

Eerika Ypyä

PIENTEN HYVINVOINTIYRITTÄJIEN HAASTEET JA TUEN TARPEET

Opinnäytetyö

Liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto

Hyvinvointiliiketoiminnan johtaminen

2025



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Tradenomi (AMK)
Tekijä/Tekijät	Eerika Ypyä
Työn nimi	Pienten hyvinvointiyrittäjien haasteet ja tuen tarpeet
Toimeksiantaja	-
Vuosi	2025
Sivut	55 sivua, liitteitä 15 sivua
Työn ohjaaja(t)	Lauri Kolomainen

TIIVISTELMÄ

Hyvinvointialan merkitys kasvaa väestön ikääntyessä ja ennaltaehkäisevän terveydenhuollon korostuessa. Pienet hyvinvointialan yrittäjät täydentävät julkisia palveluita, mutta heidän liiketoimintansa kestävyys edellyttää liiketoimintaosaamista. Tämä opinnäytetyö tutkii hyvinvointialan pienyrittäjien kohtaamia haasteita ja heidän tarvitsemiaan tukipalveluita liiketoimintansa kehittämiseksi ja kasvattamiseksi. Tavoitteena on syventää asiakasymmärrystä, joka tukee hyvinvointiyrittäjille suunnattavien palveluiden kehittämistä.

Tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena, ja aineisto kerättiin verkkokyselyllä, joka analysoitiin teema-analyysin avulla. Kyselyyn vastasi 45 hyvinvointialan yrittäjää. Tulosten perusteella yrittäjät kohtaavat haasteita erityisesti markkinoinnissa, asiakashankinnassa, taloudessa, ajanhallinnassa ja verkostoitumisessa. Markkinointi nousi suurimmaksi haasteeksi, ja taloudelliset haasteet liittyivät erityisesti hinnoittelun epävarmuuteen ja palkan nostamisen vaikeuteen. Lisäksi ajanhallinnan ongelmat ja työn ja vapaa-ajan rajojen hämärtyminen olivat keskeisiä yrittäjien kuormitustekijöitä.

Tukitarpeet jakautuivat kuuteen pääalueeseen: markkinointi, myynti ja kannattavuus, ajanhallinta ja yrittäjän hyvinvointi, liiketoiminnan kehitys, digitaaliset taidot sekä mentorointi ja vertaistuki. Erityisesti konkreettiset työkalut ja henkilökohtainen ohjaus, kuten mentorointi, koettiin tärkeiksi liiketoiminnan kehittämisessä. Koulutustaustan havaittiin vaikuttavan tukitarpeisiin: korkeakoulutetut yrittäjät kaipasivat strategista tukea ja liiketoiminnan kehittämiseen liittyvää ohjausta, kun taas ammattikoulun tai lukion suorittaneet tarvitsivat käytännönläheistä apua markkinointiin ja asiakashankintaan.

Tutkimuksen keskeinen havainto oli, että hyvinvointialan yrittäjät tavoittelevat ensisijaisesti vakautta, taloudellista turvaa ja joustavuutta omien arvojensa mukaisesti ilman liiallista työkuormaa. Tulokset tarjoavat arvokasta tietoa hyvinvointialan yrittäjien tukemiseksi ja voivat toimia pohjana uusille liiketoimintamalleille ja koulutusratkaisuille. Jatkossa olisi hyödyllistä tutkia tarkemmin, millaiset markkinointimenetelmät ja liiketoimintastrategiat tukevat hyvinvointialan yrittäjien kestäväää ja tehokasta liiketoimintaa.

Asiasanat: hyvinvointiala, liiketoimintaosaaminen, yrittäjäyys

Degree title	Bachelor of Business Administration
Author (authors)	Eerika Ypyä
Thesis title	Challenges and support needs of small wellness entrepreneurs
Commissioned by	-
Time	2025
Pages	55 pages, 15 pages of appendices
Supervisor	Lauri Kolomainen

ABSTRACT

The wellness sector is growing as the population ages and preventive healthcare becomes more important. Small wellness entrepreneurs complement public services, but their business sustainability requires strong business competence. This thesis examines the challenges faced by small wellness entrepreneurs and the support they need to develop and grow their businesses. The aim is to deepen customer understanding to support service development for wellness entrepreneurs.

The study was conducted as a case study, with data collected through an online survey and analyzed using thematic analysis. A total of 45 wellness entrepreneurs participated. The results indicate that the main challenges include marketing, customer acquisition, financial management, time management, and networking. Marketing was the most significant challenge, while financial difficulties were primarily related to pricing uncertainty and the ability to earn a sustainable income. Many entrepreneurs also struggled with work-life balance and managing their workload.

Support needs were categorized into six key areas: marketing, sales and profitability, time management and well-being, business development, digital skills, and mentoring. Practical tools and personal guidance, such as mentoring, were considered essential for business growth. Educational background influenced support needs: highly educated entrepreneurs sought strategic guidance, while those with vocational or high school education required more hands-on support in marketing and customer acquisition.

A key finding was that wellness entrepreneurs prioritize stability, financial security, and flexibility over rapid business growth. The results provide valuable insights into how wellness entrepreneurs can be supported and serve as a foundation for new business models and training solutions. Future research should explore marketing and business strategies that enable sustainable entrepreneurship without excessive workload.

Keywords: business competence, entrepreneurship, wellness sector

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	YKSITYISEN HYVINVOINTIALAN ROOLI OSANA HYVINVOINTISEKTORIA.....	8
2.1	Hyvinvointiala osana palvelualaa.....	11
2.2	Sosiaali- ja terveysala.....	11
2.3	Kauneudenhoitoala.....	13
3	YRITTÄJYYS.....	14
3.1	Yksin- ja pienyrittäjyys.....	15
3.2	Hyvinvointialan yrittäjyyden ominaispiirteet.....	15
3.3	Hyvinvointialan yrittäjän haasteita.....	17
3.4	Hyvinvointiyrittäjän menestyksen tekijät.....	19
3.5	Digitaalisuus yrittäjän kilpailuetuna.....	21
4	LIIKETOIMINTAOSAAMINEN.....	22
4.1	Talouden hallinta.....	22
4.2	Myynti ja markkinointi.....	23
4.3	Johtaminen ja strateginen suunnittelu.....	24
4.4	Itsensä johtaminen.....	25
4.5	Verkostoituminen.....	26
5	TOIMEKSIANTAJA.....	26
6	TUTKIMUSMENETELMÄ.....	28
6.1	Laadullisen tutkimuksen kuvaus.....	29
6.2	Aineiston kerääminen.....	30
6.3	Aineiston analyysi.....	32
6.4	Eettisyys ja tietosuoja.....	36
6.5	Vastaajien profiili.....	37
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	39
7.1	Yrittäjien kokemat haasteet.....	39
7.2	Tuen tarpeet.....	41

7.3	Keskeiset erot haasteissa ja tuen tarpeissa koulutustason mukaan	44
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	46
8.1	Pohdinta	48
8.2	Luotettavuuden arviointi.....	49
	LÄHTEET.....	51

LIITTEET

Liite 1. Listaus yhdistyksistä ja sosiaalisen median kanavista

Liite 2. Esittelyteksti kyselyyn osallistujille

Liite 3. Eettinen suostumus osallistua tutkimukseen

Liite 4. Verkkokyselyn kysymykset

1 JOHDANTO

Väestön ikääntyessä ja kotihoidon sekä kuntoutustarpeiden lisääntyessä hyvinvointialan merkitys tulee kasvamaan tulevina vuosina. Vallitsevina trendeinä voidaan jo nähdä väestön ikääntymisen lisäksi, että verotulot vähenevät ja sosiaali- ja terveysalaa rasittaa jo nyt hoitajapula. (Kaikonen 2022.)

Julkinen hyvinvointipalveluiden tuotanto ei pysty vastaamaan tarpeisiin, joten pienten hyvinvointitoimijoiden merkitys tulee kasvamaan kuntien etsiessä ratkaisuja puuttuviin henkilöstöresursseihin (Tuunanen ym. s.a). Sote-palvelualan toimialaraportissa esitetään, että sosiaali- ja terveysalan ammattilaisten määrä ei kasva nykyisestä, jolloin tulevaisuudessa tulisi pärjätä yhä pienemmällä henkilöstömäärällä, vaikka palveluiden tarve kasvaa (Tevameri 2023, 17). Terveystarpeiden kustannusten nousua voidaan ehkäistä parantamalla ennaltaehkäisevien terveys- ja hyvinvointipalveluiden saatavuutta ja laatua (WHO 2013). Sitran laatiman Terveysalan kasvun ja kilpailukyyn vision mukaan vuonna 2030 keskitytään sairaanhoidon sijaan yhä enemmän ennaltaehkäisevään terveydenhoitoon. Vision mukaan tarkoituksena olisi pitää 80 % väestöstä mahdollisimman terveenä, mikä mahdollistaisi lopuille 20 %:lle lisätuen tarjoamisen. (Lehto 2023.)

Hyvinvointiala voidaan siis nähdä tämän perusteella yhä kasvavana alana. Hyvinvointialan yrittäjien osaamisesta on kuitenkin huolehdittava yhteiskunnan näkökulmasta, sillä yhteiskunnan on varmistettava jatkossakin laadukas ja jatkuva hyvinvointipalveluiden tarjonta pitääkseen huolta ikääntyvästä väestöstä. Hyvinvointialalla työskentelee eri ammattiosajia sekä julkisella että yksityisellä sektorilla. Tyypillisellä hyvinvointialan yrittäjällä on substanssiosaamista jostain tietyistä osa-alueista, ja hän on yleensä siirtynyt yrittäjäksi vailla yrittäjän tarvitsemia liikkeenjohdollisia osaamisalueita.

Näin tässä itselleni tulevaisuuden liikeideamahdollisuuden – tulevana hyvinvointiliiketoiminnan johto -tradenomina pystyn auttamaan hyvinvointialan yrittäjiä, joilta mahdollisesti puuttuu liiketoiminnan johtoon liittyvää osaamista. Koulutuksen myötä itselläni tulee olemaan paitsi osaaminen liiketalouteen

myös laaja näkemys ja ymmärrys hyvinvointialasta ja sen tarpeista. Liiketoimintakoulutustustaustani kautta voin tarjota hyvinvointialan yrittäjille erilaista tukea eri liiketoiminnan vaiheisiin, kuten myyntiin ja markkinointiin. On kuitenkin tärkeää ymmärtää asiakkaiden palveluntarve ennen niiden markkinoille tuomista, joten tämän takia opinnäytetyöni tukee tätä tavoitetta.

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia, minkälaisia haasteita hyvinvointiyrittäjillä on ja minkälaisia palveluita pienet hyvinvointiyrittäjät tarvitsevat oman liiketoiminnan tueksi, jotta heidän liiketoimintansa menestyisi. Minkälaisia haasteita tai esteitä he kokevat omien tavoitteiden saavuttamiseksi?

Tutkimusaiheeni auttaa kehittämään hyvinvointialanyrittäjien liiketoimintaa, jonka voidaan nähdä myös yhteiskunnallisesti tärkeänä, sillä menestyvät yrittäjät voivat tarjota laadukkaita ja saavutettavia palveluita, jotka tukevat väestön hyvinvointia ja ennaltaehkäisevät terveysongelmia. Tämä edistää paitsi yrittäjien oman liiketoiminnan kestävyyttä myös laajemmin julkisten hyvinvointipalveluiden kuormituksen vähentämistä ja koko yhteiskunnan resurssien tehokasta hyödyntämistä.

Parhaimmassa tapauksessa pystyn tämän opinnäytetyön perusteella aloittamaan oman yritystoiminnan, jolla on selkeä kuva hyvinvointiyrittäjien tarpeista, joiden perusteella voidaan rakentaa yritykselle palvelut syvällisen asiakasymmärryksen pohjalta. Opinnäytetyöllä ei ole erillistä toimeksiantajaa, vaan se toimii tukena oman yritystoiminnan aloittamiseen.

Tämän opinnäytetyön tutkimus keskittyy yksityisiin pieniin hyvinvointialan palvelun tuottaja yrityksiin. Tutkimuksen kohdejoukkoa ovat hyvinvointialalla toimivat yksityiset yrittäjät. Hyvinvointialan yrittäjä viittaa yrittäjään, joka toimii hyvinvoinnin laajassa toimikentässä. Tällaisia yrittäjiä voivat olla muun muassa personal trainerit, liikunnan ohjaajat, joogaohjaajat, hierojat, kosmetologit tai hyvinvointivalmentajat.

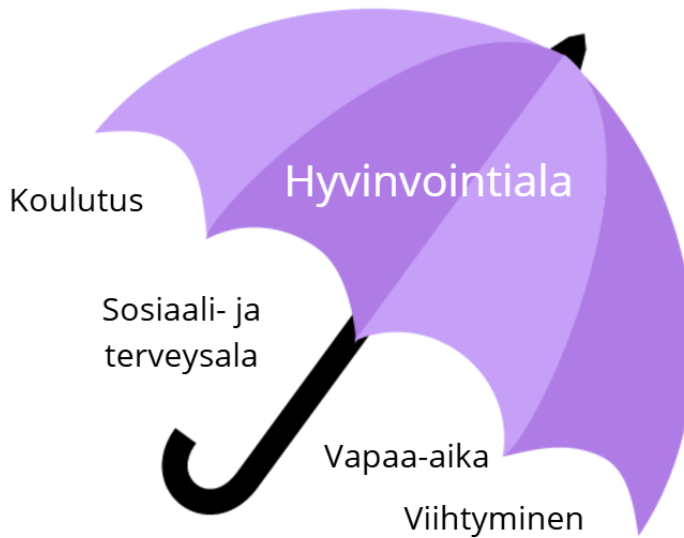
Hyvinvointialan palvelujen tuottajasektoreita ovat yksityiset yritykset, julkinen ja kolmas sektori. Tutkimuksesta on rajattu julkisen ja kolmannen sektorin palvelun tuottajat, sillä näiden sektoreiden tavoitteena ei ole voiton tuottaminen. Tutkimus rajattiin keskittymään yksinyrittäjiin ja pieniin hyvinvointialan yrityksiin.

Tutkimusta lähestytään tapaustutkimuksen keinoin. Tällä tutkimusmenetelmällä aiheesta voidaan muodostaa kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta tapauksesta. Tapaustutkimus on sopivin menetelmä tähän aiheeseen, sillä se mahdollistaa syvällisen ymmärryksen kohderyhmän tarpeista. Tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää pienten hyvinvointialan yrittäjien haasteita ja tarpeita ja tämä lähestymistapa mahdollistaa ymmärryksen tutkittavan kohderyhmän tarpeisiin ja haasteisiin. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin kyselyä, joka analysoitiin käyttämällä temaattista analyysiä. Aineistosta tunnistettiin keskeiset teemat ja tulkittiin, minkälaisia tarpeita ja haasteita pienet hyvinvointialan yrittäjät kohtaavat liiketoiminnassaan.

Työn teoreettinen viitekehys keskittyy hyvinvointialaan ja sen alakäsitteisiin, yrittäjyyteen sekä liiketoimintaosaamisen eri osa-alueisiin. Teoreettinen tausta pyrkii syventämään ymmärrystä hyvinvointialaan ja yrittäjyyteen alalla sekä liiketoimintaosaamisen merkityksen menestyksen näkökulmasta.

2 YKSITYISEN HYVINVOINTIALAN ROOLI OSANA HYVINVOINTISEKTORIA

Hyvinvointialan käsite on laaja ja monitulkintainen. Tilastokeskuksen toimialaluokituksessa ei esimerkiksi löydy erillistä luokkaa hyvinvointialan toimijoille, vaan ne luokitellaan useiden muiden toimialojen alle kuuluvaksi, kuten Sosiaali- ja terveyspalvelut, Muu palvelutoiminta tai Taiteet, urheilu ja virkistys (Tilastokeskus 2025). Hyvinvointiala voidaan nähdä eräänlaisena sateenvarjoterminä, kuten kuvassa 1 on esitetty. Hyvinvointialan alle kuuluu monenlaisia palveluita ja toimintoja, kuten koulutukseen, vapaa-aikaan, viihtyvyyteen sekä sosiaali- ja terveysalaan liittyviä palveluita (Kainlauri 2007, 16–17). Julkisen sektorin tarjoamat hyvinvointipalvelut sisältävät muun muassa koulutusta, kirjastoja, kansalaisopistoja, kulttuuri- ja vapaa-aikapalveluita, sosiaali- ja terveyspalveluita sekä liikuntatoimintaa.



Kuva 1. Hyvinvointialan käsite sisältää sateenvarjon alle jäävät palvelut ja toiminnot (Kainlauri 2007, 16–17).

Hyvinvointialan keskiössä on ihmisten hyvinvointi, jonka sosiologi Erik Allardt on määritellyt koostuvan kolmesta ulottuvuudesta: loving (elämän yhteyssuhteet), being (itsensä toteuttamisen mahdollisuus) sekä having (aineelliset tekijät). Hyvinvointipalveluiden näkökulmasta tähän voidaan lisätä neljäs ulottuvuus, entertainment (viihtyminen). (Kainlauri 2007, 16–17.)

Pohjoismaissa hyvinvointiyhteiskunnan perusta on pitkään nojannut julkiseen sektoriin. Kasvava palvelutarve on kuitenkin johtanut siihen, että julkisen sektorin rinnalle on noussut yksityisiä yrityksiä ja kolmannen sektorin toimijoita tarjoamaan hyvinvointipalveluita. (Karttunen 2000, 2.) Hyvinvointipalveluiden tuottajasektorit koostuvat nykyisin yrityksistä, julkisesta sektorista ja kolmannesta sektorista, joilla on kullakin omat tavoitteensa ja toimintamallinsa.

Kaikilla kolmella sektorilla on oma tavoitteensa, joten on olennaista erotella ne toisistaan. Yksityisen sektorin tavoitteena on liiketalouden näkökulmasta voiton tuottaminen. Hyvinvointipalveluiden tuotannon näkökulmasta tämä on vielä pienin näistä kolmesta sektorista. Julkinen sektori kattaa valtion ja kuntien hallinnolliset yksiköt, joiden tavoitteena on vastata sosiaali- ja terveydenhuollon palveluiden järjestämisestä. Kunnat tuottavat palvelut joko itsenäisesti tai hankkimalla ne esimerkiksi yrityksiltä tai kolmannelta sektorilta. Kolmannessa sektorin toimijat ovat erilaiset yleishyödylliset ja voittoa

tavoittelemattomat yhdistykset, järjestöt ja säätiöt. Kolmannen sektorin piiriin voidaan laskea kaikki muu taloudellinen toiminta, joka ei ole julkisen tai yksityisen sektorin tuottamaa. Kolmannen sektorin palveluntuotanto on merkittävässä roolissa hyvinvointipalveluiden tuottajien kolmikentässä. (Heiskanen ym. 2007,15.)

Yksityiset hyvinvointialan yritykset täydentävät julkisen ja kolmannen sektorin palveluita tarjoamalla joustavuutta, yksilöllisyyttä ja nopeaa reagointia muuttuvaan kysyntään. Yksityisten yritysten ja julkisen sektorin välinen yhteistyö on keskeinen tekijä hyvinvointipalveluiden saatavuuden ja laadun varmistamisessa. Kunnat ja kaupungit ostavat yhä useammin palveluita yksityisiltä toimijoilta esimerkiksi palvelusetelimallin kautta, mikä tuo uusia mahdollisuuksia pienille yrittäjille. Tämä yhteistyömalli mahdollistaa yksityisten palveluiden integroimisen osaksi laajempaa hyvinvointiverkostoa, mutta kilpailutusjärjestelmät voivat asettaa pienet yritykset haastavaan asemaan suurien toimijoiden ja kolmannen sektorin tukemia palveluntuottajia vastaan. (Pirinen 2000, 208–209.)

Kunnan ostaessa palveluita yksityiseltä tai kolmannelta sektorilta saattavat yksityiset yrittäjät jäädä kilpailuasetelmassa kolmannen sektorin jalkoihin. Kunnat joutuvat kilpailuttamaan ulkopuoliset palvelunsa, ja kilpailun usein voittaa halvin palveluntuottaja. Kolmannen sektorin palveluntuottajat pystyvät tarjoamaan palveluita halvemmalla taloudellisen toiminta rakenne-eron ja yhdistysten ja säätiöiden saaman raha-automaatiotuen vuoksi. (Pirinen 2000, 208–209.)

