

# KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU

InnoMaratonin vaikuttavuus alueen elinkeinoelämään ja  
organisaatioihin

Anna-Riitta Kauppi

Liiketalouden koulutusohjelman opinnäytetyö  
Taloushallinnon suuntaumisvaihtoehto  
Tradenomi

KEMI 2011

## TIIVISTELMÄ

Kauppi Anna-Riitta. 2011. InnoMaratonin vaikuttavuus alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Opinnäytetyö. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Kaupan ja kulttuurin toimiala. Sivuja 56. Liitteet 1-2.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia InnoMaratonin vaikuttavuutta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Tutkimuksen kohteena olivat InnoMaratonin kaikki toimeksiantajat vuosilta 2006–2011 sekä lisäksi vuoden 2011 raadin jäsenet.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä oli kvantitatiivinen sekä kvalitatiivinen kyselytutkimus. Kyselylomakkeessa oli väittämiä, joihin oli valittava vastaus neljästä eri vaihtoehdosta. Lisäksi kyselylomakkeessa oli yksittäisiä kysymyksiä, joiden avulla oli tarkoitus selvittää InnoMaratonin vaikuttavuutta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin.

Työn teoreettinen viitekehys muodostuu yrittäjyyttä, yrityksen kehittämistä, innovaatioita ja kasvuyrittäjyyttä käsittelevästä kirjallisuudesta, artikkeleista ja Internet-lähteistä.

Tutkimus osoitti, ettei InnoMaratonilla ole vielä suurta vaikuttavuutta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Tutkimuksen perusteella käy kuitenkin ilmi, että InnoMaraton -tapahtumia kannattaa ehdottomasti järjestää myös tulevaisuudessa. Kun tapahtumaa kehitetään lisää, myös sen vaikuttavuus alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin kasvaa.

Asiasanat: InnoMaraton, vaikuttavuus, elinkeinoelämä, yrittäjyys

## ABSTRACT

Kauppi, Anna-Riitta. 2011. Impact of InnoMaraton on the region's industry and commerce and organizations. Bachelor's Thesis. Kemi-Tornio University of Applied Sciences. Business and Culture. Pages 56. Appendices1-2.

The aim of the thesis is to study the impact of InnoMaraton on the regions industry and commerce and organizations. Under analysis in this thesis were all the companies and organizations that participated in the InnoMaraton events in the years 2006-2011, including the 2011 InnoMaraton jury members.

The research method used was quantitative and qualitative survey. The questionnaire had claims which were selected from four different response options. In addition, the questionnaire had specific questions which were designed to determine the impact of Innomaraton on the region's industry and commerce and organizations.

The theoretical framework consists of literature discussing entrepreneurship, business development, innovation and the growth of entrepreneurship. The literature includes books, articles and Internet sources.

The study showed that InnoMaraton does not yet have a high impact on the region's industry and commerce and organizations. The study shows, however, that the InnoMaraton events should definitely be organized in the future. When the event is further developed, its impact on the region's industry and commerce and organizations will also grow.

Keywords: InnoMaraton, impact, industry and commerce and organizations

# SISÄLTÖ

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1 JOHDANTO .....	6
1.1 Johdatus aihealueeseen.....	6
1.2. Tutkimusongelma ja sen rajaus .....	7
1.3. Tutkimusmenetelmät .....	7
2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY.....	9
2.1 Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu.....	9
2.2 Rovaniemen ammattikorkeakoulu.....	9
2.3 Lapin yliopisto.....	10
3 YRITTÄMINEN JA INNOVATIIVISUUS .....	11
3.1 Yrityksen kehittäminen .....	11
3.2 Innovaatio.....	13
3.3 Yrittäjyys .....	15
3.4. Kasvuyrittäjyys.....	18
4 INNOMARATON – STARTTI TULEVAISUUTEEN .....	22
4.1 Innomaraton.....	22
4.2 Innomaraton 2006.....	23
4.3 Innomaraton 2007.....	24
4.4 Innomaraton 2008.....	25
4.5 Innomaraton 2009.....	26
4.6 Innomaraton 2010.....	26
4.7 Innomaraton 2011.....	27
5 VASTAAVIA PROJEKTEJA .....	29
5.1 Innovaatiokuukausi.....	29
5.2 Uusi Sense – liikeideakilpailu .....	30

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	31
7 TUTKIMUSTULOKSET .....	33
8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	47
LÄHTEET.....	50
LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

### 1.1 Johdatus aihealueeseen

InnoMaraton on Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun, Rovaniemen ammattikorkeakoulun sekä Lapin yliopiston järjestämä kilpailuluonteinen innovointitapahtuma. Tapahtuman tavoitteena on auttaa lapin alueen pk-yrityksiä kehittämään uusia liiketoimintamahdollisuuksia. InnoMaraton-tapahtuma järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2006, jolloin tapahtuman järjestäjänä oli Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Myöhemmin vuonna 2008 InnoMaraton-tapahtuma laajeni Rovaniemelle. (Tervonen & Valli 2009, 4-7.)

Opinnäytetyössäni käsitellään, mikä on InnoMaratonin vaikuttavuus alueen yrittäjiin. Tutkimusidea syntyi yhdessä opettaja Satu Vallin kanssa. Olen osallistunut kahteen InnoMaraton-tapahtumaan. Vuonna 2007 suoritin työharjoittelua InnoMaraton-projektissa projektipäällikkö Satu Vallin apuna. Seuraavana vuonna osallistumalla InnoMaraton-tapahtumaan suoritin opintojakson ”Osaaminen, innovaatiot ja liiketoiminta”. Valitsin toimeksiannoista mielestäni mielenkiintoisimman eli tiimini toimeksiantajana oli Lapponia Safaris Oy. Tiimimme koostui taloushallinnon opiskelijoista.

Ammattikorkeakoulun tehtäväksi nykyisessä ammattikorkeakoululaissa on säädetty seuraavasti: ”Ammattikorkeakoulujen tehtävänä on antaa työelämän ja sen kehittämisen vaatimuksiin sekä tutkimukseen, taiteellisiin ja sivistyksellisiin lähtökohtiin perustuvaa korkeakouluopetusta ammatillisiin asiantuntijatehtäviin, tukea yksilön ammatillista kasvua ja harjoittaa ammattikorkeakouluopetusta palvelevaa sekä työelämää ja aluekehitystä tukevaa ja alueen elinkeinorakenteen huomioon ottavaa soveltavaa tutkimus- ja kehitystyötä sekä taiteellista toimintaa. Tehtäviään hoitaessaan ammattikorkeakoulujen tulee edistää elinikäistä oppimista.” (Ammattikorkeakoululaki 9.5.2003/351)

Tämä edellä oleva laki velvoittaa ammattikorkeakouluja antamaan opetusta joka, tukee erityisesti aluekehitystä sekä työelämälähtöisyyttä. InnoMaraton on Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun kehittämä yksi tapa noudattaa kyseistä lakia. InnoMaraton on

myös erinomainen keino kehittää ammattikorkeakoulujen sekä alueen yrittäjien yhteistyötä.

InnoMaraton antaa alueen yrittäjille mahdollisuuden hyödyntää opiskelijoiden näkemyksiä ja osaamista yritystoiminnassaan. Opiskelijatiimit muodostuvat useista eri alojen opiskelijoista, jolloin muodostuu moniosaajatiimejä.

## 1.2. Tutkimusongelma ja sen rajaus

Opinnäytetyössä tutkitaan InnoMaratonin vaikutusta alueen eli Kemi-Tornion sekä Rovaniemen alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin InnoMaratoniin osallistuneiden toimeksiantajien ja raadinjäsenten osalta. Ammattikorkeakoulujen tavoitteena on toimia työelämälähtöisesti ja vaikuttaa alueeseen kehittävästi. Tavoitteena on tutkimustulosten avulla selvittää onko InnoMaratonilla vaikuttavuutta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin.

## 1.3. Tutkimusmenetelmät

Tutkimus tehdään toimeksiantona Kemi-Tornion ammattikorkeakoululle. Tutkimuksessa käytetään sekä kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää että kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää.

Määrällinen tutkimus rakentuu lukuihin, kun taas laadullinen tutkimus käsittelee sanoja ja lauseita. Kaikkia tutkimuksia, joissa ei käytetä määrällisiä keinoja kuten, tilastoja voidaan pitää laadullisina tutkimuksina. (Kananen 2008, 24.)

Kanasen (2008, 25) mukaan on kyse triangulaatiosta eli moni-menetelmäisestä tutkimuksesta, kun tutkimus toteutetaan sekä laadullisena että määrällisenä tutkimuksena.

Aineistoa tulen keräämään Webropol-kyselytyökalun avulla. Yliopistojen ja korkeakoulujen tutkijoille sekä opiskelijoille Webropol Academic on erinomainen työkalu tiedonkeruuseen sekä kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tiedon analysointiin. Tiedon analysointiin löytyy helpot ja interaktiiviset analysointityökalut Webropol Academic -käyttöympäristöstä. (Webropol 2011.)

Kyselylomakkeet lähetetään ohjelman avulla kaikille InnoMaratonissa mukana olleille toimeksiantajille sekä osalle Innomaratonin raadissa olleille henkilöille. Lisäksi haastattelen muutamia toimeksiantajia.



## 2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

### 2.1 Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu

Ammattikorkeakoulu toimii kahdessa kaupungissa Kemissä ja Torniossa. Vuonna 1992 valtakunnallisten kokeilujen joukossa aloitettiin toiminta myös Kemi-Tornion ammattikorkeakoulussa. Samalla kaupungit päättivät perustaa kuntayhtymän ammattikorkeakoulun ylläpitoa varten, johon mukaan tuli myöhemmin myös toisen asteen ammatillisia oppilaitoksia. Kaupan ala, sosiaaliala, terveysala ja tekniikan ala aloittivat toimintansa ensimmäisenä ja vasta muutama vuosi myöhemmin myös kulttuuriala aloitti toimintansa. (Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu 2011.)

Tärkeimpiä tapahtumia Kemi-Tornion ammattikorkeakoulussa on useita vuosien varsilta. Vuonna 1992 ensimmäiset opiskelijat aloittivat opinnot. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun kuntayhtymä perustettiin vuonna 1994 ylläpito-organisaatioksi. Vuonna 1997 vakinaistettiin toiminta korkeakoulussa. Samana vuonna perustettiin Kirjasto- ja tietopalvelu ja Kansainvälinen osasto omina tulosityksikköinä. Kulttuurialan ammattikorkeakouluopetus aloitettiin seuraavana vuonna. Aluekehitysvaikutavuuden huippuyksikkö – statuksen vuonna 2002 myönsi Korkeakoulujen arviointineuvosto. Lainsäädännöllä ylemmät ammattikorkeakoulututkinnot vakinaistettiin vuonna 2005. Myös hallintouudistus ja uusi toimintastrategia otettiin käyttöön vuonna 2005. (Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu 2011.)

