusta voidaan käyttää määrällisten tutkimustulosten syventämiseen ja ymmärtämiseen.

Kysely (liite 1) osoitettiin Pirkanmaan Yrittäjiin syyskuussa 2020 tai sen jälkeen liittyneisiin eli enintään kolme vuotta jäsenenä olleisiin ja edelleen oleviin yksinyrittäjiin. Kohdetapauksen koko oli 1019 yrittäjää. Rajaus tehtiin käytettävissä olevien ajallisten resurssien vuoksi, ja oletuksena oli, että keskittymällä järjestön tuoreisiin jäseniin, otokseen saadaan nuorempia yrittäjiä ja yrittäjyyspolun alussa olevia. Rajatun otoksen puutteet tiedostettiin: tutkimuksella ei saatu ymmärrystä pidempään jäsenenä olleiden tai työnantajayritysten jäsenkokemuksesta.

Toikko & Rantanen (2009, 119) toteavat, että kehittämistoiminnassa ei voida keskittyä yhtä syvästi tiedon keräämiseen kuin tutkimuksessa, mutta tietoa pyritään kuitenkin keräämään kehittämistoiminnan oman logiikan kannalta perustellusti.

Kysely (liite 1) toteutettiin kohdeorganisaation työntekijä- ja työkaluresurssien järjestön jäsenrekisteritietoa hyödyntäen. Henkilötietojen käsittelyssä päätettiin Suomen Yrittäjien tietosuojasiantuntijan ohjeistamana nojaamaan yrittäjäjärjestön oikeutettuun etuun.

”Jäsen-, luottamushenkilö- tai asiakassuhteeseen liittyvä oikeutettu etu: Käsittelemme jäsenten edustajien ja henkilöjäsenten tietoja jäsenten rekisteröintiin, sähköiseen ja muuhun jäsenviestintään, jäsenyyteen kuuluvien palvelujen ja etujen tarjoamiseen, järjestön tarkoitusta edistävien kyselyiden ja tutkimusten toteuttamiseen, jäsenyritysten ja -yrittäjien merkkipäivien huomiointiin, analysointiin ja tilastointiin sekä asiakaspalvelun ja toiminnan toteuttamiseen ja kehittämiseen.” (Suomen Yrittäjät 2021)

”Henkilötietojen käsittely voi olla rekisterinpitäjän oikeutetun edun mukaista esimerkiksi silloin, kun tämän ja rekisteröidyn välillä on jokin merkityksellinen suhde. Se tarkoittaa, että rekisteröity on esimerkiksi rekisterinpitäjän asiakas tai alainen. Esimerkkejä tilanteista, joissa rekisterinpitäjän etu voi olla oikeutettu ja voi mahdollistaa henkilötietojen käsittelyn: suoramarkkinointi, tieteellinen ja historiallinen tutkimus sekä tilastointi ja henkilötietojen siirtäminen hallinnollisista syistä konsernin sisällä.” (Tietosuojavaltuutetun toimisto julkaisuaika tuntematon)

Kyselylomakkeen toimivuuteen kiinnitettiin huomiota. Webropol-kysely (liite 1) testattiin ja oikoluettiin kolmen henkilön toimesta ennen käyttöönottoa. Pidettiin tärkeänä, että vastaaja ymmärtää kysymykset oikealla tavalla ja, että kysely on innostava sekä loogisesti etenevä.

Kyselyn (liite 1) aluksi vastaajalle tarjottiin mahdollisuus tutustua Yrittäjien tietosuojaselosteeseen, ilmaista tahtonsa osallistua kyselyyn ja hyväksyä, että vastaamalla hän antaa luvan vastaustensa keräämiseen ja käsittelyyn. Kyselyssä (liite 1) vastaamiseen kannustava arvonta erotettiin omaksi kyselykseen (liite 2), eikä kyselyyn vastanneita voitu yhdistää arvontaan osallistuviin.

Kyselylomake (liite 1) toimitettiin valitulle ryhmälle sähköpostiin linkkinä saatteen kera 5.10.2023. Vastausaikaa annettiin 15.10.2023 saakka eli yhteensä 10 vuorokautta. 11.10.2023 mennessä vastauksia oli kertynyt 78 kappaletta. 12.10.2023 lähetetyn muistutusviestin avulla vastausmäärä saatiin nousemaan 120:een. Kyselyn (liite 1) vastausprosentti oli 11,8 prosenttia. Kananen (2012, s. 134) kertoo, että kokemuksen mukaan nettikyselyjen saantiprosentti jää 10 prosenttiin.

5.4 Tutkimuksen eettisyys, validiteetti ja reliabiliteetti

”Hyvä tieteellinen käytäntö tarkoittaa rehellisyyttä, huolellisuutta ja tarkkuutta tutkimuksen kaikissa vaiheissa. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija reflektoi tekemiään eettisiä valintoja tutkimusta raportoidessaan. Hän kertoo avoimesti ratkaisuisistaan, perustelee ne ja arvioi, mikä merkitys niillä on lopputulokselle. Myös vaikeista ratkaisuisista ja virheistä pitää kertoa. Tutkijan kriittisyys omaa työtään kohtaan ei vähennä tutkimuksen arvoa vaan kohentaa sitä. Usein ratkaisut eivät ole mustavalkoisia, vaan tutkija joutuu punnitsemaan ratkaisujensa hyviä ja huonoja seurauksia saatavalle tiedolle.” Vuori (julkaisuaika tuntematon)

Koko prosessin ajan huolehditaan järjestelmällisyydestä, analyttisyydestä, kriittisyydestä, aktiivisesta vuorovaikutuksesta, kirjoittamisesta eri tahoille ja eettisyydestä (Ojasalo ym. 2015, 24). Huolellisesti tehdyssä tutkimuksellisessa kehittämistyössä tehdyt valinnat perustellaan ja dokumentointi on järjestelmällistä. Asioita analysoidaan, tunnustetaan ja eritellään erilaisin menetelmin ja samalla luodaan erilaisia näkökulmia. Hankittua tietoa, näkökulmia, omia valintoja, prosessia ja tuloksia arvioidaan kriittisesti. Kananen (2012, 164–165) korostaa, että jotta opinnäytetyötä voitaisiin pitää laadukkaana eli luotettavana, on perusedellytys riittävän tarkka dokumentaatio, mikä tarkoittaa hänen mukaansa sitä, että kaikki valinnat on kirjattu ylös ja valinnoille on esitetty perustelut.

Tässä työssä sekä teoreettinen että kyselymenetelmällä saatu tieto on perusteellisesti raportoitu. Tutkimuskirjallisuus on laitettu keskustelemaan keskenään ja teoreettiseen keskusteluun on tuotu myös kehittäjän omaa näkökulmaa.

Ojasalo ym. (2015, 48) muistuttavat, että kehittämistyön tavoitteiden tulee olla korkean moraalien mukaisia, työ tulee tehdä rehellisesti, huolellisesti ja tarkasti, ja seurausten on oltava käytäntöä hyödyttäviä. Kehittämistyössä on heidän mukaansa aina kyse inhimillisestä toiminnasta, jolloin hankkeissa toimivien vajavaisuudet ja rajoitukset ovat myös hankkeen vajavaisuuksia ja rajoituksia.

Ojasalon ym. (2015, 48) mukaan ihmisten on tiedettävä, mitä tutkija/kehittäjä on tekemässä, mikä on toiminnan kohde ja tavoitteet sekä oma roolinsa toiminnan kehittämistä edistävässä hankkeessa. Ojasalo ym. (2015, 48) jatkavat, että rehellisiä vastauksia saadaan, kun vastaajia ei yksilöidä ja heidän nimettömyytensä taataan.

Tutkimuskyselysaatteessa (liite 1) kerrottiin avoimesti, mitä tutkimuksella tavoitellaan ja haastettiin jäsenyrittäjiä mukaan kehittämään toimintaa antamalla omat ajatuksensa kehittämistyön pohjaksi.

”Laadullisen aineiston anonymisointi helpottaa aineisto-otteiden julkaisua, aineiston käyttöä muihin tutkimuksiin ja aineiston arkistointia. Aineiston anonymisointi kannattaa huomioida jo aineistonkeruuvaiheessa, sillä huolellisella suunnittelulla anonymisointiin kuluvia resursseja voi säästää huomattavasti. Yksi olennaisista asioista on minimointi, jolla tarkoitetaan keruun suunnittelua niin, että aineisto jo alun alkaen sisältää mahdollisimman vähän henkilötietoja.” (Kuula-Luumi julkaisuaika tuntematon)

Kysely (liite 1) toteutettiin Webropolilla, eikä henkilötietojen kysymiselle nähty tarvetta. Postinumeroa ja paikallisyhdistystä kysyttiin, jotta voitiin varautua saamaan selvyyttä maakunnan sisällä eri alueilla eri lailla koettuun jäsenkokemukseen. Alusta lähtien oli kuitenkin selvää, että minkäänlaista palautetta ei tulla yksittäisen paikallisyhdistyksen tasolla julkaisemaan. Joitakin tiettyyn yksittäiseen asiaan liittyviä kommentteja ei nostettu tähän raporttiin, sillä niillä ei katsottu olevan vaikutusta kokonaisvaltaiseen jäsenkokemuksen kehittämiseen, vaan kertovan enemmänkin yksittäisen jäsenen henkilökohtaisista intohimoista jäsenkokemuskokonaisuuden kannalta merkityksettömään asiaan.

Kehittämistutkimuksen tulosten arviointi perustuu Kanasen (2012, 165) mukaan hyvään dokumentaatioon, mikä kohdistuu kehittämisprosessin vaiheiden, lähtökohtatilanteen ja lopputuleman sekä menetelmien yksityiskohtaiseen kuvaamiseen.

Luotettavuuden arviointi on kriittinen elementti minkä tahansa tutkimuksen suunnittelussa ja toteutuksessa. Tutkimusterminologiassa eettisyys viittaa moraalisiin periaatteisiin ja normeihin, jotka ohjaavat tutkimusta, mukaan lukien osallistujien oikeudenmukainen ja kunnioittava kohtelu sekä heidän tietojensa luottamuksellisuuden ja yksityisyyden säilyttäminen. Tutkimusetiikan noudattaminen vahvistaa tutkimuksen luotettavuutta ja luo luottamusta tuloksiin.

Kanasen (2012, 24) mukaan tutkimuksen luotettavuus ja sen toteennäyttäminen ovat aina tutkimuksen kulmakiviä. Hän kuitenkin jatkaa, että kehittämistutkimuksen luotettavuusarviointi ja kriteeristö on vielä alkuvaiheessa ja siksi luotettavuutta on tarkasteltava käytettävien menetelmien eli laadullisen ja määrällisen tutkimuksen luotettavuuskriteerien (validiteetti ja reliabiliteetti) avulla.

Validiteetti eli pätevyys arvioi, missä määrin tutkimusmenetelmät, -välineet ja -analyysit mittaavat sitä, mitä niiden oletetaan mittaavan. Sisäinen validiteetti viittaa siihen, kuinka hyvin tutkimuksen suunnittelu ja toteutus mahdollistavat syy-seuraussuhteiden määrittämisen tutkimusmuuttujien välillä, kun taas ulkoinen validiteetti kuvaa tutkimustulosten yleistettävyyttä muihin konteksteihin. Kananen (2012, 164) määrittelee validiteetin oikeiden asioiden tutkimiseksi ja tutkimuksen pätevydeksi.

Reliabiliteetti eli luotettavuus liittyy tutkimuksen toistettavuuteen ja tulosten johdonmukaisuuteen. Tämä tarkoittaa sitä, että jos tutkimus toteutettaisiin uudelleen samoja menetelmiä käyttäen olisi todennäköistä saada suurin piirtein samankaltaisia tuloksia toistuvasti eri otannoilla ja eri ajankohdina. Reliabiliteetin varmistaminen auttaa osoittamaan, että tutkimuksen tulokset eivät ole satunnaisia. Kananen (2012, 164) määrittelee reliabiliteetin tutkimustulosten pysyvyydeksi.

Ilman eettisyyttä, validiteettia ja reliabiliteettia, tutkimuksen tulokset voivat olla kyseenalaisia, mikä heikentää niiden käyttökelpoisuutta tutkimustietona ja hyödyllisyyttä tiedosta johdetussa käytännön työssä. Kanasen (2012, 165) mukaan tulosten ja johtopäätösten aukoton todistusketju on yksi luotettavuusarviointiin edellytys.

Tämän tutkimuksellisen kehittämistyön eettisyyttä ja luotettavuutta arvioidaan Yhteenveto ja johtopäätökset -kappaleessa sivulla 59.

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kysely (liite 1) osoitettiin 1019:lle maksimissaan kolme vuotta jäsenenä olleelle ja edelleen olevalle yksinyrittäjäjäsenelle. Lähetyspäivänä 5.10.2023 Pirkanmaan Yrittäjillä oli 4300 yksinyrittäjäjäsentä eli kohdetapaukseksi jäsenyyden tuoreuden ja viestintälupien perusteella valittiin 23,7 prosenttia koko ryhmästä.

Kysely (liite 1) lähetettiin sähköpostiin linkkinä saatteen kera ja vastausaika annettiin 10 vuorokautta, 15.10.2023 asti. Viikossa vastauksia oli kertynyt 78. Muistutusviestin avulla vastausmäärä saatiin nousemaan 120:een. Kyselyn (liite 1) vastausprosentti oli 11,8 prosenttia. Muistuttaminen kasvatti vastausprosenttia yli neljä prosenttiyksikköä.

Kyselyssä (liite 1) oli useita pakollisesti vastattavia kysymyksiä sekä monia mahdollisuuksia jättää avoimia vastauksia. Tuloksia käsiteltäessä, vapaaehtoisesti vastattavissa kysymyksissä mainitaan vastanneiden määrä.

6.1 Taustakysymykset

Iän mukaista tarkastelua tehtiin olennaisissa kohdissa. Yrittäjäjärjestö määrittelee nuoriksi jäsenikseen alle 36-vuotiaat yrittäjät. Alle 36-vuotiaita valtakunnallisesta jäsenkunnasta on liki 10 000 (Suomen Yrittäjät julkaisuaika tuntematon) ja nuoret yrittäjät ovat tärkeä kohderyhmä jäsenhankinnassa. Saaduissa vastauksissa vuonna 1987 tai sen jälkeen syntyneitä oli 18 ja muita 102 henkilöä. Alle 36-vuotiaiden osuus vastaajista oli 15 prosenttia ja 36 vuotta täyttäneiden 85 prosenttia. Vanhin vastaaja oli syntynyt 1949 ja nuorin 1999. Vastaajat olivat syntyneet keskimäärin vuonna 1973 (50-vuotias) ja vastaajien mediaani eli suuruusjärjestykseen lajiteltujen vastaajien syntymävuosien keskimäinen arvo oli 1974 (49-vuotias).

Toimialaan liittyvään kysymykseen vastaaminen oli vapaaehtoista, ja siihen vastasi 116 vastaajaa 120:stä. Toimialoista konsultointi (12), kauneuden- ja terveydenhoito (11) sekä koulutus ja valmentaminen (8) olivat vastanneiden useimmin, yhteensä 31 kertaa mainitsema toimiala. Seuraavaksi useimmin vastaajat toimivat rakentamisen (7), siivouksen (5), kaupan (5) sekä teknologian ja ICT-alalla (5). Yksittäisiä mainintoja saivat muun muassa kuljetustoiminta, kääntäminen ja tulkkaus, graafinen suunnittelu ja käsityöläisyys. Alle 36-vuotiaissa vastaajissa korostuivat kauneudenhoitoalalla yrittävät ja vanhemmissa konsultointi. Toimialahajonta oli laajaa eli vastaukset edustavat monipuolisesti erilaisten tuotteiden ja palveluiden parissa yritystoimintaa harjoittavia yksinyrittäjiä.

Kysymällä yrityksen postinumero varattiin mahdollisuus erotella esimerkiksi Tampereen postinumerot muun maakunnan postinumeroista. Koska tähän kysymykseen liittyen saatiin kommentti: *”En voinut vastata henkilötietoihin täysin rehellisesti. Esim. postinumeron kysyminen oli sama kuin olisi kysynyt nimeä suoraan. Maaseudulla yrittäjäjäsenen on helposti ainoa koko postinumeroalueella.”*, päätettiin tuloksissa jättää syvempi postinumeroerittely tekemättä. Tampereen postinumeroista 33100–34270 saatiin yhteensä 50 vastausta, mutta kuten edellä mainittu vastaajan kommentti osoittaa, annettuun tietoon tulee suhtautua varauksella.

Eniten vastauksia annettiin Nokian ja Tammerkosken paikallisyhdistyksestä. Kangasalan, Lempäälän, Nokian, Pirkkalan, Pälkäneen, Tammelanpuiston, Tammerkosken ja Ylöjärven Yrittäjien jäsenkunnasta vastauksia tuli yhteensä 65 kappaletta eli 54,2 prosenttia kaikista vastauksista. Kyseisten yhdistysten jäsenistä 455 yksinyrittäjää kuului jäsenrekisteritiedon (Pirkanmaan Yrittäjät 2023) mukaan kohdetapaukseen ja saivat kyselyn (liite 1). Vastausprosentti näissä yhdistyksissä nousi siis 14,3 prosenttiin.

Loput vastaukset tulivat Hervannan, Hämeenkyrön, Ikaalisten, Juupajoen, Kaukajärven, Kurun, Liehlahden, Luopioisten, Mäntän ja Vilppulan, Nekalan-Koivistonkylän, Oriveden, Parkanon, Pispalan-Pyykin, Punkalaitumen, Ruoveden, Sammon, Tesoman, Toijalan, Valkeakosken, Vammalan, Vesilahden, Viialan ja Virtain Yrittäjistä sekä Tampereen Käsityö- ja Teollisuusyhdistyksestä.

Alle 36-vuotiaiden vastauksia saatiin eniten Kangasalan, Tammerkosken ja Valkeakosken Yrittäjistä sekä Tampereen Käsityö- ja Teollisuusyhdistyksestä.

Vastauksia ei saatu lainkaan Härmälän-Sarankulman, Kihniön, Kiikoisten, Kuhmalahden, Kuhmoisten, Kylmäkosken, Mouhijärven, Suodenniemen, Urjalan, Viljakkalan ja Äetsän Yrittäjistä eikä Valkeakosken Käsi- ja Pienteollisuusyhdistyksestä, jotka yhdessä edustavat kohdetapauksen 52 yksinyrittäjää eli 5,1 prosenttia tutkimuskyselyn (liite 1) vastaanottajista (Pirkanmaan Yrittäjät 2023).

Kaksi vanhempaa ja yksi alle 36-vuotias vastaaja kertoivat, etteivät tiedä mihin paikallisyhdistykseen kuuluvat.

Yksi vastaaja mainitsi toimivansa luottamustehtävässä eli 119 vastasi niin sanottuna rivijäsenenä. Yksittäisen luottamushenkilön vastauksia ei eritelty näissä tuloksissa, vaikka ne eivät hänenkään henkilöllisyyttä paljastaisi.

6.2 Jäsenyyteen liittyvät odotukset

Liittymisen syitä ja odotuksia liittymishetkellä kysyttiin kahdella pakollisella kysymyksellä:

- avoimena kysymyksenä "Mitkä olivat tärkeimmät syyt liittyä Yrittäjiin?"
- vaihtoehtokysymyksenä "Ovatko alkuperäiset odotuksesi jäsenyydestä täyttyneet?"

Lisäksi tarjottiin mahdollisuus kertoa omin sanoin edellä mainituista asioista. Lähes kaikki vastaajat mainitsivat useamman kuin yhden syyn liittymiseensä.

Yrittäjäjärjestöön liittymisen tärkeimmäksi syyksi nousi tässä kyselyssä (liite 1) verkostoituminen ja yhteisöllisyys 65 maininnalla. Se oli tärkeintä molemmissa ikäryhmissä ja vertaistuki sanana mainittiin tasaisesti sekä alle että yli 36-vuotiailla. Esiin nousseita sanoja tai lauseita verkostoitumisen ja yhteisöllisyyden teemaan liittyen olivat muun muassa: *"Halusin kuulua järjestöön, joka ajaa yrittäjien asiaa."*, *"Olla "omien" joukossa."*, *"Kaikki muutkin yrittäjät kuuluu."*, *"Kuuluminen yhteisöön."*, *"Kontaktit paikallistasolla."*, *"Verkottuminen, innovatiivisuuden ja yritysyhteistyön edistäminen."*, *"Paikallisten yrittäjien/yritysten tunteminen."* ja *"Sosiaalinen toiminta, tapahtumat, verkostoituminen."* Yksittäisinä sanoina mainittiin esimerkiksi tuki, sparrauskumppanit, b2b-asiakkaat ja yksinäisyys.