Yksityisten sektorin merkitys tulee kasvamaan, kun väestön terveyden ja hyvinvoinnin ylläpitoon kohdistuvat odotukset lisääntyvät. Ennaltaehkäisevien palveluiden merkitys kasvaa, ja yksityiset toimijat voivat vastata tähän tarpeeseen tarjoamalla innovatiivisia ratkaisuja, jotka eivät kuulu julkisen sektorin painopisteisiin. (Lehto 2023; Tuunanen ym. s.a.). Tämä tekee yksityisistä yrityksistä keskeisiä tekijöitä hyvinvointialan kokonaisvaltaisessa kehittämisessä, mikä tukee paitsi yksilöiden hyvinvointia myös laajemmin yhteiskunnan taloudellista ja sosiaalista kestävyyttä.

Hyvinvointialan laajentuessa yksityiset palveluntuottajat eivät ole vain täydentäviä toimijoita, vaan ne ovat myös innovatiivisia suunnannäyttäjiä ja

elintärkeitä kumppaneita julkisen sektorin ohella (Pirinen 2000, 208–209). Niiden kyky yhdistää liiketoimintaosaaminen ja asiakaslähtöiset ratkaisut tekevät niistä tärkeän osan laajaa hyvinvointisektoria.

2.1 Hyvinvointiala osana palvelualaa

Hyvinvointiala on osa palvelualaa, jossa palveluiden tuottajina toimivat edellä mainitut kolme eri sektoria: yksityinen, julkinen ja kolmas sektori.

Palvelusektori muodostaa suurimman osan bruttokannantuotteesta ja työllisyydestä. Se on myös ainoa sektori, jossa työllisyys on kasvanut tulojen nousun, vapaa-ajan lisääntymisen ja naisten aktiivisemmän osallistumisen työelämään myötä. Paikkasidonnaisuus on aikaisemmin rajannut palvelutarjonnan kehittämisen suurimpiin väestökeskittyymiin, mutta digitalisaation myötä palvelut eivät enää ole yhtä paikkasidonnaisia kuin aikaisemmin. (Maa- ja metsätalousministeriö 2006, 6; Tanskanen 2023, 62.)

Palveluliiketoiminnan keskeinen osa muodostuu palveluntuottajan ja -käyttäjän vuorovaikutuksesta. Palvelualan kehitystä on vauhdittanut digitalisaation lisääntyminen ja sen vaikutus palvelualan kehitykseen ja hyvinvointialaan on ollut merkittävä. Teknologiset innovaatiot, kuten verkkopalvelut, mobiilisovellukset ja etäpalvelut, ovat mahdollistaneet palveluiden tarjonnan ajasta ja paikasta riippumatta. Tämä kehitys on avannut uusia liiketoimintamahdollisuuksia erityisesti yksityisille hyvinvointialan toimijoille, jotka voivat tarjota palveluitaan aiempaa laajemmalle asiakaskunnalle esimerkiksi verkkovalmennusten, etäterapian tai digitaalisten hyvinvointiratkaisujen muodossa.

2.2 Sosiaali- ja terveysala

Sosiaali- ja terveysalalla tehdään laaja-alaisesti monenlaista työtä, kuten kasvatus-, hoito- ja huolenpito- sekä kuntoutustyötä. Sosiaalialan ytimessä on ihmisten tarpeiden ymmärtäminen ja niihin vastaaminen (Väisänen 2000, 34). Maslow´n tarvehierarkiateorian mukaan ihminen tyydyttää tarpeitaan fysiologiset tarpeet ensin. Vasta näiden fysiologisten tarpeiden, esimerkiksi nälän ja janon jälkeen, tulevat muut tarpeet, kuten turvallisuus, sosiaalinen arvostus ja itsensä toteuttaminen. Käytännön sosiaalityössä on kuitenkin

usein huomioitava sekä fyysiset, psyykkiset ja sosiaaliset ulottuvuudet samanaikaisesti. Sosiaalialan työn tavoitteena on edistää ja ylläpitää ihmisten edellytyksiä suoriutua itsenäisesti elämässään. (Väisänen 2000, 37.)

Sosiaali- ja terveystalvueluita tuotetaan sekä yksityisten että julkisten palvelutuottajien toimesta. Kolmannen sektorin rooli sosiaali- ja terveystalvueluiden tuottamisessa on kasvussa julkisen puolen henkilöstömäärän vähentyessä sekä sosiaali- ja terveystalvueluiden lisääntyessä. Valtaosa sosiaali- ja terveystalvueluista tuotetaan kuitenkin yhä kuntien ja valtion toimesta, mutta yksityisen sektorin osuus on kasvanut merkittävästi viime vuosikymmeninä. (Tevameri 2024, 64.)

Esimerkiksi lastensuojelulaitosten ja perhehoidon palveluista jopa 71 % tuotetaan yksityisellä sektorilla, kun taas julkisen sektorin osuus on 29 %. Myös vammaisten ja ikääntyneiden tehostetun palveluasumisen sekä päihdehuollon palvelut jakautuvat tasaisesti julkisen ja yksityisen sektorin kesken. (Tevameri 2024, 64.)

Yksityisen sektorin rooli korostuu erityisesti suurissa kaupungeissa ja alueilla, joilla kysyntä ylittää julkisen sektorin tarjoamat resurssit (Tevameri 2024, 68). Näillä alueilla yksityiset palveluntuottajat voivat tarjota vaihtoehtoja, jotka lisäävät asiakkaiden valinnanvapautta. Esimerkiksi yksityiset hoivakodit, terapiapalvelut ja lääkärikeskukset ovat vahvistaneet asemaansa. Lisäksi palvelusetelit ja ostopalvelut tarjoavat yksityisille yrityksille mahdollisuuden toimia osana julkisen sektorin palvelujärjestelmää. (Tevameri 2024, 64–65.)

Sosiaalihuoltolaki jakaa sosiaali- ja terveystalvuelut yleisiin ja erityislainsäädännöllä säädettyihin erityis- ja terveystalvueluihin (Sosiaalihuoltolaki 30.12.2014/1301). Alan lainsäädäntö asettaa erilaisia vaatimuksia esimerkiksi terveydentilaan ja koulutukseen. Sosiaali- ja terveystalvueluilla toimimiseen vaaditaan usein ammatillinen tutkinto ja esimerkiksi Valvira ylläpitää rekisteriä pätevistä työntekijöistä.

Opetushallituksen koulutustarve-ennakoinnin mukaan sosiaali- ja terveystalvueluiden työvoiman kasvaa merkittävästi vuoteen 2035 mennessä. Sosiaali- ja terveystalvueluille ennustetaan tarvittavan yli 18 000 uutta työpaikkaa ja

terveyspalveluille yli 17 000 uutta työpaikkaa. Sosiaalipalveluissa korostuu ammatillinen koulutus- ja terveyspalveluissa ammattikorkeakoulutustarve. (Opetushallitus 2016.) Sote-palvelualojen toimialaraportin mukaan jo nykyisellään alalla on työvoimavaje, mutta toisaalta sote-palvelualan työllisten määrä on kasvussa, erityisesti yksityisellä sektorilla (Tevameri 2024, 30).

Väisänen (2000, 37) nostaa esiin tarpeen tukea sosiaalialan työntekijöiden elinikäistä oppimista yhteiskunnan ja asiakkaiden tarpeiden muuttuessa. Lisäksi on tärkeää pohtia, millaista tukea kannattavaan liiketoimintaan on saatavilla yrittäjyydestä kiinnostuneille ja jo toimiville yrittäjille, erityisesti julkisen sektorin roolin vähentyessä ja yksityisten palveluiden kasvaessa.

2.3 Kauneudenhoitoala

Kauneudenhoitoala liittyy vahvasti hyvinvointialaan, sillä sen tavoitteena on lisätä ihmisen henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Kauneudenhoitoalan eri ammattilaiset keskittyvät kauneuden säilyttämiseen ja kohentamiseen.

Kauneudenhoitoala toimii pääosin yksityisen sektorin varassa, ja julkisen tai kolmannen sektorin tarjoamat palvelut ovat hyvin rajattuja ja kohdistuvat usein tietyille asiakasryhmälle. Julkisen sektorin palveluihin voidaan lukea esimerkiksi ammattioppilaitosten kauneudenhoitoalan opiskelijoiden harjoitustyöt sekä lääketieteellisistä syistä tarjottavat esteettiset hoidot, kuten arpien tai karvojen poisto. Lisäksi jotkut kunnat tarjoavat asukkailleen kauneudenhoitokursseja kansalaisopistoissa. Kolmas sektori osallistuu alaan esimerkiksi syöpäpotilaille suunnatuilla palveluilla, kuten peruukkien sovituksella ja rintaproteesien tarjoamisella. (Syöpäjärjestöt 2025.)

Kauneudenhoitoalan perustutkinto mahdollistaa työskentelyn kosmetologina, maskeeraajana, kampaajana ja parturina. Alalla on tarjolla runsaasti lisä- ja jatkokoulutusmahdollisuuksia, joissa painottuu substanssiosaamisen kehittäminen. Lyhytkestoisia kursseja järjestetään esimerkiksi rakennekynsien, ripsien- ja hiustenpidennysten sekä kestopigmentoinnin oppimiseksi. Jatkokoulutus voi edetä erikoisammattitutkintoon tai ammattikorkeakoulun estenomiopintoihin. Kauneudenhoitoalan työhön voi liittyä fyysisiä rajoitteita, kuten migreeni, astma, selkä- tai käsivaivat sekä

ihosairaudet. Myös värinäön virheet voivat estää tiettyjen tehtävien suorittamista. (Ammattikoulut.fi, s.a.)

Kauneushoitoalalla voi työllistyä työntekijänä, mutta alalle on tyypillistä yrittäjyys. Yrittäjyyden eri muodot, kuten sopimusyrittäjyys, vuokratuoliyrittäjyys ja liiketoiminnan omistaminen, tarjoavat joustavia mahdollisuuksia alalla työskentelemiseen. Yrittäjä voi toimia joko omassa liikkeessä tai yhteisymmärrykseen perustuvalla sopimuksella toisen omistamassa liikkeessä. (Mäntylä 2021, 10–12.)

3 YRITTÄJYYS

Yrittäjyyden ja yrittäjän määrittely riippuu tarkastelunäkökulmasta ja voi vaihdella esimerkiksi juridisen, tilastollisen tai kansantaloudellisen tarkastelun mukaan. Tästä syystä yhtä yleispätevää määritelmää ei ole olemassa (Hämälä ym. 2017, 4.)

Keskeinen ero yrittäjän ja työntekijän välillä on työn suorittamistapa. Työntekijä tekee työtään työsuhteessa työnantajan ohjauksessa, ja hän saa siitä palkkaa tai muuta vastiketta. Yrittäjä sen sijaan toimii itsenäisesti, kantaa taloudellisen riskin ja vastaa työnsä tuloksista itse. Näin yrittäjyys edellyttää suurempaa vastuuta ja itsenäisyyttä kuin työntekijän asema. (Hämälä ym. 2017, 4)

Tilastokeskuksen mukaan yrittäjäksi määritellään 18–74-vuotias henkilö, joilla on vuoden viimeisellä viikolla voimassa yrittäjäeläkevakuutus, eikä hän ole työtön, varus- tai siviilipalveluksessa. Jos henkilöllä on myös työsuhde, hänen yrittäjätulojensa on oltava suuremmat kuin palkkatulot, jotta hänet luokitellaan yrittäjäksi. (Yrittäjä s.a.)

Stenlundin (2022) mukaan yrittäjyys on paljon suurempaa kuin pelkkä juridinen muoto omistaa ja johtaa liiketoimintaa. Hänen mukaansa:

- yrittäminen on toimintaa
- yrittäjä ja yritys ovat toimijoita
- yrittäjyys on kyvykkyyttä.

Yrittäjyyteen vaaditaan substanssiosaamisen lisäksi erilaisia taitoja. Menestyäkseen yrittäjä hankkii tarvittavan kyvykkyyden ja kehittää sitä, sillä kyvykkyyden voi oppia kuka tahansa ja se on kaikkien ulottuvilla. Stenlundin (2022) mukaan yrittäjän kyvykkyys rakentuu näiden neljän peruspilarin varaan:

1. Toimi aikaansaavasti
2. Osallistu, osallista ja verkostoidu
3. Tuota, arvioi ja kehitä ratkaisuja
4. Tunnista mahdollisuudet ja tartu tilaisuuksiin

Yrittäjyyttä voidaan nähdä asenteena, joka ohjaa ihmisen suhtautumista elämään ja työhön, sillä yrittäjyydessä korostuu ihmisen vastuu omasta elämästä ja menestyksestä. (Stenlund 2022, luku 8.) Rissanen ja Sinkkonen (2004, 13–14) kuvaavat yrittäjää aktiivisena toimijana, joka pyrkii määrätietoisesti kohti tavoitteitaan.

3.1 Yksin- ja pienyrittäjyys

Tilastokeskuksen mukaan yksinyrittäjä on yrittäjä tai ammatinharjoittaja, jolla ei ole palveluksessaan palkattua työvoimaa (Yksinyrittäjä s.a). Kirjanpitolaki (1336/1997) määrittelee pien- ja mikroyrittäjäksi puolestaan yritykset, joissa työskentelee 1–50 työntekijää.

Pienyrittäjyyttä luonnehtii omistajan vastuu koko yritystoiminnasta. Yrittäjän henkilökohtaiset arvot heijastuvat yritykseen ja yleensä he osallistuvat yrityksen kaikkiin toimintoihin itse, kuten palvelun tuottamiseen, asiakaspalveluun, myyntiin ja markkinointiin sekä hallinnollisiin tehtäviin. Kapea ja erikoistunut palvelu- tai tuotevalikoima on yleensä ominaista pienyrittäjyyteen liittyen. (Kovalainen ym. 1996, 168.)

3.2 Hyvinvointialan yrittäjyyden ominaispiirteet

Hyvinvointialan yrittäjyys on jatkuvasti uudistuvaa, sillä asiakkaiden tarpeet ja odotukset muuttuvat nopeasti. Teknologian ja digitalisaation kehitys tuo uusia mahdollisuuksia palveluiden ja tuotteiden innovointiin, mutta samalla kilpailu alalla on intensiivistä. Hyvinvointialan yrittäjän on tärkeää seurata globaalien hyvinvointialan kehitystä ja trendejä, sillä trendikkäille tuotteille ja palveluille on

jatkuvaa kysyntää. (Sippola 2014; Lappi 2019.) Pienyrittäjäyys on hyvin yleistä hyvinvointialalla, ja usein yrittäjä toimii yrityksensä "kasvona".

Hyvinvointiala on poikkeuksellisen naisvaltainen:

- 84 % hoivayrityksistä on naisyrittäjien omistuksessa ja johdossa
- lähes 60 % terveystalvolyrityksistä ja
- yli 80 % sosiaalipalvolyrityksistä on naisten omistamia. (Pentikäinen ym. 2009, 63.)

Naisyrittäjäydessä ominaista on pien- ja yksinyrittäjäyys, ja usein heidän kiinnostuksensa yrittäjäyteen on työn ja perheen yhdistäminen, josta syntyvät myös naisyrittäjien suurimmat ongelmat (Rissanen & Sinkkonen 2004, 21). Österholm-Högstedtin (2009, 38) mukaan tyypillisellä hyvinvointialan yrittäjällä on sosiaali- ja terveystalan tutkinto, ja hän on aikaisemmin työskennellyt julkisella sektorilla. Jopa 46 % sosiaali- ja terveystalan yrittäjistä on siirtynyt yrittäjäksi julkisen sektorin palveluksesta.

Hyvinvointialalle ominaista ovat toiminnan eettiset periaatteet ja ammatilliset vaatimukset, jotka kumpuavat asiakkaiden elämäntilanteiden moninaisuudesta sekä alan lainsäädännön asettamista edellytyksistä (Rissanen & Sinkkonen 2004, 20–22). Kunnat valvovat palveluiden laatua ja lainmukaisuutta myös yksityissektorilla. Vastuuhenkilöiltä vaaditaan riittävää alan tuntemusta ja moni sosiaalipalveluiden vastuuhenkilöistä kokee, että tehtäviin kuuluu paljon tai erittäin paljon toiminnan lainmukaisuuden ja palveluiden laadusta huolehtimista. (Paavilainen ym. 2007, 35–36.)

Näiden erityispiireiden pohjalta syntyi tyypillisen hyvinvointiyrittäjän kuvaelma, joka on hahmotettu kuvassa kaksi. Hyvinvointiyrittäjäyden ominaispiirteiksi voidaan todeta nousevan seuraavat aspektit: naisyrittäjäyys, yksin- tai pienyrittäjäyys, sosiaali- ja terveystalan tutkinto ja julkisella alalla työskentely, eettiset periaatteet ja lainsäädännön ohjaus, asiakkaiden tarpeet ja odotusten jatkuva muutos, globaalit trendit sekä asiakkaiden halukkuus sijoittamaan hyvinvointiinsa.



Kuva 2. Kuvassa on hahmotelma tyypillisistä hyvinvointialanyrittäjän ominaispiirteistä.

Näiden erityispiirteiden vuoksi yritysten selviytyminen ja kasvuyrittäjyyden yleisyys poikkeavat muista aloista. Samalla hyvinvointialalla on huomattavaa kasvupotentiaalia, sillä asiakkaat ovat yhä kiinnostuneempia huolehtimaan omasta hyvinvoinnistaan ja ovat valmiita sijoittamaan siihen entistä enemmän (Lappi 2019).

Sosiaali- ja terveysalan kolmannen sektorin yrittäjien motiivit eroavat voittoa tavoittelevista yksityisyrittäjistä. Kolmannen sektorin yrittäjät voidaan nähdä eräänlaisina elämäntapayrittäjinä, joiden motiivina on kannattavuuden sijaan mielekäs työ ja riittävä toimeentulo. Yksityisellä sektorilla sosiaali- ja terveysalan yrittäjyys sen sijaan korostaa markkinalähtöisyyttä ja liiketoiminnan kasvattamista. Voittoa tavoittelevilla yrityksillä on yleensä taloudellisia tavoitteita, kuten kannattavuuden maksimointi, liiketoiminnan laajentaminen ja kilpailuaseman vahvistaminen. (Pirinen 2000, 213.)

3.3 Hyvinvointialan yrittäjän haasteita

Yrittäjyys tuo mukanaan monenlaisia haasteita, jotka eroavat merkittävästi työntekijän rooliin liittyvistä haasteista. Näitä voidaan jaotella taloudellisiin ja psykologisiin haasteisiin. Taloudelliset haasteet liittyvät yleensä yrityksen

liiketoiminnan eri osa-alueisiin, kuten kassavirran hallintaan, asiakkaiden löytämiseen, hinnoitteluun ja jatkuvaan epävarmuuteen tulojen tasaisuudesta.

Psykologiset haasteet puolestaan liittyvät yrittäjän jaksamiseen, itseluottamukseen, paineisiin kantaa vastuuta kaikesta yksin sekä siihen, että yrittäjän on usein tasapainoitettava työn ja vapaa-ajan välillä. Hyvinvointialan yrittäjyys tarjoaa monipuolisia mahdollisuuksia, mutta samalla se vaatii yrittäjältä kykyä sopeutua alan nopeisiin muutoksiin ja asiakkaiden tarpeisiin. Hyvinvointialan yrittäjällä nämä haasteet voivat korostua, sillä alalla odotetaan usein empaattisuutta ja vahvaa läsnäoloa, mikä voi uuvuttaa ilman riittäviä rajoja ja palautumisen mahdollisuuksia.

Osaamisen haasteet ovat myös keskeisiä. Rissanen ja Karhunen (2004, 88) toteavat, että ammatillisessa koulutuksessa keskitytään usein substanssiosaamiseen, mutta liiketoiminnan johtamisen ja yrittäjyystaitojen kehittäminen jäävät vähälle. Österberg-Högstedtin (2009, 51) tutkimuksen mukaan sosiaali- ja terveystalouden yrittäjille liiketoimintasuunnitelmien ja laskelmien merkitys on alhaisempaa kuin muilla aloilla, sillä alan yrittäjien motiivit eroavat muista aloista.