### 2.2 Rovaniemen ammattikorkeakoulu

EU:n pohjoisin ammattikorkeakoulu on Rovaniemen ammattikorkeakoulu eli RAMK. RAMK on myös osa Lapin korkeakoulukonsernia.

Ruotsin ja Norjan rajanaapurissa, napapiirillä sijaitsevan Rovaniemen ammattikorkeakoulun vahvuuksia ovat pohjoisuus ja kylmän osaaminen, myös useat rajanaapurit tuovat mahdollisuuksia.

Toimintansa Rovaniemen ammattikorkeakoulu aloitti vuonna 1996 ja vuonna 1998 toiminta vakinaistettiin. Toimintansa laatua RAMK on lupautunut varmistamaan eurooppalaisten ja kansallisten suositusten mukaisesti. Toimintaansa Rovaniemen ammattikorkeakoulu pyrkii kehittämään jatkuvasti. Lapin elinkeinojen kehittyminen, kestävän hyvinvoinnin sekä ihmisten ja luonnon hyvän tulevaisuuden edistäminen on Rovaniemen ammattikorkeakoulun päätehtävä. (Rovaniemen ammattikorkeakoulu 2011.)

Ounasvaaran kampuksella, Rantavitikan kampuksella sekä Viirinkankaalla Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutissa tarjotaan koulutusta. Joka vuosi noin 570 nuorisoasteen opiskelijaa aloittaa opiskelut. Yhteensä opiskelijoita on noin 3000, joista aikuisopiskelijoita on noin 600. RAMK:ssa on mahdollisuus opiskella sekä suomen että englanninkielellä. (Rovaniemen ammattikorkeakoulu 2011.)

### 2.3 Lapin yliopisto

Lapin yliopisto, pohjoinen tieteen ja taiteen keskus perustettiin vuonna 1979. Alueellisesti ja maailmanlaajuisesti kestävä kehitys, hyvinvointia ja tasa-arvoa Lapin yliopisto edesauttaa toimintansa kautta. Napapiirin ja Rovaniemen kaupungin keskustan läheisyydessä nykyaikaisella kampusalueella sijaitsee valtaosa Lapin yliopiston yksiköistä. Nykyaikaisen, modernin kampusalueen on suunnitellut arkkitehti Juhani Katainen. (Lapin yliopisto 2011.)

Lapin yliopistossa on neljä tiedekuntaa, kasvatustieteiden tiedekunta, oikeustieteiden tiedekunta, taiteiden tiedekunta sekä yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Lapin yliopiston arvot ovat luovuus ja vaikuttavuus sekä kriittisyys ja emansipatorisuus sekä yhteisöllisyys ja yksilöllisyys. (Lapin yliopisto 2011.)

## 3 YRITTÄMINEN JA INNOVATIIVISUUS

### 3.1 Yrityksen kehittäminen

#### **Osaamisen kehittäminen**

Usein osa yrityksen strategiaa on osaamisen kehittäminen. Yrityksen strategia kertoo, millaista osaamisen kehittämistä organisaatio tarvitsee muutaman vuoden aikajänteellä. Tärkeää on, että myös työntekijät ovat avoimia ja halukkaita oppimaan, sillä ei yksin riitä, että yritys näkee osaamisen tarpeet ja tuottaa niihin ratkaisuja. (Psycon 2010.)

Harvoin yksittäiset työntekijät osaavat jäsentää omaa osaamistaan. Usein vähätellään omaa osaamista. Osaamisen tekeminen näkyväksi onkin haaste. Osaaminen voi kertyä opiskelemalla, työkokemuksella tai jopa harrastuksien kautta. Osaaminen on työelämässä erittäin kysyttyä. Osaamista tulisi työpaikoilla mitata erilaisten osaamismittareiden avulla. (Psycon 2010.)

Yrityksen yksi tärkeimmistä oikeuksista on määrittää osaaminen, jonka varassa se saavuttaa strategiset tavoitteensa. Tulevaisuuden tarvittava osaaminen jää vähälle huomiolle jos yrityksessä ei kunnolla pohdita, millaista osaamista tarvitaan. Lisäksi yrityksen yksi tärkeimmistä oikeuksista jää käyttämättä. (Psycon 2010.)

Pekka Salmelan (2010) mukaan yrityksen johto voi kyllä panostaa vahvasti osaamisen kehittämiseen, mutta panostukset saatetaan kohdistaa vain nykyhetkeen eli osaamiseen, joka on tarpeen yrityksen tuottaessa nykyisiä palveluja ja ylläpitäessä nykyisiä toimintoja. Osaamisen kehittäminen koostuu tällöin pääasiassa käytännön taitojen kouluttamisesta.

Yrityksen menestyminen nykypäivän kilpailutilanteessa vaatii erottautumista muista yrityksistä. Mahdollisuuden luoda uusia toimintatapoja ja palveluratkaisuja yrityksen johdolle antaa henkilöstön osaaminen, kun henkilöstö on mukana tuottamassa uusia ideoita ja ajatuksia erottautumisen keinoiksi. (Psycon 2010.)

Henkilöstön osaamista ja ammattitaitoa yritys pitää yllä henkilöstökoulutuksen avulla. Riittävään koulutuksen määrään ja sisältöön vaikuttavat työntekijöiden peruskoulutustaso, ikärakenne ja yritysympäristössä tapahtuvien muutosten määrä sekä

laatu. Henkilöstön työssäjaksamista, työkykyä sekä työtyytyväisyyttä myös vahvistetaan laadukkaalla henkilöstökoulutuksella. (Yritys-Suomi 2011.)

Henkilöstökoulutus voi olla tutkintoon johtavaa koulutusta esimerkiksi ammatti- ja erikoisammattitutkinto, mutta se voi olla myös perinteistä lyhytkestoista täydennyskoulutusta oppilaitoksissa tai työpaikalla. Työnantajien lisäksi muun muassa ammattioppilaitokset, aikuiskoulutuskeskukset ja eri alojen erityisoppilaitokset sekä yksityiset koulutuslaitokset järjestävät henkilöstökoulutusta. (Yritys-Suomi 2011.)

### **Tuote- ja palvelukehitys**

Yrityksen liiketoimintastrategiassa kannattaa kiinnittää huomiota ainakin uusien ideoiden kehittämiseen, tuotteiden jatkuvaan kehittämiseen, ideoiden, tuotteiden ja osaamisen suojaamiseen, koska menestyksekkään yritystoiminnan kulmakivenä ovat vahvat tuotteet ja/tai palvelut, joten yrityksen liiketoiminnan strategista ydintä on innovaatiotoiminta. (Yritys-Suomi 2011.)

Löytääkseen uusia ideoita tuotteiksi tai palveluiksi tulee yrityksen olla kokoajan valppaana ja muuntautumiskykyisenä. Yrityksen ulkopuolelta tai henkilöstön keskuudesta voi löytyä uusia ideoita. Kuluttajien tarpeet muuttuvat, kilpailijoiden tuotteet kehittyvät sekä kilpailuympäristö muuttuu kokoajan, siksi ei riitä että saadaan suosittu tuote markkinoille vaan tuotekehityksen on jatkuttava kokoajan. (Yritys-Suomi 2011.)

Kilpailuympäristöstä eli kilpailevien tuotteiden tai alan keksintöjen ominaisuuksista, kuluttajakäyttäytymisen trendeistä, asiakassegmenttien erityisluonteesta tai kulttuurista ja yhteiskunnallisista toimintaympäristön tekijöistä löytyvät tuotteen tai palvelun menestystekijät. On erityisen tärkeää varsinkin uusille markkina-alueille tai ulkomaille mentäessä sopeuttaa tuotteet vastaamaan tavoiteltua asiakaskohderyhmää. Olennainen osa innovaatiotoiminnan ohjaamista ovat muutosten ennakointi, uusimman markkinatiedon hankinta sekä kilpailijaympäristön kehityksen seuraaminen. (Yritys-Suomi 2011.)

Yrityksen liiketoimintastrategiassa on löydettävä menetelmät ideoiden, keksintöjen, menestystuotteiden, omintakeisten palvelumallien tai yksilöllisen osaamisen suojaamiseksi, jotta ne eivät karkaisi kilpailijoiden käyttöön. Kunnes ideat ja keksinnöt voi suojata patentoinnilla tai tavaramerkillä, on ne pidettävä salaisina. Innovaatiotoiminnan johtamisessa on kyse uusien ideoiden keksimisen ohjaamisesta,

tuotteiden jatkuvan kehittämisen ohjaamisesta, markkinatilanteen seuraamisen ohjaamisesta sekä ideoiden, tuotteiden ja osaamisen suojaamisen ohjaamisesta, niihin resursoimisesta ja panostusten mitoituksesta, osaamisen kasvattamisesta tai hankinnasta ja niiden kehittämisprosessien istuttamisesta osaksi yrityksen liiketoimintaprosesseja. (Yritys-Suomi 2011.)

Oman yrityksen kehittämisen tueksi kannattaa hyödyntää innovaatiotoiminnan moninaisiin ulottuvuuksiin tarjolla olevia julkisia tietolähteitä, asiantuntija-apua, neuvontaa ja rahoituslähteitä. Taustatiedon etsimiseen, ideoiden arvioimiseen ja rahoituksen hakemiseen kannattaa käyttää tarjolla olevia asiantuntijapalveluja kaikissa tuotekehityksen tilanteissa. (Yritys-Suomi 2011.)

Kaikissa liiketoiminnan kehittämisen kysymyksissä alueelliset ELY-keskukset auttavat pk-yrittäjiä. Keksintösäätiö tarjoaa palvelujaan kun aloittavat yritykset tai yksityishenkilöt haluavat arvioida innovatiivisia ideoitaan tai keksintöjään ja pyrkivät kehittämään niistä liiketoimintaa. Tuotteiden ja tuoteominaisuuksien suojaamisen kysymyksissä sekä tietoa muun muassa teknisen kehityksen ja kilpailuympäristön seurantaan neuvontaa tarjoaa patenti- ja rekisterihallitus. (Yritys-Suomi 2011.)