Lakiapu ja -neuvonta sekä muu Yrittäjien tuki ja neuvonta kanssa keräsivät yhteensä 22 mainintaa. Niiden merkitystä liittymiseen kuvattiin muun muassa seuraavasti: *”Jos tulisi tarvetta saada apua/neuvoja yritystoimintaani, niin olisi ehkä mahdollista saada sitä tätä kautta.”*, *”Tiedonsaanti ja mahdollisesti tukea ja apua, jos uutena yrittäjänä tarvitsee selvittää jotain.”*, *”Neuvonta pulmatilanteissa.”*, *”Mahdolliset apupalvelut on hyvät, mikäli niitä tarvitsee.”*, *”Neuvontapalvelut, etenkin yritystoiminnan alkuvaiheessa.”* ja *”Liityin Yrittäjiin heti, kun perustin yrityksen saadakseni neuvontaa tarvittaessa.”*

Koulutukset ja muut tapahtumat saivat 18 mainintaa ja niiden osalta odotukset liittyivät hyödyllisyyteen, ajankohtaisuuteen, oman ammattitaidon kehittämiseen ja tutustumiskierroksiin jäsenyrityksissä. *”Mahdollisuus osallistua yrittäjille suunnattuihin koulutuksiin.”*-kommentti kiteyttää teemaan liittyvät vastaukset. Yksi vastaaja nosti esiin *”tietoiskut”* ja toinen kertoi liittymissyökseen *”Yrittäjägolfin”*.

Jäsenedut ja -palvelut saivat 16 mainintaa. Rahalliset edut mainittiin tässä yhteydessä vain yhden kerran *”Fennia-vakuutuksiin liittyvät alennukset”*. Fennia tekee jäsenetu- ja jäsenhankintayhteistyötä Yrittäjien kanssa.

Edunvalvonnan ja vaikuttamisen teemaa kommentoitiin esimerkiksi näin: *”Näen tärkeänä yrittäjien etua ajavan järjestön toiminnan, joten haluan osaltani olla siinä mukana.”*, *”Yrittäjien asioiden edustaminen.”*, *”Vaikuttaa reilulla tavalla yhteiskunnan työelämään.”*, *”Vaikuttaminen paikallisesti.”*, *”Olla mukana vaikuttamassa yhteiskuntaan yrittäjämönteisemmäksi.”*, *”Edunvalvonta ja tiedon saanti yrittämiseen liittyvistä asioista.”*, *”Näen tärkeänä yrittäjien etua ajavan järjestön toiminnan, joten haluan osaltani olla siinä mukana.”*, *”Haluan vaikuttaa ja hyödyntää yrittäjien vaikutusmahdollisuuksia meitä kaikki koskevissa asioissa.”* ja *”Nykyään olen myös kiinnostunut yksinyrittäjien asioiden ajamisesta.”*

Yksittäisissä vastauksissa nostettiin esiin omaan alaan tai itselle tärkeään, paikalliseen asiaan liittyviä teemoja. Jokunen kertoi liittyneensä mukaan ilman erityisiä odotuksia tai mainitsi syyksi *”Oli hyvä myyjä.”* tai *”Kannatus.”*

Pakollisesti vastattavissa kysymyksissä kysyttiin vastaajan alkuperäisten odotusten täyttymisestä jäsenyyteen liittyen. 36,7 prosenttia (44 vastaajaa) kaikista vastaajista kertoi odotustensa jäsenyydestä täytyneen, alle 36-vuotiaista 22 prosenttia ja 36 vuotta täyttäneistä 39 prosenttia. Tasan puolet (50 prosenttia, 60 vastaajaa) kertoi alkuperäisten odotustensa jäsenyydestä täytyneen osittain ja 13,3 prosenttia (16 vastaajaa) oli sitä mieltä, että jäsenyys ei ole vastannut odotuksia. Vapaaehtoisien jatkokysymyksen avoimissa vastauksissa annettiin 51 mainintaa alkuperäisten odotusten täyttymiseen tai täyttymättä jäämiseen. Vastaajat kirjoittivat omista resursseistaan, tyytyväisyydestään ja tyytymättömyydestään sekä muista tuntemuksistaan ja toiveistaan.

Aktiivisuuteen ja osallistumiseen liittyvät maininnat koskivat oman jäsenyyden tuoreutta ja osallistumisen resursseja. Yksinyrittäjät mainitsivat muun muassa seuraavaa: *”En ole ehtinyt verkostoitumaan niin paljon kuin haluaisin tai tapahtumat ovat osuneet päällekkäin asiakastöiden kanssa.”*, *”Harmittaa, kun ei aina jaksa / ehdi osallistua tapahtumiin.”* ja *”Olen jäsen, joka ei osallistu toimintaan sen kummemmin. Minulla ei olisi siihen aikaa/voimavarojakaan.”*

Tyytyväiset kertoivat muun muassa seuraavaa: *”Olen saanut hyviä koulutuksia, vaikka olen ollut jäsenenä vasta reilun kuukauden.”*, *”Lakineuvontapalveluista osin saanut erittäin hyödyllistä tietoa.”*, *”En ole varsinaisesti tarvinnut mitään Yrittäjien palveluita, mutta koen jäsenenä olemisen tärkeänä. Hyviä koulutuksia tarjolla, olen näitä jo heti käyttänyt.”* ja *”Verkottuminen on täyttynyt, innovatiivisuuden ja yritysysteistyön edistäminen ovat vielä alkuvaiheessaan.”*

Tyytymättömät erittelivät muun muassa seuraavaa: *”Ei anna yhtään mitään.”*, *”Koulutukset eivät ole vastanneet tarpeita eikä ajankohdat ole olleet sopivia.”*, *”Monet tapahtumat ovat maksullisia tai suunnattu selkeästi isommille yrityksille.”*, *”Paikallisyhdistys hieman passiivinen.”*, *”En tiedä mihin paikallisyhdistykseen kuulun.”*, *”Tunnen itseni ulkopuoliseksi.”*, *”Nuorten yrittäjien tapahtumat on kuivuneet kasaan ja kiinnostavia koulutuksia ei oikein ole ollut.”*, *”Ei päätoimisena yrittäjänä moni koulutus tilaisuus on aamulla/päivällä.”*, *”Olen odottanut enemmän paikallisyhdistykseltä.”*, *”Toivoisin, että yhdistys antaisi enemmän tukea aloittelevalle yrittäjälle.”*, *”Jäsenmaksut ovat korkeahkot verrattuna saamiini hyötyihin.”*, *”Odotin laajempaa verkostoa ja mahdollisuutta keskustella muiden yrittäjien kanssa ongelmistani ja haasteistani.”*, *”En ole saanut tarpeeksi tietoa yhdistyksen tarjoamista palveluista ja eduista.”* ja *”Paikallisyhdistys on hiipunut, lähes olemattomiin. En enää tiedä miksi olen mukana.”*

Tunne yksinyrittäjän ja pienyrittäjän huomiotta jättämisestä mainittiin muutamassa vastauksessa: *”Suomen Yrittäjät on lähes hyödytön järjestö pienyrittäjälle. YEL-muutoksen hoito on ollut totaalisen hampaatonta.”*, *”Olen pettynyt Suomen yrittäjien toimintaan nimenomaan yksinyrittäjien ja pienyrittäjien asemaan liittyen. Mm. Yel-uudistuksen suhteen yhdistys ei ole mielestäni tehnyt tarpeeksi.”*, *”Nimenomaan yksinyrittäjien etua voisi valvoa paremminkin.”* ja *”Ei aja yksinyrittäjän asiaa.”*

Neutraalia suhtautumista odotusten täyttymiseen kommentoitiin seuraavasti: *”Ei ollut oikeastaan mitään odotuksia muuta kuin mahdollista taustatukea, jos koittaa vaikeat ajat.”*, *”En ole itse hyödyntänyt Yrittäjien palveluita vielä.”*, *”Olen ollut aiemmin jäsen isomman yrityksen kautta, tiesin mitä jäsenyyteen kuuluu.”*, *”Kiireitteni takia en ole kerinnyt tilaisuuksiin, mutta haluaisin edistää oman kaupunkini asioita.”*, *”En ole oikein osannut hakea mitä hyötyä/löytää hyödynnettävää.”*, *”Palvelut ovat sen luontoisia, etten ole niitä tarvinnut.”*, *”Olen kuullut muilta yrittäjiltä, että he eivät koe saavansa rahoilleen vastinetta.”* ja *”Ei odotuksia.”*

Muutamia suoria toiveitakin esitettiin: *”Enemmän kaipaisin konkreettisia etuja.”*, *”Haluaisin, että yhdistys keskittyisi enemmän paikallisiin asioihin ja auttaisi meitä pienyrittäjiä paikallisesti.”*, *”Yhteistyökumppanuuksien ja alennusten määrä voisi olla suurempi.”*, *”Neuvontapalvelut ovat hyviä, mutta toivoisin, että ne olisivat paremmin tavoitettavissa.”*, *”Kaipaisin konkreettisempia työkaluja ja resursseja yritystoiminnan kehittämiseen.”* ja *”Toivoisin enemmän koulutuksia ja työpajoja erityisesti digitaaliseen markkinointiin liittyen.”*

6.3 Syyt jäsenyyteen

Yrittäjäjärjestön päätehtäviä ovat yrittäjien ja yritysten osaamisen ja toimintakyvyn vahvistaminen, yrittämisen olosuhteisiin vaikuttaminen ja yrittäjien verkostoiminen.

6.3.1 Yrittäjien verkostoiminen

Jäsenyyden myötä, sen aikana tärkeimmäksi syyksi kuulua järjestöön mainittiin neuvontapalvelut ja maksuton lakineuvonta. Toiselle sijalle nousivat lähellä olevat, oman paikallisyhdistyksen verkostot ja tapahtumat. Yrittäjyhteisöön kuulumisen tunteen tärkeys mainittiin kolmanneksi tärkeimpänä syynä olla jäsen. Pakollisessa kysymyksessä vastaajalla oli mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Syy/Etu	n	Prosentti
Yrittäjien tuottamat neuvontapalvelut ja maksuton lakineuvonta	79	65,8%
Paikallisyhdistyksen verkostot ja tapahtumat	58	48,3%
Tärkeää kuulua yrittäjien yhteisöön	57	47,5%
Yrittäjien tuottamat koulutukset	52	43,3%
Pirkanmaan Yrittäjien verkostot ja tapahtumat	52	43,3%
Yrittäjien tarjoamaa tietoa ja materiaali	49	40,8%
Yrittäjien jäsenedut ja -alennukset	42	35,0%
Yhteiset arvot ja niiden edistäminen järjestön toimesta	36	30,0%
Yrittäjien vaikuttamistyö ja siitä saatava tietoa	29	24,2%
Valtakunnalliset verkostot ja tapahtumat	25	20,8%
Jokin muu syy, mikä?	7	5,8%

KUVA 7. Kyselyyn vastanneiden tärkeimmät syyt kuulua Yrittäjiin (n=120) (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)

Tärkeimmiksi syiksi kuulua yrittäjäjärjestöön nousivat alle 36-vuotiaiden ryhmässä järjestön koulutukset ja uutiskirjeiden, webinaarien ynnä muiden muodossa tuotettu materiaali, alueelliset ja valtakunnalliset verkostot ja tapahtumat sekä yhteisöön kuulumisen tunne. 36 vuotta täyttäneet arvostivat enemmän neuvontapalveluita, maksutonta lakineuvontaa sekä järjestön tekemää vaikuttamistyötä ja siitä saatavaa tietoa. Muiksi syyksi mainittiin seuraavia: *”Päämieheni arvostavat sitä, että olen itsekin yrittäjä.”*, *”Yritysassiakkaiden hankkiminen.”*, *”En oo vaan uskaltanut jäädä pois.”* ja *”Bisnesmahdollisuudet yrittäjien keskuudessa.”*

Jäsenetujen ja -palveluiden käytöstä kysyttäessä, käytetyimmiksi nousivat uutiskirjeet, mitkä mainitsi yli puolet vastaajista (54,2 prosenttia, 65 mainintaa). Maksuttomat ja jäsenhintaiset koulutukset nousivat toiseksi (35,8 prosenttia, 43 mainintaa). Jäsenedut ja -alennukset mainittiin 33 kertaa ja verkostot ja verkostoitumistapahtumat 31 kertaa.

Myös virkistätymistapahtumat (esimerkiksi afterwork, gaalat, retket), yrittäjille suunnatut muut digitaaliset sisällöt ja painotuotteet (esimerkiksi webinaarit, sosiaalinen media, esitteet, lehdet, oppaat), maksuton lakineuvonta ja muut neuvontapalvelut, asiakirjapankki ja laskurit keräsivät mainintoja. 15,8 prosenttia (19 mainintaa) ei ollut kertomansa mukaan käyttänyt Yrittäjien jäsenetuja tai -palveluita lainkaan.

Alle 36-vuotiaat ilmoittivat hyödyntävänsä vanhempia jäseniä enemmän verkostoja ja verkostotapahtumia (ero 15 prosenttiyksikköä), virkistätymistapahtumia (ero 11 prosenttiyksikköä) sekä jäsenetuja ja -alennuksia (ero seitsemän prosenttiyksikköä). 36 vuotta täyttäneet puolestaan käyttivät enemmän maksutonta lakineuvontaa ja muita neuvontapalveluita (ero 14 prosenttiyksikköä) sekä painotuotteita (ero seitsemän prosenttiyksikköä).

Hyödyllisiin ja arvokkaisiin jäsenetuihin ja -palveluihin liittyvässä, vapaaehtoisessa monivalintakysymyksessä, vastaaja sai valita itselleen merkittävimmät viisi vaihtoehtoa. Eniten hyötyä ja arvoa tuotaviksi arvioitiin kaikkien vastaajien kesken maksuton lakineuvonta ja muut neuvontapalvelut (19,7 prosenttia kaikista maininnoista), maksuttomat ja jäsenhintaiset koulutukset (16,8 prosenttia kaikista maininnoista) sekä verkostot ja verkostoitumistapahtumat (13,2 prosenttia kaikista maininnoista). Alle 36-vuotiailla koulutukset nousivat neuvontapalveluita tärkeämmiksi, kun taas vanhemmat yrittäjät kokivat neuvontapalvelut arvokkaimmaksi ja hyödyllisimmäksi jäsenpalveluiksi.

Verkostoitumisesta pakollisella kysymyksellä kysyttäessä, vastaajat saivat valita useista vaihtoehdoista omiin ajatuksiinsa sopivat. 36 vuotta täyttäneet toivoivat liittyessään ja nyt jäsenyytensä aikana paikallista verkostoitumista yhtä paljon kuin alueellistakin (51 mainintaa molempiin). Valtakunnallisen verkostoitumisen toiveen esitti 23 vastaajaa. Nuorempien ryhmässä paikallisen verkostoitumisen mainitsi yhdeksän vastaajaa, alueellisen ja valtakunnallisen molempien saadessa kolme mainintaa. Kaikki ikäluokat yhteenlaskettuna paikallista verkostoitumista arvosti 50, alueellista 45 ja valtakunnallista 21,7 prosenttia vastaajista.

Verkostoitumiskohde	n	Prosentti
Muiden yrittäjien ja vertaisten kanssa	80	66,7%
Mahdollisten yhteistyökumppaneiden kanssa	60	50,0%
Potentiaalisten asiakkaiden kanssa	53	44,2%
Päättäjien kanssa	17	14,2%
En koe tarvetta verkostoitua	19	15,8%
Alan opiskelijoiden ja potentiaalisten työntekijöiden kanssa	13	10,8%
Rahoittajien kanssa	9	7,5%
Joku muu, mikä?	1	0,8%

KUVA 8. Kyselyyn vastanneiden Yrittäjien jäsenyyteen liittyneet verkostoitumistoiveet (n=120) (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)

Verkostoitumiskohdetoiveina mainittiin taulukkoon nostettujen lisäksi yrityskummit. Yrityskummit ovat kokeneista yrittäjistä, yritysjohtajista ja liike-elämän asiantuntijoista koostuva valtakunnallinen henkilöverkosto, joka tarjoaa osaamistaan ja kokemustaan maksuttomasti Suomessa toimivien yrittävetoisten mikro- ja pienyritysten liiketoiminnallisten haasteiden ratkaisemiseksi.

6.3.2 Yrittäjyyden vahvistaminen

Yrittäjyyden tukemiseen liittyä asioita kysyttiin kolmella kysymyksellä:

- Minkälaisia tarpeita tai haasteita sinulla on yrittäjänä?
(pakollinen monivalinta ja vapaaehtoinen avoin vastaus)
- Koetko, että Yrittäjien jäsenyys on vahvistanut sinua yrittäjänä?
(pakollinen monivalinta ja vapaaehtoinen avoin vastaus)
- Minkälaista tukea toivoisit yksinyrittäjän hyvinvointiin ja jaksamiseen liittyen?
(vapaaehtoinen monivalinta)

Valmiiksi annetuista vastausvaihtoehdoista markkinointiin, asiakashankintaan ja myyntiin liittyvä kohta keräsi eniten valintoja (46,7 prosenttia). Yritystoiminnan suunnittelu ja kehittäminen nousi toiseksi (39,2 prosenttia). Kolmanneksi yleisimpänä mainittiin talousasiat ja hinnoittelu (32,5 prosenttia). Yrittäjävahvuuksien kehittämisen ja hyvinvoinnin mainitsi myös lähes kolmasosa, 31,7 prosenttia vastaajista. Innovointi, tuotteistaminen ja palvelumuotoilu, uuden teknologian käyttö sekä juridiikka ja yrittäjän velvollisuudet saivat myös mainintoja. 17 vastaajaa eli 14,2 prosenttia ei pitänyt annettuja vastausvaihtoehtoja itselleen tarpeellisina tai haastavina.

Vapaan vastauksen kenttään nousi monia teemoja ja tarkennuksia vaihtoehtovalintoihin. Mainittiin esimerkiksi eläköitymiseen liittyvä taloudellinen huoli, ajanhallinta-asiat, palkkatyöhön siirtymisen toive ja yrityksen jatkajan tarve. Teemoja kuvattiin muun muassa seuraavasti: *”Olisi kiva kuulla muiden yrittäjien kokemuksia omasta ajanhallinnasta ja siitä, miten ehtii sekä tekemään työnsä hyvin ja kehittämään omaa yritystään.”*, *”En haluaisi olla yrittäjä vaan ryhtyä palkalliseksi. En tiedä miten pääsen tyylikkäästi eroon asiakkaista menettämättä kasvoja.”*, *”YEL ja sen kohtuuton korotus ja täysin vääristynyt eläkejärjestelmä, jota muuttaakseen Yrittäjät eivät ole pistäneet tikkuakaan ristiin.”*, *”Olen siirtymässä puolen vuoden päästä eläkkeelle ja pitäisi elää tuloillaan siihen asti mutta kipinä on kadoksissa.”*, *”Omat palvelut eivät välttämättä ole tuttuja potentiaalisille asiakasyrityksille.”*, *”Somen haltsaaminen ja oikein kanavien käyttäminen sekä markkinoinnin/mainonnan hoitaminen some-kanavien kautta on jatkuvaa opettelua. Jotta pystyy tekemään päiviä ja videoita on osattava paljon muutakin kuin vain sen postauksen tekeminen Ja kaikki tuo vie rutkasti aikaa. Yhden postauksen tekemiseen saattaa mennä tuntitolkulla aikaa.”*, *”Verottajan suhtautuminen.”*, *”Taipumuksenani on hinnoitella palvelut liian matalalle.”* ja *”Alv liikaa ja liian aikaisin”*.

Neljännes (25,0 prosenttia) vastaajista kertoi Yrittäjien jäsenyyden vahvistaneen häntä yrittäjänä. Lähes kolmannes (31,6 prosenttia) arveli, että jäsenyys olisi ehkä vahvistanut. 21,7 prosenttia vastaajista tunsu, että ei ole vahvistanut ja sama määrä ei osannut sanoa. Yli 36-vuotiaista enemmistö (59,0 prosenttia) koki, että jäsenyys oli varmasti tai ehkä vahvistanut yrittäjyyttä. Nuorempien ryhmässä 39,0 prosenttia oli samaa mieltä vahvistumisesta, mutta enemmistö (44,0 prosenttia) ei osannut sanoa jäsenyyden yrittäjyyttä vahvistavasta vaikutuksesta.