Kaakkois-Suomen sosiaali- ja terveystaloutta koskevassa selvityksessä ilmeni yrittäjien suurimpina haasteina liiketoimintaosaaminen, hinnoittelu, markkinointiosaaminen sekä palveluiden tuottaminen (Dufva & Liukkonen 2003, 72). Myös terveys- ja sosiaali-alan yrittäjät ry:n tekemä jäsenkyselyn mukaan yrittäjät nostivat tärkeimmiksi koulutustarpeikseen johtamisen, taloushallinnon ja markkinointiosaamisen vahvistamisen (Tuunanen s.a). Useiden selvitysten ja kyselyiden mukaan yrittäjien haasteet voidaan nähdä liittyvän enemmän liiketalouden eri osa-alueisiin, eikä niinkään omaan substanssiosaamiseen.

Kuten aikaisemmin todettiin, hyvinvointialanyrittäjyyden yksi ominaispiirteistä on naisyrittäjyys. Rissanen ja Sinkkosen (2004, 21) mukaan naisyrittäjien päämotiivi yrittäjyydelle on usein perheen ja työn yhdistäminen, joka voidaan nähdä myös suurimpana ongelmana yrittäjyydessä, sillä naisten suurimmat henkiset rasitteet liittyvät vapaa-ajan niukkuuteen ja riittämättömyyden tunteeseen (Pöllänen 2002, 563).

Toinen merkittävä haaste naisyrittäjille on oikeiden verkostojen rakentaminen. Naisilla on usein verkostoja, jotka koostuvat ystävistä ja perheenjäsenistä, mutta näillä ei välttämättä ole liiketoiminnan kannalta strategista merkitystä. Liiketoiminnan kannalta hyödyllisten verkostojen puute voi hidastaa naisyrittäjien pääsyä tärkeisiin resursseihin, kuten rahoitukseen, asiantuntija-apuun ja uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin. Lisäksi naiset saattavat kokea ulkopuolisuuden tunnetta miesvaltaisissa verkostoissa, mikä voi vähentää heidän halukkuuttaan osallistua niihin. Oikeilla verkostoilla voi kuitenkin olla merkittävä vaikutus menestyksen näkökulmasta. (Karvonen & Uusitalo 2007, 41–45.)

Hyvinvointiyrittäjän haasteet liittyvät monikontekstisiin seikkoihin, joita on yritetty ratkaista esimerkiksi kuntien yrittäjäkursseilla. Rissanen ja Sinkkonen (2004, 22) kuitenkin toteavat, että nimenomaan naisyrittäjillä yrittäjäkursseiden ongelmaksi muodostuu naisten ajanpuute osallistua kursseille. Naiset eivät myöskään Salmelan (2004, 19–20) mukaan koe, että kurssit olisi suunnattu heille ja ylipäänsä pitävät ulkopuolista neuvontaa vähemmän tärkeämpänä, kuin lähipiirin antamaa neuvontaa.

Kaakkois-Suomen sosiaali- ja terveystalouden palveluyrittäjyyttä koskevassa selvityksessä (2003), että yksityiset hyvinvointialan yrittäjät kokevat tarvitsevansa yrityksen perustamiseen liittyvää koulutusta. Selvityksen mukaan suurin osa koki kaipaavansa yrittäjyyden alkumetreillä apua toiminnan aloittamiseen. Koulutusta kaivattiin myös taloushallinnosta, lainsäädännöstä, vakuutus- ja työsuhdeasioista sekä ostopalvelusopimuksista. (Dufva & Liukkonen 2003, 67.)

3.4 Hyvinvointiyrittäjän menestyksen tekijät

Helminen (2005, 22) toteaa, että hyvinvointiyrittäjänä menestyminen vaatii hyvää palvelun tuotteistamista, toiminnan kehittämistä asiakaspalautteiden pohjalta sekä keskittymistä maksukykyisiin asiakkaisiin. Ihmisen hyvinvointia ja terveyttä, ja niitä edistäviä sekä tukevia palveluita voi olla kuitenkin vaikea muuttaa kannattaviksi palveluiksi, sillä varsinkin sosiaalialan palveluiden yksityishenkilöiltä usein puuttuu maksuvalmius. Kun palveluiden

yksityishenkilöiden maksuvalmius on heikkoa, täytyy tuotteistuksessa ottaa huomioon kuntien tarpeet. Yksityiset sosiaalipalveluiden tuottajat ovat usein riippuvaisia kuntien ostopalveluista, mutta yrityksen kannattavuuden kannalta ne saattavat olla haastavia, sillä hankintojen ensisijainen valintakriteeri on palvelun hinta. Pienten hyvinvointiyrittäjien voi olla haastavaa päästä mukaan kuntien tarjouskilpailuihin, sillä niiden on haastavaa vastata kuntien suuren kysynnän määrään. (Pentikäinen ym. 2009, 77.)

Julkinen sektori on edelleen keskeinen sosiaali- ja terveystalouden tuottaja, mutta se ei yksin kykene vastaamaan kasvavaan kysyntään. Tästä syystä yksityisten hyvinvointiyritysten merkitys palveluiden tarjoajina on kasvanut merkittävästi (Pirinen 2000, 176; Pentikäinen ym. 2009, 49). Kunnat toimivat yksityisille yrityksille paitsi palvelun tilaajana ja maksajana, myös ohjaajana. Yksityisten yritysten menestyksen kannalta hyvät suhteet ja yhteistyö kuntien kanssa on oleellista (Sinkkonen & Komulainen 2004, 121). Myös Pirinen (2000, 209) vahvistaa tätä näkemystä, sillä hänen mukaansa kunnan kanssa tehdyt ostopalvelusopimukset ovat etenkin maaseudulla hoiva- ja hoitopalveluyritysten menestymisen edellytys.

Hyvinvointialan kovenevaa kilpailua vauhdittaa markkinoille saapuneet kansainväliset isot toimijat, joiden kanssa pienet hyvinvointialan yrittäjät kilpailevat tarjouskilpailuissa kuntien kanssa. Pienet yrittäjät tarvitsevat konkreettista ja käytännönläheistä apua kasvaakseen, pärjätäkseen kovenevassa kilpailussa. (Tuunanen s.a.)

Karvonen ja Uusitalo (2007, 41) nostavat verkostoitumisen yhdeksi hyvinvointiyrittäjyyden menestystekijöistä. Verkosto suhteiden kautta voidaan edistää aloittavien yritysten organisaation kasvua ja uusien innovaatioiden syntymistä. (Dufva & Liukkonen 2003, 73). Sippola (2014, 51,54) jakaa saman näkemyksen verkostoitumisen tärkeydestä. Verkostoitumalla muiden yrittäjien kanssa, voidaan toimintaan saada uudenlaisia näkökulmia myös hyvinvointialan ulkopuolelta.

Verkostoitumisen lisäksi Sippola (2014) korostaa hyvinvointialalla asiakkaiden palautteiden ja asiakastyytyväisyyden tärkeyttä. Hän myös alleviivaa menestyneen hyvinvointiyrittäjän ominaisuudeksi yrittäjän asenteen,

rohkeuden, halun kehittyä ja ahkeruuden. Menestynyt hyvinvointiyrittäjä pyrkii päämääriinsä ja tavoitteisiin nähden ympärillään olevat mahdollisuudet. Menestynyt hyvinvointiyrittäjä ei aliarvioi omien unelmien tärkeyttä toteuttaessaan yrittäjyyttä. (Sippola 2014, 32, 36.)

3.5 Digitaalisuus yrittäjän kilpailuetuna

Hyvinvointialan yrityksille digitaalisten palveluiden kehittäminen tarjoaa merkittäviä mahdollisuuksia liiketoiminnan kasvattamiseen ja kilpailuedun saavuttamiseen. Sosiaali- ja terveysministeriön Digitaalisuus sosiaali- ja terveydenhuollon kivijalaksi -strategian mukaan digitaalisuus on keskeinen väline palveluiden tehokkuuden, saavutettavuuden ja vaikuttavuuden lisäämisessä (Sosiaali- ja terveysministeriö, 2023). Tämä näkyy myös hyvinvointialalla, jossa asiakkaiden fyysiset kohtaamiset ovat perinteisesti olleet liiketoiminnan perusta. Koronakriisin tuomien muutosten myötä yritykset ovat joutuneet mukautumaan uusiin toimintatapoihin, ja digitaalisten ratkaisujen hyödyntäminen on osoittautunut keskeiseksi menestystekijäksi (Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, 2022).

Digitaalisuus mahdollistaa palveluiden tuottamisen ja markkinoinnin etätyökaluilla, kuten videoneuvottelusovelluksilla, kalenteripalveluilla ja verkkokaupparatkaisuilla. Etäpalvelut ja digitaalinen sisältö, kuten asiakkaalle jaettavat videot, voivat täydentää kasvokkain tapahtuvaa neuvontaa, lisäten samalla palvelun joustavuutta ja saavutettavuutta. Digitaalisten ratkaisujen ansiosta myös palveluiden vaikuttavuutta ja tuloksia voidaan mitata aiempaa tarkemmin. Tämä tieto tarjoaa yrittäjille arvokkaita mahdollisuuksia kehittää palveluitaan asiakaslähtöisemmiksi ja lisätä kilpailukykyä. (Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, 2022.)

Digitaalisten palveluiden rooli on erityisen tärkeä liiketoiminnan kestävyuden varmistamisessa ja kasvattamisessa. Kun palveluita voidaan tuottaa ja kehittää datalähtöisesti, yrittäjät voivat tarjota parempia hyvinvointivaikutuksia asiakkailleen, mikä on alan menestyksen ydin. Digitalisaation tarjoamat työkalut eivät pelkästään tue yrityksiä haasteiden keskellä, vaan ne ovat myös avain kilpailuedun saavuttamiseen ja pitkän aikavälin kasvun mahdollistamiseen. (Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu 2022.)

4 LIKETOIMINTAOSAAMINEN

Yrittäjyyteen liittyy vahvasti liiketoimintaosaaminen, jotta yritys pystyy menestymään. Liiketoimintaosaamiseen kuuluu paitsi talouden, myynnin- ja markkinointiosaamisen lisäksi strateginen suunnittelu ja johtaminen. Jo yrityksen perustamisvaiheessa tarvitaan erilaisia liiketoimintaosaamisen osa-alueita, yrittäjän suunnitellessa erilaisia rahoitusvaihtoehtoja, arvioidessa riskejä ja kannattavuutta liiketoimintasuunnitelmaa varten.

Liiketoimintaosaaminen ei kuitenkaan rajoitu ainoastaan yrittäjiin, vaan se on tärkeä taito myös henkilöstön keskuudessa, koska se voidaan nähdä menestyvän organisaation voimavarana. Liiketoimintaosaaminen voidaan tiivistää sanoin: se on kaikkea sitä, millä yritys tai organisaatio saavuttaa tavoitteensa tuottavasti, laadukkaasti ja kestävästi. (Viitala & Jylhä 2013, luku 1.)

4.1 Talouden hallinta

Yrityksen tärkein elinehto muodostuu terveestä talouden hallinnasta. Osakeyhtiön toiminnan tarkoitus on tuottaa voittoa osakkeen omistajilleen, jolloin yrityksen tulot pitää olla suuremmat kuin yrityksen menot. Lyhyellä aikavälillä tai yksittäisen tuotteen tai palvelun kannalta ei ole merkittävää tuoko se voittoa, mutta pitkällä aikavälillä ja yrityksen kokonaisuuden näkökulmasta toiminnan tulee aina olla kannattavaa. Kannattavuuden pelkistetty kaava on tuotot vähennettynä kustannuksilla, on yhtä kuin voitto. Kannattavuuden näkökulmasta tuotteiden ja palveluiden hinnoittelu on yksi yrityksen keskeisin päätös. Hinnan täytyy olla sellaisella tasolla, että se synnyttää kysyntää, mutta tuottaa samalla kannattavuutta ja kasvua. Hintaan vaikuttavia asioita on kustannusten lisäksi asiakkaiden käyttäytyminen ja kilpailijat. (Viitala & Jylhä 2013, luku 18.)

Yritystoiminnan alkuvaiheeseen ja käynnistämiseen tarvitaan yleensä rahaa. Hyvinvointipalveluyritys voi käynnistyä ilmankin omaa pääomaa liiketoiminnan mukaan, mutta yleensä käynnistämävaiheessa etsitään ulkopuolista rahoittajaa. Rahoittajan roolissa voi olla esimerkiksi sijoittajat tai pankki. Joissain tapauksissa myös kunta voi tarjota taloudellista tukea yrityksen

alkuvaiheeseen. Kunnalta saatu paras tuki sosiaali- ja terveystaloudessa kuitenkin on se, jos kunta ostaa yrityksen palveluita. (Pirinen 2000, 191.)

4.2 Myynti ja markkinointi

Markkinointia voidaan kuvata kaikkena, millä yrityksen tuotteet tai palvelut saadaan kaupaksi. Markkinointia ei ole pelkästään mainontaa, vaan yhtä lailla se on kaikki mitä yritys edustaa tapahtumissa, viestinnässä, julkisuudessa, palvelussa tai myynnissä. Wikström (2013, 47) on kuvannut markkinoinnin käsittävän kaiken muun paitsi taloushallinnon. Markkinoinnin tehtävänä on paitsi vaalia asiakassuhteita, myös tehdä tuotteesta houkutteleva, jolloin huonokaan myyjä ei voi epäonnistua tehtävässään. (Wikström 2013, 47.)

Nykyisin markkinointia ei voida enää nähdä pelkästään tuotteen mainontana, jossa palvelut tai tuotteet pyritään saamaan kaupaksi mainostuksen keinoin. Markkinoinnin tehtävänä on luoda ihmisten huomio ja mielenkiinto, sekä tärkeimpänä ymmärtää asiakkaiden tarpeet ja pyrkiä vastaamaan niihin. (Kotler & Armstrong 2001, 5–6.)

Markkinoinnin tunnetuin teoreetikko Philip Kotler on esitellyt markkinoinnin peruseriaatteen jo 1960-luvulla. Vaikka maailma muuttuu jatkuvasti ja digitaalinen media on luonut markkinoinnille uuden ympäristön, Kotlerin markkinointiteoriat pätevät edelleen pohjana uusille näkökulmille. McCarthyn kehittämä 4P-malli, jonka Kotler teki tunnetuksi, on saanut vuosien varrella erilaisia näkökulmia ja täydennyksiä. Alkuperäiseen 4P-mallin kuuluu product (tuote), price (hinta), place (paikka, saatavuus) ja promotion (markkinointiviestintä). (Kotler & Armstrong 2014, 76–77.)

4P-mallia ja sen soveltuvuutta nykyaikaiseen palveluyhteiskuntaan on myös kritisoitu, sillä nykyisessä markkinassa asiakasymmärrys on yhä tärkeämmässä roolissa palveluissa ja niiden kehityksessä (Karjaluoto 2013, 12–14; Ruola 2021, 43–44). Tämän takia 4P-mallista on luotu uusia asiakkaat ja palvelut huomioon ottavia malleja, kuten 7P-malli, joka laajentaa alkuperäistä konseptia erityisesti palvelualojen tarpeisiin. 7P-malliin on lisätty kolme osa-aluetta: people (ihmiset), process (prosessi) ja physical evidence (fyysinen todiste). Nämä laajennukset auttavat yrityksiä vastaamaan

paremmin asiakkaan odotuksiin palveluiden tuottamisessa ja asiakaskokemuksen luomisessa. (Kotler ym. 2009, 17.)

Markkinointi ja myynti ovat toisiaan täydentäviä toimintoja, jotka yhdessä varmistavat yrityksen menestyksen. Markkinoinnissa keskitytään asiakkaiden tarpeiden ymmärtämiseen, kysynnän luomiseen ja brändin tunnettuuden rakentamiseen, myynti tähtää asiakassuhteiden luomiseen ja konkreettiseen ostopäätöksen saavuttamiseen. Toisin sanoen markkinointi luo pohjan myynnille houkuttelemalla potentiaalisia asiakkaita ja viemällä heidät ostomatkalle, kun taas myynti varmistaa, että nämä asiakkaat saadaan sitoutettua ja kaupat päätökseen. (Kotler & Armstrong 2012, 76–77.)

Pirinen (2000, 196) toteaa, että sosiaali- ja terveyspalveluyrittäjän tulisi hyödyntää oman yrityksen ja palveluiden esille tuominen kaikissa tilanteissa. Kuten aikaisemmin todettiin, että tuotteiden ja palveluiden markkinointi ei rajoitu mainoksiin, sama pätee hyvinvointipalveluita markkinoidessa. Erilaisten messujen, tapahtumien ja verkostoitumisen avulla yrittäjä voi markkinoida palveluitaan ja luoda positiivista suhdetta ja luottamusta niin asiakkaiden kuin päättäjien kanssa.

4.3 Johtaminen ja strateginen suunnittelu

Menestyäkseen pitkällä aikavälillä yritys tarvitsee strategista johtamista. Strategian avulla yritys määrittää tulevaisuuden suuntansa ja pohjimmiltaan se on johtamista. Strategian tavoitteena on löytää yrityksen ainutlaatuisuus, kilpailuedut ja tavat täyttää markkinoiden odotukset hyödyntäen resurssejaan tehokkaasti. (Kamensky 2015, luku 1.)

Yrityksen strategiseen suunnitteluun liittyviä asioita ovat missio, visio, arvot, tunnusluvut ja mittarit sekä resurssit. Ne muodostavat perustan, jonka varaan yrityksen päätökset, toimet ja tavoitteet rakennetaan. Missio määrittelee yrityksen tarkoituksen ja vastaa kysymykseen, miksi se on olemassa. Visio puolestaan on yrityksen pitkän aikavälin suunnan näyttäjä, joka innostaa ja inspiroi, ollen samalla konkreettinen. Sitä voidaan tarkastella vastaamalla kysymykseen: *miltä maailma näyttää, kun olemme onnistuneet?* Arvot sitouttavat sekä työntekijät että asiakkaat yhteiselle matkalle ja ne toimivat

yrityksen kompassina – *mitkä asiat ovat meille ja asiakkaille tärkeitä ja miten me haluamme toimia?* (Kamensky 2015, luku 2.)

Johtaminen on toimintaa, jolla johtaja motivoi ja ohjaa ihmisiä ja asioita kohti yrityksen tavoitteita. Johtamiseen tarvitaan osaamista ja kyvykkyyttä.

Kamensky (2015) kuitenkin korostaa, että johtaminen on ennen kaikkea kykyä saada aikaan tuloksia, mikä edellyttää sekä ihmisten, että asioiden johtamista. (Kamensky 2015, luku 3.) Hyvällä johtamisella voidaan vaikuttaa niin henkilöstön tyytyväisyyteen kuin yrityksen menestykseen. Edmansin (2011) tekemässä tutkimuksessa todettiin, että korkea henkilöstön tyytyväisyys korreloi yrityksen taloudelliseen menestykseen.

Kamenskyn mukaan tavoitteiden asettaminen on olennainen osa tuloksellista johtamista. Yritys menestyy parhaiten silloin, kun sen strategia muutetaan konkreettisiksi ja mitattaviksi tavoitteiksi, jotka ohjaavat jokapäiväistä työtä. Tavoitteiden kautta voidaan yhdistää yrityksen strategia ja arjen tekeminen, niin että jokainen työntekijä ymmärtää oman roolinsa strategian toteuttamisessa. (Kamensky 2015, luku 3.)