### 3.2 Innovaatio

Suomi on maailman viidenneksi innovatiivisin maa pariisilaisen Insead-kauppakorkeakoulun julkaiseman Global Innovation Index – listan mukaan. Listan kärjessä on Sveitsi. Seuraavilla sijoilla ovat Ruotsi, Singapore ja Hong Kong. (Ässä 2011, 11)

Uusi tuote, palvelu, liiketoimintamalli, teknologia, uusi toimintatapa, uudenlainen työn organisointi tai edistykselliset työolosuhteet, muun muassa nämä voivat olla innovaatiota. (Lemola 2009,6-8.)

Innovaatio ei suinkaan ole uusi asia. Se vain on ollut viime vuosina aiempaa enemmän näkyvillä joka paikassa ja sanaa innovaatio kuulee lähes päivittäin. Innovaatioita toki on ollut ainakin yhtä kauan kuin yrityksiä tai niin kauan kuin yritysten välillä on ollut kilpailua. Innovaatioita tarvitaan, jotta yritykset pystyvät kilpailemaan keskenään

kotimaan ja kansainvälisillä markkinoilla. Tarvitaan uusia innovaatioita eli täytyy uudistaa tuotteita, tuotantoa sekä muita yritystoiminnan ehtoja. (Lemola 2009, 6-8.)

Uudet menestystuotteet voivat pohjautua hyvin erityyppisiin ideoihin. Esimerkiksi idea voi olla täysin uusi keksintö tai idea voi olla ajatus uudentyypisestä tuotteesta tai idean pohjana voi olla palvelu, jossa toimintamalli on uudenlainen. (Yritys-Suomi 2011.)

Yhdestä ideasta toteutettua uudistusta tarkoitetaan yleensä innovaatiolla. Tuote tai palvelu on siis tuoteinnovaatio, joka on joko täysin uusi tai sitten parannettu tai muunneltu versio jostakin nykyisestä tuotteesta tai palvelusta. (Yritys-Suomi 2011.)

Jotta ideasta muodostuu innovaatio, joka voi päätyä myytäväksi asiakkaille, se täytyy tuotteistaa ja kaupallistaa eli saattaa tuotantoon, jakeluun, markkinoille myytäväksi ja markkinoitavaksi. Kultajyvät täytyy tunnistaa ideoiden paljouden joukosta, sillä jokainen idea ei kuitenkaan ole tuotteistamisen arvoinen. (Yritys-Suomi 2011.)

Lähtökohdaksi tuotekehityksessä on järjetöntä ottaa sellaista ideaa, jonka valmistaminen on epätodennäköistä. Tutkimusten mukaan jopa puolet yritysten tuotekehityksestä tapahtuu turhaan. Onkin tärkeää selvittää ennen yrityksen resurssien panostamista tuotekehitykseen, että tuote on potentiaalinen menestystuotteeksi. Ainesta menestystuotteeksi ei ole sellaisella idealla, jonka joku muu on jo kehittänyt, kaupallistanut ja kenties patentoinutkin. (Yritys-Suomi 2011.)

Seuraavien kysymyksien avulla voi pohtia yhdessä ulkopuolisten asiantuntijoiden kanssa onko ideassa ainesta kehitettäväksi tuotteeksi tai palveluksi: Kuka idean omistaa? Kenellä on siihen oikeudet? Onko se suorastaan keksintö eli aivan uusi idea? Onko ideassa kylliksi laatutekijöitä tarkoituksenmukaisesti tuotteeksi? Olisiko markkinoilla tilaa tai kysyntää tälle idealle? Tuotekehitys kannattaa pistää toden teolla vauhtiin kun alustavien selvitysten jälkeen näyttää siltä, että ideassa olisi ainesta tuotteistukseen tai liiketoimintaan. (Yritys-Suomi 2011.)

Yrityksen pitkäaikaisen kilpailukyvyn perusedellytys on tavoitteellisesti ja tuloksellisesti johdettu innovaatiotoiminta. Tavoitteellisen ja tuloksellisen innovaatiotoiminnan avulla taataan, että yrityksellä on tarjota asiakkailleen kokoajan relevantti ja haluttu tuote- tai palveluvalikoima. Asiakkaiden tarpeita vastaavia uusia tai parannettuja tuotteita, palveluita, prosesseja ja liiketoimintaideoita tuottaa yritykselle hyvin organisoitu innovaatiotoiminta. Tiedon keräämistä asiakkaista, markkinoista, kilpailijoista ja teknologiasta tarvitaan jatkuvasti innovaatiotoiminnan perustaksi, jotta

yrityksessä innovaatioiden kehittämiseksi tehtävä työ pystytään kohdistamaan oikein. (Yritys-Suomi 2011.)

Seuraavista ulottuvuuksista rakentuu yrityksen innovaatiotoiminta: uusien ideoiden keksiminen, tuotteiden jatkuva kehittäminen, markkinatilanteen seuraaminen sekä ideoiden, tuotteiden ja osaamisen suojaaminen. Näiden asioiden ohjaamisesta, niihin resursoimisesta ja panostusten mitoituksesta, osaamisen kasvattamisesta tai hankinnasta ja niiden kehittämisprosessien istuttamisesta osaksi yrityksen liiketoimintaprosesseja on kyse innovaatiotoiminnan johtamisessa. (Yritys-Suomi 2011.)

### 3.3 Yrittäjyys

Niiden harvojen etuoikeus ja keino tehdä helppoa rahaa. Näin ajateltiin ennen, mutta nykyään yrittäminen on ammatti ammattien joukossa. Toiset tekevät työtä elääkseen, mutta usein yrittäjät elävät tehdäkseen työtä. Aikakaudesta toiseen arvostus yrittäjyyttä kohtaan on vaihdellut. Monilla ihmisillä on itsensä toteuttamisen tarve, kuitenkin vain harva uskaltaa alkaa yrittäjäksi. (Anneberg & Jokela 1995, 10.)

Useimmiten yrittäjä työskentelee itse omassa yrityksessään tuottaen palveluja tai tuotteita yksittäisille ihmisille, muille yrityksille tai kunnille, valtion laitoksille tai seurakunnille eli yritystoimintaa julkisyhteisöille. Toimeentulon yrittäjä hankkii yritystoiminnalla. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 9-10.)

Sekä vastuuta että vapautta liittyy yrittäjyyteen. Monesti yrittäjyys tarkoittaa pitkiä työpäiviä, joustamista tai tinkimistä vapaa-ajasta ja harrastuksista. Oman työnsä lisäksi yrittäjän on pidettävä huolta, että itse yrittäjällä ja mahdollisilla työntekijöillä on töitä ja että työvälineet ja tilat ovat kunnossa. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 9-10.)

Yrityksen menestyksen eteen pitää pystyä kehittämään yritystä ja on kyettävä katsomaan tulevaisuuteen arkipäivää pyörittäessä. Palkkatyöammatissa ei ole samanlaisia vastuita kuin yrittäjällä. Yrittäjällä on taloudellisia, juridisia ja moraalisia vastuita. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 9-10.)

Vastuiden ja riskien vastapainona on yrittäjän oma vapaus, jota palkkatyöammatissa taas ei ole. Yrittäjällä on vapaus itse päättää omista työajoista, tavoistaan työskennellä,

toiminnan kehittämässä, laajenemisesta ja useista muista yritystoiminnan seikoista. Juuri vapaus päättää itse antaa monelle sytykkeen alkaa yrittäjiksi. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 9-10.)

Yrittämiseen liittyy usein: riskien ottaminen, itsenäinen päätöksenteko, vastuu, mahdollisuus itsensä toteuttamiseen sekä mahdollisuus menestyä taloudellisesti hyvin. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 9.)

Valmista kaavaa ei ole olemassa yrittäjäksi ryhtymiseen. On kuitenkin tietyt henkilökohtaiset ominaisuudet jotka edesauttavat yrittäjäksi alkamista. Kaikille yrittäjäyys ei sovi, mutta yrittäjäksi aikovan henkilökohtaiset ominaisuudet ovat muun muassa oma halu, tahto ja yrittäjävalmiudet. On oltava rohkea ottamaan hallittavissa olevia riskejä ja tekemään päätöksiä. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 11.)

Asiakassuhteiden hoidossa välttämättömiä ominaisuuksia ovat yhteistyökyky, ulospäin suuntautuneisuus ja täsmällisyys. Myös yhteistyökumppaneiden kanssa asioidessa nämä ovat välttämättömiä ominaisuuksia. Kontaktien luominen on yrityksen alkuvaiheessa erityisen tärkeää ja vaatii sitkeyttä. Yrittäjää vaikeinakin aikoina auttavat paineensietokyky ja vahva usko omaan yritysideaan. Myös käsitystä taloudenpidosta edellytetään yrittäjältä. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 11.)

Yrittämisessä tarvitaan muun muassa: ahkeruutta, oma-aloitteellisuutta, sosiaalisia taitoja (kykyä tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa), itseluottamusta, halua kehittyä, luovuutta, rohkeutta, kykyä tehdä valintoja, tavoitteellisuutta ja perustietoja yrittämisestä (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 11.)

Yrittäjäksi aikovalle on eduksi monipuolinen osaaminen omalta toimialalta, sen tuotannosta, markkinoista ja talouden hoidon perusteista. Kilpailijoihin tutustumien sekä yrityksen toimintaympäristöön tutustuminen on tärkeää yritystoiminnan alkuvaiheessa. Yrittäjäksi ryhtyminen ei ole iästä kiinni. Usein yrittäjäksi ryhtymisen taustalla on lähipiirin yrittäjätuttavat tai kokemus työskentelystä pienyrityksessä. Hyvä esimerkki ryhtyä yrittäjäksi kun taustalla on kokemus työskentelystä pienyrityksessä. On kun graafinen suunnittelija voi perustaa oman mainostoimiston käyttäen hyväksi palkkatyöammatissa oppimiaan tietoja ja taitoja, kokemusta, osaamista tai jopa suhteita. Yrittäjäksi ryhtyessä tärkein tekijä on yrityksen liikeidean toimivuus. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 11–12)



Yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavia henkilökohtaisia tekijöitä ovat muun muassa: Työkokemus, harrastukset, aikaisempi yrittäjäkokemus, perhetausta ja roolimallit, arvot ja asenteet, henkilötekijät, elämäntilanne, persoonallisuus, riskien hallinta, innovatiivisuus, itsenäisyys (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 13.)