Avoimissa vastauksissa eriteltiin edelliseen liittyviä tuntemuksia muun muassa seuraavasti: *”Lisää itsetuntoa ja arvokkuutta.”*, *”Koulutusten avulla tähän mennessä.”*, *”Koen olevani omalla alallani oman tieni kulkija. On hyvä kuulua etujärjestöön, mutta en sitä osaa mieltää, että se vahvistaisi minua yrittäjänä.”*, *”Ehkä tapahtumissa käyminen on vahvistanut identiteettiäni yrittäjänä. Vaikka siellä tuntuukin olevan paljon isojen yritysten edustajia ja vähemmän yksinyrittäjiä.”*, *”Ei ainakaan vielä. Ongelmana oman ajan ja kenties aloitteellisuuden puute.”* ja *”Pienellä paikkakunnalla tunne, ettei kuulu samaan ryhmään.”*

Yksinyrittäjän hyvinvointiin ja jaksamiseen liittyen tukea toivottiin eniten etujen muodossa (50,9 prosenttia maininnoista). Toiseksi nousivat teemapäivät (44,6 prosenttia maininnoista) ja kolmanneksi koulutukset (42,9 prosenttia maininnoista). Vapaamuotoinen verkostoituminen (42,0 prosenttia maininnoista) koettiin hivenen tärkeämmäksi kuin ohjattu verkostoituminen (40,2 prosenttia maininnoista). Myös hyvinvointiin ja jaksamiseen liittyvät neuvontapalvelut ja viestintä koettiin mainitsemisen arvoisiksi. Alle 36-vuotiaiden ryhmässä kolmen toivotuimman joukkoon nousivat koulutukset, edut ja vapaamuotoinen verkostoituminen ja 36 vuotta täyttäneillä edut, teemapäivät ja vapaamuotoinen verkostoituminen.

6.3.3 Yrittäjyyden olosuhteisiin vaikuttaminen

Vaikuttamiseen liittyvä pakollinen kysymys antoi mahdollisuuden valita useita vaihtoehtoja. Niitä kertyi 176 valinnan verran. Lähes puolella (45,8 prosenttia, 55 vastaajaa) ei ollut kokemusta tai mielipidettä järjestön vaikuttamistyöstä: 50 prosenttia nuorista ja 45,0 prosenttia 36 vuotta täyttäneistä kommentoi näin.

Pirkanmaan Yrittäjien tekemän maakunnallisen vaikuttamisen arvioi vahvaksi vastaajista 30,0 prosenttia (36 vastaajaa) ja heikoksi 5,0 prosenttia (6 vastaajaa). Paikallisyhdistyksen paikallisen vaikuttamisen vahvaksi arvioi vastaajista 25,8 prosenttia (31 vastaajaa) ja heikoksi 8,3 prosenttia (10 vastaajaa). Suomen Yrittäjien toimesta tapahtuvan valtakunnallisen vaikuttamistyön arvioi vahvaksi vastaajista 24,2 prosenttia (29 vastaajaa) ja heikoksi 7,5 prosenttia (9 vastaajaa).

Avoimissa vastauksissa edellistä tarkennettiin, otettiin kantaa ja annettiin ehdotuksia muun muassa seuraavasti: *”Yrittäjien oikeus- ja etenkin sosiaaliturvaa tulisi kehittää voimakkaasti”,* *”En tiedä, mitä oikeasti tapahtuu, vain sen, että sanotte vaikuttavanne, ja luotan, että jotain teette.”,* *”Oman paikallisyhdistykseni tapahtumissa vieraillee säännöllisesti kunnan edustajia. En tiedä, miten tämä laajemmin toimii.”,* *”Vaikutelma on, että seurusteluaan ja ”osallistutaan” mielellään, vaihdetaan jopa ammattia poliitikoksi, mutta varsinaisia tuloksia on vaikea nähdä. Esimerkiksi koronatukien jaossa yksin- ja mikroyrittäjät jäivät nuolemaan näppejään. Moni lopetti yrittämisen, katkerana!”,* *”Eduskuntavaalien aikainen sitoutuminen perussuomalaisten ja kokoomuksen vaalityöhän sai ajattelemaan, että oletus on ilmeisesti, että kaikki yrittäjät ovat perussuomalaisia tai kokoomuslaisia.”,* *”Olen ollut jäsen niin vähän aikaa, että muun kuin paikallisyhdistyksen vaikuttamisesta minulla ei vielä ole kokemusta eikä siten mielipidettäkkään”* ja *”Ei aja yksinyrittäjien asiaa tai kauneusalan/muusikoiden asiaa mitenkään.”.*

6.4 Viestintä

Pakolliseen viestintään liittyvään kysymykseen vastaaja sai valita useita vaihtoehtoja. Vastauksia annettiin 120 vastaajan toimesta yhteensä 355. Arvokkaimmaksi ja hyödyllisimmäksi nousi sähköpostiviestintä. Tärkeimmäksi koettiin oman paikallisyhdistyksen sähköpostiviestintä (47,5 prosenttia, 57 vastaajaa), toiseksi Pirkanmaan Yrittäjien sähköpostiuutiskirjeet (45,8 prosenttia, 55 mainintaa) ja kolmanneksi Suomen Yrittäjien sähköpostiuutiskirjeet (37,5 prosenttia, 45 mainintaa).

Verkkosivuista Suomen Yrittäjien verkkosivut nousivat aluejärjestön ja paikallisyhdistyksen sivuja tärkeämmiksi. Oman paikallisyhdistyksen sosiaalisen median viestintä koettiin hivenen tärkeämmäksi kuin maakunnallinen ja valtakunnallinen. Podcast- ja videosisällöt, painettu viestintä ja tekstiviestit saivat jokusia mainintoja. Kymmenen vastaajaa eli 8,3 prosenttia kaikista ilmoitti, ettei hyödynnä tai arvosta mitään mainituista viestintävaihtoehdoista.

Alle 36-vuotiaat arvostivat vanhempia yrittäjiä enemmän maakunnallista ja valtakunnallista viestintää. 36 vuotta täyttäneille kaikki oman paikallisyhdistyksen viestintä oli tärkeämpää kuin nuoremmille.

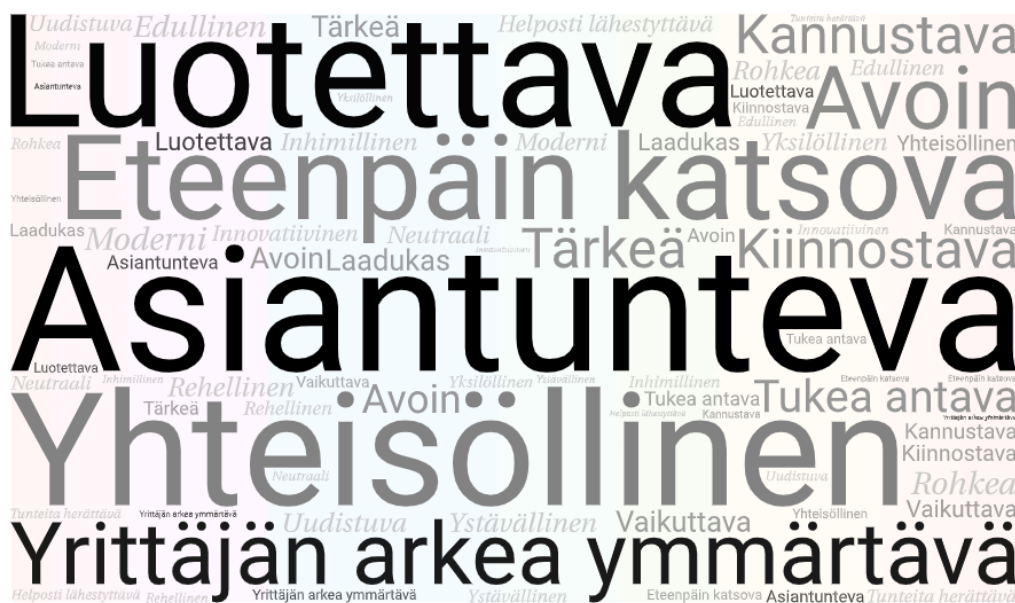
Sosiaalisen median käyttöön liittyvä kysymys oli vapaaehtoinen, mutta vain yksi vastaajista jätti vastaamatta kysymyksen. Kyselyssä (liite 1) selvitettiin vastaajien säännöllisesti tai melko säännöllisesti käyttämiä sosiaalisen median palveluita ja vastauksena saattoi antaa useampia vaihtoehtoja. 119 vastaajasta WhatsApp oli suosituin palvelu 36 vuotta täyttäneillä ja Instagram alle 36-vuotiailla. Kohdetapauksessa nuoremman ikäryhmän käytetyimpiin kanaviin kuuluivat myös Facebook, WhatsApp, Facebook Messenger ja TikTok. Yli 36-vuotiaat käyttävät vastausten mukaan WhatsAppin lisäksi eniten Facebookia, Instagramia, LinkedIniä ja Facebook Messengeriä. Suurimmat erot löytyvät Instagram- ja TikTok-käytössä: ero nuorten hyväksi Instagramin osalta oli lähes 35 prosenttiyksikköä ja TikTokin osalta lähes 22 prosenttiyksikköä. Seitsemän vastaajaa kertoi, ettei käytä mitään kyselyssä (liite 1) mainituista sosiaalisen median palveluista.

Sosiaalisen median alusta	Alle 36-vuotiaat (n)	Alle 36-vuotiaat (%)	36 vuotta täyttäneet (n)	36 vuotta täyttäneet (%)	Yhteensä (n)
WhatsApp	12	66,7%	76	75,2%	88
Facebook	13	72,2%	73	72,3%	86
Instagram	15	83,3%	49	48,5%	64
LinkedIn	4	22,2%	33	32,7%	37
Facebook Messenger	6	33,3%	31	30,7%	37
TikTok	5	27,8%	6	5,9%	11
X (ent. Twitter)	1	5,6%	6	5,9%	7
En käytä mitään edellisistä	1	5,6%	6	5,9%	7
Pinterest	2	11,1%	4	4,0%	6
Snapchat	2	11,1%	1	1,0%	3

KUVA 9. Kyselyyn vastanneiden eniten käyttämät sosiaalisen median kanavat (n=119, alle 36-vuotiaat n=18, 36 vuotta täyttäneet n=101) (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)

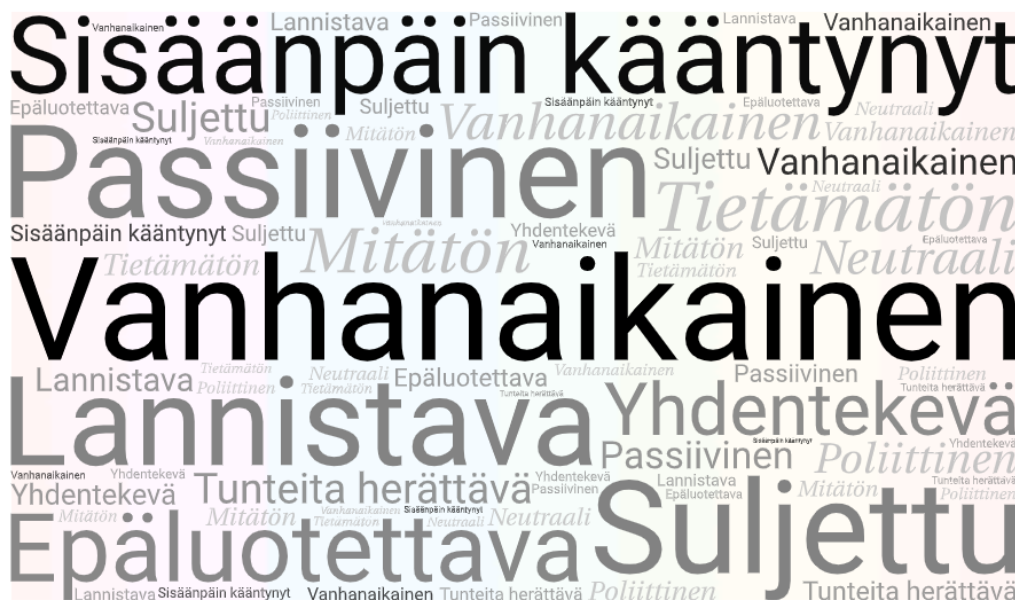
Viestintään liittyen annettiin avoimesti monia mielipiteitä ja toiveita.

Tiedon keskittämistä verkkosivuille toivottiin esimerkiksi kommentilla: *”Pidän tärkeänä, että kaikki tarpeellinen tieto on nettisivuilla saatavilla silloin kun sitä tarvitsee. Painetut lehdet ovat aina hukassa, samoin kuin sähköpostit saatikka tekstiviestit. Some on myös tehokas konsti hukata jokin tärkeä tieto. Nettisivut lähtökohtaisesti eivät muutu niin nopeaan tahtiin kuin some, ja siellä tieto pysyy lähtökohtaisesti tallessa.”*



KUVA 12. Kyselyyn vastanneiden mainitsemia positiivisia adjektiiveja (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)

Järjestön arvojen ja mission kannalta katsottuna seuraavat adjektiivit voitaneen tulkita negatiivisiksi: vanhanaikainen (9,2 prosenttia vastaajista), sisäänpäin kääntynyt (9,2 prosenttia vastaajista), suljettu (4,2 prosenttia vastaajista), passiivinen (4,2 prosenttia vastaajista), lannistava (1,7 prosenttia vastaajista), epäluotettava (1,7 prosenttia vastaajista), yhdentekevä (1,7 prosenttia vastaajista), tietämätön (0,8 prosenttia vastaajista), mitätön (0,8 prosenttia vastaajista) ja poliittinen (0,8 prosenttia vastaajista).



KUVA 13. Kyselyyn vastanneiden mainitsemia negatiivisia adjektiiveja (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)

Neutraaleiksi laskettaneen tunteita herättävä (1,7 prosenttia vastaajista) ja neutraali (0,8 prosenttia vastaajista).

6.6 Jäsentoiveet ja avoimet palautteet

Vapaaehtoisein ”Kerro yksi tai useampi konkreettinen asia, jota toivot Yrittäjiltä?”- ja ”Jäikö jotain kysymättä?”-kohtiin jätettiin palautetta.

Seuraavaksi listaus kehittämistyön kannalta olennaisista vastauksista:

- *Jäsenhankinta: jokainen tuo kaverinsa.*
- *Tukea yksinyrittämiseen verkostoitumistapahtumien ja vertaistuen muodossa.*
- *Lisää jäsenetuja.*
- *Olkaa henkilökohtaisesti yrittäjän tukena. Esim. puhelinsoitto silloin tällöin. Auttakaa ja helpottakaa meitä eläköityviä yrittäjiä löytämään esim. jaksamiseen liittyviä palveluita, kuntoutusta yms.*
- *Muistaminen merkkipäivinä.*
- *Paikalliselta yhdistykseltä aktiivisempaa otetta yksinyrittäjiin. On tuntunut siltä, että paikallisyhdistystä ei kiinnosta yksinyrittäjät, ainoastaan suuremmat yritykset. Paikallisyhdistys on sisäänpäin kääntynyt. Toivoisin siltä enemmän näkyvyyttä kaupungin yrityselämässä: kierroksia yrityksissä, tutustumista yrittäjiin. Myös yrittäjäyhdistyksen kuukausitapaamisiin toivon vaihtelevia aikoja, että useammat yrittäjät pääsisivät tapahtumiin mukaan.*
- *Pitää olla rehellinen ja avoin, kyräily hankaloittaa toimintaa.*
- *Koen usein, että keskiössä on kovin tekniset alat ja avoimilla markkinoilla toimivat alat. Itse toimin julkishallinnon kilpailuttamalla ajalla, jossa vaikutusmahdollisuudet asiakaspohjaan ovat hyvin toisenlaiset. Meilläkin on silti tarve ja halu kehittyä ja kehittää omaa yritystoimintaa.*
- *Koen hierarkian jotenkin jäykäksi ja omien pikkupiirien kerhoksi.*
- *Ilmaisia tilaisuuksia verkostoitumiseen/kouluttautumiseen.*
- *Yrittäjyyden arvon nostamista sekä yrittäjänä toimimisen mahdollistamista käytännössä.*
- *Edullisuutta toimintaan, yksinyrittäjälle kaikki liian hintavaa.*
- *Enemmän yksinyrittäjille toimintaa.*
- *Yhteisöllisyys, verkostoituminen.*
- *Maksuton b2b-myyntikoulutus (ei perusasioita eikä ympäripyöreää, vaan konkreettisia ohjeita ja neuvoja). Maksuton koulutus oman asian tuntijuuden tuotteistamiseen useiksi tulonlähteiksi sekä miten päästä puhujakeikoille yrityksiin ja organisaatioihin. Lisää etuja ruokakauppoihin, muihin kauppoihin ja ravintoloihin.*
- *Parempaa tukea mikro- ja yksinyrittäjille. Meidät on jätetty heitteille.*
- *Enemmän uutiskirjeisiin tapahtumakalenterilistauksia, ja lisää ilmaisia matalan kynnyksen verkostoitumistapahtumia.*
- *Virkistyslomia.*

- *Maksuttomat koulutukset käytännön yrittäjyyteen liittyen.*
- *Maksuttomat verkostoitumistapahtumat.*
- *Mentoripankki.*
- *Asiakirjapohjat - ja miksei voisi olla muitakin työkaluja.*
- *Yhteisöllisyyttä.*
- *Uutena yrittäjänä jotain vinkkejä ja ehkä myös yhteistyötä.*
- *Tulijat pitäisi toivottaa oikeasti tervetulleiksi ja ottaa osaksi toimintaa.*
- *Enemmän yksinyrittäjälle sopivia tapahtumia ja koulutuksia ja yksinyrittäjän/pienyrittäjän edun valvomista ja edistämistä.*
- *Tapahtumia alueellisesti. Silloin tapaa muitakin kuin naapureita.*
- *Kaupungin ja yrittäjien välejä pitäisi rakentaa.*
- *Rohkeasti eteenpäin.*
- *Kumppanuus- ja sparrausohjelma.*
- *Webinaarit! Ehdottomasti enemmän ja laajemmin koulutuksia meille mikroyrittäjille erilaisten webinaarien tai Teamsin kautta: aamupalan lomassa seurattava tallenne tai livewebinaari. Korona sai aikaan sen, että paikanpäälle koulutuksiin ei tule lähdettyä. Kotisohvalle enemmän koulutuksia.*
- *Vaikuttamistyötä valtakunnan tasolla.*
- *Toivoisin, että Yrittäjät ajaisivat valtakunnallisesti yksinyrittäjien asiaa niin, että meilläkin olisi mahdollisuus esimerkiksi hoitaa sairasta alle 10-vuotiasta lastamme kotona ja saada siitä korvausta (kuten palkansajilla on). Nykyinen systeemi jättää sekä yksinyrittäjät että heidän lapsensa eriarvoiseen asemaan muihin nähden.*
- *Haluaisin oman yrittäjäjärjestön tai Pirkanmaan yrittäjien nettisivuille listan yksinyrittäjien yrityksistä alueellani. Monella ei ole varaa budjetoida mainostamiseen, mutta voisimme tukea toinen toisiamme, jos tietäisimme, mitä kaikkia tällaisia yrityksiä tässä lähialueella on olemassa.*
- *Lisää koulutusta tekoälyn hyödyntämisestä yksinyrittäjän työssä.*
- *Enempi toimintaa paikallisyhdistykseltä.*
- *Yrityskohtaista neuvontapalvelua.*
- *Jäsenetuna esimerkiksi vapaa-ajan tms. vakuutus.*
- *En tiedä kuinka paljon uusia jäseniä tulee ja millä tahdilla, mutta uusi jäsen voisi arvostaa henkilökohtaista yhteydenottoa Pirkanmaan Yrittäjiltä, jossa kartoitetaan, että minkälaista tarvetta ja toivetta yrittäjällä on yhdistyksen suhteen. Kaikki jäsenet eivät välttämättä ota (tai osaa ottaa) ns. kaikkia tehoja irti jäsenyydestään.*
- *Yksinyrittäjän hyvinvointiin ja jaksamiseen liittyviä tapahtumia ja tapaamisia.*
- *Uusille jäsenille pehmeämpiä tutustumistapaamisia, yksin hankala mennä vanhaan tiiviiseen porukkaan.*
- *Sopimista ei sanelua. Työelämään reiluutta.*

- *Tukea taloudellisessa ahdingossa, kun ei saa mistään muualta (esim. Kela) apua. Toisaalta en ole pyytänyt järjestöltä apua.*
- *Veroneuvonta*
- *Yrittäjien oma palveluntarjoamis-/asiakashankinta-/työnsuorittajaha-kualusta. Ei mikään somekanavatyypinen. Esimerkiksi verkkosivuille, "tarvitsen tätä, kuka pystyy auttamaan?" tai "tarjoan tätä, tarvitseeko joku palveluitani?" Vähän kuin yrittäjien oma mol.fi.*
- *Toivoisin saavani koottua tietoa eri alojen kokonaisliikevaihdosta ja markkinan koosta Suomessa. Aggrekoitua markkinadataa on hyvin vai-kea löytää.*
- *Vielä enemmän vaikuttamista tasa-arvon toteutumisen puolesta ja "nai-sen euron" saattamista samalle viivalle.*
- *Ilmaisia tilaisuuksia. Johon voi vaan saapua, jos työt antaa periksi: en ilmoittaudu mihinkään maksulliseen, koska en tiedä kerkiäkö.*
- *Vähemmän somea.*
- *Lisää vaikuttavuutta mikroyritysten tilanteen ymmärtämiseen ja siihen vaikuttamiseen, esim. konkreettisten yrittäjyystukien muodossa. Julki-sen hankintapolitiikan järjeistämiseen niin, että paikallinen hankinta on aina parempi kuin matkojen päästä tilattu. Kotimaisuuteen pakottami-nen julkisissa hankinnoissa.*
- *Helposti saatavilla olevaa sisältöä.*
- *Koulutuksia ja jäsenetuja.*
- *Olen tuore jäsen, joten paljon nykyisistäkin palveluista on käyttämättä.*
- *Toivon napakampaa otetta ja erityisesti yksinyrittäjät ja pienyrittäjät huomioivaa toimintatapaa.*
- *Tuntuu, että yhdistys ajaa lähinnä suurempien yritysten asiaa. Mikäli näin on jatkossakin, tulisi toiminta linjata selkeästi vain sellaista koske-vaksi. Tunnen monen pienyrittäjä/yksinyrittäjäkollegani kanssa yhdis-tyksen jättäneen meidät täysin oman onnen nojaan. Enkä koe, että Suo-men Yrittäjät on pien-/yksinyrittäjille sopiva yhdistys. Enkä tule suosit-telemaan sitä kenellekään vastaavalle kollegalle.*
- *Yel-uudistukseen liittyen Suomen Yrittäjien reagointi/toiminta oli ole-matonta, ei ajanut yhtään meidän asiaamme ja lähinnä järkytti.*
- *Yksinyrittäjän sosiaaliturvan parantaminen. Eläköityvän yrittäjän tuki. Kuntoutuksen tukeminen.*
- *Avoimia ovia, esim. hulluja päiviä yksinyrittäjien bisnekseen.*
- *Enemmän ja useammanlaisia tilaisuuksia verkostoitua. Usein suunni-teltu osallistuminen johonkin on jouduttu jättämään väliin esimerkiksi asiakastapaamisen vuoksi.*
- *Edullisten toimitilojen saatavuuden edistäminen, varsinkin aloittavia ja pieniä yksinyrittäjiä ajatellen. Edullisten ja julkisten työterveyspalvelui-*

den saannin edistäminen sotealueilla, koska työntekijän työterveyspalveluiden järjestäminen yksityisellä puolella on yksi suurimmista työllistämisen esteistä kalleuden ja vaikeasti hahmotettavien ehtojen vuoksi.