4.4 Itsensä johtaminen

Yrittäjän yksi tärkeimmistä taidoista on muiden johtamisen lisäksi itsensä johtamistaito. Yksinyrittäjällä ei ole tiimiä johdettavanaan, jolloin tärkeimmäksi johdettavaksi nousee yrittäjä itse. Itsensä johtamisella on suuri merkitys siinä, miten yritys saavuttaa tavoitteet. Itsensä johtamisen tärkeitä välineitä on tunnistaa omat voimavarat, vahvuutensa sekä omat uskomukset ja tottumukset. Tärkeä osa itsensä johtamisessa on suunnitelmallisuus: mihin yrittäjän on priorisoitava aikaansa tavoitteiden saavuttamisen näkökulmasta ja mitkä asiat voidaan toisaalta ulkoistaa? Tämä liittyy myös rajojen asettamiseen esimerkiksi työn ja vapaa-ajan välille. Hyvinvoiva yrittäjä on tehokkaampi ja luovempi. Itsensä johtamisen ytimessä on myös joustavuus ja kyky oppia. Yritystoiminta on jatkuvaa muutosta ja yrittäjän on pystyttävä sopeutumaan uusiin tilanteisiin nopeasti. Hyvä itsensä johtaminen luo pohjan yritystoiminnan kasvulle, kestävyydelle ja innovatiivisuudelle. (Kurttila & Aalto 2021; Böckerman & Ilmakunnas 2020.)

4.5 Verkostoituminen

Verkostoitumisesta on tullut nykyaikana yksi yrityksen menestyksen kulmakivistä. Kuten luvussa 3.4 todettiin, että verkostosuhteiden avulla yritys voi edistää orgaanista kasvua ja uusien innovaatioiden syntymistä ja herättää uudenlaista näkökulmaa jopa toimialan ulkopuolelta (Dufva & Liukkonen 2003, 73; Sippola (2014, 51, 54). Verkostoituessa yritys voi jakaa tietoa, osaamista ja arvoa muiden kanssa. Verkostojen avulla yritys voi parantaa kilpailukykyään, nopeuttaa uusien taitojen omaksumista markkinoilta tai mahdollistaa jopa pääsyn uusille markkinoille. (Viitala & Jylhä 2013, luku 10.)

Verkostoitumisella voidaan tarkoittaa niin yrityksen sisäistä kuin ulkoista verkostoitumista. Organisaation kasvaessa yrityksen sisäiset verkostot ja tiimit vastaavat itsenäisemmin omista tulosyksiköistään. Ulkoisilla verkostoilla viitataan esimerkiksi silloin, kun tuotteen arvoketjuun osallistuu yhden organisaation sijaan useampi organisaatio muodostamalla verkostoja keskenään. (Viitala & Jylhä 2013, luku 10.)

Hyvinvointialalla verkostojen merkitys on yhä tärkeämmässä roolissa. Menestyäkseen hyvinvointiyrittäjä tarvitsee hyviä henkilösuhdeverkostoja, sekä laajaa yritys- ja yhteistyöverkostoa. Pienyrittäjän verkostojen hyöty voi näkyvä paitsi taloudellisena myös sosiaalisena hyötynä (Kainlauri 2007, 89). Hyvinvointialan sektorit voivat myös verkostoitua keskenään. Tärkeintä on osapuolten välinen luottamus ja yhteiseen päämäärään tähtääminen. Ymmärrys yhteiskunnasta ja eri toimialojen edustajien tunteminen voi antaa yrittäjälle arvokasta tietoa omaan liiketoimintaan. Hyvät verkostot voidaan nähdä yrittäjän voimavarana. Yrittäjän ei tarvitse osata tehdä kaikkea itse, vaan hän voi hyödyntää verkostojaan, jolloin voidaan saada paitsi kustannussäästöjä, edistää yrittäjän jaksamista myös palveluiden kehitystä ja palvelutarjoaman monipuolisuutta. (Pirinen 2000, 205–206.)

5 TOIMEKSIANTAJA

Tämä opinnäytetyö on erityislaatuinen siitä näkökulmasta, että työllä ei ole perinteistä toimeksiantajaa. Sen sijaan työ toimii keskeisenä osana omaa yrittäjyyteen valmistautumista ja yritystoiminnan suunnittelua. Opinnäytetyön

tarkoituksena on luoda vahva perusta hyvinvointialan pienyrittäjiä tukeville palveluille, jotka vastaavat alan ajankohtaisiin tarpeisiin ja haasteisiin.

Yrittäjyyteen ryhtymiseni taustalla on halu luoda itselleni merkityksellinen työ ja samalla tuottaa yhteiskunnallisesti arvokkaita ratkaisuja. Hyvinvointialan tulevaisuudennäkymät, kuten väestön ikääntyminen, hoitajapula ja ennaltaehkäisevän terveydenhoidon tarve, muodostavat otollisen toimintaympäristön oman yritykseni palveluiden kehittämiseksi. Vaikka minulla ei ole substanssiosaamista hyvinvointialan ydintoiminnoista, kuten hieronnasta tai valmennuksesta, liiketoimintaosaamiseni antaa mahdollisuuden kehittää palveluita, jotka tukevat alan ammattilaisten menestystä.

Hyvinvointialalla toimivilla yrittäjillä on usein syvää substanssiosaamista, mutta monilta puuttuu liiketoiminnan pyörittämiseen tarvittavaa tietotaitoa, kuten myynnin, markkinoinnin, hinnoittelun ja taloushallinnon osaamista. Tämä voi johtaa tilanteeseen, jossa he eivät pysty täysin hyödyntämään omaa potentiaaliaan tai saavuttamaan tavoitteitaan. Nämä haasteet voivat myös vaikeuttaa pienyritysten pitkäjänteistä toimimista ja menestymistä.

Tavoitteenani on tarjota pienille hyvinvointialan yrittäjille ratkaisuja, jotka auttavat heitä rakentamaan kestäväää ja menestyvää liiketoimintaa. Palveluni voisivat sisältää esimerkiksi koulutuksia, mentorointia ja työkaluja, joiden avulla yrittäjät voivat kehittää liiketoimintataitojaan ja saavuttaa tavoitteensa tehokkaammin.

Olen erityisen kiinnostunut työskentelemään pienten yrittäjien kanssa, koska heillä on usein vahva palo auttaa muita ja luoda arvoa yhteisölleen. Haluan tukea heitä löytämään tapoja työskennellä omien arvojensa mukaisesti ja samalla rakentaa menestyvää liiketoimintaa. Yrittäjyys tarjoaa mahdollisuuden yhdistää perhe-elämä ja työelämä joustavalla tavalla, mikä on monelle pienyrittäjälle tärkeää. Omien palveluideni kautta haluan tarjota heille tämän mahdollisuuden lisäksi konkreettisia keinoja taloudelliseen vakauteen ja kasvumahdollisuuksiin.

Hyvinvointialan yrittäjyyden tukemisella on myös laajempi yhteiskunnallinen merkitys. Ennaltaehkäisevät palvelut, kuten hyvinvointivalmennus, liikunta ja stressinhallinta, voivat parantaa ihmisten elämänlaatua ja vähentää

terveydenhuollon kustannuksia. Kun pienet yrittäjät pystyvät toimimaan tehokkaasti ja laadukkaasti, heidän palvelunsa tavoittavat useampia asiakkaita, ja vaikutus heijastuu koko yhteiskuntaan.

Yritystoimintani kantava ajatus on kaksisuuntainen menestys: haluan paitsi menestyä itse, myös auttaa muita menestymään. Näen tämän yhteistyön molempia osapuolia rikastuttavana kokemuksena. Kun pienyrittäjät menestyvät, he pystyvät tarjoamaan parempia palveluita, jotka parantavat asiakkaiden elämänlaatua ja tukevat hyvinvointia.

Tällä opinnäytetyöllä on keskeinen rooli tämän unelman toteuttamisessa. Tutkimuksen kautta saan syvällisen ymmärryksen hyvinvointialan pienyrittäjien tarpeista ja haasteista, ja tämä tieto auttaa minua kehittämään palveluita, jotka vastaavat todellisiin tarpeisiin ja luovat arvoa sekä yrittäjille että yhteiskunnalle.

6 TUTKIMUSMENETELMÄ

Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa ja tunnistaa yksin- ja pienten hyvinvointiyrittäjien tarpeita, toiveita ja tavoitteita. Tutkimuksessa haluttiin selvittää pienten yrittäjien yleisimmät haasteet ja esteet, joita yrittäjät kohtaavat yritystoiminnassaan sekä minkälaista tukea ja osaamista he kaipaavat liiketoiminnan kehittämiseksi. Tutkimuskysymyksinä olivat:

1. Mitkä ovat yleisimmät haasteet ja esteet, joita pienet ja yksinyrittäjät hyvinvointialalla kohtaavat liiketoiminnassaan?
2. Minkälaista tukea ja osaamista hyvinvointialan pienyrittäjät kokevat tarvitsevansa liiketoiminnan kehittämiseksi ja kasvattamiseksi?

Tulosten perusteella pyritään syventämään omaan yritystoimintaan liittyvää asiakasymmärrystä. Kerättävän asiakasymmärryksen perusteella voin tulevaisuudessa kehittää palvelut omalle yritykselleni. Syvällisen asiakasymmärryksen perusteella, minun on helpompi myydä ja markkinoida omaa palveluani, sekä pystyn rajaamaan helpommin oman kohderyhmäni. Pysytyn ymmärtämään, miten voin parhaiten auttaa hyvinvointialan yrittäjiä omassa liiketoiminnassaan.

Tutkimuksessa hyödynnetään tapaustutkimusta, jonka keskeisenä tarkoituksena on tehdä tapaus ymmärrettäväksi. Tapaustutkimus on tähän opinnäytetyöhön sopiva lähestymistapa, koska sen avulla voidaan tarkastella pienten hyvinvointiyrittäjien tarpeita ja haasteita syvällisesti ja yksityiskohtaisesti heidän omassa toimintaympäristössään. Tapaustutkimus mahdollistaa yksittäisen tapauksen, tässä tapauksessa hyvinvointialan yksinyrittäjän tai pienyrittäjän, kokemusten ja näkemysten laajan ja monipuolisen tarkastelun. Tämä lähestymistapa tukee asiakasymmärryksen syventämistä, sillä se antaa tilaa yrittäjien omien tarpeiden ja arjen haasteiden yksilölliselle ymmärtämiselle, erityisesti liiketoiminnan johtamisen ja kehittämisen näkökulmasta. (Laine ym. 2007, 31–34.)

Tapaustutkimus tuo esille myös yksityiskohtia, jotka voivat jäädä piiloon muilla tutkimusmenetelmillä. Näin se mahdollistaa esimerkiksi yrittäjien kohtaamien resurssi- ja osaamishaasteiden tarkastelun, kuten liiketoiminnan johtoon liittyvien taitojen kehittämistarpeet. Keskittymällä yhden tai muutaman tapauksen analyysiin tutkimuksessa voidaan syventyä tarkasti siihen, millaisia konkreettisia tukipalveluita ja osaamista hyvinvointiyrittäjät kokevat tarvitsevansa liiketoimintansa tueksi ja kasvattamiseksi. (Laine ym. 2007, 31–34.)

6.1 Laadullisen tutkimuksen kuvaus

Kyseessä oli laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä, koska tavoitteena on ymmärtää hyvinvointialan yrittäjien tarpeita syvällisesti. Laadullinen tutkimus on erityisen hyvä, kun pyritään kehittämään toimintamalleja, etsimään vaihtoehtoisia ratkaisuja tai tarkastelemaan ilmiöitä, joita on vaikea mitata pelkillä numeroilla. (Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja 2021.)

Tutkimus painottuu osallistujien omiin kokemuksiin ja näkemyksiin, joten tarkoituksenmukainen otanta on tässä sopiva lähestymistapa. Tutkimus suunnattiin hyvinvointialan yrittäjille, joilla on suoraa kokemusta alan liiketoiminnan haasteista. Näin tutkimuksen tulokset voivat tarjota arvokasta tietoa asiakaslähtöisten palveluiden kehittämiseksi (Puusa & Juuti, 2020, 81, 84).

Laadullinen tutkimusmenetelmä, jossa aineisto kerätään kyselylomakkeella, valikoitui tähän tutkimukseen, koska se tarjoaa mahdollisuuden saada laajempaa yleiskuvaa pienyrittäjien tarpeista ja haasteista hyvinvointialalla. Kyselyn avulla voidaan tavoittaa suurempi määrä vastaajia, mikä auttaa muodostamaan kokonaisvaltaisemman kuvan siitä, millaisia asioita hyvinvointialan pienyrittäjät pitävät tärkeinä yritystoimintansa kehittämisessä ja mitkä tekijät koetaan erityisen haastavina.

Kyselyt mahdollistavat laajan otannan, jolloin vastaukset voidaan analysoida systemaattisesti ja nostaa esille yleisimmät kokemukset ja näkemykset hyvinvointiyrittäjyyden haasteista. Vaikka aineistonkeruussa ei päästä yhtä syvälle yksittäisten vastaajien kokemuksiin kuin haastatteluissa, kyselyt tarjoavat mahdollisuuden tarkastella laajempia ilmiöitä ja selvittää, kuinka hyvinvointiyrittäjät yleisesti kokevat tarvitsevansa tukea ja millaisia konkreettisia tarpeita heillä on.

6.2 Aineiston kerääminen

Tiedonkeruu tehtiin sähköisellä kyselyllä. Päädyin kyselyyn, jotta saisin tavoitettua laajemman joukon vastaajia, joka auttaisi ymmärtämään yleiskuvan hyvinvointiyrittäjien haasteista. Mikäli tutkimusaineisto olisi kerätty haastattelemalla, olisi otanta ollut rajallisten resurssien takia huomattavasti pienempää, joka ei olisi tukenut tutkimuksen uskottavuutta. Haastattelun etuna olisi kuitenkin ollut, että sillä pystytään varmistamaan, että haastateltava vastaa kaikkiin kysymyksiin eikä siirrä vastaamista jollekin toiselle henkilölle. Ahlström-Laakso (2015, 204) toteaa, että haastattelun haitat ovat melkein poikkeuksetta kyselyn etuja. Vaihtoehtona olisi ollut myös hyödyntää molempia kyselyä ja haastattelua, jolloin vastaukset olisivat täydentäneet toisiaan. Tavoitteena oli saada tutkimuskysymyksiä vastaava yleiskuva, joten kysely sopi tämän tutkimuksen tarkoitukseen.

Kysely toteutettiin Webropol-alustalla anonymisti, jolloin henkilöitä ei voida suoraan tunnistaa, sillä heiltä ei kysytä nimeä tai henkilötunnusta. Lisäksi vastaajilta ei kerätty muita tunnistettavissa olevia tietoja, kuten osoitetta tai sähköpostiosoitetta, jotta heidän anonymiteettinsä säilyisi täysin. Kyselyyn

osallistuminen oli täysin vapaaehtoista, ja vastaajat saattoivat halutessaan keskeyttää vastaamisen milloin tahansa. Vastaajille kerrottiin etukäteen viestissä, että kyseessä on opinnäytetyön kyselytutkimus, johon vastaaminen on täysin vapaaehtoista, eikä siinä kerätä vastaajan henkilötietoja ja sen voi keskeyttää missä vaiheessa tahansa.

Kyselyn linkki jaettiin sähköpostitse sekä sosiaalisen median eri kanavissa, jotta se tavoittaisi mahdollisimman monipuolisesti hyvinvointialan yrittäjiä. Sähköpostitse kysely lähetettiin muun muassa hyvinvointialan eri järjestöille sekä muutamille tutuille hyvinvointialan yrittäjille. Anonyymejä vastauksia kerättiin tammi-helmikuun 2025 aikana, ja tiedot tallennettiin suojatulle Webropol-alustalle, jonka käyttö täyttää tietosuojasetuksen (GDPR) vaatimukset.

Kyselyssä käytettiin sekä suljettuja että avoimia kysymyksiä. Kyselyn suljetut kysymykset antavat selkeämmän kuvan vastaajien yleisistä piirteistä ja auttavat ymmärtämään vastaajien yleistä profiilia sekä toimii tukena teemojen esiintyvyydessä. Avoimet kysymykset antavat vastaajille mahdollisuuden ilmaista omia näkemyksiään ja tarpeitaan vapaasti. Kyselyllä tavoitellaan erityisesti laajempaa ymmärrystä siitä, mitkä ovat yleisimmät haasteet ja minkälaista tukea pienyrittäjät kokevat tarvitsevänsä.

Kysely jaettiin kolmeen eri sivuun. Ensimmäinen sivu käsitteli yrittäjän taustaa ja yritystoiminnan nykytilannetta. Tällä sivulla kartoitettiin, onko yrittäjä päätoiminen vai sivutoiminen yrittäjä, minkälaisia palveluita hän tarjoaa, kuinka kauan hän oli toiminut yrittäjänä ja mikä oli yrittäjän koulutustausta. Lisäksi kysyttiin palvelun hinnoitteluperusteita sekä yrittäjän arviota nykytilasta: onko yritys kasvuvaiheessa, vakiintunut vai onko yrittäjä harkinnut laajentamista tai toiminnan lopettamista.

Kyselyn seuraava sivu käsitteli hyvinvointiyrittäjän haasteita. Haasteita kartoitettiin ensin suljetuilla kysymyksillä, joiden perään esitettiin avoin kysymys, jossa yrittäjä sai avoimesti sanallisessa muodossa kertoa kokemuksistaan. Tällä sivulla keskityttiin kysymyksiin, jotka antoivat mahdollisuuden vastata yrittäjän kokemuksiin haasteisiin ja esteisiin yritystoiminnan menestymiselle. Tämän sivun kysymykset koskivat

liiketoiminnan eri osa-alueita ja niissä ilmeneviä haasteita, jotka vaikuttavat erityisesti yrityksen kannattavuuteen: tulot, menot ja kysyntä.

Kolmas sivu keskittyi tuen tarpeeseen ja yrityksen tulevaisuuden näkymiin, esimerkiksi minkälaista kasvua yrittäjä tavoittelee seuraavan vuoden aikana. Kysymyksiä esitettiin sekä suljettuina kuin avoimina. Tukitarpeita selvitettiin esimerkiksi, minkälaisiin asioihin tukea tarvitaan ja mikä olisi yrittäjälle sopivin tukimuoto. Viimeisenä avoimena kysymyksenä yrittäjä sai kertoa vapaasti haasteista ja tarpeista.

6.3 Aineiston analyysi

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston analysointi liittyy läheisesti sen keräämiseen, sillä tutkijan omat ennakkokäsitykset ja näkemykset vaikuttavat väistämättä sekä aineiston hankintaan että sen tulkintaan. Analyysin onnistuminen edellyttää tutkijalta hyvää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä ja kykyä tulkita siihen liittyviä aineistoja. (Puusa & Juuti 2020, 143.)

Analyysimenetelmän valinta riippuu tutkimuskysymyksestä sekä siitä, mitä aineistosta ja ilmiöstä halutaan ymmärtää (Puusa & Juuti 2020, 143). Tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää pienten hyvinvointiyrittäjien tarpeita liiketoiminnan tueksi, päädyttiin aineistoa analysoimaan teema-analyysin menetelmin. Teemoittelu keskittyy tunnistamaan toistuvia teemoja tai aiheita, jotka nousevat yrittäjien vastauksista heidän haasteistaan, esteistään sekä tarvittavasta tuesta ja osaamisesta. Teema-analyysi auttaa luokittelemaan aineistoa keskeisiin teemoihin, jolloin on helpompi ymmärtää yleisimmät tarpeet ja haasteet, joita hyvinvointialan pienyrittäjät kohtaavat. (Kallinen & Kinnunen 2021.)

Temaattisessa analyysissä pyritään tunnistamaan keskeiset ajatukset. Vastausten samankaltaiset ilmaisut ryhmitellään samaan kategoriaan tai luokkaan. Teemat ovat yhtenäisiä, mutta eroavat selkeästi toisistaan (Tuomi & Sarajärvi 2018, 142). Luokituksen jälkeen ne nimetään koodeiksi, jotka antavat selkeän rakenteen analyysin keskeisille havainnoille ja tutkimuskysymyksen syvälliseen käsittelyyn. Kyselyn vastausten perusteella laadin kaksi temaattista ”karttaa”, jotka parhaiten kuvaavat pienten

hyvinvointialan yrittäjien haasteita ja tuen tarpeita. Toisessa kartassa keskityttiin haasteisiin ja toisessa tuki tarpeisiin.