Vuoden 2009 lopussa Suomessa oli yrityksiä yli 266 000. Vuodesta 1995 alkaen yritysten määrä on kasvanut koko ajan vuoden 2008 loppupuolelle asti, jolloin kasvu hidastui. Vuosina 2005–2008 yritysten määrä kasvoi eniten. Kaupassa ja teollisuudessa yrityskannan kasvu on ollut vähäisempää 2000-luvulla kuin rakentamisessa, sosiaali- ja terveystaloudessa, kiinteistö- ja liike-elämän palveluilla ja muilla henkilökohtaisia palveluita tuottavilla toimialoilla. Yrittäjyysaktiivisuuden mittarina on pidetty yritysten lukumäärää. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 9-10.)

Lamavuosina 1990-luvun alussa yritysten määrä pieneni huomattavasti aina vuoteen 1995, jonka jälkeen määrä on kasvanut koko ajan tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:n tilastojen mukaan. Yritysten määrän kasvu pieneni 2000-luvun alussa vuodessa noin prosenttiin, kun yritysten määrä kasvoi 1990-luvun jälkeisinä vuosina vuosittain noin 3,5 prosenttia. 2000-luvun alkuvuosien jälkeen yritysten määrän kasvu on jälleen vauhdittunut ja vuosi 2006 oli erityisen hyvä, jolloin kasvua oli eniten vuoteen 2008 mennessä. Vuoden 2008 lopussa Suomessa oli noin 263 000 yritystä ja vuonna 2009 noin 266 000 yritystä, joten kasvua edelliseen vuoteen tuli 1,2 prosenttia. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 9-10.)

Henkilöstön suurin kasvu yrityksissä oli vuoden 1990-luvun alussa. 2000-luvun puolella välissä henkilöstön määrä alkoi taas nousta, useiden hitaiden kasvuvuosien jälkeen, mutta YTR:n eli yritysrekisterin mukaan henkilöstön määrä oli samalla tasolla kuin 1990-luvun alussa vasta vuonna 2007. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 30.)

Epätyypillisten, kuten osasaikaisten ja määräaikaisten, työsuhteiden yleistyminen on vaikuttanut siihen, että henkilöstön määrän kasvu on ollut hidasta ja vasta vuonna 2007 saavutettiin 1990-luvun taso. Opiskelijatyövoimasta riippuvaiseksi ovat tulleet kaupallisenalan tasoa vaativat työtehtävät, sillä verrattuna 1990-luvun alkuun työssä käyvien opiskelijoiden määrä on kasvanut merkittävästi. Nykyään yritykset käyttävät paljon myös vuokratyövoimaa yksityisillä palveluilla, rakentamisessa ja myös teollisuudessa vuokratyövoiman käyttö on kasvanut aiempiin vuosiin. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 30)

YTR:n tilastoissa ei ole mukana ulkomainen alihankinta ja vuokratyövoiman käyttö. Rakennusalalla käytetään paljon ulkomaalaista työvoimaa, jotka eivät näyt YTR:n tilastoissa, mutta juuri tällä alalla tilastojen mukaan kotimaisen työvoiman tarjonta on kääntynyt laskuun. Kotimaisia työntekijöitä on jonkin verran korvannut ulkomaalainen halvempi työvoima. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 30–31.)

Taulukosta 1 voidaan nähdä, että henkilöstön määrä saavuttaa vuoden 1990 tason vasta vuonna 2007.

**Taulukko 1.** Henkilöstön määrä (Tilastokeskus 2011.)

Vuosi	Yrityksiä	Henkilöstö	Liikevaihto
mrd. euroa			
1990	218 140	1 437 508	156,9
1991	215 799	1 311 979	145
1992	211 474	1 178 211	138,4
1993	191 063	1 078 957	142,4
1994	184 931	1 049 674	153,8
1995	189 458	1 095 799	165,9
1996	203 358	1 127 235	177,7
1997	213 230	1 181 134	197,8
1998	219 273	1 235 054	212,4
1999	219 516	1 268 658	225,8
2000	222 817	1 301 418	262,3
2001	224 847	1 318 654	271,7
2002	226 593	1 315 073	274,3
2003	228 422	1 308 031	284,1
2004	232 305	1 312 245	300
2005	236 435	1 328 451	318,5
2006	250 378	1 377 732	347,6
2007	308 917	1 481 870	374,6

### 3.4. Kasvuyrittäjyys

Yritystoimintaa, jota ohjaa tietoinen tavoite kasvaa määrällisesti ja luoda vaurautta on kasvuyrittäjyyttä. (Laukkanen 2007, 17.) Tarkoituksen mukaisinta on lähteä siitä yritysten syntymisen ja kasvun ymmärtämisessä, että yrittäminen on liiketoiminta, jonka yrittäjä tai tiimi käynnistää ja jota se johtaa. (Laukkanen 2007, 28.)

Seuraavalla mallilla voidaan kuvata liiketoiminnan ja yrityksen perusehtoja:

**Tuote** on liiketoiminnan kohde ja näkyvin osa. Tuote on yksittäisille kuluttajille tai muille yrityksille tarjottava palvelu tai tavara, usein myös tavaran ja palvelun yhdistelmä. (Laukkanen 2007, 28.)

**Yrittäjä** johtaa liiketoimintaa hyödyntäen tietämystään ja muita resurssejaan. Yrittäjä aloittaa yritystoiminnan ja on myös usein tuotteen takana. (Laukkanen 2007, 28.)

**Asiakkaat** voivat olla yksityisiä tai yrityksiä ja heitä voi olla useita tai yksi. He tarvitsevat tuotetta ja ovat halukkaita siitä maksamaan. Asiakassuhteet voivat olla kertaluontoisia tai pitkiä asiakassuhteita. (Laukkanen 2007, 28.)

**Resurssit** ovat yrityksen sisällä tai ulkopuolella. Työnjakoinen, tuotantovälineitä ja teknologiaa käyttävä organisaatio on aina kasvava yritys. Ulkopuoliset toimijat ovat vakaa osa tuotantoprosessia verkottuneissa toimintatavoissa. Ulkopuolisia toimijoita ovat rahoittajat, alihankkijat sekä muut, joilta ostetaan liiketoiminnassa tarvittavat materiaalit ja resurssit. (Laukkanen 2007, 28.)

**Toimintaympäristö.** Yrityksen ydin sijaitsee jossakin ja toimii ympäristön edellytyksin ja pelisäännöin. Yrittäjillä ja henkilöstöllä on sosiaalinen ja taloudellinen ympäristönsä, joihin kiinnitytään. Ympäristöt vaikuttavat valintoihin. Toimialaympäristö on tärkeä yritykselle. (Laukkanen 2007, 28.)

Välttämättömiä ovat kaikki viisi ehtoa, mutta yritysten syntyä ja kasvua ajatellen tärkeimpiä ovat yleensä yrittäjät, tuotteet sekä asiakkaat. Taloudeltaan vahva kasvuun tähtäävä yritys ja tuotekonsepti on luotettava sekä selkeä, ei yleensä näytä olevan vaikea löytää siihen rahoitusta ja yhteistyökumppaneita. (Laukkanen 2007, 29.)

Tavallinen kaava on, että ulottuvuus tuote/tuotanto/markkina saadaan vauhtiin. Yrityksen orgaanisena kasvuna näkyy kun resurssitarpeet kasvavat silloin kun yritys tekee samaa mutta entistä enemmän. Toinen peruskaava on kasvaa lisäämällä lähekkäistä liiketoimintaa tai tuomalla yritykseen uusia tuote- tai markkinakombinaatiota. Kolmas malli on kasvaa liiketoimintoja tai toimivia yrityksiä ostamalla ja tuomalla ne yhtenäisen yrittäjäkontrollin alle. (Laukkanen 2007, 28–31.)

Tyypillinen suurempien yritysten kasvumalli on yritysostoilla kasvu, josta puhutaan ei-orgaanisesta kasvusta. Perusteita yritysostoille on monia, esimerkiksi voidaan ostaa tuotantokapasiteettia tai kehittämisosaamista, kiinnostavia tuotteita, nopea pääsy markkinoille tai joskus jopa kilpailija pois. Suurten yritysten lisäksi myös pk-yrityksille yhteenliittymät ja yritysostot ovat mahdollisia. Perusteena pk-yritysten yritysostoille ja

yhteenliittymiselle voi olla esimerkiksi, että kahdesta pienestä yrityksestä voidaan yhteenliittymällä tehdä vahvempi ja menestyvämpi kokonaisuus markkinoille. (Lemola 2007, 36.)

Tietoenatorin hallituksen puheenjohtaja Matti Lehti tietää, että ”Kaikki yritykset kompuroivat ensimmäisissä yritysostoissaan. Niitä ei voi oppia muutoin kuin tekemällä” (Helsingin sanomat 2006.)

Talouskehityksen kannalta on tärkeää, että yritykset kasvavat ja sen myötä tuovat uusia työpaikkoja. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 99.) Kasvun edellytyksiä ovat muun muassa osaaminen toimialalla, luovuus, määrätietoisuus, innostus, itseluottamus, uskallus, ahkeruus ja ennen kaikkea vimma eli kasvuhalukkuus. Lemolan (2007,31) mukaan kasvun perusehto on, että liiketoimintaa voi laajentaa ja että yrittäjillä on halua kasvaa, vaurastua sekä kykyä oppia ja kehittää tuotetta, myydä, johtaa.

Pieniä ja keskisuuria 10–249 henkeä työllistäviä yrityksiä on alle seitsemän prosenttia yrityskannasta. Yritysrakenteen ongelmana Suomessa on pula kaikista mikroyrityksiä suuremmista pienistä ja keskisuurista yrityksistä. Myös suurten yritysten liiketoiminnalle, kasvuhakuiset pk-yritykset ovat alihankkijoina tärkeitä. Mikroyrityksiä suurempien pienien ja keskisuurien 10–249 henkeä työllistävien yritysten pieneen määrään osasyynä on se, että monet suomalaiset perustaja-omistajayrittäjät ovat melko aikaisessa vaiheessa valmiita luopumaan yrityksestään, jos he saavat sopivan tarjouksen. Usein suuret kansainväliset yritykset ovat ostajina. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 99–100.)

Kasvuyritysten synnyttämisessä Suomen menestys riippuu tietenkin siitä millä tavoin ja millaista kasvua mitataan. Kansainvälisessä vertailussa maamme on sijoittunut korkealle kun kasvua mitataan yritysten liikevaihdon kehityksellä ja suorituskykyämme verrataan rajattuun joukkoon samankaltaisia elinkeinorakenteen maita. Suomalaisia yrityksiä on esimerkiksi paljon Euroopan nopeimmin kasvaneiden 500 suurten ja keskisuurten yritysten listalla. Kansainvälisessä vertailussa Suomi sijoittuu myös hyvin nuorten kasvuyritysten osalta. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 100.)