- *Järjestelmällisyyttä.*
- *Verkostoitumistilaisuuksia ja koulutuksia.*
- *Yrittäjäportaali, jossa tarjonta ja kysyntä voisivat kohdata.*
- *Jäsenyyteni on puhtaasti yhdistystoiminnan ja yrittäjyyden tukemista, en odota varsinaisesti saavani mitään.*
- *Entistä suurempaa voimaa ja panostusta yrittäjyyden edistämiseen ratkaisu- ja mahdollisuushakuisesti sen sijaan että ollaan haaste- ja ongelma-keskeisiä.*
- *Oman yrityksen toiminnan ja tekemisen tehostaminen.*
- *Keskittymistä konkreettisiin parannuksiin, ettei yrittäminen ole niin vaikeaa kansainvälisesti vertailtuna. Verotus alkaa liian aikaisin ja alv liian suuri. Yksinyrittäjät työllistävät myös toisiaan, ilmiöstä ei kannata olla huolissaan. Palkkatyön etuihin puututaan niin paljon, että jäsenenä ei kehtaa olla.*
- *Yrittäjien etujen valvominen/kehittäminen.*
- *PK-yrittäjä huomioiva.*
- *Opastusta*
- *Asiakaspalvelu on ollut aina yrittäjien päässä aurinkoista ja lämminkistä!*
- *Lisää koulutuksia meille maalaisille etänä, joilla pitkät matkat kaupunkiin ja paikallisjärjestöt ovat vaipuneet horrokseen.*
- *Paikallisyhdistyksen toiminta on vähäistä, tai ainakin niin luulen. Ikinä sieltä ei mitään viestejä tule mistään tapaamisista tai ohjelmasta. Oliko pienen piirin toimintaa. Kynnys osallistumiseen olisi joka tapauksessa korkea, ei tunnu mitenkään avoimelta ja kaikille yrittäjille suunnatulta toiminnalta.*
- *En voinut vastata henkilötietoihin täysin rehellisesti. Esim. postinumeron kysyminen oli sama kuin olisi kysynyt nimeä suoraan. Maaseudulla yrittäjäjäsenen on helposti ainoa koko postinumeroalueella.*

6.7 Suosittehalukkuus

Yksinyrittäjäjäsenen suositteluhaluutta kysyttiin vapaaehtoisella vaihtoehtokysymyksellä, johon antoi vastauksensa 118 jäsentä. 34 vastaajaa eli 28,8 prosenttia kaikista kertoi houkuttelevansa muita yrittäjiä liittymään yrittäjäjärjestöön. 84 vastaajaa eli 71,2 prosenttia ei ole houkutelut muita mukaan. Alle 36-vuotiaat olivat suositelleet jäsenyyttä harvemmin kuin vanhempien yrittäjien ikäryhmä.

Kysyttäessä suositteluhaluutta jatkossa, vastauksia saatiin 119 vastaajalta. Alle 36-vuotiaiden joukossa sekä suositteluhaluus että -haluttomuus olivat korkeampia kuin 36 vuotta täyttäneiden ryhmässä.

Suositteluhalukkuus	Prosentti
Aikoo ehdottomasti suositella	45,4 %
Ei ollut varma suositteluhalukkuudestaan	46,2 %
Ei aio suositella jäsenyyttä kenellekään	8,4 %

KUVA 14. Kyselyyn vastanneiden suositteluhalukkuus (n=119, alle 36-vuotiaat n=18, 36 vuotta täytäneet n=101) (Pirkanmaan Yrittäjät 2023)

Suositteluun liittyviä ajatuksia oli mahdollisuus kertoa avoimessa kentässä ja siihen kirjattiin muun muassa seuraavaa: *"Olen jo suositellut.", "Jokainen päättäköön itse, liittyvätkö yhdistykseen. Niin hyvää kokemusta ei ole paikallisyhdistyksestä, että haluaisin suositella sitä. Ehkäpä alueelliseen Pirkanmaan yrittäjiin voisinkin suositella.", "Harkitsen eroamista. Olen jo liittynyt MYRY:yn.", "Ei toistaiseksi ole mitään perusteita suositella, mutta ei se pois suljettua tulevaisuudessa ole.", "Vastaan rehellisesti, jos joku kysyy tai tulee puheeksi. Saavat sitten itse harkita onko juuri heille sopiva vaihtoehto.", "Hintalaatusuhde.", "Ensin itse pitää löytää punainen lanka, jotta voi suositella.", "Jos sopiva tilaisuus tulee, ilman muuta.", "Koen, että Yrittäjät on ryhmä, johon kuulun siitäkin huolimatta, että intressini poikkeavat kovasti suuryritysten johtajien intresseistä. Yksinyrittäjät pitäisi ottaa nykyistä enemmän huomioon, niin varmaan jäseniäkin tulisi enemmän.", "Tunnen, että en saa nykyisin täyttä vastinetta jäsenmaksulle.", "Suosittelen ensisijaisesti Yrittäjänäisten jäsenyyttä, joka on minulle lähisempi yhteisö.", "Oma paikallisyhdistykseni on hyvin pieni, joten vaikuttaminen ja siitä hyötyminen veisi omiakin resursseja melko paljon.", "Yhdistys ajaa vain suurempien yritysten asiaa.", "Mielestäni Yrittäjien pitäisi olla mahdollisimman neutraali puoluepoliittisesti.", "On tärkeää, että yrittäjä järjestöllä on mahdollisuus toimia. Siihen tarvitaan resursseja." ja "Liityin tunnistaen edut ja mahdollisuudet, mutta olen itse ollut liian passiivinen.*

Kyselyn (liite 1) osallistumisaktiivisuutta pyrittiin kasvattamaan vapaaehtoisella arvonnalla (liite 2). Kyselyn (liite 1) päätteeksi vastaajalta tiedusteltiin halukkuutta osallistua arvontaan ja myönteisesti vastanneet siirrettiin Webropolissa erilliselle arvontalomakkeelle (liite 2) antamaan yhteystietonsa, joita ei missään kohdassa yhdistetty kyselyssä (liite 1) annettuihin vastauksiin. Tämä tuotiin vastaajalle ilmi. 107 vastaajaa tahtoi jättää puhelin- ja/tai sähköpostitietonsa ja ottaa osaa arvontaan. Arvonta suoritetaan tämän työn valmistuttua, tutkimustuloksista julkisesti raportoitaessa. Tuossa yhteydessä arvonnalla voittajan henkilöllisyyttä ei luonnollisestikaan paljasteta, vaan häneen ollaan henkilökohtaisesti yhteydessä ja palkitaan 50 euron arvoisella K-lahjakortilla, joka hankitaan Pirkanmaan Yrittäjien kustannuksella.

7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämä tutkimuksellinen kehittämistyö pyrki tuottamaan käytännönläheistä, luotettavaa tietoa ja asiakasymmärrystä yrittäjäjärjestön jäsenkokemuksen kehittämiseksi. Tavoitteena oli ymmärtää järjestömaailman muutosta, yksinyrittäjäjäsenten tarpeita ja odotuksia sekä eri tekijöiden vaikutuksia jäsenyytäisytyyväisyyteen ja -pysyvyyteen yrittäjäjärjestössä.

Tutkimuskysymyksillä selvitettiin Pirkanmaan Yrittäjien yksinyrittäjäjäsene jäsenkokemuksen nykytilaa ja niitä keinoja, joilla järjestön alueelliset ja paikalliset toimijat voivat kehittää toimintaansa ja viestintäänsä parantaakseen jäsenkokemusta, jäsenpysyvyyttä ja suositteluhallukkuutta. Kohdeta-pauksena oli melko tuoreet yksinyrittäjäjäsene, eikä tutkimus sen vuoksi antanut riittävästi tietoa koko jäsenkunnan osalta. Tutkimus kuitenkin nosti esiin monia mahdollisuuksia jäsenkokemuksen parantamiseksi niin Yrittäjissä kuin muissakin järjestöissä ja yhdistyksissä, joten tuloksia voitaneen hyödyntää laajemminkin jäsenpidon ja jäsenhankinnan kontekstissa.

Opinnäytetyön tuotoksena luotiin idealista (liite 3) jäsenkokemusta parantavista toimista Pirkanmaan Yrittäjien ja sen paikallisyhdistysten toimintaan ja viestintään. Idealistan pohjalta syntyvä konkretia ja käyttökelpoiset materiaalit helpottavat luottamus- ja toimihenkilöiden toimintaa tasalaatuisemman jäsenkokemuksen ja jäsenpysyvyyden puolesta. Tämä työ oli osa järjestön laajempaa jäsenkokemuksen parantamiseksi tehtävää muutostyötä. Työn toimeksiantajana toimi Pirkanmaan Yrittäjät ja toteutin työn aluejärjestön toimihenkilönä ja Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijana.

Löysin tuoreita lähteitä avaamaan jäsenyyden ja vapaaehtoistoiminnan taustalla vaikuttavia trendejä. Kävi ilmi, että asiakaskokemus on tutkimus- ja kehittämisaiheena trendikäs. Vaikka järjestön jäsenkokemus eroaa yrityksen asiakaskokemuksesta, niillä on paljon yhteistä. Yrittäjyyteen yleisesti liitetyt asiat olivat hyödynnettävissä yksinyrittäjyyttä tutkittaessa. Työelämän muuttuessa yhä useampi saa elantonsa palkkatyön sijaan yrittäjänä ja yksinyrittäjyys on monelle luonnollinen valinta tai vaihtoehto. Koin tärkeäksi nostaa esille laajempaa muutosta ja yrittämisen uusia malleja, jotka tulevat väistämättä vaikuttamaan myös yrittäjäjärjestön toiminnalle asetettuihin toiveisiin ja vaateisiin. Mielestäni kaikki edellä mainittu yhdessä oman kiinnostuneisuuteni kanssa voidaan laskea työni vahvuuksiksi.

Tuoreen järjestötutkimuksen (Toikkanen 2023, 33) mukaan järjestöjen tärkeimpiä uudistamisen kohteita ovat ulkopuolisen varainhankinnan kehittäminen, yritysysteistyö, jäsenhankinta, viestintä ja markkinointi, vaikuttamisen mittaaminen, jäsenpalvelut, vapaaehtoistoiminta, digitaalisten välineiden hyödyntäminen ja strateginen ennakointi. Näihin asioihin saatiin vahvistusta myös tämän työn kyse-lytutkimuksessa (liite 1).

Toikkasen (2023, 36) mukaan toimintaansa joutuvat tulevina vuosina pohtimaan etenkin ne järjestöt, joissa on useita alueellisia tasoja ja paljon paikallisyhdistyksiä. Yrittäjissä tämä toiminnan tehostaminen ja taloudelliset haasteet tullee näkymään paikallisyhdistysten määrän laskemisena. Toiminnan tulee uudistua ja olla laadukkaampaa. Markkinoinnin tulee olla tehokkaampaa. Yrittäjien kiinnostuksen herättäminen vaatii ammattimaisempaa tekemistä ja johtamista. Todennäköisesti yhä useammin aluejärjestöihin ja paikallisyhdistyksiin tarvitaan palkattuja tekijöitä työkuorman kasvaessa vapaaehtoisresurssien saavuttamattomiin. Luottamushenkilöiden osaamisvaatimukset nousevat, mikä tulee tuoda selkeästi ilmi uusia aktiiveja tavoiteltaessa.

Monikielisyys ja -kulttuurisuus ovat järjestökenttää haastavia asioita, mutta niiden teemojen tutkiminen ei kuulunut tähän tutkimukseen, eikä kohderyhmäänkään tiettävästi maahanmuuttajataustaista yrittäjää sattunut.

7.1 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Vastausprosentti jäi 11,8 prosenttiin, mutta vastauksissa oli löydettävissä samankaltaisuutta ja toistuvuutta. Kuten Vuori (julkaisuaika tuntematon) tapaustutkimuksesta kertoi, analysoimalla jotakin hyvinkin tarkkaan ajallisesti ja tilallisesti rajattua tapausta voidaan saada hedelmällistä tietoa. Kävi myös ilmi, että kyselyyn (liite 1) vastanneiden toimialahajonta oli laajaa eli vastaukset edustivat monipuolisesti erilaista yrittäjyyttä. Yhdistettynä teoreettiseen viitekehykseen, voitiin tutkimuksella katsoa saatavan riittävä määrä tietoa kehitystyön tekemiseksi.

Työn tavoitteet olivat korkean moraalin mukaisia, työ tehtiin huolellisesti ja tarkasti, ratkaisut perusteltiin ja johtopäätösten pohjalta syntyneet kehittämisasiat muodostuivat käytännössä hyödynnettäviksi. Tutkimuksen luotettavuutta pyrittiin vahvistamaan selkeällä ja avoimella raportoinnilla esimerkiksi julkaisemalla vastaajien avoimia vastauksia sellaisenaan tässä raportissa. Suorat lainaukset eivät kuitenkaan paljastaneet yksittäisten vastaajien henkilöllisyyttä. Käytettävissä olevien resurssien ja tapauskohteen rajaamiseen liittyvät vajavaisuudet ja rajoitukset tiedostettiin ja tuotiin esille.

Kyselytutkimuksen (liite 1) kohderyhmälle tehtiin selväksi mitä olin tutkijana ja kehittäjänä tekevässä, mikä oli työn kohde ja tavoitteet sekä vastaajan oma rooli tässä hankkeessa. Tietosuojaan liittyvät asiat käytiin läpi Suomen Yrittäjien tietosuoja-asiantuntijan kanssa. Kohderyhmän sähköpostitietoa päädyttiin käyttämään järjestön oikeutettuun etuun liittyen ja kysely toimitettiin niille kohderyhmään kuuluville yrittäjille, jotka eivät järjestön viestintäluvista olleet kieltäneet osallistumista järjestön tutkimuksiin.

Vastaajat anonymisoitiin ja kyselyyn (liite 1) liitetty arvonta (liite 2) toteutettiin niin, ettei vastauksia voitu yhdistää vastaajaan missään tutkimuksen vaiheessa. Postinumeron perusteella tehtävät tulkinat jätettiin tekemättä, kun yksi vastaajista toi ilmi, että tuota muuttujaa käyttämällä vastaajan yksityisyys olisi voinut heikentyä. Myöskään joukkoon valikoituneen ainoan luottamushenkilön vastauksia ei tästä roolista tarkastellen nostettu erillisinä esille. Kyselytutkimuksen (liite 1) aineisto on tallennettu kirjautumisen taakse henkilökohtaiseen Webropol-kansioon ja se tullaan hävittämään kokonaisuudessaan tämän opinnäytetyön arviointiin liittyvän säilytysajan päätyttyä.

Avoimissa kommenteissa saadut yksittäiset ”*Hyvä, että tutkitte!*”- ja ”*Hyvä kysely*”-kommentit voidaan tulkita kertovan tutkimuskyselyn (liite 1) onnistumisesta. Koin, että minulla oli niukoista aikaresursseista huolimatta hyvät mahdollisuudet toteuttaa laadukas oppimisyöprosessi.

Kohdetapaukseen kuuluneiden jäsenten ajatukset jäsenyydestään olivat valtaosin positiivisia tai neutraaleja. Jäsenyyden aktiivista hyödyntämistä toimintaan osallistumalla haastaa annettujen vastausten perusteella eniten yrittäjien omat niukat aikaresurssit ja voimavarat.

7.2 Jäsenkokemuksen vahvistuminen verkostoitumalla

Tämä ja aiempi tutkimus korostavat verkostoitumisen, yhteisöllisyyden, osallisuuden ja aktiivisen osallistumisen merkitystä hyvän jäsenkokemuksen syntymisessä.

Tärkeimmiksi liittymissyiksi mainittiin tässäkin tutkimuksessa verkostoituminen ja yhteisöllisyys, erityisesti nuorempien jäsenten keskuudessa. Yhteisesti arvostettujen asioiden sekä mission vaaliminen ja tavoittelemisen yhdistävät järjestön jäseniä: tuntuu tärkeältä kuulua ja osallistua sosiaaliseen yhteisöön, jossa jaetaan samanlaisia kiinnostuksen kohteita, intressejä ja arvoja. On merkityksellistä tehdä ja jakaa yhteistä hyvää. Yrittäjä saattaa tuntea ylpeyttä kuullessaan samaan heimoon muiden yrittäjien kanssa ja jakaa mielellään esimerkiksi jäsenyydestään kertovan bannerin omilla kotisivuillaan.

Yrittäjäjärjestön arvoja – rohkeus, luotettavuus ja uusiutuminen – sekä toiminnan tarkoitusta ja vaikuttavuutta tulee korostaa säännöllisesti ja monin tavoin. On myös tärkeää tuoda esille järjestötoiminnassa rakentuvaa sosiaalista pääomaa ja taitoja, luottamusta ja kansalaisaktiivisuutta. Jäsenyyden kautta yrittäjät voivat vahvistaa mainettaan ja osoittaa ammattitaitoaan. Saman yhteisön jäsen voidaan kokea luotettavaksi yhteistyökumppaniksi.

Järjestökenttää laajemminkin määrittää kasvava kilpailu jäsenistä ja heidän sitoutumisestaan. Ihmiset hakevat entistä merkityksellisempiä jäsen- ja vapaaehtoiskokemuksia. Osallisuus on yksilöllinen kokemus, jossa luottamus, sitoutuminen ja kuulluksi tuleminen ovat keskeisiä tekijöitä. Vahvistaessamme jäsenen kiinnittymistä Yrittäjien yhteisöön, voimme luoda yhteenkuuluvuuden, turvallisuuden ja oikeudenmukaisuuden tunteita. Yhteisöllisyys voi madaltaa kynnyksen osallistumiseen ja tehdä siitä mielekkäämpää. Aktiivinen osallistuminen voi tuottaa positiivisia kokemuksia, jotka ruokkivat lisääntyvää tyytyväisyyttä, luoden positiivisen kierteen sitoutumiseen ja suositteluhaluuteen.

Nykyiset ja todennäköisesti myös potentiaaliset jäsenet arvostavat monipuolista tapahtumatarjontaa ja selkeitä osallistumisprosesseja, jotka helpottavat mukaantuloa. Jäseniä kannattaa rohkaista vuorovaikutukseen ja verkostoitumiseen. Yhdenkään jäsenen ei tule tuntea itseään yksinäiseksi tai jännittää osallistumista jäsentapahtumiin.