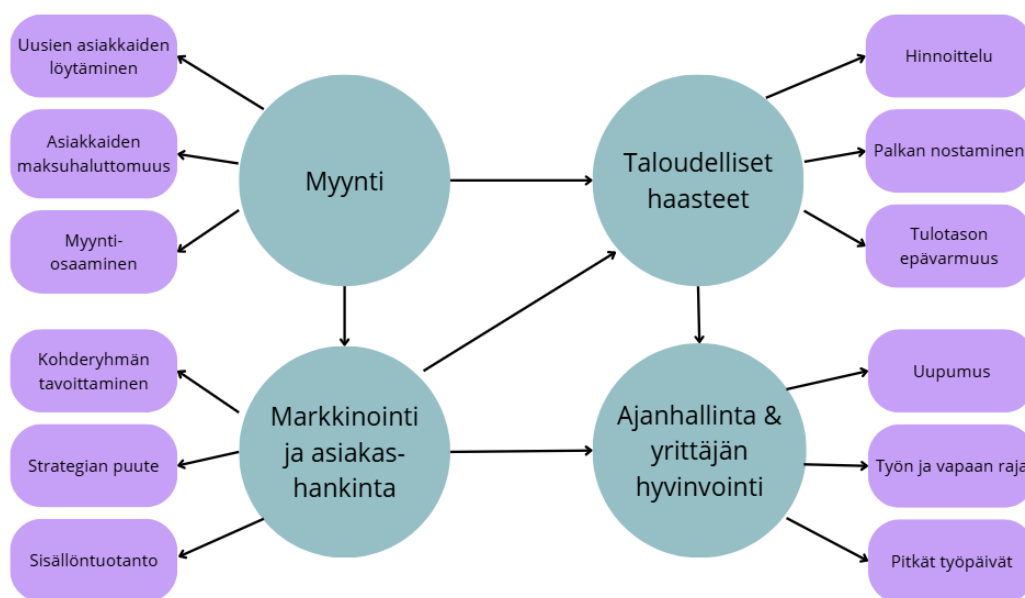
Ennen aineiston analysointia siitä poistettiin tieto siitä, minkälaisia palveluita vastaajat tarjoavat, jotta varmistettiin, ettei yksittäisiä vastaajia voida tunnistaa. Palvelukuvaukset käytiin läpi alustavasti ainoastaan sen arvioimiseksi, kuuluuko vastaaja hyvinvointipalveluita tarjoaviin yrittäjiin. Tämän jälkeen kyseiset tiedot poistettiin kokonaan, ja analyysi suoritettiin ilman tätä tietoa. Näin varmistettiin, että yksittäisten vastaajien tunnistaminen ei ole mahdollista analyysivaiheessa, mikä tukee tutkimuksen tietosuojaa ja eettisiä periaatteita.

Kyselyn päätyttyä vastaukset ladattiin Excel-muotoon, jossa jokaisen kysymyksen vastaus sijoitettiin omalle välilehdelle. Aluksi välillehtiä tarkasteltiin kysymysjärjestyksessä, jotta saatiin yleiskuva vastauksista. Analysointia ja vertailua tehtiin myös koulutustaustan ja yrittäjyyskokemusvuosien perusteella. Näin pystyttiin tekemään tarkempaa analyysiä siitä, oliko näillä vaikutusta haasteiden ja tuen tarpeen näkökulmasta.

Ensivaiheessa perehdyin kyselyn avoimiin vastauksiin, joissa kartoitettiin yrittäjien kohtaamia haasteita, sekä heidän kokemaansa tuen tarvetta. Avoimet vastaukset valittiin tarkasteluun, koska ne mahdollistavat syvällisemmän ymmärryksen yrittäjien kokemuksista ja niiden taustalla vaikuttavista tekijöistä. Suljetut kysymykset tarjosivat puolestaan vertailtavaa määrällistä tietoa eri haasteiden ja tukitarpeiden yleisyydestä. Aineiston alkuvaiheen tarkastelu auttoi hahmottamaan yleisempiä vastauksissa esiintyviä ongelmakohtia.

Seuraavaksi aineisto järjestettiin analyysin kannalta johdonmukaisemmin: kysymykset ja vastaukset ryhmiteltiin uudelleen sen mukaan, mihin liiketoiminnan osa-alueeseen ne liittyivät. Järjestely tehtiin liiketoiminnan osa-alueittain, joita käsitellään myös tutkimuksen teoriaosuudessa, jotta voitiin tunnistaa laajemmat rakenteelliset haasteet eikä analyysi jäisi irralliseksi yksittäisiksi vastauksiksi. Haasteisiin ja tuen tarpeisiin liittyvät kysymykset käsiteltiin erikseen ja molemmista tehtiin erilliset temaattiset kartat.

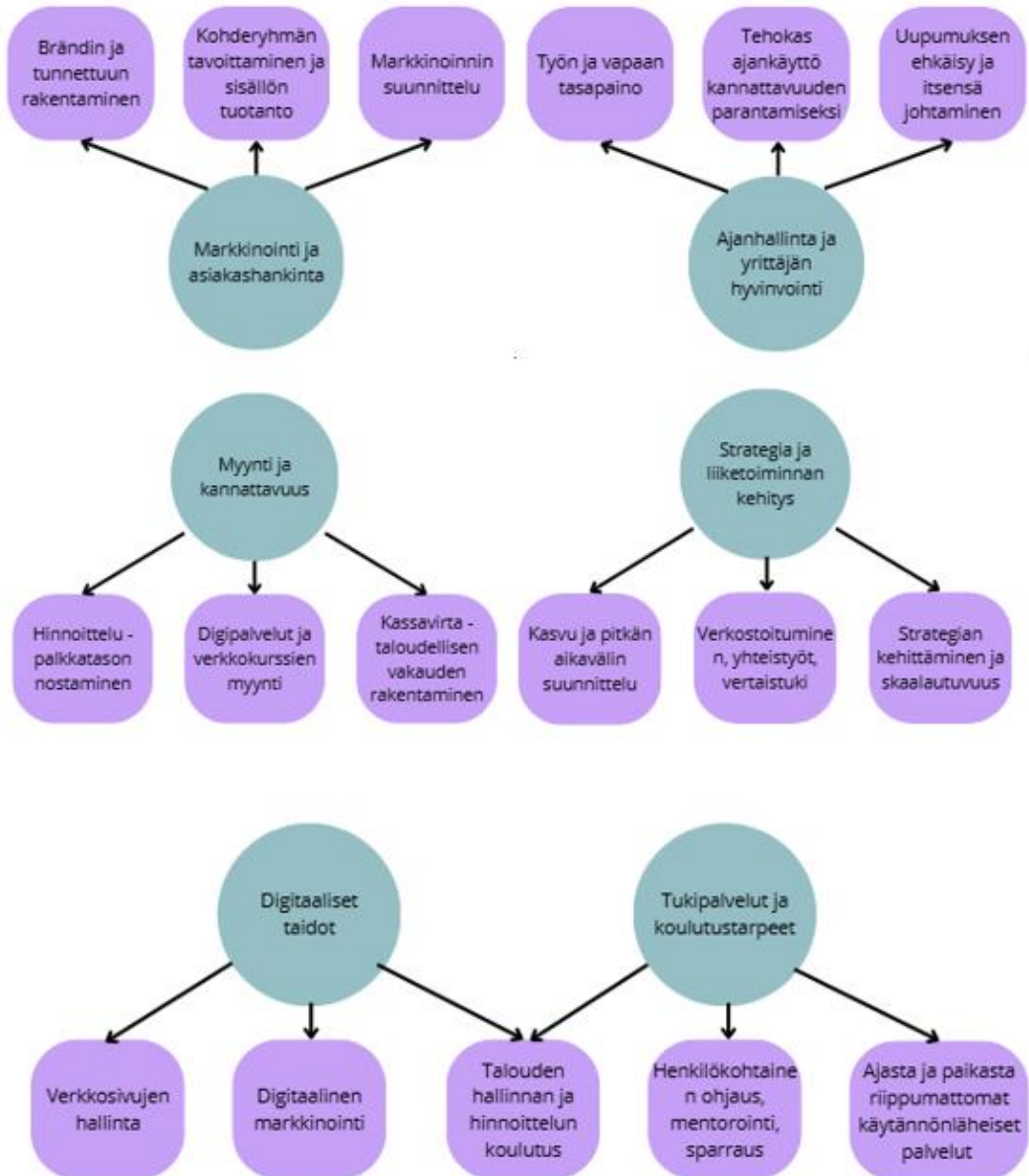
Vastauksista etsittiin toistuvia käsitteitä ja ilmiöitä, joiden perusteella määritettiin analyysin pääteemat. Tämä tehtiin sisällönanalyysin avulla, jossa aineisto luettiin läpi useaan kertaan ja vastausten sisältämät keskeiset aiheet ryhmiteltiin. Aineistoa käsiteltiin värikoodien avulla, jossa tietyille ilmiöille ja aiheille annettiin tietty värikoodi, jolloin niitä oli helpompi käsitellä. Webropolin Text Mining -työkalua hyödynnettiin vahvistamaan keskeisten käsitteiden havainnointia. Yrittäjien haasteisiin liittyvistä yleisimmin toistuvista aiheista muodostui neljä pääteemaa: myynti, markkinointi ja asiakashankinta, taloudelliset haasteet sekä ajanhallinta ja yrittäjän hyvinvointi. Kuvassa kolme on esitetty pääteemat ja niiden alle muodostuneet alateemat.



Kuva 3. Temaattinen kartta yrittäjien haasteista

Teemoja analysoitiin syvällisemmin tunnistamalla niiden välisiä yhteyksiä ja syy-seuraussuhteita. Syy-seuraussuhteiden tunnistamiseksi tarkasteltiin vastauksia, joissa yrittäjät kuvasivat haasteidensa vaikutuksia liiketoimintaansa. Esimerkiksi yrittäjät, jotka kokivat asiakashankinnan haasteelliseksi, mainitsivat usein myös markkinoinnin vaikeuden ja ajanpuutteen esteinä tehokkaalle asiakastyölle, jotka puolestaan vaikuttivat talouteen ja yrittäjän hyvinvointiin. Myös myynnin haasteet johtuivat markkinoinnin haasteista, joka johti taloudellisiin haasteisiin.

Seuraavaksi tunnistettiin kuusi keskeistä tukitarvealuetta: markkinointi ja asiakashankinta, myynti ja kannattavuus, ajanhallinta ja yrittäjän hyvinvointi, strategia ja liiketoiminnan kehitys, tekniset ja digitaaliset taidot sekä tukipalvelut ja koulutustarpeet (kuva 4). Näiden pääalueiden alle muodostettiin tarkemmat alateemat, jotka ilmensivät yrittäjien konkreettisia tarpeita, kuten markkinointistrategian suunnittelua, hinnoittelun kehittämistä ja teknisen osaamisen parantamista.



Kuva 4. Temaattinen kartta yrittäjien tukitarpeista.

Vastauksista etsittiin tukipalveluihin liittyviä tarpeita, kuten henkilökohtainen ohjaus, mentorointi ja taloushallinnan koulutukset. Yrittäjien vastauksissa ilmeni, että monet kokivat tarvitsevansa selkeitä ja konkreettisia toimintasuunnitelmia sekä käytännönläheisiä ratkaisuja liiketoiminnan

kehittämiseen. Tämän vuoksi tukipalvelut lisättiin analyysin keskeiseksi osa-alueeksi.

Lopuksi temaattinen kartta muokattiin symmetriseksi ja selkeäksi rakenteeksi, joka havainnollistaa yrittäjien eri tukitarpeiden suhteita ja keskeisiä kehitysalueita. Tämä analyysi auttaa hahmottamaan, mitkä tukimuodot ovat yrittäjille tärkeimpiä ja miten ne linkittyvät toisiinsa. Lisäksi tukitarvekarttaa verrattiin yrittäjien haasteisiin, jolloin pystyttiin tunnistamaan suorat yhteydet haasteiden ja tukitarpeiden välillä. Tämä mahdollisti kokonaisvaltaisemman ymmärryksen siitä, miten yrittäjien kohtaamia ongelmia voidaan ratkaista käytännön tukimuodoilla.

6.4 Eettisyys ja tietosuojaja

Tutkimuksen toteuttaminen edellyttää hyvän tutkimuseettisen käytännön noudattamista, mikä tarkoittaa eettisten periaatteiden mukaisia toimintatapoja suhteessa muihin tutkijoihin, tutkimuksen kohteisiin, rahoittajiin ja yleisöön. Hyvä tieteellinen käytäntö edellyttää, että tutkija toimii huolellisesti ja rehellisesti kaikissa tutkimusvaiheissa sekä käyttää menetelmiä, jotka ovat sekä eettisesti kestäviä että tiedeyhteisön hyväksymiä (Vilkkä 2015, 41). Lisäksi Hyvien tieteellisten käytäntöjen HTK-ohje painottaa tarkkuutta ja vastuullisuutta tutkimustulosten esittämisessä, säilyttämisessä ja arvioinnissa (Tutkimuseettinen neuvottelukunta TENK 2023).

Eettisyys ja tietosuoja ovat keskeisiä tekijöitä tämän opinnäytetyön kyselytutkimuksessa, joka toteutetaan täysin anonymisti vastaajien yksityisyyden suojaamiseksi. Anonyymi kysely varmistaa, ettei vastaajilta kerätä henkilötietoja, mikä minimoi tietosuojariskit ja noudattaa yleistä GDPR tietosuoja-asetusta (2016/679). Näin toteutettu nimettömyys suojaa vastaajien yksityisyyttä, eikä yksilöiviä tietoja voida yhdistää vastauksiin. Kyselyn yhteydessä vastaajille kerrottiin selkeästi, että osallistuminen oli täysin vapaaehtoista ja anonymiä. Heille ilmoitettiin, ettei tutkimuksessa käsitellä heidän henkilötietojaan tai epäsuoria tunnisteita, joista heidät voitaisiin tunnistaa. Näin varmistettiin, että vastaajat voivat vastata luottamuksellisesti ilman huolta tunnistettavuudesta, mikä edistää tutkimuksen eettisyyttä ja tietosuojan toteutumista.

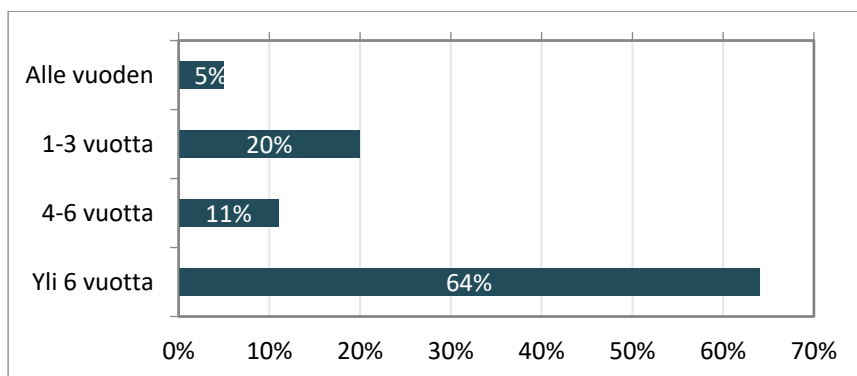
Tutkimuksen eettinen perusta rakentuu nimettömän vastaamisen mahdollistamiseen, mikä antaa osallistujille täyden vapauden ilmaista omat näkemyksensä ilman huolta tunnistettavuudesta. Tämä vähentää myös vastaajiin mahdollisesti kohdistuvaa sosiaalista painetta, mikä voi vaikuttaa vastausten rehellisyyteen ja avoimuuteen. Tutkimuksen tulokset voidaan analysoida ja raportoida yksilöitä paljastamatta, mikä varmistaa tietojen luottamuksellisen käsittelyn.

Anonyymien kyselyjen ansiosta tutkimus vastaa hyvän tieteellisen käytännön periaatteisiin, kuten huolellisuuteen, rehellisyyteen ja tarkkuuteen kaikissa vaiheissa (Tutkimuseettinen neuvottelukunta TENK 2023). Näin varmistetaan, että tutkimuksen eettiset ja tietosuojaan liittyvät näkökohdat toteutuvat asianmukaisesti. Lisäksi ennen aineiston analysointia siitä poistettiin tieto siitä, minkälaisia palveluita vastaajat tarjoavat. Tämä tehtiin, jotta yksittäisiä vastaajia ei voitaisi tunnistaa yhdistämällä palvelukuvaus muihin taustatietoihin. Palvelukuvausten perusteella vastaajat tunnistettiin hyvinvointialan yrittäjiksi, mutta yksilöllisiä palvelutietoja ei hyödynnetty analyysissä.

6.5 Vastaajien profiili

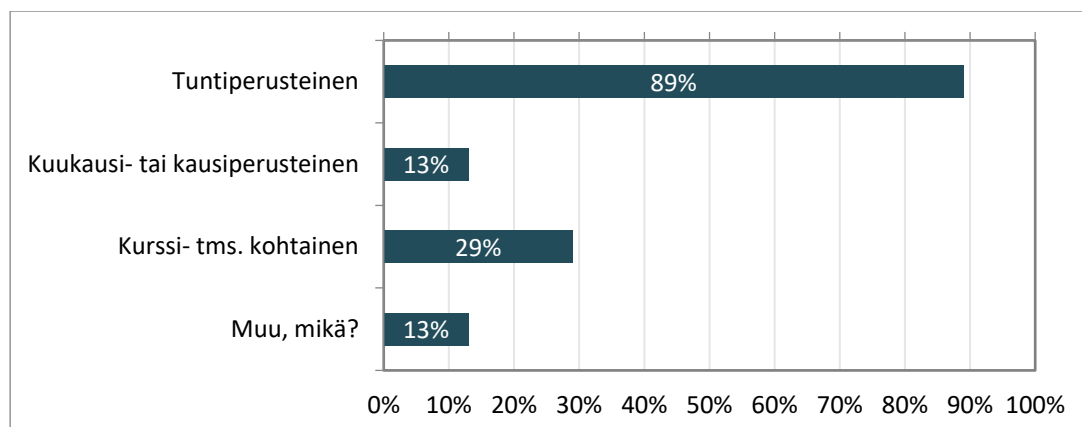
Kyselyyn vastasi 45 hyvinvointialan yrittäjää. He tarjosivat monenlaisia hyvinvointipalveluja, kuten personal trainer -valmennusta, kauneudenhoitopalveluita, puheterapiaa, energiahoitoja sekä erilaisia muita hoito- ja hierontapalveluita. Palvelukuvausten perusteella vastaajat tunnistettiin hyvinvointialan yrittäjiksi, mutta yksilölliset palvelutiedot poistettiin ennen analyysia, jotta vastaajia ei voitu tunnistaa. Vastaajista 80 % oli päätoimisia yrittäjiä ja 20 % toimivat sivutoimimisina yrittäjinä. Suurin osa vastaajista olivat yksinyrittäjiä, sillä vain 7 %:lla oli työntekijöitä. Vastaajista 64 % on toiminut yrittäjänä yli kuusi vuotta, kuten taulukosta 1 ilmenee.

Taulukko 1. Kyselyyn vastaajien kokemusvuodet yrittäjinä



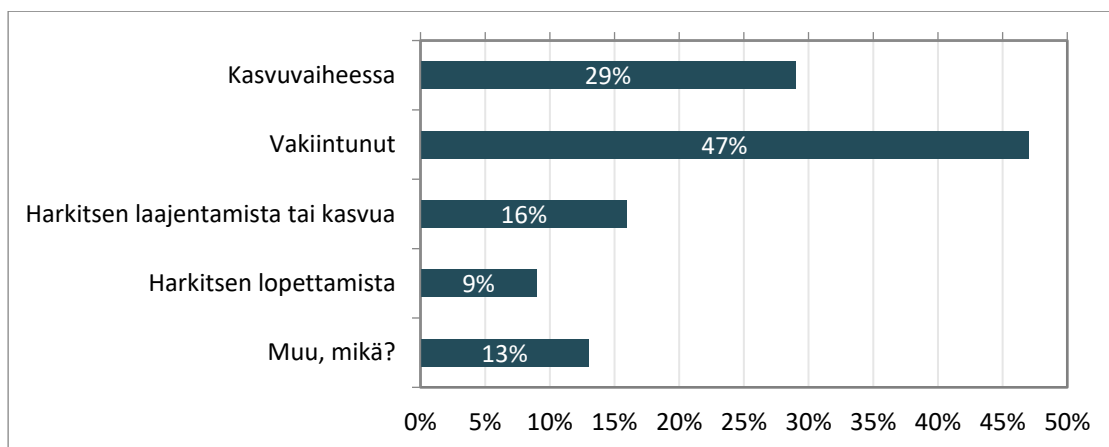
Suurimman osan, eli 89 % vastaajista palvelun hinnoittelu on tuntiperusteinen (taulukko 2). 29 % vastaajista hinnoittelevat palvelunsa valmennus, hoito- tai kurssikohtaisesti ja loput ilmoittivat hinnoitteluperusteeksi kuukausi- tai kausiperusteisen tai jonkun muun.