Jos lähimpiin kilpailijamaihin verrataan kasvuyrittäjyyttä, kuten Ruotsiin, Norjaan, Tanskaan tai esimerkiksi Yhdysvaltoihin, joka on yksi innovaatio- ja kasvuyrittäjyyskeskittymä on Suomen sijoitus kuitenkin huomattavasti heikompi. Innovatiivisia korkean teknologian ja kansainvälisille markkinoille suuntautuneita

uusien osaamisalojen yrityksiä on suomalaisten kasvuyritysten joukossa suhteellisen vähän. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 100.)

Oman toimintansa lisäksi innovatiivisilla yrityksillä on kansantaloudessa tuottavuutta parantava vaikutus, sillä ne luovat itse tai hyödyntävät muiden tuottamia innovaatioita. Kilpailupainetta kasvattaa innovatiivisten yritysten perustaminen ja olemassa olevien yritysten toiminnan uudistaminen. Lisäksi innovatiivisten yritysten perustaminen ja olemassa olevien yritysten toiminnan uudistaminen pakottaa muita yrityksiä tehostamaan omaa toimintaansa ja uudistamaan tuotteitaan. Tämä lisää luonnollista kautta edelleen yrityskannan vaihtuvuutta ja yritysdynamiikkaa. (Yrittäjyyskatsaus 2010, 100.)

## 4 INNOMARATON – STARTTI TULEVAISUUTEEN

### 4.1 Innomaraton

Kilpailuluonteinen innovointitapahtuma, InnoMaraton on Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun kehittämä. Innovointitapahtuman tarkoituksena on auttaa alueen pk-yrityksiä kehittämään liiketoimintamahdollisuuksia. Moniosaajatiimejä muodostavat ammattikorkeakoulun eri alojen opiskelijat ja tiimeinä he tuottavat tuote- ja palveluideoita toimeksiantajina toimiville yrityksille. Ensimmäisen kerran InnoMaraton järjestettiin vuonna 2006. (Valli 2007, 7.)

Alueen pk-yritysten tarpeesta kehittää liiketoimintamahdollisuuksiaan, lähti idea innovointitapahtuman järjestämiseksi liikkeelle, koska valtaosa alueen yrityksistä on pieniä tai keskisuuria eikä yrityksillä ole tarpeeksi resursseja uusien tuote- ja palveluideoiden kehittämiseen. (Valli 2007, 7.)

Ammattikorkeakoululain mukaan ammattikorkeakoulun tehtävänä on harjoittaa opetusta palvelevaa sekä työelämää ja aluekehitystä tukevaa ja alueen elinkeinorakenteen huomioon ottavaa soveltavaa tutkimus- ja kehitystyötä. Ammattikorkeakoulun tulee toimia erityisesti omalla alueellaan yhteistyössä elinkeino- ja muun työelämän kanssa. (Ammattikorkeakoululaki 9.5.2003/351) Innovointitapahtuma nähtiin erinomaiseksi keinoksi edistää alueen yritysten ja ammattikorkeakoulun yhteistyötä. (Valli 2007,7.)

Kemi-Tornion aluekeskusohjelman mukaisesti InnoMaraton-hankkeen tavoitteena on aktivoida seutukunnan pk-yritystoimintaa. Ammattikorkeakouluopiskelijoiden osaamista ja tuoreita näkemyksiä yrittäjät hyödyntävät mielellään liiketoimintansa kehittämiseksi. InnoMaraton-hankkeella pyritään edistämään erityisesti yritysten kasvuprosessia ja kansainvälistymistä sekä monipuolistamaan alueen elinkeinorakennetta.(Valli 2007, 7.)

Yhteistyö yrittäjien kanssa on ammattikorkeakouluopiskelijoille tärkeää. Opiskelijat tarvitsevat työharjoittelupaikkoja sekä opinnäytetöiden aiheita. On myös tärkeää

verkostoitua alueen pk-yritysten kanssa, sillä valmistumisen jälkeen työpaikan löytäminen voi olla helpompaa, kun on jo tiettyjä kontakteja yrittäjiin.

#### 4.2 Innomaraton 2006

Opiskelijat lähtivät työstämään alueen yrityksiltä saatuja toimeksiantoja maratonviikon aikana. Opiskelijat jakaantuivat moniosaajatiimeihin omien kiinnostuskohteiden perusteella. Opiskelijoilla oli käytössään ennen maratonviikkoa koulun verkko-oppimisympäristö. Ympäristöstä opiskelijat löysivät ohjeita, materiaalia ja virikkeitä innovaatiotyöskentelyä varten. Ympäristö toimi myös opiskelijoiden keskustelufoorumina. Lisäohjeita ja taustatietoja uusien ideoiden kehittämiseen tiimit saivat vierailemalla yrityksissä. Varsinaisella maratonviikolla opiskelijat olivat vapautettu muista opinnoista. (Valli 2006, 1.)

Vuonna 2006 oli kymmenen toimeksiantoa opiskelijaryhmien työstettävänä: Game as a Marketing Device, Hydromuovauslaitteen kaupallinen hyödyntäminen, ICT Services in Barents Region, Kemi Merirosvokaupunki, Kännykän hyödyntäminen kulunvalvonnassa, Majatalon kasvojen kohotus – Kaisari, Matkapuhelin kaukosäätimenä, Mobile Phone Heating System, Perämerenkaaren portaali sekä Pilkki digitaaliseen maailmaan (Valli 2007, 9.)

Näitä toimeksiantoja oli työstämässä 27 Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun opiskelijaa, joista 2 oli terveyden, 11 tekniikan ja 14 kaupan ja kulttuurin alalta. Noin kahden kuukauden ajan valmistauduttiin tapahtumaan kunnes se huipentui helmikuussa 2006 järjestettyyn intensiiviviikkoon. (Valli 2007, 9.) Intensiiviviikon päätteeksi asiantuntijaraadille esiteltiin opiskelijoiden aikaansaamat ideat. Raadin tehtävänä oli arvioida ideoiden jatkokehityskelpoisuutta. Lopulta raati palkitsi kolme parasta ideaa. Ajatuksena oli, että kehityskelpoisten ideoiden työstäminen jatkuu opiskelijoiden kanssa esimerkiksi opinnäytetyönä, työharjoitteluna tai tulevaisuuden työpaikkana. Esittelykelpoisesta ideasta jokainen opiskelija sai kolme opintopistettä. (Valli 2006, 1.) Vuoden 2006 voittajajoukkue koostui kaupan ja kulttuurin sekä tekniikan alan opiskelijoista. (Valli 2007, 9.)

### 4.3 Innomaraton 2007

Toisen Innomaraton-tapahtuman suunnittelu Kemi-Tornion ammattikorkeakoulussa aloitettiin positiivisen palautteen ja valtakunnallisen huomion kannustamana. Tapahtuma järjestettiin kaksivaiheisena siten, että karsintakilpailusta valittiin kymmenen parasta ideaa finaaliin. Vuoden 2007 – tapahtumaan ilmoittautui 55 opiskelijaa eri aloilta. Lisäksi tapahtumaan osallistui 110 opiskelijaa opintojaksolta ”Osaaminen, innovaatiot ja liiketoiminta”, sillä ammattikorkeakoulun johtoryhmässä päätettiin, että kyseinen opintojakso suoritetaan osallistumalla InnoMaratonin ensimmäiseen vaiheeseen. (Valli 2007, 11.)

Toimeksiantoihin oli mahdollisuus tutustua etukäteen verkossa. Opiskelijat jakaantuivat tiimeihin valitsemalla mielenkiintoisimman vaihtoehdon. Kaikki eivät kuitenkaan saaneet juuri haluamaansa toimeksiantoa, sillä eri toimialojen opiskelijoille oli varattu kiintiöpaikat jokaiseen toimeksiantoon, sillä haluttiin varmistaa tiimien monialaisuus. (Valli 2007, 12–13.)

Toimeksiantajat saivat alustavan käsityksen, mitä he voivat odottaa opiskelijoilta kun heille kerrottiin tiimien kokoonpanoista ja siitä, mitä osaamista kunkin toimialojen opiskelijoilla on tarjota. Tiimien oli tärkeää päästä tutustumaan yritykseen, jolle se kehitti palvelu- tai tuoteideoita, joten toimeksiantajat lupautuivat esittelemään yrityksensä omalle opiskelijatiimilleen sekä he lupautuivat tulemaan InnoMaraton-viikolle kannustamaan tiimiään. (Valli 2007, 14.)

InnoMaraton 2007 aloitettiin näyttävästi, sillä paikalle oli kutsuttu eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan pohjoiset jäsenet, kansanedustajat Kyösti Karjula, Simo Rundgren ja Esko-Juhani Tennilä. Teollisuusneuvos Allan Lehto sekä toimeksiantajia, alueen yrittäjäjärjestön edustajia, yrittäjiä, kaupungin ja kunnan edustajia, ammattikorkeakoulun henkilökuntaa sekä InnoMaratoniin osallistuvat opiskelijat. Paikalla oli lisäksi myös tiedotusvälineitä muun muassa Pohjolan Sanomat, Kaleva sekä Lapin Kansa. Radio Perämeressä oli lähetys tapahtumasta. (Valli 2007, 15–16.)

Ensimmäisen vaiheen voittajakin palkittiin 500 euron innovointistipendillä. Voittajaksi valittiin tiimi, joka kehitti Länsi-Pohjan sairaanhoitopiirin toimeksiannosta opiskelijoiden sähköisiä hyvinvointipalveluja. (Valli 2007, 19–20.)



InnoMaraton 2007-tapahtumassa oli 28 toimeksiantoa, joista seuraavat selvisivät toiselle Innomaraton-viikolle. Länsi-Pohjan sairaanhoitopiiri ky, Kemin Matkailu, Torniolainen lehti, ammattikorkeakoulun terveysala, Tornion kennelkerho, Kallin hiihtokeskus Oy, ammattikorkeakoulu terveysala, BM06 Own Ideas, Tornion kaupunki sekä Länsi-Pohjan sairaanhoitopiiri. (Valli 2007, 20–21)

Toiselle kierrokselle osallistui siis kymmenen toimeksiantoa ja mukana oli kaikkiaan 37 opiskelijaa. Osoittautui erittäin haasteelliseksi lyhyessä ajassa viedä ideoiden kehittäminen kohti liiketoiminnallista konseptia. Kokonaiskilpailun voittajaksi valittiin sama tiimi, joka palkittiin jo ensimmäisellä kierroksella eli tiimi, joka kehitti Länsi-Pohjan sairaanhoitopiirin toimeksiannosta opiskelijoiden sähköisiä hyvinvointipalveluja. Tiimi palkittiin jälleen innovointistipendillä, jonka suuruus oli tällä kertaa 1000 euroa. Myös toiseksi ja kolmanneksi sijoittuneet tiimit palkittiin 500 euron innovointistipendeillä. Toiseksi sijoittui tiimi, joka kehitti Torniolainen-lehden sisältöä ja ulkoasua ja kolmanneksi sijoittui tiimi, joka ideoi Torniolaisen kansainvälisen kahvilan. (Valli 2007, 20–21.)