Ratkaisukeskeiset yrittäjät odottavat järjestöltään hyödyllistä ja vaikuttavaa toimintaa. Kiireisiä ja päätöksentekotyyliltään nopeita yrittäjiä voi innostaa yhteisiin arvoihin ja oman osaamisen hyödyntämiseen tai kasvattamiseen pohjautuva projektitoiminta – pidempiaikaisen yhdistystoimintaan sitoutumisen sijaan. Monia järjestön tehtäviä voi tehdä avoimesti ja pistemäisesti pop up -projekteina kannustaen mukaan isomman määrän jäseniä ja jopa ei-jäseniä, mikä samalla vähentää sitoutuneiden luottamushenkilöiden kuormittumista. Potentiaaliset jäsenet saavat mahdollisuuden vaikuttavaan, yhteisölliseen tekemiseen ja onnistumiseen, minkä vuoksi he voivat haluta liittyä Yrittäjiin. Päätoimisten ei-jäsenyrittäjien lisäksi kannattaa kartoittaa alueen kevytyrittäjiä ja sivutoimisia yrittäjiä mukaan toimintaan ja jäseniksi. Mukaan tempautuminen saattaa vahvistaa heidän yritystoimintaansa ja johtaa jopa vakituisen yrittäjyyteen.

On hyvä pohtia yhdistysvoimien yhdistämistä. Kahden tai useamman paikallisyhdistyksen yhteiset tapahtumat ovat resurssitehokkaita, saavuttavat laajempaa näkyvyyttä ja osallistujamääriä sekä luovat uudenlaista yhteisöllisyyttä ja verkostoitumisen mahdollisuuksia yli yhdistysrajojen.

Jäsenyyden aikana tärkeiksi syiksi kuulua yrittäjäjärjestöön nousivat kyselytutkimuksessa (liite 1) lähellä olevat, oman paikallisyhdistyksen verkostot ja tapahtumat sekä yrittäjäyhteisöön kuulumisen tunteen tärkeys. Jäsenkokemus on ennen kaikkea tunnetta. Kaikenlainen sisäpiiri toiminnalta tuntuva tai uudistumaton toiminta vaikeuttaa osallisuuden kokemista ja heikentää sitoutumista. Sillä, onko tunne totta vai vain tunnetta ei ole merkitystä. Vaikutus on joka tapauksessa sama: tunne ulkopuolisuudesta tai huomiotta jäämisestä on karu kokemus.

Kyselytutkimuksessa (liite 1) saaduissa vastauksissa huolestuttavaa oli, että kolme melko tuoretta jäsentä ei tiennyt, mihin paikallisyhdistykseen he kuuluvat. Uudet jäsenet tulee huomioida paremmin. Jäsenyyteen orientoivat tilaisuudet ja materiaalit uusille jäsenille auttavat ymmärtämään jäsenyyden sisältöä sekä järjestön tarjoamia palveluita ja etuja. Jäsenyyden hyödyistä on hyvä muistuttaa pidempäänkin jäsenenä olleita eri tilaisuuksissa.

Järjestötoiminnassa tulee varmistaa avoimuus ja läpinäkyvyys, tarjota monikanavaista kommunikointia ja kuunnella jäsenpalautetta. Kannattaa luoda säännöllinen ja innostava palautteenkeruumalli. Tapahtumien osalta on hyvä hyödyntää järjestön tarjoamaa Lyyti-alustaa, joka mahdollistaa nykyikäisen, digitaalisen palautteen keräämisen ja reaaliaikaisen osallistujaseurannan.

Tapahtuma- ja koulutustarjonnan tulee vastata erilaisten ja erikokoisten jäsenyritysten erilaisiin tarpeisiin. Jäsentoiveina tulleet toteutukset on hyvä nostaa näkyvästi esiin. Suunnittelussa tulee katsoa myös tulevaisuuden tarpeisiin ja pysyä perillä trendeistä. Toiminnan osuvuuteen, relevanttiuteen ja näkyvyyteen tulee kohdistaa huomiota ja suunnitelmallisuutta. Jos esimerkiksi koulutuksien laatuun ja ajankohtaisuuteen keskittyminen nostaa kustannuksia, jäsenhintaisten osallistumismaksut on hyvä perustella selkeästi. Tarvittavaa tuottoa voi kerätä myös ei-jäseniltä tai muiden paikallisyhdistysten jäseniltä korkeampina osallistumismaksuina.

Virkistäytymiseen keskittyvät tapahtumat – afterworkit, gaalat ja retket – koetaan tärkeiksi, mutta niiden rinnalla tulee olla toisenlaisiin jäsentarpeisiin kohdennettua toimintaa. Muun muassa tutustumiskierrokset jäsenyrityksissä ja jäsenyritysten esittely digitaalisissa kanavissa mainittiin tässä tutkimuksessa. Alkoholittomuuden merkitys kasvaa koko ajan, ja sillä on merkitystä myös tapahtumakumppanuuksien solmimisessa. Aidot asiasisällöt kevyesti esitettynä kiinnostavat sekä jäseniä että muita sidosryhmiä ja siksi esimerkiksi omakustanteisia kahvi- tai lounastilaisuuksia kannattaa harjoittaa. Myös hyvinvointia tukevat ja trendikkäät wellness-sisällöt houkuttavat jäseniä osallistumaan ja vahvistamaan omaa yrittäjyyttään samalla, kun kohtaa vertaisiaan. Toimintaa kannattaa suunnitella yhteisesti jäsenten, kumppaneiden ja muiden sidosryhmien kanssa, jolloin voidaan löytää yhteisiä, jäsenyyden hyötyä ja merkitystä kasvattavia intressejä. Yhdistysten ja aluejärjestön tulee hyödyntää omia jäsenyrityksiä tasapuolisesti ja reilusti.

Monipuolinen, yrittäjien erilaisiin ja vaihtuviin kiinnostuksen kohteisiin, aikatauluihin ja työrytmeihin sopivien osallistumismahdollisuuksien muotoilu näkyy konkreettisimmillaan eri tapahtumateemojen, -viikonpäivien, -aikojen ja -paikkojen vaihteluna.

Kollektiivinen toiminta ja vuorovaikutus sekä digitaalisesti että kasvokkain sitouttavat jäseniä, joten toimintaa tulisi suunnitella live-, verkko- ja hybriditapahtumina, jolloin ne olisivat monipuolisesti jäsenten saatavilla riippumatta heidän sijainnistaan tai aikatauluistaan. Valtakunnallisen järjestötutkimuksen (Toikkanen, 2021, 44) mukaan kehityspäivät, työpajat ja vastaavat tilaisuudet sekä massatapahtumat ja tapahtumat tullaan tulevaisuudessakin järjestämään pääosin lähitilaisuuksina. Tutkimuksessa selvisi, että koulutuksien ja kokouksien osalta suurin osa toivoi hybriditoteutuksia ja etätilaisuuksina nämä kohtaamisen muodot näki vain neljäsosa vastaajista.

Oman paikallisen, alueellisen ja valtakunnallisen yrittäjäyhteisön julkisuudessa esiintyviä edustajia kannattaa nostaa tietoisuuteen. Esimerkiksi monet television uutispätkät ovat jaettavissa jäsenistölle ja lehtien sisältöjä voi jakaa houkuttelevina nostoina tekijänoikeuksia ja mahdollista maksullisuutta kunnioittaen. Hyvät esiintymiset ja kannanotot edistävät yrittäjäjärjestön keskeistä tehtävää yrittäjyyden puolesta, näkyvyyttä ja jäsenyytyväisyyttä.

Yrittäjäjärjestön haasteina ovat etenkin yksinyrittäjäjäsenten ja yrittäjyydessään alussa olevien ajan ja voimavarojen puute osallistua toimintaan. Tapahtumien ja koulutusten arvoa ja hyötyä jäsenelle tulee osoittaa eri näkökulmista konkreettisesti. Selkeät, hyötyjä korostavat tapahtumakutsut saattavat saada kiireisenkin jäsenen antamaan aikaansa ja hyötymään jäsenyydestään, mikä voi vähentää ensimmäisen ja toisen jäsenvuoden aikana tapahtuvaa jäsenkatoa. Itsensä toteuttamista ja yksilöllisyyttä palveleva yhdistystoiminta saattaa innostaa mukaan sellaisiakin, joiden on vaikeaa arvottaa ja panostaa aikaa itselleen merkityksettömään toimintaan.

Osallistumiseen voi kannustaa tarjoamalla tapahtumia, työryhmiä, verkko-seminaareja, vapaaehtois-tehtäviä ja mentorointia, joissa kokeneemmat yrittäjät voivat tukea uudempiä ja nuorempia tuoda vanhemmille yrittäjille hyödynnettäväksi omaa tietotaitoaan. Aktiivisesta rivijäsenestä voi kasvaa osallistuessaan sitoutunut, aktiivinen ja osaava luottamushenkilö tai muu yhdistystoimija, mikä on tärkeää järjestökenttää laajemminkin haastavassa jäsenkadossa ja toimintaan sitoutumisessa. Tämä pätee myös oppilaitoksiin kohdistuvassa verkostoitumistoiminnassa. Yrittäjyyskasvatukseen liittyvään verkostotoimintaan on melko helppo kannustaa rivijäseniäkin. Osallistuminen voi näissä tapauksissa olla luento omasta yrittäjyydestä opiskelijoille tai harrastuspiireille.

Tässä tutkimuksessa verkostoitumiskohteena esille nousi myös yrityskummitoiminta. 30 vuotta toimineen Pirkanmaan Yrityskummien toimintaa kannattaa tuoda esille alueellisesti ja paikallisesti, samoin kuin muitakin yrittäjyyden tukemisen alueellisia ja valtakunnallisia yhteistyökumppaneita.

Tässä tutkimuksessa etenkin alle 36-vuotiailla tärkeiksi asioiksi nousivat paikallisen toiminnan lisäksi alueelliset ja valtakunnalliset verkostot ja tapahtumat. Jotta jäsenistö saa tietoa monipuolisesti erilaisiin tarpeisiin ja toiveisiin kohdistetuista jäsenisällöistä, tulee myös alueellisia ja valtakunnallisia kohtaamisen mahdollisuuksia tuoda omien jäsenten tietoon ja kannustaa osallistumaan.

Vapaamuotoinen ja ohjattu verkostoituminen koettiin tässä tutkimuksessa lähes yhtä toivottaviksi. Koska yksinyrittäjyydestä tuttu verkostomainen toiminta toisi paljon hyötyä kaikille jäsenillemme, verkostoitumiseen varsinaisen järjestö- ja yhdistystoiminnan ulkopuolella kannattaisi kannustaa. Tämä tukisi järjestötutkimuksissa toivottua kevyttä sitoutumista järjestö- ja yhdistystoimintaan.

Järjestö- ja yhdistystoiminnan tulee olla byrokratialtaan mahdollisimman kevyttä ja helppoa, jotta kiireiset ja omalle yritystoiminnalleen resursseja tarvitsevat yrittäjät jaksavat kiinnostua jäsenyydestä ja luottamustehtävistä. Tämän toteutumista voidaan tukea jakamalla hyviä käytänteitä ja hyödyntämällä uusien luottamushenkilöiden tuoreita näkemyksiä. Tärkeää on, ettei vanhoja toimintamalleja sellaisenaan jatketa toimijoiden vaihtuessa, vaan omaa aiempaa toimintaa tarkastellaan kriittisesti, tavoitteellisesti ja uudistaen.

Luottamustehtävissä olevien tulee pohtia itsekseen ja yhdessä muiden kanssa toimen merkitystä, antia ja oppeja itselle. Uusien jäsenten ja yhdistysaktiivien saaminen on helpompaa, kun heillä on realistinen, mutta positiivisesti innostava kuva jäsenyydestä ja luottamustehtävästä. Mikäli luottamustoimi alkaa tuntua taakalta, eikä kuormaa jakavia yhdistyksestä löydy, on hyvä keskustella asiasta järjestöpäällikön tai muiden aluejärjestön toimihenkilöiden kanssa. Kuormittuminen tai toimen merkityksellisyyskatoaminen saattavat vaikuttaa vuorovaikutukseen ja heikentää sitä kautta muidenkin jäsenkokemusta ja lojaaliutta järjestöä kohtaan. Järjestötoiminnan muuttuessaakin löytyy ihmisiä, jotka tahtovat kantaa vastuuta ja haluavat vaikuttaa jäsenenä ja luottamushenkilönä yrittäjäjärjestön päätöksentekoon, strategioihin ja toimintaan. Järjestön ja yhdistysten sisäisellä ja ulkoisella puheella on merkitystä innostavan tai lannistavan ilmapiirin syntymisessä.

Vastuullisuuden vuoksi on hyvä liittää tapahtumiin niin sanottu no show -maksu ja sen perusteet. Peruuttamatta jääneet osallistumisilmoitukset aiheuttavat turhia kuluja toiminnalle ja heikentävät monipuolisen tapahtumatarjonnan toteuttamista. Kun osallistujalle tuodaan ilmoittautumisen yhteydessä tiedoksi, että peruuttamatta jäänyt osallistumattomuus laskutetaan syntyneiden kuluja kattamiseksi, nousee samalla esille suoraselkäinen ja vastuullinen jäsenmaksujen käyttö.

7.3 Jäsenkokemuksen kehittäminen yrittäjyyttä vahvistamalla

Verkostoitumismahdollisuuksien jälkeen tärkeimpinä ja arvokkaimpina syinä liittyä ja olla Yrittäjien jäsen mainittiin tässä tutkimuksessa lakineuvonta, muut tuki- ja neuvontapalvelut sekä maksuttomat ja jäsenhintaisten koulutukset. Koulutusten osalta odotukset liittyivät hyödyllisyyteen, ajankohtaisuuteen ja oman ammattitaidon kehittämiseen.

Markkinointiin, asiakashankintaan ja myyntiin liittyvät koulutukset ja muu tieto olivat tämän tutkimuksen perusteella eniten kaivattuja koulutussisältöjä. Yritystoiminnan suunnittelu ja kehittäminen sekä yrityksen talousasiat ja hinnoittelu, yrittäjävahvuuksien kehittämiseen ja hyvinvointiin liittyvät sisällöt koettiin myös tärkeiksi. Näissä teemoissa voidaan tehdä yhteistyötä omien jäsenyrittäjien ja oppilaitosyhteistyökumppaneiden kanssa.

Taloudellista hyötyä tuovat jäsenedut mainittiin tässä tutkimuksessa ehkä yllättävänkin harvoin hyödylliseksi koettuina tai käytettyinä. Voidaan pohtia, johtuuko se siitä, ettei niitä arvosteta vai siitä, ettei niiden sisältöä tai olemassaoloa tunneta tai muisteta. Alle 36-vuotiaille rahalliset jäsenedut merkitsivät vanhempia yrittäjiä enemmän.

Koska yli puolet tämän tutkimuksen vastaajista oli sitä mieltä, että jäsenyys on varmasti tai ehkä vahvistanut heitä yrittäjinä, olisi tehokasta nostaa tällaisia jäsenyrittäjiä kertomaan julkisesti esimerkiksi videolla tuntemuksistaan ja käyttämistään Yrittäjien palveluista. Yrittäjäkollegan antama suositus on vahvempi kuin mainospuheeksi koettu Yrittäjien oma viestintä. Koska jäsenyyden vahvistava vaikutus oli nuorempien jäsenten ryhmässä hieman alhaisempaa, olisi erityisen tehokasta saada tyytyväiset nuoret jäsenet kertomaan konkreettisesti ja monikanavaisesti jäsenyyden hyödyistä itselleen ja yritystoiminnalleen.

Vaikka Yrittäjien viestintä koettiin ajoittain liiankin runsaaksi, kaikkien jäsenetujen ja -palveluiden käytöstä kysyttäessä, käytetyimmiksi nousivat uutiskirjeet, jotka sisältävät runsaasti hyötytietoa sekä viihdyttäviä ja opettavia yrittäjätarinoita. Samaa, yrittäjyyttä vahvistavaa sisältöä voisi jakaa enemmän yksittäisinä verkkosivujulkaisuina ja jakaa sosiaaliseen mediaan. Tietoiskut mainittiin tässä tutkimuksessa. Kevyesti esille tuodut lakineuvot, liiketoiminnan ideat ja vinkit sekä viittaukset jäsenille maksuttomasti kuuluviin asiakirjapankin sisältöihin voivat vahvistaa yrittäjyyttä ja jäsenkokemusta. Järjestön tulisi olla paremmin selvillä neuvontapalveluiden käytöstä ja kerätä niihin liittyen palautetta. Näin voitaisiin parantaa palvelua ja jäsenkokemusta sekä tuoda mahdollisesti neuvontapalveluita käyttäneiden jäsenten tarinoita laajemmin tiedoksi.

Tässä tutkimuksessa kohderyhmäksi valitut yksinyrittäjät toivoivat hyvinvointiin ja jaksamiseen liittyvää tukea eniten etujen muodossa. Tärkeiksi nousivat myös hyvinvoinnin teemapäivät ja koulutukset. Myös hyvinvointiin ja jaksamiseen liittyvät neuvontapalvelut ja viestintä koettiin mainitsemisen arvoisiksi. Koska yrittäjän sosiaaliturvaan liittyvä ymmärrys on koettu useissa tutkimuksissa heikoksi, voisi tämän teeman ympärille muotoilla koulutussarjan tai tietotiivistelmän. Kiteytetyt, helposti ja innostavasti tietoa antavat mallit voisivat toimia monessa muussakin yrittäjyyteen liittyvässä aiheessa.

Tutkimuksen mukaan yli 15 prosenttia vastaajista ei ollut käyttänyt lainkaan Yrittäjien jäsenpalveluita tai -etuja. Jokainen hyödyntää jäsenyyttään tavallaan, mutta esimerkiksi K-kauppiasetu tarjoaa niin konkreettista etua, vaikkapa vain ruokaostoksia tekeväälle jäsenelle, että mahdollisimman moni jäsen olisi hyvä saada sitoutumaan jäsenyyteen myös jäsenetujen kautta. Tässä näkyvämpi ja säännöllisempi, monikanavainen viestintä voisi auttaa.

7.4 Jäsenkokemuksen kehittäminen vaikuttavan toiminnan avulla

Puolella tämän tutkimuksen nuorista vastaajista ja lähes puolella 36 vuotta täyttäneistä vastaajista ei ollut kokemusta tai mielipidettä järjestön vaikuttamistyöstä.

Vaikuttamisteeman ja siihen liittyvien termien konkreettinen selittäminen voisivat parantaa järjestön vaikuttamistyön merkitystä jäsenkokemukselle. Vaikka aihe on arkinen ja kaikenlaiseen yritystoimintaan liittyvä, vaikuttamista saatetaan terminä vierastaa ja kokea merkitystään isommaksi, eikä siten kaikkia koskettavaksi. On syytä pohtia ja käyttää kulloistakin vaikuttamistyötä selkeästi kuvaavia, suuren yleisön ymmärtämiä sanoja tekemättä vaikuttamistyöstä vaikeaa ja luotaan työntävää.

Yrittäjäjärjestön ja paikallisyhdistysten yhteiskunnallisia tavoitteita ja vaikutuksia tulee nostaa esiin konkreettisemmin. Jäsenelle voi olla tärkeää kokea olevansa osa suurempaa yhteiskunnallista muutosta ja vaikuttamista – osa merkityksellistä työtä tekevää yrittäjien yhteisöä.

Laaja ja näkyvästi viestitty sidosryhmäyhteistyö ja sen konkreettiset vaikutukset lisäävät näkyvyyttä, tietoisuutta yrittäjäjärjestöstä sekä sen yhteiskunnallisesta merkityksestä ja vaikuttavuudesta. Oppilaitosyhteistyö mahdollistaa hyvän näkyvyyden ja vuorovaikutuksen tulevien yrittäjien kanssa lisäten samalla ymmärrystä yrittäjyydestä ja sen vaikutuksista suomalaisen hyvinvointiin laajemminkin.

Koska lyhytkestoisuus ja projektimaisuus ovat suosittuja yhteiskunnallisen vaikuttamisen muotoina, tulisi tällaista toimintaa ideoida ja toteuttaa enemmän myös vaikuttamisteeman alla.

7.5 Jäsenkokemuksen kehittäminen viestinnän keinoin

Arvokkaimmaksi ja hyödyllisimmäksi viestinnän muodoksi tässä tutkimuksessa nousi sähköpostiviestintä, etenkin oman paikallisyhdistyksen toteuttamana. Aluejärjestön uutiskirjeet koettiin tärkeämmiksi kuin Suomen Yrittäjien valtakunnallinen sähköpostiviestintä. Valtakunnalliset verkkosivut sen sijaan nähtiin alueellisia ja paikallisia tärkeämpinä, mikä osoittanee, että valtakunnallisten sivujen sisältöä kannattaisi soveltuvin osin linkittää alueellisille ja paikallisille sivustoille enemmänkin.