Taulukko 2. Kyselyn vastaajien hinnoitteluperustejakauma



Yrittäjiltä kysyttiin, miten he arvioisivat yrityksensä nykytilaa ja 47 % yrittäjistä vastasivat yrityksen olevan vakiintunut, 29 % ilmoitti yrityksen olevan kasvuvaiheessa, 16 % harkitsi laajentamista tai tavoitteli kasvua ja 9 % harkitsi lopettamista. 13 % vastaajista, jotka ilmoittivat yrityksen nykytilaksi muun kuin edellä mainitut, kertoivat muun muassa olevansa aloittavia yrittäjiä, eläkkeellä olevia yrittäjiä tai siirtymässä sivutoimisesta yrittäjyydestä täysiaikaiseksi yrittäjäksi. (Taulukko 3.)

Taulukko 3. Vastaajien arvio yrityksen nykytilasta



Kysyttäessä korkeinta suoritettua tutkintoa, vastaukset jakautuivat melko tasaisesti: 31 % ilmoitti korkeimmaksi suoritetuksi tutkinnokseen lukio-, ammattikoulu- tai opistotason. 33 % oli suorittanut ammattikorkeatutkinnon ja 36 % yliopistotutkinnon.

7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tuloksissa käsitellään kyselyn pohjalta esiin nousseita teemoja, jotka ovat markkinointi ja asiakashankinta, taloudelliset haasteet, myynti sekä ajanhallinta ja yrittäjän hyvinvointi. Kyselyn tulokset toivat esiin hyvinvointialan yrittäjien kokemuksia ja omia näkemyksiä heidän liiketoimintaansa liittyvistä haasteista ja tuen tarpeista. Tuloksissa on pyritty tuomaan esiin yrittäjien omia kokemuksia ja ajatuksia käyttämällä vastauksista nousseita sitaatteja.

7.1 Yrittäjien kokemat haasteet

Kyselyvastausten perusteella markkinointi nousi selkeästi kaikista haastavimmaksi liiketoiminnan osa-alueeksi. Tätä tukivat sekä suljetut että avoimet vastaukset. Suljetussa kysymyksessä 42 % vastaajista arvioi markkinoinnin kaikkein vaikeimmaksi osa-alueeksi. Avoimissa vastauksissa yrittäjät toivat esiin erityisesti strategian puutteen, kohderyhmän tavoittamisen vaikeuden ja epävarmuuden markkinointikeinoista. Eräs vastaaja totesi: "Markkinointia pitäisi tehdä, mutta en tiedä, mistä aloittaa. Some ei tunnu tuovan asiakkaita, mutta en tiedä, mitä muita keinoja voisin käyttää." Toisen yrittäjän mukaan: "En tiedä, millaista sisältöä minun pitäisi tuottaa, jotta se tavoittaisi oikeat asiakkaat. Kaikki tuntuu olevan pelkkää arvailua."

Asiakashankinnan haasteet olivat vahvasti yhteydessä markkinoinnin haasteisiin, kuten strategian puutteeseen ja kohderyhmän tavoittamisen vaikeuteen. Moni ei osannut kohdistaa markkinointiaan tehokkaasti tai koki, ettei sosiaalisen medianmarkkinointi tuottanut odotettuja tuloksia. Nämä puolestaan vaikuttivat yrittäjän taloudelliseen tilanteeseen, koska asiakkaiden puute heikensi liikevaihtoa ja vaikeutti palkan nostamista, joka puolestaan lisää yrittäjän stressiä ja ajanhallinnan haasteita.

Myös hinnoittelumallilla oli vaikutusta yrittäjän haasteisiin. Tuntiperusteinen hinnoittelu koettiin ongelmalliseksi, koska se vaikeuttaa tulojen ennustettavuutta. Yrittäjät, joiden palvelu on tuntuperusteinen, kokivat useammin ajankäytön ja työmäärän hallinnan ongelmia sekä hinnoitteluun liittyvää epävarmuutta. Kuukausi- tai kurssikohtaisesti hinnoitellut palvelut tuovat enemmän ennustettavuutta tuloihin, mutta heidän haasteensa liittyivät asiakasryhmien pitkäaikaiseen sitouttamiseen. Eräs yrittäjä kuvasi tilannettaan näin:

"Olen hinnoitellut palveluni tuntihinnalla, mutta en tiedä, kattaako se kaikki kulut. Haluaisin oppia laskemaan oikean hinnan, jotta voisin olla varma, että yritykseni on kannattava."

Taloudellisten haasteiden, kuten hinnoittelun epävarmuuden ja palkan nostamisen vaikeuden, havaittiin vaikuttavan yrittäjän jaksamiseen ja työn hallintaan. Monet yrittäjät kokivat, että pitkät työpäivät ja epävakaa tulotaso lisäsivät stressiä ja vähensivät työmotivaatiota. Vaikka monet yrittäjät kokivat hallitsevansa itsensä johtamisen hyvin, ajankäytön hallinta nousi silti merkittäväksi haasteeksi. Tämä voi viitata siihen, että itsensä johtaminen mielletään enemmän päätöksenteoksi kuin ajankäytön tehokkuudeksi.

"Työpäivät venyvät pitkiksi, enkä osaa rajata työaikaani. Kaikki tuntuu kiireelliseltä, enkä ehdi keskittyä liiketoiminnan kehittämiseen."

Kokeneemmat yrittäjät tunnistivat paremmin taloudellisten haasteiden ja hinnoittelun merkityksen, kun taas aloittavat yrittäjät kokivat asiakashankinnan ja markkinoinnin haasteina. Sivutoimiset yrittäjät mainitsivat useimmin

ajanpuutteen ja haasteet markkinointiin panostamisessa, mikä viittaa siihen, että rajoitettu aika vaikuttaa heidän kykyynsä hankkia asiakkaita ja kehittää liiketoimintaansa.

Kyselyn suljettujen kysymysten vastaukset tukivat avoimista vastauksista nousseita ilmiöitä. Kyselyn tuloksista nousi esiin, että itsensä johtaminen koettiin liiketoiminnan helpoimmaksi osa-alueeksi: 44 % vastaajista arvioi sen helpoimmaksi. Sen sijaan markkinointi nousi haastavimmaksi osa-alueeksi, sillä 42 % vastaajista arvioi sen kaikkein vaikeimmaksi. Myös myynti koettiin haastavaksi, sillä 31 % vastaajista arvioi sen toiseksi vaikeimmaksi osa-alueeksi ja 20 % kaikkein haastavimmaksi. Verkostoitumisen haasteellisuus nousi esiin erityisesti siinä, että 22 % vastaajista arvioi sen vaikeusasteella 5 asteikolla 1 (helpoin) - 6 (haastavin). Tämä osoittaa, että moni yrittäjä kokee verkostoitumisen haastavaksi, mikä voi vaikeuttaa uusien asiakkaiden hankintaa ja liiketoiminnan laajentamista.

Kysyttäessä, kuinka haastavaksi tai helpoksi uusien asiakkaiden löytäminen koettiin asteikolla 0 (helpoin) – 10 (haastavin), vastauksien keskiarvo oli 4,2. Vaikka markkinointi koettiin haastavimmaksi osa-alueeksi, uusien asiakkaiden löytäminen ei näyttäytynyt erityisen haasteellisena tämän kysymyksen perusteella. Tämä voi tarkoittaa, että yrittäjät saavat asiakkaita muilla keinoilla kuin suoralla markkinoinnilla. Toisaalta tämä voi myös kertoa siitä, että haaste ei ole niinkään asiakkaiden tavoittaminen sinänsä, vaan se, miten markkinoinnilla voitaisiin houkuttaa oikeanlaisia, pitkäaikaisia asiakkaita ja tehdä asiakashankinnasta johdonmukaisempaa ja ennustettavampaa.

7.2 Tuen tarpeet

Tutkimuksen toinen keskeinen kysymys koski sitä, millaista tukea ja osaamista hyvinvointialan pienyrittäjät kokevat tarvitsevansa liiketoiminnan kehittämiseksi ja kasvattamiseksi. Aineiston perusteella tukitarpeet jakoutuivat kuuteen pääalueeseen, jotka vastaavat yrittäjien kohtaamia haasteita.

Kaikista merkittävimmäksi tukitarpeeksi nousi markkinointiin liittyvä tuki, erityisesti markkinointistrategian suunnittelu ja kohderyhmän tavoittaminen. Yrittäjät kokivat, että heillä ei ollut tarpeeksi tietoa tai resursseja tehdä

tehokasta markkinointia, mikä vaikutti suoraan asiakashankintaan ja liiketoiminnan kannattavuuteen. Monet kokivat tarvitsevansa käytännönläheistä koulutusta ja konkreettisia työkaluja markkinointinsa kehittämiseksi. Esimerkiksi eräs vastaaja kirjoitti:

"Tarvisisin koulutusta markkinoinnin suunnitteluun. Pelkkä teoria ei auta, vaan haluaisin konkreettisia esimerkkejä, jotka voisin ottaa käyttöön heti."

Taloudellisen hallinnan tueksi yrittäjät kaipasivat erityisesti koulutusta ja neuvontaa hinnoittelun ja kannattavuuden osalta. Vaikka kyselyn suljetussa kysymyksessä "Onko palvelusi hinta riittävän korkea kannattavan liiketoiminnan näkökulmasta?", suurin osa yrittäjistä arvioi palvelunsa hinnan olevan suhteellisen kannattava, avoimissa vastauksissa nousi esiin epävarmuus hinnoittelun oikeellisuudesta ja sen vaikutuksesta liiketoiminnan kestävyteen. Monet kokivat epävarmuutta hinnoittelustrategioissaan ja kaipasivat konkreettisia malleja, joiden avulla voisivat parantaa liiketoimintansa kannattavuutta. Esimerkiksi eräs vastaaja totesi:

"Olen hinnoitellut palveluni tuntihinnalla, mutta en tiedä, kattaako se kaikki kulut. Haluaisin oppia laskemaan oikean hinnan, jotta voisin olla varma, että yritykseni on kannattava."

"En uskalla nostaa hintojani, koska pelkään menettäväni asiakkaita. Tarvisisin tukea hinnoittelun perustelemiseen ja asiakasviestintään."

Ajanhallinnan ja itsensä johtamisen tukitarve nousi esille erityisesti avoimissa vastauksissa, joissa yrittäjät kuvasivat työmäärän hallinnan haasteita, työn ja vapaa-ajan tasapainottamisen vaikeutta sekä tehokkaan ajankäytön suunnittelun tarpeita. Yrittäjät kokivat tarvitsevansa konkreettisia keinoja ja tukea näihin osa-alueisiin. Tämä tukisi erityisesti sivutoimisia yrittäjiä, joille ajanpuute oli merkittävä este liiketoiminnan kasvulle. Kysyttäessä, mitkä liiketoiminnan osa-alueet he kokevat haastavimmiksi, itsensä johtaminen koettiin helpoimmaksi osa-alueeksi, mutta avoimissa vastauksissa ajanhallinta nousi kuitenkin usein esiin. Tämä viittaa siihen, että yrittäjät tunsivat

ajankäytön haasteet merkittäväksi kehityskohteeksi, mutta itsensä johtamisen taitoja ei koettu ajanhallinnan syyksi. Ajanhallinnan haasteet eivät koskeneet pelkästään aikataulutusta, vaan liittyivät myös vapaan ja työn hämärtymiseen, joka rasittaa yrittäjien jaksamista ja kuormitusta.

Lisäksi yrittäjät toivoivat enemmän mahdollisuuksia verkostoitumiseen ja vertaistukeen, sillä moni koki työskentelevänsä yksin ja kaipaavansa yhteisöllisyyttä sekä ammatillisia kontakteja. Verkostoituminen nähtiin paitsi vertaistuen lähteenä, myös tärkeänä keinona asiakashankintaan ja uusien yhteistyömahdollisuuksien löytämiseen. Monet yrittäjät kokivat saavansa asiakkaita suosittelujen kautta, mutta eivät osanneet hyödyntää tätä tehokkaasti markkinoinnissa. Osa yrittäjistä koki, että verkostoituminen voisi olla tehokas keino lisätä näkyvyyttä ja tavoittaa uusia asiakkaita.

"Olisi hienoa, jos olisi enemmän mahdollisuuksia vaihtaa ajatuksia muiden yrittäjien kanssa ja saada vinkkejä siitä, mikä toimii markkinoinnissa."

Teknisten ja digitaalisten taitojen tukitarve nousi esiin erityisesti verkkosivujen hallinnan, digimarkkinointityökalujen ja taloushallinnon järjestelmien osalta. Vaikka suurin osa arvioi digitaaliset taitonsa hyväksi tai kohtalaisiksi, monilla oli silti käytännön haasteita digitaalisessa yrittäjyydessä ja tarvitsivat käytännön ohjausta esimerkiksi verkkosivujen rakentamiseen, somekanavien tehokkaaseen hyödyntämiseen ja kirjanpidon työkalujen käyttöön.

Yksi kysymys käsitteli yrittäjän omaa käsitystä menestyksestä.

Menestyskäsitys keskittyi erityisesti vapauteen, hyvinvointiin ja taloudelliseen turvallisuuteen. Varsinkin vapaus mainittiin vastauksissa useaan kertaan ja sitä kuvailtiin muun muassa yrittäjän vapauteen liittyvillä ilmaisuilla. Pitkän aikavälin tavoitteet puolestaan liittyivät taloudelliseen vakauteen ja tulojen kasvuun, vapauteen ja joustavuuteen sekä työn merkityksellisyyteen ja yrittäjän hyvinvointiin. Menestyksen saavuttamiseksi yrittäjät kokivat tarvitsevansa erityisesti tukea talouden hallintaan, markkinointiin ja liiketoiminnan kehittämiseen, sillä nämä tukevat heidän pitkän aikavälin tavoitettaan vapaudesta, vakaudesta ja joustavuudesta.

Tuen muodoista suosituimmaksi nousivat henkilökohtainen tuki, mentorointi ja vertaistuki. Yrittäjät kaipasivat selkeitä konkreettisia työkaluja ja toimintasuunnitelmia, eivät vain teoriatason koulutuksia. Moni koki, että yksin työskentely hankaloitti liiketoiminnan kehittämistä, joten mahdollisuus keskustella muiden yrittäjien kanssa ja saada vertaistukea koettiin tärkeäksi. Tukimuotoina henkilökohtainen tuki ja strateginen suunnittelu sekä mentorointi koettiin parhaimmiksi ratkaisuksiksi. Osa kaipasi tukea verkkokursseina tai muuten etänä. Mentorointi nähtiin hyödyllisenä tapana saada henkilökohtaista neuvontaa, mikä auttaisi yrittäjiä ratkaisemaan omia liiketoiminnan haasteitaan tehokkaammin.

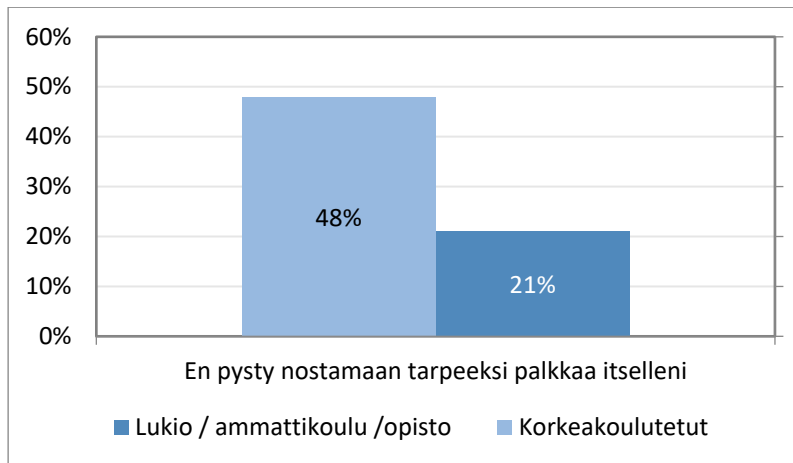
7.3 Keskeiset erot haasteissa ja tuen tarpeissa koulutustason mukaan

Kyselyyn vastanneet yrittäjät olivat taustoiltaan moninaisia, ja heidän koulutustasonsa vaikutti merkittävästi siihen, millaisia haasteita ja tuen tarpeita he kokivat. Suurimmiksi haasteiksi nousivat markkinointi, myynti, taloudelliset haasteet sekä ajankäyttö. Haasteiden painotus kuitenkin vaihteli koulutustaustan mukaan.

Markkinointi ja myynti olivat selvästi haastavin liiketoiminnan osa-alue. Korkeakoulutetut yrittäjät korostivat markkinointistrategian ja asiakashankinnan vaikeutta, kun taas ammattikoulun tai lukion suorittaneet painottivat konkreettisen myyntiosaamisen puutetta ja epämukavuutta markkinoinnissa.

Taloudelliset haasteet näkyivät erityisesti kannattavuuden, hinnoittelun ja tulojen ennakoimattomuuden osalta. Korkeakoulutetut yrittäjät nostivat esiin hinnoittelun strategisuuden ja liiketoiminnan kasvattamisen vaikeuden, kun taas alemman koulutustason yrittäjät kamppailivat päivittäisen toimeentulon turvaamisen kanssa. Esimerkiksi 48 % korkeakoulutetuista ilmoitti, ettei pysty nostamaan tarpeeksi palkkaa itselleen, kun vastaava osuus alemman koulutustason yrittäjillä oli 21 %.

Taulukko 4. Palkan nostamisen vaikeus alemman koulutustason ja korkeakoulutettujen kesken.



Ajankäytön hallinta koettiin haasteelliseksi molemmissa ryhmissä, mutta sen ilmenemismuodot erosivat. Korkeakoulutetut yrittäjät kokivat ongelmaksi strategisen suunnittelun ja tehtävien delegoinnin, kun taas alemman koulutustason yrittäjät kamppailivat ylipitkien työpäivien ja työn kuormittavuuden kanssa.

Ammattikoulun tai lukion suorittaneet kaipasivat eniten käytännönläheistä ja konkreettista apua, kuten yksinkertaisia markkinointityökaluja, myynnin ja hinnoittelun perusteita sekä talouden hallinnan perusasioita. Digitaalinen markkinointi koettiin vaikeaksi, ja moni koki tarvitsevansa apua esimerkiksi nettisivujen ja sosiaalisen median hyödyntämiseen. Korkeakoulutetut puolestaan kaipasivat enemmän strategista ohjausta ja sparrausta liiketoiminnan kehittämiseen. He toivoivat apua hinnoittelun optimointiin, tuotteistamiseen ja skaalautuvuuteen sekä mentorointia liiketoiminnan pitkäjänteiseen suunnitteluun.

Myös henkilökohtaisen tuen, kuten mentoreiden ja vertaistuen, merkitys korostui vastauksissa. Korkeakoulutetut yrittäjät kokivat mentoroinnin ja bisnesvalmennuksen tärkeäksi työkaluksi liiketoiminnan kehittämisessä, kun taas alemman koulutustason yrittäjät kaipasivat erityisesti matalan kynnyksen koulutuksia ja konkreettisia ratkaisuja päivittäiseen liiketoiminnan pyörittämiseen.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tutkimuskysymyksinä oli: mitkä ovat yleisimmät haasteet ja esteet, joita pienet ja yksinyrittäjät hyvinvointialalla kohtaavat liiketoiminnassaan sekä minkälaista tukea ja osaamista hyvinvointialan pienyrittäjät kokevat tarvitsevänsä liiketoiminnan kehittämiseksi ja kasvattamiseksi? Tulosten perusteella pystyn kehittämään omat liiketoimintani palvelut vastaamaan hyvinvointialan yrittäjien haasteita.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että hyvinvointialan pienyrittäjät kohtaavat eniten haasteita markkinoinnissa, taloudellisessa hallinnassa, ajanhallinnassa ja verkostoitumisessa. Markkinointi nousi suurimmaksi haasteeksi, sillä 42 % vastaajista arvioi sen vaikeimmaksi liiketoiminnan osa-alueeksi. Markkinoinnin haasteet nousivat esiin myös useissa avoimissa vastauksissa. Yrittäjät kokivat erityisesti strategian puutteen, kohderyhmän tavoittamisen vaikeuden ja epävarmuuden markkinointikeinoista ongelmallisiksi. Monet kaipasivat käytännönläheistä koulutusta ja konkreettisia työkaluja asiakashankinnan tueksi.