#### 4.4 Innomaraton 2008

Vuonna 2008 järjestettiin jo kolmas InnoMaraton – tapahtuma. Kyseisenä vuonna tapahtuma laajeni Rovaniemelle. Rovaniemeltä tapahtumaan osallistui yli 80 opiskelijaa. Rovaniemeltä tapahtumaan osallistui myös muutama Lapin yliopiston opiskelija. Kaikkiaan mukana oli 240 opiskelijaa, 14 valmentajaa sekä 27 toimeksiantajaa. (Tervonen & Valli 2009, 7-8.)

Tapahtuma sai jälleen hienon avauksen, kun ulkomaankauppa ja kehitysministeri Paavo Väyrynen avasi tapahtuman Keminmaan Pohjanrannassa. Urheiluvalmentaja – kouluttaja Seppo Immonen Visio Oy:stä piti opiskelijoille tiimivalmennuksen. (Tervonen & Valli 2009, 8.)

Vuoden 2008 voittaja tiimi palkittiin tuhannen euron innovointistipendillä. Voittajaksi valittiin tiimi, joka Arctic Ice Production – yrityksen toimeksiannosta ideoi uudenlaisen palvelukokonaisuuden. Rovaniemellä voittajaksi ja tuhannen euron innovointistipendin

saajaksi valittiin tiimi, joka innovoi SmartUs Oy:lle uuden sukupolven interaktiivisen liikunta-ulottuvuuden. (Tervonen & Valli 2009, 12.)

#### 4.5 Innomaraton 2009

Rovaniemen ammattikorkeakoulun tuotantoalojen kampuksella käynnistyi vuonna 2009 jo neljäs InnoMaraton. Vuonna 2009 uusi tulokas on Lapin yliopisto. Rovaniemen ammattikorkeakoulu on ollut mukana vuodesta 2008 lähtien. Ensimmäisen kerran kaikki koulut toimivat yhteistyössä opetuksen ja opiskelijoiden tasolla. (Tervonen & Valli 2009, 13.)

Tapahtumaan osallistui vajaat 300 opiskelijaa, joista noin 100 oli Rovaniemen ammattikorkeakoulusta, 120 Kemi-Tornion ammattikorkeakoulusta ja 40 Lapin yliopistosta. (Pohjolan Sanomat 2009.)

Vuoden 2009 InnoMaraton – tapahtuman avauksessa puhuivat muun muassa Lappset Groupiin kuuluva SmartUs Oy:n toimitusjohtaja Asko Alanen sekä kahvinvalmistaja Pauligilla, suunnittelu- ja design-toimisto Mozossa ja nyttemmin Vault Finland Ltd:ssä monipuolisen työkokemuksen hankkinut Jussi Leimio. (Tervonen & Valli 2009, 13.)

Vuonna 2009 voittajana palkittiin tiimi, joka kehitti Itellan toimeksiantona ideoita matkapuhelinsovelluksia kuluttajille. Tiimi kehitti omien tarpeidensa ja toiveidensa pohjalta Itellan asiakkaille hyödyllisiä ja tarpeellisia palveluja. Toisena palkittiin tiimi, joka kehitti Movial Oy:n toimeksiannosta palveluita kosketusnäytölliseen Internetiin yhteydessä olevaan laitteeseen. Kolmantena palkittiin tiimi, joka kehitti toimeksiantona Keminmaan puurakenne Oy:lle uuden tuotteen. (Tervonen & Valli 2009, 14–17.)

#### 4.6 Innomaraton 2010

Lapin yliopistolla Rovaniemellä käynnistyi viides InnoMaraton. Vuonna 2010 tapahtumaan osallistui kaikkiaan noin 170 opiskelijaa Lapin yliopistosta sekä Kemi-

Tornion ja Rovaniemen ammattikorkeakouluista. Tapahtumassa oli mukana 15 toimeksiantajaa. (Valli 2010.)

Tapahtuman avaus tapahtui Lapin yliopistolla taiteiden tiedekunnan Asko ja Esko salissa. Tällä kertaa tapahtuman puheita pitivät Arvo Järppinen Lapin korkeakoulukonserninjohtaja sekä Ari Konu Lapin korkeakoulunkehitysjohtaja. Myös Marjo Remes ja Katariina Imporanta Mielandin yrittäjät olivat tapahtumassa kertomassa, kuinka hullusta ideasta heidän yritystoimintansa on lähtenyt käyntiin. Lisäksi aiempien vuosien tapaan urheiluvalmentaja Seppo Immonen valmensi opiskelijat maratonille. (Valli 2010.)

Opiskelijat työskentelivät tiimeissä intensiiviviikon Lapin yliopistolla ja finaali pidettiin Torniossa Mercuriassa Kemi-Tornion ammattikorkeakoululla. (Valli 2010.)

Vuonna 2010 InnoMaratonin voittajatiimi palkittiin jälleen 1000 euron innovointistipendillä. Tällä kertaa voittajaksi valittiin tiimi, joka kehitti Kemin Sataman toimeksiannosta ratkaisuja rautatiekuljetuksien pölyn ja melun torjuntaan taajama-alueella. Toiselle sijalle ylsi tiimi, joka kehitteli ideoita Detria Oy:n toimeksiannosta. Kolmantena palkittiin tiimi, joka ideoi Lapin Kansan toimeksiannosta. Tilaisuudessa jaettiin myös kannustusstipendi, jonka sai Saarenkoti Oy:n toimeksiannosta ideoita kehitellyt tiimi. (Pohjolan Sanomat 2010.)

#### 4.7 Innomaraton 2011

Vuoden 2011 InnoMaraton-tapahtuma käynnistyi Lapin yliopistolla. Opiskelijoita kuudennessa InnoMaraton-tapahtumassa oli mukana noin 220 ja toimeksiantajia tapahtumassa oli mukana 16. Toimeksiantoja oli yhteensä 17 ja yhtä toimeksiantoa työstä pääsääntöisesti kolme ryhmää. (Innomaraton 2011.)

Kuudennen InnoMaraton-tapahtuman avauspuheenvuoroja pitivät Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun rehtori Reijo Tolppi sekä tutkimusmatkailija Patrick Degerman. InnoMaraton-tapahtuman avajaisissa opiskelijatiimit tapasivat toimeksiantajat. InnoMaraton-tapahtuman intensiiviviikko järjestettiin Lapin yliopistolla ja finaali pidettiin Torniossa Kemi-Tornion ammattikorkeakoululla. (Innomaraton 2011.)

Vuonna 2011 InnoMaraton-tapahtuman voittajajoukkueen toimeksiantajana oli Kemi Shipping Oy. Tiimi sai palkinnoksi 1500 euroa. Toiseksi tullut joukkue palkittiin 800 eurolla. Heidän toimeksiantajana oli Kemin laskuvarjokerho. Kolmanneksi tullut joukkue palkittiin 600 eurolla. Heidän toimeksiantajana oli Detria Oy. Tapahtumassa kunniamaininnan ja 400 euroa sai Northern Travel Team. (Innomaraton 2011.)

## 5 VASTAAVIA PROJEKTEJA

### 5.1 Innovaatiokuukausi

Haluttiin edistää innovatiivista yrittäjyyttä, lisätä korkeakouluista yrittäjyyttä sekä mahdollistaa monialaista yhteistoimintaa, ACE-projektin kehittämistyön tuloksena syntyi innovaatiokuukausi. (ACE-hanke 2011)

Vuoden 2009 lopulla järjestettiin ensimmäinen innovaatiokuukausi ja tuolloin 26 henkilöä osallistui kurssille. Innovaatiokuukauden oli suorittanut vuoden 2010 elokuun loppuun mennessä 79 opiskelijaa ja osallistuneita yrityksiä oli yhteensä yhdeksän, oli kolme uutta yritystä ja viisi uutta työpaikkaa syntynyt. Joensuussa ja Kiteellä järjestettiin Innovaatiokuukausia. (ACE-hanke 2011)

Innovaatiokuukausi kiinnostaa opiskelijoita sillä se lisää heidän kiinnostustaan yrittäjyyttä kohtaan ja he hakevat sieltä työkaluja oman yritystoimintansa tueksi. (ACE-hanke 2011)

Vuoden 2010 lopussa järjestettiin kaksi Innovaatiokuukausi koulutuskokonaisuutta. Yrityksiä tuolloin oli mukana 13 ja opiskelijoita osallistui 36. Näiden kahden Innovaatiokuukauden tuloksena syntyi viisi uutta yritystä ja lisäksi syntyi kuusi uutta työpaikkaa. (ACE-hanke 2011)

Viisi Innovaatiokuukausi koulutuskokonaisuutta järjestettiin vuoden 2011 alussa, jolloin 98 henkilöä osallistui tapahtumiin. Lisäksi tapahtumaan osallistui 10 yritystä. Yhteensä tapahtumaan on osallistunut projektin aikana 31 yritystä ja 17 muuta organisaatiota. (ACE-hanke 2011)

Projektin tavoitteena oli kahdeksan uutta yritystä, joka tavoitettiin sillä yrityksiä syntyi kahdeksan sekä lisäksi yksi yritys Nigeriaan. Tavoitteena oli myös 15 uutta työpaikkaan, myös tämä tavoite saavutettiin sillä työpaikkoja projektin aikana syntyi 25 kappaletta. (ACE-hanke 2011)

Innovaatiokuukausi on mahdollisuus, jos sinulla on liikeidea, jota haluat lähteä viemään eteenpäin tai haluaisit jalostaa innovaatiotasi kaupalliseen tarkoitukseen tai sinulta puuttuu jonkin alan osaamista, joka estää idean eteenpäin viemisen tai haluat antaa oman panoksesi jo olemassa olevalle idealle tai sitten haluat kehittää henkilökohtaisia innovointitaitojasi. Innovaatiokuukaudesta on myös mahdollisuus saada 5 opintopistettä. (ACE-hanke 2011)

Innovaatiokuukausi eroaa InnoMaratonista ainakin siinä, että InnoMaratonin tarkoituksena ei ole luoda uusia yrityksiä kuten innovaatiokuukauden. Innomaratonin tarkoituksena on kehittää jo olemassa olevia yrityksiä.