Oman paikallisyhdistyksen sosiaalisen median viestintä koettiin hivenen tärkeämmäksi kuin maakunnallinen ja valtakunnallinen. Podcast- ja videosisällöt, painettu viestintä ja tekstiviestit saivat tässä tutkimuksessa vain jokusia mainintoja. Uusia, sähköisiä viestintäkanavia ja niihin soveltuvia sisältöjä tulisi ketterästi testata ymmärryksen ja kokemuksen kartuttamiseksi. Näin voitaisiin olla paremmin läsnä jäsenten toivomalla tavalla jatkossakin.

Jos päädytään tekemään nuoremmille ja vanhemmille yrittäjille eri sisältöistä viestintää on hyvä muistaa alle 36-vuotiaiden arvostavan vanhempia yrittäjiä enemmän maakunnallista ja valtakunnallista viestintää. Yrittäjäjärjestö voisi hyödyntää enemmän eri kohderyhmille suunnattua viestintää, jolloin viestien osumatarkkuus olisi parempi, eikä aiheuttaisi itselle turhan tiedon tuomaa turhautumista tai ulkopuolisuuden tunnetta.

Sosiaalisen median käyttöön liittyen WhatsApp nousi tässä tutkimuksessa suosituimmaksi palveluksi 36 vuotta täyttäneillä ja Instagram alle 36-vuotiailla. Muita säännöllisessä käytössä olevia kanavia olivat Facebook, Facebook Messenger, TikTok ja LinkedIn. Suurimmat erot löytyvät Instagram- ja TikTok-käytössä, joita nuoremmat jäsenet käyttävät selkeästi enemmän. On tärkeää sekä alueellisesti että paikallisesti tuntea sosiaalisen median kanavien käyttäjät ja suunnitella kanavastrategiat, kuhunkin kanavaan sopivat sisällöt sekä varmistaa eri kanavien tehokas yhteiskäyttö. Järjestön tulee seurata sosiaalisen median kanavien maksullisuuteen liittyviä muutoksia ja niiden vaikutusta seuraajamääriin.

Tässä tutkimuksessa selvisi, että järjestöllä on jäseniä, jotka eivät käytä mitään kyselyssä (liite 1) mainittuja sosiaalisen median palveluita. Tämän vuoksi tulee muistaa, että verkkosivun ja sieltä löytyvän tapahtumakalenterin tulee olla tiedon koti, josta sitä voi jakaa sähköpostitse uutiskirjeillä, sosiaalisessa mediassa tai pikaviestimissä, kuten WhatsApp.

Selkeä ja suunnitelmallinen kommunikointi monikanavaisesti esimerkiksi tulevista tapahtumista, projekteista ja muista osallistumismahdollisuuksista on tärkeää. Viestintään tulee luoda tarkistuslistoja, jotta jäsenen ja osallistumisen kannalta kaikki oleellinen muistetaan kertoa. Digitaalisten alustojen ja työkalujen haltuunotto tarjoaa jäsenille mahdollisuuden osallistua myös virtuaalisesti. Palautteen ja jäsenten ehdotusten kysyminen ja kuuleminen ovat osa vuorovaikutusta ja viestintää. Ne voivat auttaa ymmärtämään jäsenkentän todellisia odotuksia ja toiveita sekä vastaamaan niihin osuvammin. Jäsen ottaa mieluummin osaa itselleen merkitykselliseen toimintaan.

Kaikessa viestinnässä tulee käyttää yhteisiä värejä, fontteja, symboleita ja yhteistä terminologiaa, mikä luo mielikuvaa vahvasta yhteisöllisyydestä ja näkemyksellisyydestä sekä auttaa yhteisen brändin tunnistamisessa.

Jotkut saattavat kokea, että yrittäjäjärjestön toiminta ei ole heille relevanttia tai he eivät koe saavansa jäsenmaksulleen riittävästi vastinetta. Tämän vuoksi järjestön ja yhdistysten tulee viestiä konkreettisesti ja tunteisiin vetoavin tarinoin, kasvoin ja esimerkein. Jäsenyritysten esittely digitaalisissa kanavissa nousi yhdeksi viestinnän teemaksi tässä tutkimuksessa. Muina aiheina esiin kannattaa nostaa esimerkiksi yhteistyötä kunnan, kaupungin tai oppilaitoksen kanssa, yrittäjien välisiä yhteistyökuvioita, merkittäviä ja paikallisia yrityselämän uutisia sekä hauskoja tai muita tunteita herättäviä yrittäjätarinoita. Omien jäsenyrittäjien suositteluja ja aitoja kertomuksia jäsenyyden hyödyntämisestä kannattaa tuottaa monikanavaisesti paikallisestikin. Kaikkea ei tarvitse tehdä itse, vaan jäsenyritysten, median ja yrittäjäjärjestön tuottamia sisältöjä voi myös jakaa. Oman paikallismedian kanssa kannattaa käydä keskustelu mahdollisista yhteisistä intresseistä ja niiden toteuttamisesta.

Viestintä, brändi ja digitaalisten välineiden käyttö nähdään järjestötoimijoiden keskuudessa mahdollisuuksina, mutta uutta osaamista vaativina. Tämä haastaa etenkin paikallista yhdistystoimintaa ja sen kehittämistä. Osaamista ja lisäresursseja on mahdollista hankkia omien luottamushenkilöiden ja ydintiimin ulkopuolelta, mikäli yhdistyksellä on siihen varaa. Näitä mahdollisuuksia kannattaa luovasti kartoittaa.

Lähes 10 prosenttia tämän tutkimuksen vastaajista ilmoitti, ettei hyödynnä tai arvosta mitään kyselyssä (liite 1) mainituista viestintävaihtoehdoista. Tällaisella jäsenellä syy kuulua järjestöön voi perustua toiminnan kannattamiseen tai tunteeseen kuulua yhteisöön. Tuota kuulumisen tunnetta on hyvä vahvistaa viestinnällä.

Järjestöjäsenyyden hyödyntäminen perustuu lähes täysin voimassa olevan sähköpostiosoitteen käyttöön, minkä vuoksi niin sanottu jäsenhuoltotyö ja sen yhteydessä tarkistetut yhteystiedot ovat tärkeä työkalu hyvän jäsenkokemuksen muodostumisessa. Jäsenhuolto kuuluu yrittäjäjärjestössä jokaiselle kolmelle tasolle.

Jäsenyyden vahvistaminen jäsenhyödyistä muistuttamalla uuden jäsenkauden alla on otettava työliselle valtakunnallisen markkinoinnin automaation lisäksi myös alueellisesti ja paikallisesti. Tulee varmistaa, että palvelun käyttö onnistuu, ja viestiä esimerkiksi kirjautumiseen liittyvät ohjeet selkeästi. Tulee myös varmistua, että laskutustiedot ovat oikein.

7.6 Välittäminen

Yrittäjissä puhutaan kolmesta V-kirjaimesta: verkostoiminen, vahvistaminen ja vaikuttaminen.

Tässä tutkimuksessa kysyttiin jäsenyyteen ja järjestöön liittyviä tunteita ja adjektiiveja. Niiden pohjalta tahdoin nostaa sanastoomme neljännen V-kirjaimen: välittäminen. Meidän tulee välittää jäsenistämme ja siitä, mitä he jäsenyydestään ja järjestöstään ajattelevat. On tärkeää tietää, miltä jäsenyys jäsenestä tuntuu.

Tasaisesti kaikissa jäsenyyden vaiheessa tulee alueellisesti ja paikallisesti muistaa Capgeminin (2017) mainitsemat emotionaalisen sitouttamisen neljä R-kirjainta, jotka suomennettuina voisi muotoilla seuraavanlaisiksi.

- Kunnioita jäseniä tekemällä se, mitä lupaat ja mitä järjestön arvopohjalta voidaan odottaa.
- Rakenna vuorovaikutusta ja luottamuksellista jäsensuhdetta.
- Tunnista jäsenten tarpeet ja toiveet, jotta voit luoda merkityksellisiä kokemuksia.
- Kiitä uskollisuudesta tarjoamalla ajankohtaisia ja hyödyllisiä palveluita ja etuja.

Edellä mainitut asiat pätevät niin rivijäseneneen kuin luottamushenkilöihinkin kohdistuvissa toimissa.

Kuten tässä raportissa aiemmin kävi ilmi, jäsenen oletusarvoisiksi odotuksiksi voidaan katsoa kuuluvan personoitu asiakaskokemus, monikanavainen asiointimahdollisuus, asiointin helppous ja vaivattomuus mukaan lukien itsepalvelu, palvelunopeus, ammattitaitoinen asiakaspalvelu sekä reklamaatioiden asiallinen hoitaminen. Näiden toteutuminen tulee ottaa tarkasteluun aluejärjestössä ja soveltuvin osin myös paikallisyhdistyksissä.

Tämän tutkimuksen perusteella jäsenyyteen ja järjestöön liitetään useammin positiivisia kuin negatiivisia tunteita ja adjektiiveja. Eniten mainituista laatusanoista arvostus, luottamus, tyytyväisyys, turvallisuus, toivo ja innostus tulisi useammin tulla mainituiksi toimintakuvauksissamme.

Asiantunteva, luotettava ja yrittäjän arkea ymmärtävä sekä yhteisöllinen, eteenpäin katsova, tukea antava, kannustava, avoin, kiinnostava, tärkeä ja vaikuttava ovat sanoja, joita voidaan tämän tutkimuksen perusteella käyttää järjestöä luonnehdittaessa.

Tässä tutkimuksessa negatiivisina tunteina mainittiin etäisyys, tyytymättömyys, turhautuneisuus ja välinpitämättömyys sekä laatusanoina vanhanaikainen, sisäänpäin kääntynyt, suljettu ja passiivinen. Kaikki edellä mainitut sanat ovat toimintaa määrittelevinä sellaisia, joiden avulla tulisi tarkastella järjestötekemistä, oppia sekä muuttaa toimintaa ja viestintää parempaa jäsenkokemusta mahdollistavaksi.

8 POHDINTA JA KEHITYSEHDOTUKSET

Tämä tutkimuksellinen kehittämistyö täytti tavoitteensa ja antoi paljon luotettavaa tietoa hyvän jäsenkokemuksen muotoilemiseksi Pirkanmaan Yrittäjissä ja sen paikallisyhdistyksissä. Tutkimuksen tuloksia voitaneen hyödyntää laajemminkin jäsenpidon ja jäsenhankinnan kontekstissa erilaisissa järjestöissä ja yhdistyksissä.

Opinnäytetyön tuotoksena syntynyt idealista (liite 3) tulee Pirkanmaan Yrittäjissä käyttöön vuoden 2024 jäsenhuoltoa, jäsenpalvelua ja jäsenhankintaa suunniteltaessa. Ideoiden pohjalta tuotan omaa ja paikallisyhdistystemme työtä helpottavia materiaaleja. Jäsenkokemuksen kehittäminen Yrittäjissä jatkuu. Jatkotutkimuksena ehdotan syventymistä paikallisyhdistystemme puheenjohtajien ja sihteerien/tiedottajien ajatuksiin ja toiveisiin. He ovat keskeisessä asemassa, lähimpänä jäsenyrittäjää luomassa jäsenkokemusta. Myös maahanmuuttajataustaisten yrittäjien järjestösitoutumisen ja jäsenkokemuksen tutkiminen olisi hedelmällistä.

8.1 Oman työskentelyn arviointi ja ammatillinen kasvu

Opinnäytetyön tekeminen omista työhön liittyvistä aiheista tuntui hyvältä ratkaisulta. Tavoitteellinen, uudistava ja luotettavaan tietoon perustuva kehittäminen on yrittäjäjärjestön strategian mukaista. Tekemällä syväskelluksen järjestömaailmaan, jäsenkokemukseen ja yksinyrittäjyyteen, sain eväitä omaan työhöni jäsenpalveluasiantuntijana ja yksinyrittäjäverkoston aktiivina. Samaan aikaan koin ajoittain kuormittumista, sillä en päässyt työasioista eroon vapaa-ajallakaan, kun se täytyi opinnäytetyöhön liittyvistä tehtävistä. Jos lähtisin tekemään tätä opinnäytetyötä uudelleen, rajaisin aihetta ja etenkin teoreettista viitekehystä tiukemmin. Tällä kertaa taisi käydä niin, että kaikkein oleellisimpaan keskittyminen unohtui ihastuessani tutkimusmaailmaan.

Koin tämän työn tekemisen merkitykselliseksi ja uskon, että minulla oli aiheeseen liittyen paljon annettavaa työkokemukseni ja tuoreiden opintojeni sekä iän myötä kehittyneen näkemyksellisyyden ansiosta. Osaamiseni laajentui. Opin paljon analyttisestä tekemisestä. Opin myös käyttämään uusia työkaluja, joista erityisesti Webropolin ja ChatGPT:n näen jatkossakin työhöni oleellisesti kuuluvina.

Itsetuntemuksen osalta ymmärsin jälleen olevani perfektionisti, joka yritti tämänkin työn avulla opetella armollisuutta – tälläkin kertaa heikosti onnistuen. Oli ilo hyödyntää omia vahvuuksiaan, kuten hyvää ja rikasta suomen kielen taitoa sekä projektiosaamista. Välillä harmittelin, etten tehnyt opinnäytetyötä parityönä. Työ oli välillä yksinäistä puurtamista ja työn ohessa tehtynä vaikutti myös mahdollisuuteen viettää aikaa itselle tärkeiden ihmisten kanssa tänä syksynä. Itsenäisyyttä lisäävänä tämä kokemus oli voimakas. Tiedän tehneeni parhaani ja rohkenen avoimesti jakaa oppimaani.

Tämän työn pohjalta pääsen tekemään omaa työtäni kollegoideni ja sidosryhmieni kanssa hyvistä lähtökohdista. Idealista (liite 3) antaa mahdollisuuden konkreettiseen tekemiseen ja esiin nostamiani ideoita on mukava lähteä kehittämään yhdessä muiden kanssa. Uskon tästä työstä olevan hyötyä monelle yrittäjäjärjestössä ja mahdollisesti muissakin järjestöissä. Mielenkiintoista on nähdä ideoideni vaikutukset aluejärjestömme ja paikallisyhdistystemme toimintaan – ja jäsenkokemukseen.

LÄHTEET

- Työssä on käytetty seuraavasti tekoälyä: ChatGPT 2023. OpenAI. GPT-4. Käytetty työn rakenteen ideointiin, taulukkojen tekemiseen, kyselyn avointen vastausten koostamiseen ja kielentarkistukseen, syyskuu–marraskuu 2023. <https://chat.openai.com>
- Alasoini, Tuomo 2017. Joukkoistettu työ niche-innovaationa ... ja työsuhderegiimin murtajana? Monitasomalliin perustuva analyysi. Työelämän tutkimus 15 (3), 266–280. <https://journal.fi/tyoelaman-tutkimus/article/view/85278/44274>. Viitattu 18.9.2023.
- Capdemini 2017. Loyalty Deciphered. How Emotions Drive Genuine Engagement. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 29.11.2017. https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/11/dti_loyalty-deciphered_29nov17_final.pdf. Viitattu 13.9.2023.
- Dimensional Research 2013. Customer service and business results. A survey of customer service from mid-size companies. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 4/2013. https://d16cvnquvjw7pr.cloudfront.net/resources/whitepapers/Zendesk_WP_Customer_Service_and_Business_Results.pdf. Viitattu 13.9.2023.
- Eurofound 2015. New Forms of Employment. Pdf-julkaisu. Julkaisuaika 12.3.2015. <https://www.eurofound.europa.eu/system/files/2017-06/ef1461en.pdf>. Viitattu 18.9.2023.
- Frankly julkaisuaika tuntematon. Suomen Yrittäjät: Vahvempi järjestö jäsenten tarpeille rakentuvalla palvelulupauksella. Verkkojulkaisu. <https://franklypartners.fi/fi/case-suomen-yrittajat-vahvempi-jarjesto-jasenten-tarpeille-rakentuvalla>. Viitattu 2.9.2023.
- Halava, Ilkka, Pantzar, Mika & Lukin, Elisa 2018. Kansalaisjärjestö jälkiteollisessa artistiyhteiskunnassa – Järjestötoiminnan tulevaisuus. PDF-tiedosto. Julkaisuaika 3.3.2018. <https://static1.squarespace.com/static/5d6e377782e9bf0001baa334/t/5d6e3dc20e4ae80001abf0d9/1567505861339/STEA-Kansalaisj%C3%A4rjest%C3%B6-j%C3%A4lkiteollisessa-artistiyhteiskunnassa.pdf>. Viitattu 2.9.2023.
- Harju, Aaro 2010. Puheenvuoro kansalaisyhteiskunnan tulevaisuudesta. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi 2010.
- Heino, Jenna 2022. Kolumni: Itsenäinen yrittäjä ei vuonna 2022 jätä lomiaan pitämättä tai aja itseään piippuun. Verkkojulkaisu. <https://www.ukko.fi/yrittajyysskoulu/kolumni-itsenainen-yrittaja-ei-vuonna-2022-jata-lomiaan-pitamatta-tai-aja-itseaan-piippuun/>. Viitattu 16.9.2023.
- Holma, Liisa, Laasio, Kirsti, Ruusuvuori, Minna, Seppä, Salla & Tanner, Riikka 2021. Menestys syntyy asiakaskokemuksesta – b2b-johtajan opas. Helsinki: Alma Talent
- Isotalo, Merja 2021. Yksinyrittäjä – mitä kertovat tilastot ja tutkimukset? Aky – Akavalaisten yrittäjien blogi. 20.5.2021. <https://aky.fi/2021/05/20/yksinyrittaja-mita-kertovat-tilastot-ja-tutkimukset/>. Viitattu 19.9.2023.
- Jämsén, Arja & Pyykkönen, Anne toim. 2014. Osallisuuden jäljillä. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 5/2014. <https://www.pksotu.fi/pksotu/wp-content/uploads/2018/02/osallisuuden-j%C3%A4ljill%C3%A4-verkkoversio-pakattuna-16052014.pdf>. Viitattu 15.9.2023.
- Järjestökehitys Oy julkaisuaika tuntematon. Tunne ja kokemus. Verkkojulkaisu. <https://jarjestokehitys.fi/ratkaisut/tunne-ja-asiakaskokemus/>. Viitattu 5.9.2023.
- Järventaus, Jussi & Kekäläinen, Henrietta 2018. Uudistuva työ ja yrittäjyys – visioista toteutukseen. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 27/2018. Työ- ja elinkeinoministeriö. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-340-5>. Viitattu 2.9.2023.

Kananen, Jorma 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä - Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kanninen, Vesa 2006. Yrittäjyyden taloustiede: katsaus ja arvioiteja. Teoksessa Kansantaloudellinen aikakauskirja 102(3), 321–338. <https://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/images/stories/kak/kak32006/kak32006kanniainen.pdf>. Viitattu 2.9.2023.

Kansalaisfoorumi julkaisuaika tuntematon. Mitä kansalaisyhteiskunta on? Verkkojulkaisu. <https://kansalaisyhteiskunta.fi/tietopankki/kategoria/mita-kansalaisyhteiskunta-on/>. Viitattu 5.9.2023.

Klemetti, Pia 2021. Puskurityö – Vaurastumista, vaihtelua ja valinnanmahdollisuuksia. Helsinki: Alma Talent.

Konttinen, Esa julkaisuaika tuntematon. Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali: Kolmas sektori. Verkkojulkaisu. <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/kolmas-sektori>. Viitattu 5.9.2023.

Koramo, Marika, Keinänen, Janika, Oosi, Olli & Wennberg, Mikko 2017. Itsensätyöllistäminen ja jakamistalous työelämän murroksessa. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 13/2017. Työ- ja elinkeinoministeriö. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-201-9>. Viitattu 18.9.2023.

Korkiakoski, Kari 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus, uusi aika, uudenlainen johtaminen. Helsinki: Alma Talent.

Koskinen, Ilpo, Alasuutari, Pertti & Peltonen, Tuomo 2005. Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Tampere: Vastapaino.

Kuula-Luumi, Arja julkaisuaika tuntematon. Laadullisen aineiston anonymisointi. Teoksessa Vuori, Jaana (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/metelmaopetus/>. Viitattu 21.9.2023.

Lappi, Jaana 2022. Yrittäjyysstrategia. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2022:32. Työ- ja elinkeinoministeriö. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-728-1>. Viitattu 2.9.2023.

Lind, Kimmo & Kaunismaa, Pekka (toim.) 2022. Järjestöt valokeilaan. Teoksessa Järjestöt valokeilassa – Järjestöt organisaatioina, toimijoina ja tutkimuskohteina, 6–11. <https://www.humak.fi/julkaisut/jarjestot-valokeilassa/>. Viitattu 5.9.2023.

Mattila, Maija 2018. Alustatalous – mitä se on ja miksi siitä puhutaan juuri nyt? Verkkojulkaisu. <https://sorsafoundation.fi/maiija-mattila-alustatalous-mita-se-on-ja-miksi-siita-puhutaan-juuri-nyt/>. Viitattu 18.9.2023.