Taloudelliset haasteet liittyivät ensisijaisesti hinnoittelun epävarmuuteen, kannattavuuden hallintaan ja asiakasviestintään. Yrittäjät tarvitsivat tukea hinnoittelun laskentaan sekä kannattavuuden arviointiin. Tämä tukee aiempia tutkimuksia, joiden mukaan sosiaali- ja terveysalan yrittäjillä liiketoimintaosaaminen jää usein vähälle huomiolle koulutuksessa (Rissanen & Karhunen, 2004).

Tulokset osoittivat, että koulutustaso vaikutti yrittäjien kokemiin haasteisiin ja tuen tarpeisiin. Ammattikoulun tai lukion suorittaneet yrittäjät painivat enemmän asiakashankinnan ja markkinoinnin käytännön haasteiden kanssa. Korkeakoulutetut yrittäjät puolestaan kokivat suuremmaksi haasteeksi hinnoittelun, liiketoiminnan skaalautuvuuden ja strategisen kehittämisen. Heidän tuen tarpeensa liittyivät enemmän yrityksen kasvattamiseen, hinnoittelun optimointiin ja mentorointiin. Tämä osoittaa, että tukipalveluiden tulisi olla kohdennettuja eri koulutustaustan omaaville yrittäjille, jotta ne vastaisivat paremmin heidän liiketoiminnallisiin tarpeisiinsa.

Ajanhallinnan haasteet näkyivät erityisesti yrittäjien kokemuksissa työn ja vapaa-ajan rajan hämärtymisestä sekä työmäärän hallinnasta. Vaikka itsensä johtaminen koettiin helpoimmaksi osa-alueeksi, moni kamppaili ajankäytön tehokkuuden kanssa. Kysyttäessä ajankäytöstä, vastausten perusteella monet yrittäjät kokivat hallitsevansa ajankäyttöään vaihtelevasti tai kohtalaisesti, mutta avoimissa vastauksissa esiin nousi myös huoli ajan riittämättömyydestä ja työpäivien venymisestä. Tämä vahvistaa Rissasen ja Sinkkosen (2004) näkemystä, jonka mukaan erityisesti naisyrittäjät tasapainoilevat perheen ja työn välillä.

Verkostoitumisen haasteet nousivat myös esiin. Moni yrittäjä ei osannut hyödyntää verkostoja asiakashankinnassa strategisesti. Karvonen ja Uusitalo (2007) sekä Sippola (2014) korostavat verkostoitumisen merkitystä liiketoiminnan kasvulle ja kehitykselle.

Tuen tarpeista merkittävimiksi nousivat koulutukset, mentorointi ja vertaistuki. Yrittäjät kaipasivat selkeitä, käytännönläheisiä ohjeita ja konkreettisia harjoituksia liiketoimintansa kehittämiseen. Yksinyrittäjille vertaistuen ja muiden yrittäjien kanssa keskustelun mahdollisuudet olivat erityisen tärkeitä. Lisäksi 66 % vastaajista oli harkinnut tai käyttänyt ulkopuolisia asiantuntijapalveluita, kuten mentoria, mikä osoittaa, että yrittäjät tunnistavat tarvitsevansa ulkopuolista apua yritystoimintansa kehittämisessä. Tämä tukee aiempia tutkimuksia, joiden mukaan hyvinvointialan yrittäjillä liiketoimintataidot ovat usein heikommat ja ulkopuolinen asiantuntija-apu voi olla ratkaisevaa yrityksen menestykselle (Dufva & Liukkonen, 2003).

Yhteenvedona voidaan todeta, että hyvinvointialan pienyrittäjät tarvitsevat erityisesti markkinoinnin, taloudellisen hallinnan, ajanhallinnan ja verkostoitumisen tueksi käytännönläheisiä ratkaisuja. Kohdennettu koulutus, mentorointi ja yhteisölliset tukimuodot voisivat auttaa yrittäjiä kehittämään liiketoimintaansa kestäväällä tavalla. Hyvinvointialan erityispiirteet, kuten naisyrittäjäisyys, eettiset arvot ja alan jatkuva kehittyminen, korostavat räätälöityjen tukimuotojen tarvetta (Rissanen & Sinkkonen, 2004; Lappi, 2019).

8.1 Pohdinta

Tutkimuksen tulokset vahvistivat, että hyvinvointialan yrittäjien suurimmat haasteet liittyivät markkinointiin, asiakashankintaan, talouden hallintaan ja ajankäyttöön.

Markkinoinnin vaikeus nousi keskiöön, mikä viittaa siihen, että hyvinvointialan yrittäjille sopivat markkinointikeinot ja strategiat eivät ole itsestään selviä. Monet vastaajat kokivat markkinoinnin vieraaksi tai epämieluisaksi, mikä voi liittyä alan erityispiirteisiin, kuten asiakassuhteiden henkilökohtaisuuteen ja asiantuntijarooliin, jossa yrittäjä keskittyy ennen kaikkea auttamiseen eikä näe itseään myyjänä. Tämä herättää tärkeän kysymyksen: miten hyvinvointialan yrittäjille voitaisiin tarjota tukea markkinointiin, joka on sekä kestävää että tehokasta ilman, että se kuormittaa yrittäjää liikaa tai tuntuu ”päälle liimatulta” tai aggressiiviselta myynniltä?

Taloudellisten haasteiden osalta yrittäjät kaipasivat enemmän tukea hinnoittelun, tulotason ennakoitavuuden ja liiketoiminnan kannattavuuden hallintaan. Tämä viittaa siihen, että perinteisten budjetointi- ja talouskoulutusten lisäksi tarvittaisiin käytännön malleja, joiden avulla yrittäjä voi varmistaa vakaan toimeentulon ilman jatkuvaa työmäärän kasvattamista. Ratkaisuna tähän voisi olla pitkäaikaisiin asiakassuhteisiin panostaminen esimerkiksi palvelumuotoilun keinoin, jolloin asiakasuskollisuus ja jatkuvat asiakkuudet parantaisivat tulotason ennakoitavuutta ja vähentäisivät jatkuvan asiakashankinnan tarvetta.

Yksi tutkimuksen kiinnostavimmista havainnoista oli se, että yrittäjien käsitys menestyksestä ei liittynyt ensisijaisesti maksimaalisen voiton tavoitteluun, vaan ennemminkin vapauteen, taloudelliseen turvaan ja elämäntyyliin, joka mahdollistaa hyvinvoinnin. Tämä eroaa perinteisestä liiketoiminnan kasvumallista, jossa menestystä mitataan ensisijaisesti liikevaihdolla ja skaalautuvuudella.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että pitkän aikavälin tavoitteissa korostui tulojen kasvu, mutta ei pelkästään liiketoiminnan laajentamisen kautta. Erityisesti pidempään yrittäjinä toimineet tavoittelivat vakaata ja ennustettavaa

tulotasoa ilman jatkuvaa laajentumispaineita, kun taas aloittavat yrittäjät keskittyivät enemmän liiketoiminnan kasvuun ja asiakashankintaan. Tämä herättää kysymyksen siitä, miten hyvinvointialan yrittäjät voivat kasvattaa tulojaan kestäväällä tavalla, joka tukee sekä liiketoiminnan että yrittäjän hyvinvointia ilman liiallista työkuormitusta.

Jatkossa olisikin tärkeää kehittää hyvinvointialan yrittäjille tukipalveluja ja koulutuksia, jotka eivät perustu pelkästään kasvu- ja skaalausstrategioihin, vaan auttavat yrittäjiä rakentamaan liiketoimintaa, joka tukee heidän haluamaansa elämäntyyliä. Tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi:

- Taloudellisia malleja, jotka auttavat yrittäjiä saavuttamaan vakaan tulotason ilman kohtuuttomia työpäiviä.
- Markkinointimenetelmiä, jotka mahdollistavat asiakashankinnan ilman jatkuvaa myyntipainetta.
- Ajanhallinnan strategioita, jotka auttavat yrittäjiä tasapainottamaan työn ja vapaa-ajan ilman ylikuormitusta.

Tämä havainto tuo myös esiin sen, että menestyksen mittarit voivat vaihdella yrittäjäkohtaisesti, mikä tarkoittaa, että tukipalvelujen tulisi olla joustavia ja yksilöllisesti räätälöitäviä erityisesti naisyrittäjyyden ominaispiirteet huomioon ottaen.

8.2 Luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan laadullisen tutkimuksen keskeisten kriteerien mukaan, jotka Tuomi ja Sarajärvi (2018, 135–139) esittävät seuraavasti: uskottavuus, tulosten siirrettävyys, varmuus, vahvistuvuus, realismisuus, aineiston riittävyys ja merkittävyys, analyysin kattavuus ja arvioitavuus, vakuuttavuus, toistettavuus sekä tutkimustilanteen vaikuttavuus.

Uskottavuus varmistettiin käyttämällä teema analyysia sekä yhdistämällä laadullista ja määrällistä aineistoa, jolloin suljetut kysymykset tarjosivat vertailtavaa tietoa eri haasteiden ja tukitarpeiden yleisyydestä. Aineiston analyysin kattavuus varmistettiin siten, että vastauksista etsittiin toistuvia käsitteitä ja ilmiöitä, joista muodostettiin pääteemat. Tämä mahdollisti sen,

että tutkimuksessa tunnistetut teemat perustuivat aidosti yrittäjien esiin nostamiin kokemuksiin eikä vain yksittäisiin mielipiteisiin, kuten Tuomi ja Sarajärvi (2018) korostavat laadullisen tutkimuksen keskeisten kriteerien osalta.

Vastaajamäärä (45 vastausta) on laadulliselle tutkimukselle riittävä, mutta se ei takaa laajaa yleistettävyyttä koko hyvinvointialan yrittäjäkunnalle. Tulokset antavat kuitenkin kattavan kuvan vastaajien kokemuksista ja tarjoavat arvokasta tietoa alan yrittäjien tukitarpeista.

Kyselyn anonymiteetti mahdollisti vastausten rehellisyyden, mutta samalla vastaajien taustat perustuivat heidän omiin ilmoituksiinsa, eikä heidän hyvinvointialan yrittäjyytensä voitu varmistaa. Tämä on tyypillinen avoimen kyselyn haaste, joka voi vaikuttaa tulosten tarkkuuteen. Aineisto oli kuitenkin sisällöltään johdonmukaista ja linjassa alan yleisten haasteiden kanssa, joten sitä voidaan pitää suuntaa antavana.

Siirrettävyys eli tulosten sovellettavuus muihin pienyrittäjäryhmiin on mahdollista, sillä hyvinvointialan yksinyrittäjien haasteet, kuten markkinointi, taloushallinta ja ajanhallinta, ovat tyypillisiä myös muilla palvelualoilla. Tutkimustilanteen vaikuttavuus näkyi siinä, että vastaajat saivat kertoa kokemuksistaan vapaasti ilman sosiaalista painetta, mikä lisäsi vastausten aitoutta.

Lisäksi vastaajien anonymiteettiä vahvistettiin poistamalla ennen analyysia tieto siitä, minkälaisia palveluita he tarjoavat. Tämä varotoimenpide tehtiin, jotta yksittäisten vastaajien tunnistaminen ei olisi mahdollista yhdistämällä palvelukuvaus muihin taustatietoihin. Palvelukuvausten perusteella vastaajat tunnistettiin hyvinvointialan yrittäjiksi, mutta yksilöllisiä palvelutietoja ei hyödynnetty analyysissä.

Tutkimuksen analyysimenetelmä ja tulosten esitystapa on kuvattu läpinäkyvästi, mikä lisää analyysin arvioitavuutta ja vakuuttavuutta. Vaikka laadullisen tutkimuksen toistettavuus on haasteellista, tarkasti kuvattu menetelmä mahdollistaa vastaavan tutkimuksen toteuttamisen samankaltaisessa ympäristössä.

LÄHTEET

Ahlström-Laakso, S. 2015. Kysely vai haastattelu? Julkari. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/128275/ap-1975-5-ahlstrom-laakso.pdf?sequence=1-ahlstrom-laakso.pdf> [viitattu 7.11.2024].

Ammattikoulut.fi, s.a. Kauneudenhoitoala ammattikouluissa. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.ammattikoulut.fi/koulutushaku/kauneudenhoitoala> [viitattu 14.1.2025].

Böckerman, P., & Ilmakunnas, P. 2020. Työhyvinvointi kannattaa. Työolot, työtyytyväisyys ja tuottavuus. Teollisuuden palkansaajat. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.tpry.fi/media/kuvat/digital_01_raportti_no5_2020.pdf.download [viitattu 8.1.2025].

Dufva, H. & Liukkonen, R. 2003. Sosiaali- ja terveysalan yrittäjyys Kaakkois-Suomessa. Selvitys Kaakkois-Suomen sosiaali- ja terveysalan palveluyrittäjyyden nykytilasta ja tulevaisuuden näkymistä. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja, B-sarja.

Edmans, A. 2011. Does the stock market fully value intangibles? Employee satisfaction and equity prices. *Journal of Financial Economics* 101, 621–640. Verkkolehti. Saatavissa: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0304405X11000869> [viitattu 8.1.2025].

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2016/679.

Haapa-aho, M. 2014. Hyvinvointialan yrittäjyys. Näkemyksiä hyvinvointialan yrittäjyyden tulevaisuudesta. Metropolia ammattikorkeakoulu. Kulttuuri ja hyvinvointi. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://hyrrat.metropolia.fi/>.

Heiskanen, U., Jumppanen, A. & Träsk, M. 2007. Hyvinvointialan nykytila ja tulevaisuus Etelä-Pohjanmaalla – Maakunnallinen tarve- ja kehittämiselvitys. Julkaisuja 11. Vaasa: Helsingin yliopisto. Saatavissa: <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/d3e6f18c-a108-440a-b200-2e19e6fe70a4/content> [viitattu 26.11.2024].

Helminen, J. 2005. Hyvinvoinnin rakentajat. Näkökulmia hyvinvointityön ja sen edellyttämän ammatillisen osaamisen kehittämistarpeisiin. Helsinki: Diakonia-ammattikorkeakoulu.

Hämälä, V., Lamminkoski, H., Salminen, V., Halme, K. & Autio, E. 2017. Yrittäjyyden uudet suunnat – selvitys halliuksen toimenpiteistä yrittäjyyden vahvistamiseksi. Valtioneuvoston kanslia. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 75/2017. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-482-5> [viitattu 26.11.2024].

Juuti, P. & Luoma, M. 2022. Strateginen ajattelu ja johtaminen. Matka läpi maailmankuvien. Jyväskylä: PS-Kustannus. E-kirja. Saatavissa:

<https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.228376?sid=4942600244> [viitattu 9.1.2025].

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, 2022. Miksi kehittää digitaalisuutta hyvinvointialan yrityksille? WWW-dokumentti. Päivitetty 22.3.2022. Saatavissa: <https://next.xamk.fi/uutta-luomassa/miksi-kehittaa-digitaalisuutta-hyvinvointialan-yrityksille/> [viitattu 22.1.2025].

Kaikonen, H. 2022. Hyvinvointialan tulevaisuuden näkymiä. LAB University of Applied Sciences. Blogi. Päivitetty 13.12.2022. Saatavissa: <https://blogit.lab.fi/labfocus/hyvinvointialan-tulevaisuudennakymia/> [viitattu 17.1.2025].

Kainlauri, A. 2007. Ideasta hyvinvointialan yrittäjäksi. Helsinki: WSOY.

Karjaluoto, H. 2013. 4P-> 4C -markkinoinnin uusi ajatusmalli. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://amt.fi/static/tietovarasto/42.pdf> [viitattu 11.12.2024].

Karttunen, S-L. 2000. Yrittäjyys vanhustyössä. Palvelukoti- ja kotipalveluyrittäjien käsityksiä. Oulu: Oulun yliopisto. Hoitotieteen ja terveystieteiden laitos.

Karvonen, A. & Uusitalo, S. 2007. Minäkö hoiva-alan yrittäjäksi? Ohjeita sosiaali- ja terveysalan yritystä suunnitteleville. Pietarsaari: Hoivayrittäjät framille -projekti. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu.

Kallinen, T. & Kinnunen, T. 2021. Etnografia. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/teemoittelu/> [viitattu 7.11.2024].

Kamensky, M. 2015. Menestyksen timantti. Strategia, johtaminen, osaaminen, vuorovaikutus. Helsinki: Alma Talent Oy. E-kirja. Saatavissa: [https://bisneskirjasto-almatalent.fi.ezproxy.xamk.fi/teos/FAIBCXCTEB#kohta:Menestyksen\(\(20\)timantti/piste:2IM](https://bisneskirjasto-almatalent.fi.ezproxy.xamk.fi/teos/FAIBCXCTEB#kohta:Menestyksen((20)timantti/piste:2IM) [viitattu 7.4.2025].

Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336

Kotler, P. & Armstrong, G. 2014. Principle of marketing. Global Edition. 15. painos. Essex: Pearson Education Ltd.

Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M. & Hansen, T. 2009. Marketing Management. Essex: Pearson Education Ltd.

Kovalainen, A., Simonen, L. & Österberg, J. 1996. Sosiaalipalveluyrittäjän muotokuva. Tutkimus sosiaali- ja terveysalan uusyrittäjistä ja vaihtoehtoisista palveluntuottajista. Helsinki: Stakes.

Kurttila, M. & Aalto, P. 2021. Pomon parhaat ratkaisut. Helsingin seudun kauppakamari. Viro: Media Zone. E-kirja. Saatavissa:

<https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.227888?sid=4942603961> [viitattu 8.1.2025].

Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja 2021. Tietoarkisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/> [viitattu 7.11.2024].

Laine, M., Bamberg, J. & Jokinen, P. 2007. Tapaustutkimuksen taito. Helsinki: Gaudeamus.

Lehto, P. 2023. Sitra. Suomen terveystalouden kasvun ja kilpailukykyyn visio 2030. WWW-dokumentti. Julkaistu 15.2.2023. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/julkaisut/suomen-terveystalouden-kasvun-ja-kilpailukykyyn-visio-2030/#tiivistelma> [viitattu 7.11.2024].

Maa- ja metsätalousministeriö, 2006. Etelä- ja Länsi-Suomen maaseudun kehittämisohjelma vuodelle 2006. Maa- ja metsätalousministeriö 2/2006. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://mmm.fi/documents/1410837/1721046/MMMjulkaisu2006_2.pdf/dd392185-4517-42e1-92d6-3d9620d32754/MMMjulkaisu2006_2.pdf?t=1442821447000 [viitattu 9.1.2025].

Mäntylä, M. 2021. Tekijänsä näköinen: Yrittäjän opas kauneus- ja hyvinvointialalle. 1. painos. Helsinki: Books on Demand.

Opetushallitus, 2016. Koulutustarvekortit. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/osaamisen-ennakointifoorumi-koulutustarvekortit-verkkoversio_2.pdf [viitattu 3.1.2025].

Paavilainen, M., Kirmanen, L. & Haataja, T. 2007. Pätevä vastuhenkilö - selkeät tehtävät, vastuu- ja toimivaltasuhteet. Selvitys yksityisen sosiaalihuollon toimintayksikön vastuuhenkilön pätevydestä ja tehtävänkuvasta. Hämeenlinna: Etelä-Suomen lääninhallituksen sosiaali- ja terveystalouden julkaisuja 1/2007.

Pentikäinen L., Tuomaala, M., Lith, P., Mursu, A. & Forsström, J. 2009. Hyvinvointialan kehittäminen – peruskartoitukset. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Strategiset hankkeet. 32/2009. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Tallinna: Gaudeamus.

Pöllänen, P. 2002. Hoivayrittäjyyden aika naisen elämänsä aikana. Yhteiskuntapolitiikka 67:6. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/100953/026pollanen.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [viitattu 13.12.2024].