## 5.2 Uusi Sense – liikeideakilpailu

Jos ympärilläsi on unelmatiimi ja hyviä ideoita, Sense-liikeideakilpailu haastaa tiimisi tuotteistamaan ideat liikeideoiksi. Taitava tiimi ja hyvä liikeidea ovat menestyvän liiketoiminnan perusta. (Dyna 2011)

Uusi Sense – liikeideakilpailu on monialainen, joka kehittää innovatiivisia liikeideoita, luo uusia ideoita ja innostaa sekä tarjoaa työkaluja innovaatioiden luomiseen. Pääasiassa Sense on HAMKin, LAMKin sekä Laurean ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoille. Näille opiskelijoille tarjotaan mahdollisuus osallistua Sensen valmennukseen. (Dyna 2011)

Senseen osallistuminen kasvattaa ymmärrystä yrittäjyydestä ja liiketoiminnan ytimestä sekä antaa valmiuksia vuorovaikutustaitojen kehittämiseen ja luo puitteet ideoiden tuotteistamiselle, kehittämiseksi ja myymiseksi. (Dyna 2011)

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena sekä kvalitatiivisena kyselytutkimuksena yhteistyössä InnoMaratonin vuosien 2006–2011 toimeksiantajien kanssa sekä vuoden 2011 InnoMaraton raadin jäsenten kanssa.

Tutkimuksen tekohetkellä InnoMaratonilla oli työstetty 91 toimeksiantoa. Yhdellä toimeksiantajalla saattoi olla useampia toimeksiantoja. Raadissa vuonna 2011 oli 7 henkilöä.

Kvantitatiivinen kyselytutkimus toteutettiin yhteistyössä InnoMaraton vuosien 2006–2010 toimeksiantajien sekä vuoden 2011 InnoMaraton raadin jäsenten kanssa. Kvalitatiivinen kyselytutkimus toteutettiin yhteistyössä InnoMaraton vuoden 2011 toimeksiantajien kanssa.

Kvantitatiivinen tutkimus toimeksiantajille sekä raadin jäsenille suunnattiin Webropol-palvelun avulla tehty kysely. Linkki kyselyyn saatekirjeineen lähetettiin kunkin sähköpostiosoitteeseen.

Tutkimus lähetettiin sähköpostitse 60 toimeksiantajalle sekä 7 raadin jäsenelle. Lisäksi tutkimus lähetettiin kolmelle vuoden 2011 toimeksiantajalle. Vastausaikaa annettiin 14 päivää, ja sen jälkeen lähetettiin muistutuskierrös vastaamattomille. Muistutuskierröksen jälkeen sai vastata vielä viikon. Sen jälkeen lähetettiin toinen muistutuskierrös, jonka jälkeen sai vastata vielä viikon. Sen jälkeen kysely suljettiin Webropolissa.

Toimeksiantajista ja raadin jäsenistä kyselyyn vastasi 18, ja vastausprosentiksi saatiin 26. Kvalitatiivinen tutkimus vuoden 2011 toimeksiantajille tehtiin puhelinhaastatteluina. Toimeksiantajia oli vuonna 2011 15, joista puhelimitse tavoitin 12 toimeksiantajaa, jolloin vastausprosentiksi saatiin 80.

Kvalitatiiviseen tutkimukseen valitsin vuoden 2011 InnoMaratonin toimeksiantajat, sillä InnoMaraton on kehittynyt vuosi vuodelta ja uusimmilta toimeksiantajilta saadaan tuoreita näkemyksiä InnoMaratonin vaikuttavuudesta. Toimeksiantajien haastattelut ovat tärkeitä myös siksi, että InnoMaratonin jatkumisen ja kehittämisen kannalta on tärkeää tietää mitä toimeksiantajat ajattelevat InnoMaratonin jälkeen, miten heidän

mielestään InnoMaratonia kannattaisi kehittää, että myös tulevaisuudessa useat yritykset/yhteisöt lähtisivät mukaan.

Suoritin haastattelun niin, että soitin suoraan vuoden 2011 toimeksiantajalle, esittelin asian ja kysyin, suostuuko hän haastatteluun. Suurin osa toimeksiantajista vastasi puheluuni ja suostui haastatteluun heti tai antoi uuden paremman soittoaajan. Vain kolme toimeksiantajaa jäi tavoittamatta. Heille lähetin Webropol-palvelun avulla tehdyn kyselyn ja lisäsin heidät kvantitatiiviseen tutkimukseen.

Haastattelun suoritin saman kyselylomakkeen pohjalta, jota käytin myös kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Kävin haastateltavien kanssa suhteellisen vapaamuotoista keskustelua, mutta kuitenkin niin, että kyselylomakkeenrunko ohjasi keskustelua. Kaikki haastateltavat olivat tyytyväisiä tutkimukseen ja auttoivat omalta osaltaan tutkimuksen teossa.

Tutkimuslomakkeessa (liite) oli 9 kysymystä, joiden avulla oli tarkoitus selvittää Innomaratonin vaikuttavuutta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin.

Lomakkeen kysymykset 1 ja 9 olivat monivalintakysymyksiä eli vastauksista pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon. Kysymykset 2,4,5,6 ja 7 olivat valintakysymyksiä eli vastauksista pystyi valitsemaan vain yhden vaihtoehdon. Kysymykseen 3 pystyi vastaamaan avoimesti, mitä Innomaraton on tuonut yritykseen. Kysymykseen 8 vastaus valittiin neljästä eri vaihtoehdosta: ”täysin samaa mieltä”, ”jokseenkin samaa mieltä”, ”jokseenkin eri mieltä” tai ”täysin eri mieltä”. Niin sanotun keskivälin vaihtoehdon ”en osaa sanoa” jätin tarkoituksella pois saadakseni tutkimuksellisesti parempaa tietoa. Lomakkeen lopussa oli kaksi avointa kysymystä. Toiseen oli mahdollisuus kertoa omin sanoin, millainen toiminta ammattikorkeakoulun taholta olisi hyödyllistä yritykselle tai organisaatiolle ja toiseen oli mahdollisuus kertoa omin sanoin Innomaratonin vaikuttavuudesta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin.

Tutkimuslomake oli samanlainen toimeksiantajille ja raadin jäsenille, sillä kysymykset olivat sopivia molemmille ryhmille.



## 7 TUTKIMUSTULOKSET

### **Kvalitatiivinen tutkimus**

Kvalitatiivisten tutkimustulosten esittelyssä käyn tutkimustulokset läpi kysymyksittäin. Toimeksiantajien yksityisyyden suojan säilyttämisen vuoksi en mainitse erikseen, kuka vastasi mitään.

Haastattelun aluksi kysyin, ovatko haastateltavat osallistuneet aikaisemmin InnoMaratoniin. Vain neljä oli osallistunut aikaisemmin, muut toimeksiantajat olivat ensikertalaisia. Seuraavaksi kysyin, InnoMaratoniin osallistuminen maksaa 300 euroa. Onko InnoMaraton antanut vastinetta rahalle? Kaikki 12 toimeksiantajaa olivat sitä mieltä, että rahalle oli saatu vastinetta. Mutta yksi toimeksiantaja oli sitä mieltä, että tänä vuonna ei oikeastaan ollut saanut vastinetta, mutta aikaisemmin vuonna 2008 oli kokenut saavansa vastinetta rahalle.

Sitten kysyin, mitä InnoMaraton on tuonut yritykseen. Usealle toimeksiantajalle InnoMaraton oli tuonut uusia ideoita ja näkemyksiä. Kolme toimeksiantajaa oli sitä mieltä, ettei InnoMaraton ollut tuonut mitään heidän yritykselleen. Näistä kolmesta yksi toimeksiantaja sanoi, ettei vuoden 2011 InnoMaraton tuonut mitään, mutta aikaisemmin vuonna 2008, InnoMaratonin avulla oli syntynyt uusi liikeidea ja sen myötä perustettu uusi yritys. Yksi toimeksiantajista koki InnoMaratonin isona hyötynä, sillä se oli tuonut yritykselle markkinointisuunnitelman yrityksen järjestämään tapahtumaan. Lisäksi yritys oli saanut tapahtumaansa apurahaa hakemuksella, joka oli tehty InnoMaratonissa laaditun markkinointisuunnitelman pohjalta.

Yhdelle toimeksiantajalle oli InnoMaratonin avulla saatu uudet nettisivut, mutta ne olivat jääneet kesken. Siksi toimeksiantaja olikin sitä mieltä, että vaikka intensiiviviikko kestää vain viikon olisi hyvin tärkeää, että opiskelijat kuitenkin työstäisivät ideansa loppuun asti. Nyt kun idean toteuttaminen jäi kesken, jää toimeksiannon loppuun vienti toimeksiantajalle, vaikka hän oli antanut sen toimeksiannon opiskelijoille.

Yksi toimeksiantajista sanoi, että sai InnoMaratonin avulla tuoreita ideoita. Lisäksi hän palkkasi InnoMaratonilta yhden uuden työntekijän. Yhdelle toimeksiantajalle oli InnoMaratonin avulla perustettu Facebook -profiili.

Kysyin myös, pitävätkö toimeksiantajat InnoMaratonia erinomaisena keinona edistää Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun ja alueen yrittäjien yhteistyötä. Vain yksi ei pitänyt keinoa erinomaisena, mutta hyvänä.

Seuraavaksi kysyin, hyödyntävätkö vastaajat mielellään ammattikorkeakouluopiskelijoiden osaamista ja tuoreita näkemyksiä liiketoimintansa kehittämisessä. Vastausvaihtoehtoina olivat kyllä ja en. Kaikki 12 toimeksiantajaa vastasi kyllä. Seuraavana kysymyksenä oli, kannustavatko toimeksiantajat opiskelijoita ryhtymään yrittäjiksi. Kaksi toimeksiantajaa vastasi, ettei kannusta opiskelijoita ryhtymään yrittäjiksi. Muut kymmenen kannustavat opiskelijoita ryhtymään yrittäjiksi, mutta melkein jokainen korosti, että olosuhteet huomioon ottaen pitää olla muun muassa kokemusta alalta sekä hyvä liikeidea.