Melin, Harri 2020. Keitä ovat yksinyrittäjät? Verkkojulkaisu. <https://www.tuni.fi/alustalehti/2020/03/12/keita-ovat-yksinyrittajat/>. Viitattu 16.9.2023.

Ojasalo, Katri, Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2015. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Osana yhteistä ratkaisua Oy, 2023. Lue tuoreen järjestöselvityksen tulokset. Verkkojulkaisu. <https://osana.fi/lue-tuoreen-jarjestoselvityksen-tulokset/>. Viitattu 4.11.2023.

Parrish, Rick 2019. The US Customer Experience Index, 2019: Some Small Gains, Widespread Stagnation, No Real Leaders. Forrester-tutkimusyhtiön blogi. 11.6.2019. <https://www.forrester.com/blogs/cx-index-2019-results/>. Viitattu 11.9.2023.

Pietilä, Antti 2019. Asiakkuuden vaiheet. Loyalistic Oy:n blogi. 14.5.2019. <https://blog.loyalistic.com/fi/asiakkuuden-vaiheet>. Viitattu 12.9.2023.

Pirkanmaan Yrittäjät 2020. Mainos: Suomen Yrittäjien tuleva puheenjohtaja vieraili Pirkanmaalla – joskaan vielä ei ole tiedossa, kuka hän on. Verkkajulkaisu. <https://www.aamulehti.fi/mainos/pirkanmaan-yrittajat/art-2000007548771.html>. Viitattu 10.9.2023.

Pirkanmaan Yrittäjät 2023. Jäsenrekisteriote. Tampere: Pirkanmaan Yrittäjät. Julkaisematon raportti. Viitattu 2.11.2023.

Pärnänen, Anna 2014. Itsensä työllistäjän muuttuva kuva. Verkkajulkaisu. <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2014/itsensa-tyollistajan-muuttuva-kuva/>. Viitattu 16.9.2023.

Pärnänen, Anna & Sutela, Hanna 2013. Itsensätyöllistäjät Suomessa 2013. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 10/2014. https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/184376/yits_201400_2014_12305_net.pdf. Viitattu 19.9.2023.

Rusi-Karlsson, Marketta 2017. Jäsen keskiössä – jäsenkokemuksen jäljillä. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 4.2.2017. <https://www.invalidiliitto.fi/sites/default/files/2017-02/Jasen%20keskiossa.pdf>. Viitattu 8.9.2023.

Saarela, Martti 2018. Yksinyrittäjät ovat merkittävä voimavara talouskasvulle. Oulun yliopiston mikroyrittäjyyskeskus MicroENTRE@:n blogi. 28.8.2018. <https://www oulu.fi/fi/blogit/kerttu-saalasti-instituutin-blogi/yksinyrittajat-ovat-merkittava-voimavara-talouskasvulle>. Viitattu 16.9.2023.

Saarijärvi, Hannu & Puustinen Pekka, 2020. Strategiana asiakaskokemus, miksi, mitä, miten? Jyväskylä: Docendo Oy

Sanastokeskus ry julkaisuaika tuntematon. Tapa-termipankki. Verkkajulkaisu. <https://termipankki.fi/tepa/fi/haku/palvelu>. Viitattu 8.9.2023.

Saukkonen, Pasi julkaisuaika tuntematon. Kansalaisjärjestöt ja yhteiskunnalliset liikkeet. Verkkajulkaisu. <https://blogs.helsinki.fi/vol-spj/kansalaisjarjestot/suomalainen-kansalaisjarjestotoiminta/>. Viitattu 5.9.2023.

Seppo, Maija 2013. Kansalaisyhteiskunta nyt – Selvitys suomalaisen kansalaisyhteiskunnan toiminta-edellytyksistä, tilasta ja asemasta. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 11.6.2013. <https://fingo.fi/wp-content/uploads/2020/10/kansalaisyhteiskunta-nyt-final.pdf>. Viitattu 5.9.2023.

Shawn, Colin 2007. The DNA of Customer Experience. How Emotions Drive Value. London: Palgrave Macmillan

SMEunited julkaisuaika tuntematon. Members. Verkkajulkaisu. <https://www.smeunited.eu/members>. Viitattu 2.9.2023.

Suomen Yrittäjät 2021. Suomen Yrittäjien Petri Salminen Euroopan yrittäjäjärjestön johtoon. Verkkajulkaisu. <https://www.yrittajat.fi/tiedotteet/suomen-yrittajien-petri-salminen-euroopan-yrittajajarjeston-johtoon/>. Viitattu 2.9.2023.

Suomen Yrittäjät 2021. Tietosuojaseloste. Verkkajulkaisu. <https://www.yrittajat.fi/yrittajajarjesto/tietoa-yrittajista/tietosuojaselosteet-ja-evastekaytannot/#mihin-tarkoitukseen-ja-milla-perusteella-kasittellemme-henkilotietoja>. Viitattu 20.9.2023.

Suomen Yrittäjät 2022. Opiskelijabarometri: Korkeakouluopiskelijoiden yrittäjyyshalukkuus on kasvanut. Verkkajulkaisu. <https://www.yrittajat.fi/tiedotteet/opiskelijabarometri-korkeakouluopiskelijoiden-yrittajyyshalukkuus-on-kasvanut/>. Viitattu 16.9.2023.

Suomen Yrittäjät 2022. Tietoa jäsenistämme. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 1/2022. https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2022/01/Suomen-Yrittajat_tietoa-jasenistamme-2022.pdf. Viitattu 2.9.2023.

- Suomen Yrittäjät 2022. Yksinyrittäjäkysely 2022. Verkkojulkaisu. <https://www.yrittajat.fi/tutkimukset/yksinyrittajakysely-2022/>. Viitattu 16.9.2023.
- Suomen Yrittäjät 2023. Suomen Yrittäjien Yksinyrittäjäohjelma 2023-2027. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 10.11.2023. <https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2023/11/suomen-yrittajien-yksinyrittajaohjelma-2023-2027.pdf>. Viitattu 10.11.2023.
- Suomen Yrittäjät 2023. Tietoa Yrittäjistä. Helsinki: Suomen Yrittäjät. Julkaisematon raportti. Viitattu 17.11.2023.
- Suomen Yrittäjät julkaisuaika tuntematon. Nuoret Yrittäjät. Verkkojulkaisu. <https://www.yrittajat.fi/palvelut-ja-edut/yhteiso/nuoret-yrittajat/>. Viitattu 11.9.2023.
- Suomen Yrittäjät julkaisuaika tuntematon. Tietoa Yrittäjistä. Verkkojulkaisu. <https://www.yrittajat.fi/yrittajajarjesto/tietoa-yrittajista/>. Viitattu 2.9.2023.
- Suomen Yrittäjät julkaisuaika tuntematon. Yrittäjyys Suomessa. Verkkojulkaisu. <https://www.yrittajat.fi/yrittajajarjesto/tietoa-yrittajista/yrittajyys-suomessa/>. Viitattu 2.9.2023.
- Suomen Yrityskummit ry julkaisuaika tuntematon. Yrityskummit pienyrittäjän onnistumisen tukena. Verkkojulkaisu. <https://www.yrityskummit.fi/fi/etusivu>. Viitattu 2.11.2023.
- Sutela, Hanna & Pärnänen, Anna 2018. Yrittäjät Suomessa 2017. Tilastokeskus. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-244-641-1>. Viitattu 19.9.2023.
- Tietosuojaavaltuutetun toimisto julkaisuaika tuntematon. Rekisterinpitäjän oikeutettu etu. Verkkojulkaisu. <https://tietosuoja.fi/rekisterinpitajan-oikeutettu-etu>. Viitattu 20.9.2023.
- Tilastokeskus 2023. Vuonna 2022 työllisiä ja työvoimaa enemmän, työttömiä ja työvoiman ulkopuolisia vähemmän kuin edellisvuonna. Verkkojulkaisu. <https://www.stat.fi/julkaisu/cl8e9iaj0j1y70avukedyye4c>. Viitattu 16.9.2023.
- Toikkanen, Petri 2021. Tulevaisuuden näkymät järjestöissä 2021 – Osana yhteistä ratkaisua Oy. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 2.12.2021. <https://mailchi.mp/ae9d0f68dbd2/tnj2>. Viitattu 5.9.2023.
- Toikkanen, Petri 2023. Tulevaisuuden näkymät järjestöissä 2023 – Osana yhteistä ratkaisua Oy. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 3.10.2023. <https://mailchi.mp/7a66d5bcab30/tnj3tulokset>. Viitattu 4.11.2023.
- Toikko, Timo & Rantanen, Teemu 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta – Näkökulmia kehittämisprosessiin, osallistamiseen ja tiedontuotantoon. Tampere: Tampere University Press.
- Trustmary (2023). Asiakaspoistuma auki selitettynä +9 tapaa vähentää asiakaspoistumaa. Trustmaryn blogi. 26.6.2023. <https://trustmary.com/fi/asiakastytyvaisuus/asiakaspoistuma/>. Viitattu 13.9.2023.
- Ukko.fi 2020. Suuri Kevytyrittäjyyskysely 2020: Korona ei ole nujertanut yrittäjyysaaveita – lähes 60% haaveillut oman yrityksen perustamisesta. Verkkojulkaisu. <https://www.ukko.fi/yrittajyyskoulu/suuri-kevytyrittajyyskysely-2020-korona-ei-ole-nujertanut-yrittajyysaaveita-lahes-60-haaveillut-oman-yrityksen-perustamisesta/>. Viitattu 18.9.2023.
- Urrila, Penna 2022. Miksi yritykset ovat tärkeitä kansantaloudessa? Elinkeinoelämän keskusliiton blogi. 20.9.2022. <https://ek.fi/ajankohtaista/blogit/miksi-yritykset-ovat-tarkeita-kansantaloudessa/>. Viitattu 2.9.2023.
- Veronmaksajain Keskusliitto 2023. Mikä yhtiömuodoksi yritykselle? Pdf-tiedosto. Julkaisuaika 1/2023. <https://www.veronmaksajat.fi/globalassets/oppaat/yhtiomuoto-opas-2323231.pdf>. Viitattu 18.9.2023.

Vuori, Jaana (toim.) julkaisuaika tuntematon. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/metelmaopetus/>. Viitattu 20.9.2023.

LIITE 1: Kyselytutkimus

Jäsenkysely Pirkanmaan Yrittäjien yksinyrittäjille 2023

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Yksinyrittäjä, loisitko kanssamme ensiluokkaista jäsenyyttä?

Selvitämme pirkanmaalaisen yksinyrittäjäjäsenemme odotuksia ja kokemuksia Yrittäjien jäsenpalveluista, -eduista ja -viestinnästä. Olet avainasemassa kehittäessämme yhdessä toimintaamme yksinyrittäjiä parhaiten palvelemaan suuntaan – kohti kannattavaa ja innostavaa liiketoimintaa.

Vastaamalla tähän kyselyyn 15.10.2023 klo 23.59 mennessä

- **voit vaikuttaa** siihen, että saat jäsenyydestäsi eniten hyötyä.
- **voit voittaa** 50 euron lahjakortin yrittäjäkollegasi K-kauppaan Pirkanmaalla.
- **voit auttaa** Pirkanmaan Yrittäjien jäsenpalveluasiantuntijana työskentelevää amk-opinnäytetyöntekijää saamaan aitoa, tärkeää tietoa kehitystyön pohjaksi.

Kysely on monelta osin helppoa vastausten nakuttelua ja tarjoaa myös mahdollisuuden antaa vaikuttavaa avointa palautetta.

Vastattuasi kyselyyn pääset lomakkeelle, jolla voit osallistua arvontaan. Palkintona on lahjakortti pirkanmaalaiseen yrittäjävetoiseen K-kauppaan (arvo 50 €).

Vastaukset käsitellään luottamuksella ja tulokset julkaistaan yhteenvetoina, jolloin yksittäistä vastaajaa ei voida tunnistaa. Kyselyn vastauksia ja arvontaa varten annettuja yhteystietoja ei voida yhdistää toisiinsa.

Kiitos jo etukäteen!

Kanssasi yhteistyössä,
Pirkanmaan Yrittäjät ry

Lisätietoja kyselystä:
Satu Hildén
satu.hilden2@edu.savonia.fi

1. Tietosuojaan liittyen *

- Tahdon osallistua kyselyyn. Olen tutustunut Yrittäjien [Tietosuojaselosteeseen](#).

2. Tietosuojaan liittyen *

- Vastaamalla tähän kyselyyn hyväksyn vastausteni keräämisen ja käsittelyn. Mahdollisesti arvontaa varten antamani yhteystietoja ei voida yhdistää antamiini vastauksiin.

3. Olen yksinyrittäjä ja Yrittäjät-järjestön jäsen *

Yrittäjäjärjestön jäsen on kolmetasoisessa järjestössä oman paikallisyhdistyksensä kautta myös Pirkanmaan Yrittäjien ja Suomen Yrittäjien jäsen.

Kyllä

En

Taustakysymykset:

4. Syntymävuotesi? *

5. Toimialasi?

6. Yrityksesi postinumero? *

7. Käyttämäsi sosiaalisen median kanavat?

Voit valita useita vaihtoehtoja säännöllisesti tai melko säännöllisesti käyttämistäsi palveluista.

Facebook

Facebook Messenger

Instagram

LinkedIn

Pinterest

Snapchat

TikTok

WhatsApp

X (ent. Twitter)

En käytä mitään edellisistä

8. Mikä on paikallisyhdistyksesi? *

- Hämeenkyrön Yrittäjät
- Hervannan Yrittäjät
- Härmälän-Sarankulman Yrittäjät
- Ikaalisten Yrittäjät
- Juupajoen Yrittäjät
- Kangasalan Yrittäjät
- Kaukajärven Yrittäjät
- Kihniön Yrittäjät
- Kiskoisten Yrittäjät
- Kuhmalahden Yrittäjät
- Kuhmoisten Yrittäjät
- Kurun Yrittäjät
- Kymäkosken Yrittäjät
- Lempäälän Yrittäjät
- Lielahden Yrittäjät
- Luopioisten Yrittäjät
- Mouhijärven Yrittäjät
- Mäntän ja Vilppulan Yrittäjät
- Nekalan-Koivistonkylän Yrittäjät
- Nokian Yrittäjät
- Oriveden Yrittäjät
- Parkanon Yrittäjät
- Pirkkalan Yrittäjät
- Pispala-Pyynikin Yrittäjät
- Punkalaitumen Yrittäjät
- Pälkäneen Yrittäjät
- Ruoveden Yrittäjät
- Sammon Yrittäjät
- Suodenniemen Yrittäjät
- Tammelanpuiston Yrittäjät
- Tammerkosken Yrittäjät
- Tampereen Käsityö- ja Teollisuusyhdistys
- Tesoman Seudun Yrittäjät
- Toijalan Yrittäjät
- Urjalan Yrittäjät
- Valkeakosken Käsi- ja Pientecollisuus
- Valkeakosken Yrittäjät
- Vammalan Yrittäjät
- Vesilahden Yrittäjät
- Viialan Yrittäjät
- Viljakkalan Yrittäjät
- Virtain Yrittäjät
- Ylöjärven Yrittäjät
- Äetsän Yrittäjät
- En tiedä, mihin paikallisyhdistykseen kuulun.

9. Toimitko Yrittäjien luottamushenkilönä? *

Yrittäjien luottamushenkilö on jäsenyrittäjä, joka toimii luottamustehtävässä paikallisyhdistyksen, Pirkanmaan Yrittäjien tai Suomen Yrittäjien hallituksessa, valiokunnassa tms. toimien rivijäsenten edustajana vaikuttamassa järjestön asioihin.

Kyllä En

10. Mitkä olivat tärkeimmät syyt liittyä Yrittäjiin? *

11. Ovatko alkuperäiset odotuksesi jäsenyydestä täyttyneet? *

Kyllä Ei Osittain

Tahdotko kertoa lisää?

12. Mitkä ovat sinulle tärkeimmät syyt olla Yrittäjien jäsen? *

Voit valita useita vaihtoehtoja.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Yrittäjien tuottamat neuvontapalvelut ja maksuton lakineuvonta | <input type="checkbox"/> Yhteiset arvot ja niiden edistäminen järjestön toimesta |
| <input type="checkbox"/> Yrittäjien tuottamat koulutukset | <input type="checkbox"/> Tärkeää kuulua yrittäjien yhteisöön |
| <input type="checkbox"/> Yrittäjien tarjoama tieto ja materiaali (mm. uutiskirjeet, webinaarit ja muut verkkopalvelut, asiakirjapankki) | <input type="checkbox"/> Jokin muu syy, mikä? _____ |
| <input type="checkbox"/> Yrittäjien vaikuttamistyö ja siitä saatava tieto | |
| <input type="checkbox"/> Yrittäjien jäsenedut ja -alennukset | |
| <input type="checkbox"/> Paikallisyhdistykseni verkostot ja tapahtumat | |
| <input type="checkbox"/> Pirkanmaan Yrittäjien verkostot ja tapahtumat | |
| <input type="checkbox"/> Valtakunnalliset verkostot ja tapahtumat | |

13. Minkälaisia verkostoitumisen mahdollisuuksia toivoit liityessäsi tai toivot nyt jäsenyyden tarjoavan? *

Voit valita useita vaihtoehtoja.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Potentiaalisten asiakkaiden kanssa | <input type="checkbox"/> Paikallisesti |
| <input type="checkbox"/> Mahdollisten yhteistyökumppaneiden kanssa | <input type="checkbox"/> Alueellisesti |
| <input type="checkbox"/> Muiden yrittäjien ja vertaisten kanssa | <input type="checkbox"/> Valtakunnallisesti |
| <input type="checkbox"/> Päättäjien kanssa | <input type="checkbox"/> Joku muu, mikä? _____ |
| <input type="checkbox"/> Alan opiskelijoiden ja potentiaalisten työntekijöiden kanssa | <input type="checkbox"/> En koe tarvetta verkostoitua |
| <input type="checkbox"/> Rahoittajien kanssa | |

14. Minkälaisia tarpeita tai haasteita sinulla on yrittäjänä? *

Voit valita useita vaihtoehtoja.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Yritystoiminnan suunnittelu ja kehittäminen | <input type="checkbox"/> Markkinointi, asiakashankinta ja myynti |
| <input type="checkbox"/> Talousasiat ja hinnoittelu | <input type="checkbox"/> Uuden teknologian käyttö |
| <input type="checkbox"/> Juridikka ja yrittäjän velvollisuudet | <input type="checkbox"/> Innovointi, tuotteistaminen ja palvelumuotoilu |
| <input type="checkbox"/> Yrittäjävahvuuksien kehittäminen ja hyvinvointi | <input type="checkbox"/> Ei mitään edellisistä |

Tahdotko kertoa lisää?

15. Koetko, että Yrittäjien jäsenyys on vahvistanut sinua yrittäjänä? *

- Kyllä
 Ei
 Ehkä
 En osaa sanoa

Tahtotko kertoa lisää?

16. Mitä mieltä olet Yrittäjien vaikuttamistyöstä? *

Voit valita useita vaihtoehtoja.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Vahvaa kunnassani paikallisyhdistykseni toimesta | <input type="checkbox"/> Heikkoa kunnassani paikallisyhdistykseni toimesta |
| <input type="checkbox"/> Vahvaa maakunnassasi Pirkanmaan Yrittäjien toimesta | <input type="checkbox"/> Heikkoa maakunnassasi Pirkanmaan Yrittäjien toimesta |
| <input type="checkbox"/> Vahvaa valtakunnallisella tasolla Suomen Yrittäjien toimesta | <input type="checkbox"/> Heikkoa valtakunnallisella tasolla Suomen Yrittäjien toimesta |
| <input type="checkbox"/> Ei kokemusta tai mieltä tästä | |

Tahtoisitko kertoa lisää?

17. Minkä jäsenetuja ja -palveluita olet käyttänyt jäsenyytesi aikana? *

Voit valita useita vaihtoehtoja.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Maksuton lakineuvonta ja muut neuvontapalvelut | <input type="checkbox"/> Uutiskirjeet |
| <input type="checkbox"/> Maksuttomat ja jäsenhintaist koulutukset | <input type="checkbox"/> Yrittäjille suunnatut muut digitaaliset sisällöt (esim. webinaarit, sosiaalinen media) |
| <input type="checkbox"/> Verkostot ja verkostoitumistapahtumat (esim. verkostoillat, aamukahvit) | <input type="checkbox"/> Yrittäjille suunnatut painotuotteet (esim. esitteet, lehdet, oppaat) |
| <input type="checkbox"/> Virkistäytymistapahtumat (esim. afterwork, gaalat, retket) | <input type="checkbox"/> Jokin muu palvelu, mikä? _____ |
| <input type="checkbox"/> Asiakirjapankki (mm. kauppakirjat, työsopimukset) | <input type="checkbox"/> En ole käyttänyt Yrittäjien palveluita |
| <input type="checkbox"/> Oppaat | |
| <input type="checkbox"/> Jäsenedut ja -alennukset | |
| <input type="checkbox"/> Laskurit (esim. palkka) | |

Tahtoisitko kertoa kokemuksiasi edellisistä?