Lappi, J. 2019. Terveys ja hyvinvointi – yritysten kasvun mahdollisuudet. Verkkojulkaisu. <https://yrittajyys.fi/terveys-ja-hyvinvointi-yritysten-kasvun-mahdollisuudet/>. [viitattu 13.12.2024].

Rissanen, S. & Sinkkonen S. 2004. Hoivayrittäjyys. Juva: PS Kustannus.

Ruola, E. 2021. Markkinoinnin uudet 4 P:tä. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.

Salmela, S. 2004. Naisyrittäjille suunnattujen yritysneuvontapalvelujen kehittämistarpeet. Selvitys TE-keskusten yrityspalvelujen vastaavuudesta naisyrittäjien tarpeisiin. Helsinki: KTM. Julkaisuja 30/2004.

Sinkkonen, S. & Komulainen, E. 2004. Hoivayrittäjät kunta- ja yrittäjäyhteistyössä. Hoivayrittäjäyys. Juva: PS-kustannus.

Sippola, P. 2014. Liikuntabisnes: käsikirja liikunta- ja hyvinvointialan yrittäjälle. Espoo: Myllylahti Oy.

Sosiaalihuoltolaki 30.12.2014/1301.

Sosiaali- ja terveysministeriö, 2023. Digitalisuus sosiaali- ja terveydenhuollon kivijalaksi. Sosiaali- ja terveydenhuollon digitalisaation ja tiedonhallinnan strategia 2023-2035. Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisuja 2023:32. Helsinki: Sosiaali- ja terveysministeriö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-00-9889-6> [viitattu 21.1.2025].

Stenlund, A. 2022. Yrittäjäyys on kyvykkyyttä. Helsinki: Books on Demand GmbH. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.229007?sid=4942607039> [viitattu 27.11.2024].

Syöpäjärjestöt. 2025. Kaikki syövästä. Kuntoutus julkisessa terveyden huollossa. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://kaikkisyovasta.fi/palvelut/kuntoutus-julkisessa-terveydenhuollossa/> [viitattu 16.1.2025].

Tanskanen, M. 2023. Kestävää hyvinvointia kehittämässä 2023. Hyvinvointi ja tulevaisuus. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Verkkojlehti. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/810480/URNISBN9789523445314.pdf#page=62> [viitattu 9.1.2025].

Tevameri, T. 2024. Sote-palveluala. Työelämän sekä yksityisen sektorin viimeaikaiset kehityssuunnat. TEM toimialaraportit 2024:2. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. Saatavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/165580/TEM_2024_2_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 18.1.2025].

Tilastokeskus, 2025. Toimialaluokitus TOL 2025 (täydentyvä). WWW-dokumentti. Saatavissa: https://stat.fi/fi/luokitukset/toimiala/toimiala_1_20250101?code=T [viitattu 3.4.2025].

Tuunanen, L., Roth, M., Nieminen, M. & Rantala, T. s.a. Pirkanmaan HYVIS auttaa hyvinvointialojen yrityksiä pärjäämään kansainvälisessä kilpailussa. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. WWW-dokumentti. Saatavissa: [Haku - ely - ELY-keskus](http://haku-ely-ely-ELY-keskus) [viitattu 27.11.2024].

Tutkimuseettinen neuvottelukunta TENK, 2023. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsittely Suomessa. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje_2023.pdf [viitattu 7.11.2024].

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Viitala, R., 2021. Henkilöstöjohtaminen. Keskeiset käsitteet, teorit ja trendit. Helsinki: Edita. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.226819?sid=4942611173> [viitattu 27.11.2024].

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.180956?sid=4942613681>

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus.

Väisänen, R., Turunen, P., Korhonen, S., Räsänen, A., Pirinen, R. & Rautjärvi, R. 2000. Hyvinvoinnin palapeli. Sosiaalialan ja yrittäjyyden tietoutta sosiaali- ja terveysalalle. 1.painos. Pohjois-Savon ammattikorkeakoulu. Helsinki: Hakapaino.

WHO. 2013. Global Action Plan for the prevention and noncommunicable diseases 2013-2020. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/94384/9789241506236_eng.pdf?sequence=1 [viitattu 11.12.2024]

Wikström, J. 2013. Markkinoinnin käsikirja yrittäjälle. Espoo: Myllylahti Oy.

Yksinyrittäjä s.a. Tilastokeskus. Käsitteet. WWW-dokumentti. Saatavissa: www.stat.fi/meta/kas/yksyrit.html [viitattu 27.11.2024].

Yrittäjä s.a. Tilastokeskus. Käsitteet. WWW-dokumentti. Saatavissa: [Yrittäjä | Käsitteet | Tilastokeskus](#) [viitattu 27.11.2024].

Österberg-Högstedt, J. 2009. Yrittäjänä ammatissaan sosiaali- ja terveysalalla – yrittäjyyden muotoutuminen kuntatoimijoiden ja yrittäjien näkökulmasta. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/97321/Ae3_2009_%c3%96sterberg_H%c3%b6gstedt.pdf?sequence=2&isAllowed=y [viitattu 13.12.2024].

Yhdistys

Hyvinvointiala HALI ry
Suomen Kuntoutusyrittäjät ry
Hyvinvointiliitto ry
Koulutettujen hierojien liitto
Suomen yrittäjät
Hyvinvointia luonnosta ry
Suomen joogaliitto
Terveys- ja Sosiaalialan Yrittäjät ry
Suomen kunto- ja terveystuotantakeskusten yhdistys
Suomen hiusalan ammattilaiset & yrittäjät
Suomen Kosmetologien yhdistys

Facebook ryhmät

Hyvinvointiyrittäjät
Hyvinvointialan yrittäjät
Kauneuden ja hyvinvointialan yrittäjät
Naisyrittäjät
Liikunta-alan ammattilaiset
Sivutoimiset naisyrittäjät

Hei

Hyvinvointialan pien- ja yksinyrittäjänä sinulla on tärkeä rooli ihmisten hyvinvoinnin edistämisessä. Nyt sinulla on mahdollisuus olla osa merkityksellistä muutosta, joka voi auttaa sinua ja muita yrittäjiä menestymään paremmin, sekä edistää Suomen yksityistä hyvinvoinnin sektoria.

Teen opinnäytetyötäni hyvinvointialan yrittäjien haasteista ja tuen tarpeista, ja juuri sinun kokemuksesi ja mielipiteesi ovat ensiarvoisen tärkeitä tämän tutkimuksen onnistumiselle.

Tavoitteeni on selvittää, mitä haasteita hyvinvointialan pien- ja yksinyrittäjät kohtaavat ja millaista tukea he eniten kaipaavat. Tulosten avulla haluan kehittää palveluita, jotka helpottavat yrittäjien arkea ja tukevat heidän liiketoimintansa menestystä.

Kysely on täysin vapaaehtoinen ja anonymi (henkilötietojani tai epäsuoria tunnisteita, joista minut voitaisiin tunnistaa, ei käsitellä). Sen täyttäminen vie vain 5–10 minuuttia. Voit keskeyttää kyselyn missä vaiheessa tahansa, eikä keskeyttämisestä aiheudu minulle kielteisiä seuraamuksia. Kysely on auki 15.2.2025 saakka.

Vastaa kyselyyn tästä: <https://link.webpolsurveys.com/S/CE874D0EDCFE91B4>

Kiitos, että olet mukana tässä tärkeässä tehtävässä ja autat tekemään hyvinvointialan yrittäjyydestä entistä palkitsevampaa. Sinun panoksellasi on väliä ja jokainen vastaus on arvokas!

Lämpimin terveisin,
Eerika Ypyä
Hyvinvointiliiketoiminnan johto -tradenomiopiskelija
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

[Tämä viesti on lähetetty useille hyvinvointialan yrittäjille, mutta vastaanottajatiedot on piilotettu luottamuksellisuuden takaamiseksi.]



Eettinen suostumus osallistua tutkimukseen, jossa ei käsitellä henkilötietoja

Opinnäytetyö: Pienten hyvinvointiyrittäjien haasteet ja tuen tarpeet

Yhteyshenkilö: Eerika Ypyä, 041 5294636, eeep001@edu.xamk.fi

Tutkimustiedotteesta olen saanut riittävän selvityksen tutkimuksesta ja tietojeni käsittelystä siten, että henkilötietojani tai epäsuoria tunnisteita, joista minut voitaisiin tunnistaa, ei käsitellä.

Ymmärrän, että osallistumiseni on vapaaehtoista ja että voin keskeyttää osallistumiseni tutkimukseen milloin tahansa. Tutkimuksen keskeyttämisestä ei aiheudu minulle kielteisiä seuraamuksia.

Olen lukenut ja ymmärtänyt saamani tutkimustiedotteen ja haluan osallistua tutkimukseen.

Kysely

Hyvinvointiyrittäjän haasteet ja tuen tarpeet

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

1. Minkälaisia palveluita tarjoat hyvinvointiyrittäjänä? *

2. Oletko *

- Sivutoiminen yrittäjä
- Päätoiminen yrittäjä

Kysymyksen säännöt

Oletko**Sivutoiminen yrittäjä**

Sääntö: Näytä kysymyksiä

Jos vaihtoehto on valittu Näytä kysymyksiä Haaveiletko päätoimisesta yrittäjyydestä?
Jos kyllä, mitkä asiat näet esteeksi päätoimiseksi yrittäjäksi siirtymisessä?

Päätoiminen yrittäjä

Sääntö: Piilota kysymyksiä

Jos vaihtoehto on valittu Piilota kysymyksiä Haaveiletko päätoimisesta yrittäjyydestä?
Jos kyllä, mitkä asiat näet esteeksi päätoimiseksi yrittäjäksi siirtymisessä?

3. Haaveiletko päätoimisesta yrittäjyydestä? Jos kyllä, mitkä asiat näet esteeksi päätoimiseksi yrittäjäksi siirtymisessä?

Kysymyksen säännöt

Haaveiletko päätoimisesta yrittäjyydestä? Jos kyllä, mitkä asiat näet esteeksi päätoimiseksi yrittäjäksi siirtymisessä?

Ei vielä kysymyssääntöjä. HUOM! Kun testaat sääntöjä kyselyn esikatselussa, muista lähettää lomake jotta testisi nollaantuu esikatselussa.

Kysymys **Oletko** on *Näytä kysymyksiä* sääntö tälle kysymykselle
Kysymys **Oletko** on *Piilota kysymyksiä* sääntö tälle kysymykselle

4. Oletko yksinyrittäjä vai onko sinulla työntekijöitä? *

- Yksinyrittäjä
 Minulla on työntekijöitä

5. Kuinka pitkään olet toiminut yrittäjänä? *

- Alle vuoden
 1-3 vuotta
 4-6 vuotta
 Yli 6 vuotta

6. Mikä on korkein suorittamasi tutkinto? *

- Peruskoulu
 Lukio / ammattikoulu / opisto
 Ammattikorkeakoulututkinto
 Yliopistotutkinto

7. Miten arvioisit yrityksesi nykytilaa? *

- Kasvuvaiheessa

- Vakiintunut
- Harkitsen laajentamista tai kasvua
- Harkitsen lopettamista
- Muu, mikä? _____

Kysymyksen säännöt

Miten arvioisit yrityksesi nykytilaa?

Kasvuvaiheessa

Ei vaihtoehdon sääntöjä

Vakiintunut

Ei vaihtoehdon sääntöjä

Harkitsen laajentamista tai kasvua

Ei vaihtoehdon sääntöjä

Harkitsen lopettamista

Sääntö: Näytä kysymyksiä

Jos vaihtoehto on valittu Näytä kysymyksiä Mikä on suurin syy jos harkitset lopettamista?

Muu, mikä?

Ei vaihtoehdon sääntöjä

8. Mikä on suurin syy jos harkitset lopettamista?

Kysymyksen säännöt

Mikä on suurin syy jos harkitset lopettamista?

Ei vielä kysymyssääntöjä. HUOM! Kun testaat sääntöjä kyselyn esikatselussa, muista lähettää lomake jotta testisi nollaantuu esikatselussa.

Kysymys **Miten arvioisit yrityksesi nykytilaa?** on *Näytä kysymyksiä* sääntö tälle kysymykselle

9. Onko palvelusi (voit valita useita)

- Tuntiperusteinen
- Kuukausi- tai kausiperusteinen
- Kurssi- tms. kohtainen
- Muu, mikä? _____

10. Järjestä liiketoiminnan osa-alueet helpoimmasta haastavimpaan (Helpoin = 1, haastavin = 6) *

Markkinointi	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
	<input type="radio"/> 5
	<input type="radio"/> 6
Myynti	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
	<input type="radio"/> 5
	<input type="radio"/> 6
Talouden hallinta	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
	<input type="radio"/> 5
	<input type="radio"/> 6
Johtaminen ja strateginen suunnittelu	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
	<input type="radio"/> 5
	<input type="radio"/> 6
	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/>

Itsensä johtaminen	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
	<input type="radio"/> 5
	<input type="radio"/> 6
Verkostoituminen	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
	<input type="radio"/> 5
	<input type="radio"/> 6

11. Miksi koet juuri valitsemasi osa-alueen olevan haastavin, ja millaista tukea tai apua kaipaisit sen kehittämiseen?

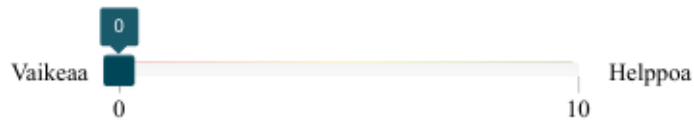
12. Mitkä ovat suurimmat liiketoimintasi haasteet tällä hetkellä? (valitse enintään 3 tärkeintä) *

- Asiakkaiden löytäminen
- Asiakkaiden maksuhaluttomuus
- Palveluiden hinnoittelu
- Palvelun tuottamiseen sopivan tilan löytäminen (esim. liian korkea vuokra)
- En pysty nostamaan tarpeeksi palkkaa itselleni
- Palveluun liittyvät kustannukset ovat liian korkeat
- Tulojen ja/tai menojen ennakoimattomuus
- Erottautuminen kilpailijoista
- Työn ja vapaan tasapaino (esim. teen liian pitkää päivää)

- Lainsäädännön, työsuhdeasioiden, ostopalvelusopimusten tai muiden sopimusten ymmärtäminen

13. Voisitko tarkentaa, miten nämä haasteet näkyvät arjessasi yrittäjänä ja millaisia ratkaisuja olet ehkä kokeillut niiden voittamiseksi?

14. Onko uusien asiakkaiden löytäminen sinulle *



15. Mikä on pääasiallinen asiakashankinnan keino?

16. Hyödynnätkö sosiaalista mediaa yritystoimintaasi liittyen? Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot. *

- Kyllä, asiakashankintaan ja luottamuksen rakentamiseen
- Kyllä, tunnettuuden ja brändin luomiseen
- Kyllä, teen maksettua mainontaa
- Sisällön julkaiseminen on satunnaista
- En koe sosiaalista mediaa hyödylliseksi liiketoimintani näkökulmasta
- En, koska osaaminen rajoittaa
- En, koska palvelun tuottaminen vie kaiken ajan
- En, koska näkyväksi tuleminen sosiaalisessa mediassa pelottaa

Olen ulkoistanut tai haluaisin ulkoistaa yritykseni sosiaalisen median kanavat

17. Mitkä ovat suurimmat haasteesi markkinoinnissa? (Valitse 3 tärkeintä.) *

- Sisällön ideointi ja luominen
- Kohderyhmän tavoittaminen
- Ajan puute
- Teknisten työkalujen käyttö (esim. some, analytiikka)
- Markkinoinnin suunnittelu ja strategia
- Budjetin rajallisuus
- Tulosten mittaaminen

18. Onko palvelusi hinta mielestäsi riittävän korkea kannattavan liiketoiminnan näkökulmasta? *



19. Onko brändisi tällä hetkellä siellä, missä haluaisit sen olevan, jotta se tukisi hinnoitteluaasi ja kasvutavoitteitasi? Ja koetko brändin vahvistamisen olennaiseksi tekijäksi menestykselle?

20. Miten koet seuraavat tekijät esteenä oman yritystoimintasi menestymiselle? *

	Ei lainkaan	En osaa sanoa	On esteenä
Erottautuminen kilpailijoista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Digitaalisten palveluiden tarjoaminen osaamisen puutteen takia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Ei lainkaan	En osaa sanoa	On esteenä
Yhteistyö, suhteet ja verkostot kunnan päättäjien kanssa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkostoituminen muiden yrittäjien kanssa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kansainväliset tai isommat palveluntuottajat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Myynti ja markkinointi osaaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talouden hallinnan osaaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palvelun tuotteistaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityksen johtaminen ja strategisen suunnittelun taidot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. Minkälaista kasvua tavoittelet yrityksellesi seuraavan vuoden aikana? (esim. uusien asiakkaiden hankinta, palveluiden laajentaminen, tulojen kasvattaminen)

22. Minkälaista tukea tai koulutusta haluaisit eniten yrityksesi kehittämiseksi? *

23. Jatka lausetta

Digitaaliset taitoni ovat _____

Koen verkostoitumisen _____

Hallitsen ajan käyttöä _____

Pitkän aikavälin tavoitteeni on _____

Tarvitsen konkreettista tukea _____

Suurin este yrityksen kasvuun on _____

Haluaisin oppia _____

Menestys tarkoittaa minulle _____

24. Kuinka tärkeänä koet yrityksen kasvun?

25. Oletko harkinnut ohjausta tai sparrausta yritystoimintasi tueksi?

- Kyllä
- En
- Olen käyttänyt tai minulla on ulkopuolinen ohjaaja / sparraaja

26. Valitse itsellesi mieluisin tukimuoto *

- Kurssi lähiopetuksena
- Kurssi verkko opetuksena
- Lyhyt luento / webinaari / työpaja
- Henkilökohtainen tuki / strateginen neuvonta
- Jatkuvaa mentorointia / sparrausta
- Verkostoitumalla muiden yrittäjien kanssa

27. Käytätkö tai oletko harkinnut käyttäväsi ulkopuolisia palveluita tai asiantuntijoita yrityksesi tueksi, poislukien kirjanpidon palvelut?

- Kyllä
- En

Kysymyksen säännöt

Käytätkö tai oletko harkinnut käyttäväsi ulkopuolisia palveluita tai asiantuntijoita yrityksesi tueksi, poislukien kirjanpidon palvelut?

Kyllä

Sääntö: Näytä kysymyksiä

Jos vaihtoehto on valittu Näytä kysymyksiä Millaisia palveluita käytät tai harkitset käyttäväsi, ja kuinka paljon olisit valmis maksamaan palvelusta?

En

Sääntö: Näytä kysymyksiä

Jos vaihtoehto on valittu Näytä kysymyksiä Jos ei, miksi?

28. Millaisia palveluita käytät tai harkitset käyttäväsi, ja kuinka paljon olisit valmis maksamaan palvelusta?

Kysymyksen säännöt

Millaisia palveluita käytät tai harkitset käyttäväsi, ja kuinka paljon olisit valmis maksamaan palvelusta?

Ei vielä kysymyssääntöjä. HUOM! Kun testaat sääntöjä kyselyn esikatselussa, muista lähettää lomake jotta testisi nollaantuu esikatselussa.

Kysymys **Käytätkö tai oletko harkinnut käyttäväsi ulkopuolisia palveluita tai asiantuntijoita yrityksesi tueksi, poislukien kirjanpidon palvelut?** on *Näytä kysymyksiä* sääntö tälle kysymykselle

29. Jos ei, miksi?

Kysymyksen säännöt

Jos ei, miksi?

Ei vielä kysymyssääntöjä. HUOM! Kun testaat sääntöjä kyselyn esikatselussa, muista lähettää lomake jotta testisi nollaantuu esikatselussa.

Kysymys **Käytätkö tai oletko harkinnut käyttäväsi ulkopuolisia palveluita tai asiantuntijoita yrityksesi tueksi, poislukien kirjanpidon palvelut?** on Näytä kysymyksiä sääntö tälle kysymykselle

30. Mitä muuta haluaisit kertoa haasteistasi tai tarpeistasi yrittäjänä, joita ei ole tässä kyselyssä käsitelty?