18. Mitkä jäseneduista ja -palveluista koet eniten hyötyä ja arvoa tuottaviksi?

Valitse 5 itsellesi merkittävintä vaihtoehtoa.

- Maksuton lakineuvonta ja muut neuvontapalvelut
- Maksuttomat ja jäsenhintaist koulutukset
- Verkostot ja verkostoitumistapahtumat (esim. verkostoillat, aamukahvit)
- Virkistäytymistapahtumat (esim. afterwork, gaalat, retket)
- Asiakirjapankki (mm. kauppakirjat, työsopimukset)
- Oppaat
- Jäsenedut ja -alennukset
- Laskurit (esim. palkka)
- Uutiskirjeet
- Yrittäjille suunnatut muut digitaaliset sisällöt (esim. webinaarit, sosiaalinen media)
- Yrittäjille suunnatut painotuotteet (esim. esitteet, lehdet, oppaat)
- Jokin muu palvelu, mikä?

19. Minkälaista tukea toivoisit yksinyrittäjän hyvinvointiin ja jaksamiseen liittyen?

Voit valita useita vaihtoehtoja.

- Etuja
- Koulutuksia
- Neuvontapalveluita
- Teemapäiviä
- Ohjattua verkostoitumista
- Vapaamuotoista verkostoitumista
- Viestintää

20. Mitä Yrittäjien viestintää arvostat ja hyödynnät? *

Voit valita useita vaihtoehtoja.

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Oman paikallisyhdistykseni verkkosivut | <input type="checkbox"/> Suomen Yrittäjien verkkosivut | <input type="checkbox"/> Tekstiviestit |
| <input type="checkbox"/> Oman paikallisyhdistykseni sähköpostiviestintä | <input type="checkbox"/> Suomen Yrittäjien sähköpostiutiskirjeet | <input type="checkbox"/> En mitään edellisistä. |
| <input type="checkbox"/> Oman paikallisyhdistykseni someviestintä | <input type="checkbox"/> Suomen Yrittäjien someviestintä | |
| <input type="checkbox"/> Pirkanmaan Yrittäjien verkkosivut | <input type="checkbox"/> Videosisällöt | |
| <input type="checkbox"/> Pirkanmaan Yrittäjien sähköpostiutiskirjeet | <input type="checkbox"/> Podcast-sisällöt | |
| <input type="checkbox"/> Pirkanmaan Yrittäjien someviestintä | <input type="checkbox"/> Painettu viestintä | |

Mitä muuta viestintää toivot jäsenyyteesi kuuluvan? Kerro avoimesti mielipiteesi nykyisestä ja toiveidesi mukaisesta viestinnästä.

21. Mitä tunteet, kun mietit jäsenyyttäsi Yrittäjissä? *

Voit valita kaikki tuntemasi tunteet.

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Arvostus | <input type="checkbox"/> Rakkaus |
| <input type="checkbox"/> Epäluottamus | <input type="checkbox"/> Toivo |
| <input type="checkbox"/> Epätoivo | <input type="checkbox"/> Turhautuneisuus |
| <input type="checkbox"/> Etäisyys | <input type="checkbox"/> Turvallisuus |
| <input type="checkbox"/> Halveksunta | <input type="checkbox"/> Turvattomuus |
| <input type="checkbox"/> Häpeä | <input type="checkbox"/> Tyytymättömyys |
| <input type="checkbox"/> Innostus | <input type="checkbox"/> Tyytyväisyys |
| <input type="checkbox"/> Kunnioitus | <input type="checkbox"/> Välinpitämättömyys |
| <input type="checkbox"/> Luottamus | <input type="checkbox"/> Ylpeys |
| <input type="checkbox"/> Läheisyys | <input type="checkbox"/> Joku muu, mikä? |

22. Mitä adjektiveja liität Yrittäjiin järjestönäsi? *

Voit valita kaikki mieleesi nousevat adjektiivit.

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Asiantunteva | <input type="checkbox"/> Luotettava | <input type="checkbox"/> Vanhanaikainen |
| <input type="checkbox"/> Avoin | <input type="checkbox"/> Moderni | <input type="checkbox"/> Yhdentekevä |
| <input type="checkbox"/> Edullinen | <input type="checkbox"/> Passiivinen | <input type="checkbox"/> Yhteisöllinen |
| <input type="checkbox"/> Epäluotettava | <input type="checkbox"/> Rakas | <input type="checkbox"/> Yksilöllinen |
| <input type="checkbox"/> Epärehellinen | <input type="checkbox"/> Rehellinen | <input type="checkbox"/> Ystävällinen |
| <input type="checkbox"/> Eteenpäin katsova | <input type="checkbox"/> Rohkea | <input type="checkbox"/> Yrittäjän arkea ymmärtävä |
| <input type="checkbox"/> Helposti lähestyttävä | <input type="checkbox"/> Sisäänpäin kääntynyt | <input type="checkbox"/> Joku muu, mikä? |
-
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Inhimillinen | <input type="checkbox"/> Suljettu |
| <input type="checkbox"/> Innovaliivinen | <input type="checkbox"/> Tietämätön |
| <input type="checkbox"/> Kannustava | <input type="checkbox"/> Tukea antava |
| <input type="checkbox"/> Kallis | <input type="checkbox"/> Tunteita herättävä |
| <input type="checkbox"/> Kiinnostava | <input type="checkbox"/> Tärkeä |
| <input type="checkbox"/> Laadukas | <input type="checkbox"/> Uudistuva |
| <input type="checkbox"/> Lannistava | <input type="checkbox"/> Vaikuttava |

23. Kerro yksi tai useampi konkreettinen asia, jota toivot Yrittäjiltä?

24. Oletko houkutelut muita yrittäjiä liittymään Yrittäjiin?

- Kyllä
 En

25. Aiotko suositella Yrittäjien jäsenyyttä yrittäjäkollegoillesi tulevaisuudessa?

- Kyllä, aion ehdottomasti suositella
 En ole varma
 En aio suositella

Kertoisitko lisää vastaukseesi liittyen?

26. Jääkö jotain kysymättä? Jätä halutessasi avointa palautetta.

27. Haluatko osallistua arvontaan?

- Kyllä, siirryn arvontalomakkeelle antamaan yhteystietoni, joita ei voida yhdistää juuri antamiini kyselyvastauksiin.

LIITE 2: ARVONTALOMAKE




Kiitos jäsenkyselyyn osallistumisesta!
Vastauksesi on tallennettu.

Voit halutessasi osallistua arvontaan! Tälle lomakkeelle jättämiäsi yhteystietoja ei voida yhdistää kyselyssä antamiisi vastauksiin.

Vastaaajien kesken arvomme 50 euron lahjakortin Pirkanmaalla toimivaan K-kauppaan. K-lahjakortti käy maksuvälineenä seuraavissa ketjukaupoissa: K-Citymarket, K-Supermarket, K-Market, Neste K, Intersport ja K-Rauta.

Arvonnun voittajaan ollaan henkilökohtaisesti yhteydessä marraskuussa 2023.

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdillä (*)

1. Yhteystiedot arvontaa varten *

Etinimi	<input type="text"/>
Sukunimi	<input type="text"/>
Matkapuhelin	<input type="text"/>
Sähköposti	<input type="text"/>
Postinumero	<input type="text"/>

2. Toivon, että jäsenpalveluasiantuntija soittaa minulle ja keskustelee kanssani jäsenpalveluista tai muusta aiheesta? *

- Kyllä
 Ei

3. Toivon, että jäsenpalveluasiantuntija soittaa minulle ja päivittää yhteystietojani jäsenrekisteriin? *

- Kyllä
 Ei

TAVOITTEENA HYVÄ JÄSEN- KOKEMUS

Pirkanmaan Yrittäjissä ja
pirkanmaalaisissa paikallisyhdistyksissä

JÄSENKOKEMUS ON ENITEN TUNNETTA!

Vahvista jäsenen hyviä tunteita toimimalla Yrittäjien arvojen mukaisesti: rohkeasti, luotettavasti ja uudistuen. Tuo esille järjestötoiminnassa rakentuvaa sosiaalista pääomaa. Muistuta, että toiminta Yrittäjissä tarjoaa merkityksellisiä jäsen- ja vapaaehtoiskokemuksia.

Muistuta säännöllisesti Yrittäjien olemassaolon tarkoituksesta ja toiminnan merkityksestä yrittäjille ja yrittäjyydelle. Korosta yhteisiä kiinnostuksen kohteita, intressejä, tehtävää ja tavoitetta.

Kohtaa jäsen hänen yksilöllisyyttään arvostaen ja rakenna vuorovaikutusta sekä luottamuksellista jäsenuhdetta. Varmista, ettei mikään toimesi luo tunnetta ulkopuolisuudesta, huomiotta jäämisestä tai sisäpiirin puuhastelusta. Rohkaise vuorovaikutukseen ja verkostoitumiseen.

Käytä jäsenten esillä nostamia positiivisia sanoja ja tunteita: arvostus, luottamus, tyytyväisyys, turvallisuus, toivo sekä asiantunteva, luotettava ja yrittäjän arkea ymmärtävä, yhteisöllinen, eteenpäin katsova, tukea antava, kannustava, avoin, kiinnostava, tärkeä ja vaikuttava.

Varmista, ettei mikään toimintamalli lisää seuraavia tunteita: etäisyys, tyytymättömyys, turhautuneisuus ja välinpitämättömyys. Vältä toimintaa, jonka jäsen voi kokea vanhanaikaiseksi, sisäänpäin kääntyneeksi, suljetuksi ja passiiviseksi. Älä puhu julkisesti negatiivisesti järjestöstä tai sen toiminnasta.

Älä olela toiminnasta kiinnostuvan tietävän kaikkea siitä, mitä itse olet jo oppinut.

Kunniolta jäsentä tekemällä se, mitä lupaat ja mitä järjestön arvopohjalta voidaan odottaa. Toimi läpinäkyvästi ja avoimesti tuvallisista yhteenkuuluvuuden tunteita ja oikeudenmukaisuutta vaalien.

Palvele jäsen asiantuntevasti ja viivyttämättä. Ellet itse ehdi tai osaa, ohjaa eteenpäin järjestössä. Tee asiainnista helppoa ja valvontaa, huomioiden myös itsepalvelun arvo.

Hoida reklamaatiot ja negatiivinen palaute asiallisesti. Pyri tyytyväisyyteen.

Tapahtumat & muu toiminta

Tunnista jäsenten tarpeet ja toiveet, jotta voit luoda merkityksellisiä kokemuksia.

Tarkista toimintanne ja varmista, että se on yrittäjien ja sidosryhmien verkostoimista, yrittäjyyden vahvistamista, yrittäjyyden olosuhteisiin vaikuttamista tai jäsenestä välittämistä.

Huomioi erityisesti uudet jäsenet ja varmista heidän sisänpääsynsä järjestöjäsenyyteen. Varmista myös pidempään mukana oolleita eri tilaisuuksissa, että jäsenyyttä hyödynnetään aktiivisesti, arvoa saaden.

Kannusta jäseniä osallistumaan paikalliseen, alueelliseen ja valtakunnalliseen tapahtuma- ja koulutustarjontaan.

Varmista tapahtumien ja koulutusten ajankohtaisuus ja hyödyllisyys. Huomioi myös trendit ja huomisen tarpeet. Korosta jäsentöiveena tuotettua toimintaa. Ideoi erilaisiin tarpeisiin vastaavia tapahtumia. Virkistymistapahtumien rinnalle asiatsältöjä ja trendikkäitä, hyvinvointia tukevia wellness-sisältöjä. Huomioi viihteellisissä tilaisuuksissa suosiotaan nostava päihitteettömyys. Älä arstele omakustanteisia tapahtumia tai jäsenhintaisia osallistumismaksuja. Perustelee maksullisuus ja tuo esille hyöty.

Toiminnan ja viestinnän vuosisuunnitelma mahdollistaa ennakkoinnin ja paremman jäsenkokemuksen. Varmista monipuolinen, yrittäjien erilaisiin ja vaihtuviin kiinnostuksen kohteisiin, alkutaloutehin ja työrytmeihin sopiva osallistumismahdollisuus eri tapahtumateemojen, -viikonpäivien, -aikojen ja -paikkojen vaihtelulla. Huomioi vuorovaikutus sekä digitaalisesti että kasvokkain: tuota toimintaa live-, verkko- ja hybriditapahtumina.

Laadi selkeitä, hyötyjä korostavia tapahtumakutsuja, jotta jäsen voi kokea tapahtuman aikansa arvotseksi ja merkitykselliseksi. Luo selkeitä osallistumisprosessesja. Kerro kutsulissa ja ilmoittautumisissa oleellinen - sekti, mikä itsellesi on tuttua juttua.

Hyödynnä lyytiä ja muita Yrittäjien suosittelemia työkaluja helpottaaksesi tekemistäsi ja samalla keräten dataa jäsenkokemuksen parantamiseen.

Koulutusten odotetaan olevan erilaisten yritysten erilaisiin tarpeisiin sopivia: hyödyllisiä, konkreettisia, ajankohtaisia ja ammatitaitoa kehittäviä.

Koulutusvälteinä markkinointi, asiakashankinta ja myynti, yritystoiminnan suunnittelu ja kehittäminen, yrityksen talousasiat ja hinnoittelu sekä yrittäjä-vahvuuksien kehittämisen ja hyvinvointi kiinnostavat.

Järjestä tutustumiskierroksia jäsenyrityksissä ja tuo jäseniä esille digitaalisissa kanavissa.

Kartoita aktiivisesti uusia toimijoita järjestön pidempiaikaiseen tai projektimaiseen toimintaan.

Kannustamalla kaikkia jäseniä ja ei-jäseniä varsinaista yhdistys-toimintaa kevyemmin sitovaan pop up -tekemiseen, moni saa mahdollisuuden vaikuttavaan, yhteisölliseen tekemiseen ja onnistumiseen, mikä samalla vähentää sitoutuneiden luottamushenkilöiden kuormittumista.

Muista ei-jäsenyrittäjien lisäksi kevytyrittäjät sekä sivutoimiset yrittäjät ja pyydä heitä mukaan toimintaan ja jäseniksi.

Minimoi byrokratia ja jaa hyviä käytäntöitä yli yhdistysrajojen. Luo prosesseja ja tarkistustulstoja.

Järjestäkää yhden tai useamman lähilyhdistyksen kanssa yhteisiä tapahtumia resurssitehokkaasti. Tue ja kannusta jäsenyrittäjiä keskinäiseen järjestöistä tai yhdistyksestä riippumattomaan verkostoitumiseen.

Hyödynnä uusien luottamushenkilöiden ja aktiivien tuoreita näkemyksiä. Älä kierrätä vanhoja toimintamalleja sellaisenaan toimijoiden vaihtuessa, vaan tarkastele toimintaa kriittisesti.

Käyttämällä tapahtumissa ns. no-show -maksua, osoitat jäsenistölle käytäväsi jäsenmaksuja vastuullisesti.

Varmista osallisuuden ja yhteisöllisyyden tunteet kuulemalla jäsenkollegan ajatuksia ja toiveita. Pyydä jäseniltä säännömukaisesti palautetta ja kehitä toimintaa sen perusteella yhdessä jäsenten, kumppaneiden ja muiden sidosryhmien kanssa.

Teetkö yrittäjyyskasvatustyötä? Oletko kertonut yrittäjätarinasia ja avannut yrittäjyyden merkitystä oppilaitoksessa? Onko yrittäjäkollegasi?

Tuo esille yrityskummien sekä muiden alueellisten ja valtakunnallisten yhdistysohjelmojen toimintaa.

Huomaa, että jäsenillä ja sidosryhmillä voi olla yhteisiä jäsenyyden hyötyä ja merkitystä kasvattavia intressejä. Voit tehdä yhteistyötä sidosryhmien ja kumppaneiden kanssa järjestäen yhteisiä tapahtumia tai viestimällä toisterte tapahtumista.

Jäsenyyden arvo ja hyöty

Ole ylpeä omasta yrittäjyydestäsi ja kerro jäsenyytesi hyödyistä.

Tuo rohkeasti ja innostavasti esille luottamus-tehtäväsi sekä paikallisyhdistyksen verkostoa ja merkitystä. Mitä tehtävä merkitsee, antaa ja opettaa sinulle? Uusien jäsenten ja yhdistysaktiivien löytäminen on helpompaa, kun heillä on reallistien, mutta positiivisesti innostava kuva toiminnasta. Luottamus-tehtävässä kuormittuminen tai toimen merkityksellisuuden katoaminen saattavat vaikuttaa vuorovaikutukseen ja heikentää sitä kautta muiden jäsenkokemusta ja lojaallutta järjestöä kohtaan.

Jäsenet kokevat tärkeimmiksi jäsenhyödyiksi verkostoitumisen, tuki- ja neuvontapalvelut sekä koulutukset.

Tuo monikanavaisesti ja säännöllisesti esille jäsenelle kuuluvat rahallisetkin edut, josta esimerkiksi K-kauppiasetu on helposti kalkkien hyödynnettävissä. Pyydä jäsenyrittäjiä kertomaan julkisesti esimerkiksi videolla käyttämistään Yrittäjien palvelusta.

Muista, että mentorointi on kahdensuuntaista: kokeneemmat yrittäjäjäsenet voivat tukea uudempia ja nuoremmat tuoda vanhemmille yrittäjille hyödynnettäväksi omaa tietoutta.

Viestintä

Varmista, että kaikki oleellinen tieto löytyy järjestön ja yhdistyksen verkkosivulta. Jaa sitä sieltä eri kanavilla.

Uutiskirjeet sisältävät runsaasti hyötytietoa sekä viihdyttävää ja opettavaa yrittäjätarinoita. Jaa niitä aktiivisesti eri tavoin jäsenille.

Esittele digikanavissa jäsenyrittäjiä, yhdistyksen toimintaa, yhteistyötä kunnan/kaupungin tai oppilaitoksen kanssa, yrittäjien välisiä yhteistyökuvioita, yrityselämän paikallisia uutisia, hauskoja tai muita tunteita herättäviä yrittäjätarinoita, oman jäsenyrittäjien suosittelevia ja konkreettisia kertomuksia jäsenyyden hyödyntämisestä.

Nosta esiin paikallisia, alueellisia ja valtakunnallisia yrittäjähäyhteyksiä juhlisuudessa esiintyviä edustajia.

Viesti vaikuttamistyöstä yksinkertaisen ymmärrettävästi. Taustoitte teemaa, kerro vaikuttamisen tavoitteet ja pidä jäsenet ajan tasalla asioiden etenemisestä.

Käy keskustelu paikallisen median kanssa yhteisistä intresseistänne ja niiden toteuttamisesta.

Kaikkia viestintäsisälliä ei tarvitse tuottaa itse: jaa jäsenyrittäjien, median ja yrittäjäjärjestön tuottamia sisältöjä. Nosta esiin järjestön toimijoiden näkymistä mediassa: jaa uutiskilpellejä tai lehti uutisia tekijänoikeuksia ja sisältöjen mahdollista maksullisuutta kunnioittaen.

Käytä yhteisiä brändielementtejä ja terminologiaa. Muista sosiaalisessa mediassa oman yhdistyksen lisäksi hashtagit #yrittäjät #pirkanmaayrittäjät #yrittäjydenpuolesta.

Kysy tahtoisiko jäsenyrittäjä osoittaa jäsenyyden merkitystä itselleen lisäämällä jäsenbannerin kotisivulleen ja käyttämällä postauskassan edellä mainittuja tageja.

Kannusta jäsen- ja luottamushenkilökollegaa digitaalisten työkalujen käyttöönottoon. Opetä jäsentä kirjautumaan Yrittäjät.fi-sivustolla tai mobiililapissa oleviin jäsenissäitöihin.

Mahdollista tai kerro jäsenelle monikanavaisesta mahdollisuudesta asioida järjestön kanssa ja ottaa kantaa.

Muista infota aluejärjestön jäsenkiskaa jäsenyyksillitvistä epäselvyyksistä tai vaikkapa yhteystal laskutustietojen korjaamisesta.

Onko yhdistyksellänne mahdollisuus ostaa palveluita jäsenyrittäjiltä: digitaalisuus, viestintäsisällöt, palvelutuotteet, sosiaalisen median ylläpito?



PIRKANMAA

Listan pohjana on käytetty Satu Hiltelin Pirkkanmaan Yrittäjille syksyllä 2023 tekemän AMK-opinnäytetyön tutkimustuloksia.