Seuraavaksi oli kahdeksan väitettä joihin vastausvaihtoehto tuli valita neljästä vaihtoehdosta. Ensimmäinen väittämä oli: ”pidän opiskelijoiden työtä laadukkaana.” Siihen kaksi vastasi ”jokseenkin eri mieltä”, seitsemän ”jokseenkin samaa mieltä” ja kolme ”täysin samaa mieltä”. Seuraava väittämä oli, että opiskelijoilla on riittävät tiedot ja taidot suoriutuakseen toimeksiannosta. Siihen viisi vastasi ”jokseenkin eri mieltä”, kuusi ”jokseenkin samaa mieltä” ja yksi täysin samaa mieltä”.

Kolmas väittämä oli, että InnoMaraton kehitti yritystä/yhteisöä. Siihen kolme vastasi ”jokseenkin eri mieltä” ja kahdeksan ”jokseenkin samaa mieltä”. Neljäs väittämä oli, että ryhmän saama tulos oli toteutuskelpoinen. Siihen yksi vastasi ”jokseenkin eri mieltä”, seitsemän ”jokseenkin samaa mieltä” ja neljä ”täysin samaa mieltä”.

Seuraava väittämä oli, että yhteistyö opiskelijoiden kanssa toimi moitteettomasti. Siihen kolme vastasi ”jokseenkin eri mieltä”, kolme ”jokseenkin samaa mieltä” ja kuusi ”täysin samaa mieltä”. Kuudes väittämä oli, että yhteistyö tapahtuman järjestäjän kanssa toimi moitteettomasti. Siihen kolme vastasi ”jokseenkin samaa mieltä” ja yhdeksän ”täysin samaa mieltä”.

Seuraava väittämä oli, että tapahtuman avulla yritys/yhteisö on solminut uusia hyödyllisiä suhteita osajien kanssa. Siihen seitsemän vastasi ”täysin eri mieltä”, neljä ”jokseenkin eri mieltä” ja yksi ”jokseenkin samaa mieltä”. Viimeinen väittämä oli, että aion tulevaisuudessa osallistua Innomaratoniin. Siihen kaksi vastasi ”jokseenkin eri mieltä”, yhdeksän ”jokseenkin samaa mieltä” ja yksi ”täysin samaa mieltä”.

Seuraavaksi kysyin, millainen toiminta ammattikorkeakoulun taholta olisi hyödyllistä yritykselle/organisaatiolle. Vaihtoehtoja pystyi valitsemaan useampia, joita olivat harjoittelijat, yksittäiset toimeksiannot/tehtävät, opinnäytetyöt, voisin toimia mentorina ja ammattikorkeakoulu voisi kouluttaa henkilökuntaani. Kuusi oli sitä mieltä, että harjoittelijat olisivat hyödyllisiä, yksittäiset toimeksiannot/tehtävät saivat kannustusta vain yhdeltä toimeksiantajalta, kahdeksan toimeksiantajan mielestä opinnäytetyöt ovat hyödyllisiä. Vain yksi toimeksiantaja oli kiinnostunut toimimaan mentorina ja kaksi toimeksiantajaa piti hyödyllisenä, että ammattikorkeakoulu voisi kouluttaa henkilökuntaa.

Seuraavaksi oli avoimen palautteen vuoro eli oli mahdollisuus kertoa omin sanoin, millainen toiminta ammattikorkeakoulun taholta olisi hyödyllistä yritykselle/organisaatiolle. Yksi toimeksiantaja oli sitä mieltä, että ammattikorkeakoulun henkilökunta voisi kouluttaa yrittäjiä, esimerkiksi yrittäjien atk-taitoja. Yrittäjät oppisivat tekemään muun muassa nettisivuja. Kurssit, joita järjestetään, ovat usein päivällä, jolloin yksittäiset yrittäjät eivät pääse osallistumaan. Ammattikorkeakoulu voisi järjestää iltakursseja, jolloin yrittäjillä olisi enemmän aikaa osallistua kursseille. Yhden toimeksiantajan mielestä opiskelijat voisivat tehdä erilaisia selvityksiä yrittäjille.

Yksi toimeksiantajista sanoi, että opiskelijat voisivat tehdä case-tapahtumien markkinointia ja toteutuksia. Eräs toimeksiantaja taas sanoi, että opiskelijat voisivat tehdä tilaustöitä muun muassa mediatöitä. Eräs toimeksiantaja ehdotti, että olisi hyvä, jos samat opiskelijat tekisivät useamman vuoden yhteistyötä saman yrityksen kanssa. Vastaajan mielestä yhden viikon pituinen intensiiviviikko on liian lyhyt. Opiskelijat eivät mitenkään voi niin lyhyessä ajassa tutustua yrityksen toimintaan. Vastaajan mielestä InnoMaratonilla opiskelijat ovat liian vähän yhteydessä toimeksiantajaan, opiskelijoiden pitäisi ahkerammin ottaa yhteyttä ja rohkeammin kysyä kysymyksiä toimeksiantajilta. Vastaajan ehdotuksena oli, että esimerkiksi koko opiskelujen ajan samat opiskelijat tekisivät tehtävät samaan yritykseen. Tehtävät tehtäisiin loppuun asti sinne toteutukseen asti, mikä olisi hyödyllistä sekä opiskelijoille että yrityksille. Opiskelijatkin saisivat tehdä ihan oikeita tehtäviä oikeaan yritykseen.

Yhden toimeksiantajan mielestä projekti työt olisivat hyödyllisiä. Eräs toimeksiantaja ehdotti opiskelija konsultti kurssia ja että toimeksiannot olisivat oman alan

toimeksiantoja. Hänen sanojaan lainatakseni ”ei tarvitse yrittää olla insinööri jos ei opiskele insinööriksi”.

Viimeinen kohta haastattelulomakkeella oli avoin palaute, jossa oli mahdollisuus kertoa omin sanoin InnoMaratonin vaikuttavuudesta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Yksi toimeksiantajista sanoi, että Innomaraton on ainakin näkyvä keino, kun eri lehdet esimerkiksi Pohjolan Sanomat ja ilmaisjakelu Lounais-Lappi tekevät juttuja InnoMaratonista. Näin yritykset/yhteisöt saavat ilmaista mainosta.

Useat toimeksiantajat sanoivat, ettei InnoMaratonilla ole vielä niin suurta vaikutusta, mutta olivat sitä mieltä, että InnoMaratonia kannattaa ehdottomasti jatkaa ja kehittää. Lisäksi InnoMaratonia pidettiin opiskelijoille hyvänä välineenä, vaikka sillä ei niin suurta vaikutusta olekaan alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Eräs toimeksiantaja sanoi, että InnoMaraton on hyvä keino pienille yrityksille, jotka ovat juuri aloittanut toimintansa. InnoMaraton nähtiin myös hyvänä mahdollisuutena tai palveluna. Palvelulla tarkoitettiin lähinnä sitä, että yrittäjällä oli mahdollisuus teettää toimeksiantona opiskelijoilla jokin tehtävä.

Yksi toimeksiantajista sanoi, että InnoMaraton on hyvä mahdollisuus yritysten väliselle yhteistyölle. Hän sanoi, että työn laatu riippuu niin opiskelijoiden motivaatiosta. Hänen mielestään pääsykokeiden pitäisi olla niin tasokkaita, että opiskelijoiden täytyy olla aidosti kiinnostuneita alasta saadakseen opiskelupaikan. Tällöin opiskelijoiden motivaatio on korkealla ja työn laatukin on paljon parempaa. Hänen sanojaan lainatakseni ”on ihan naurettavaa sanoa toimeksiantajalle että laita lehtimainos, kun kaikkihan sen tajuaa että voi laittaa lehtimainoksen ynnä muuta sellaista.”

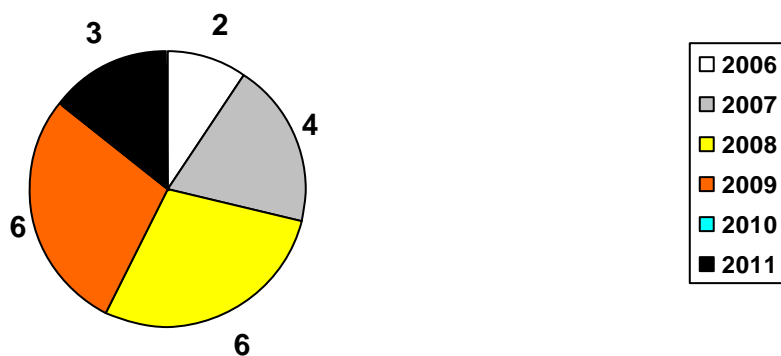
Eräs toimeksiantaja sanoi, että InnoMaraton on todella hyödyllinen, mutta tapahtuman markkinointi on todella huono. Markkinointi pitäisi aloittaa hyvissä ajoin, ei vain muutamaa viikkoa ennen tapahtumaa. Markkinoinnin tulisi olla näkyvää. Tämäkin toimeksiantaja sanoi vain vahingossa kuulevansa tapahtumasta puskaradion kautta ja päätti uteliaisuutta lähteä mukaan tapahtumaan. Lisäksi InnoMaratonilla sanottiin olevan positiivinen vaikutus alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin.

### **Kvantitatiivinen tutkimus**

Kvantitatiivisten tutkimustulosten esittelyssä käytetään diagrammikuviä, joissa esitetään vastaukset kuvan muodossa.

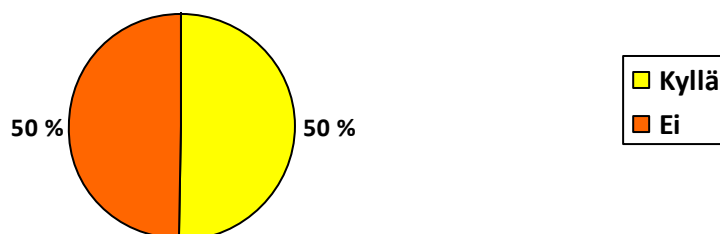
Ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin, minä vuonna toimeksiantaja tai raadin jäsen oli osallistunut InnoMaratoniin. Kysymys oli pakollinen, joten kaikki vastasivat kysymykseen. Vastauksista pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon.

Vastaajista oli osallistunut vuonna 2006 InnoMaratoniin kaksi toimeksiantajaa, vuonna 2007 neljä ja vastaajista kuusi toimeksiantajaa oli osallistunut vuonna 2008, myös 2009 osallistuneita vastaajia oli kuusi. Vastaajista kukaan ei ollut osallistunut InnoMaratoniin vuonna 2010 ja vastaajista kolme oli osallistunut InnoMaratoniin vuonna 2011. (Kuva 1).



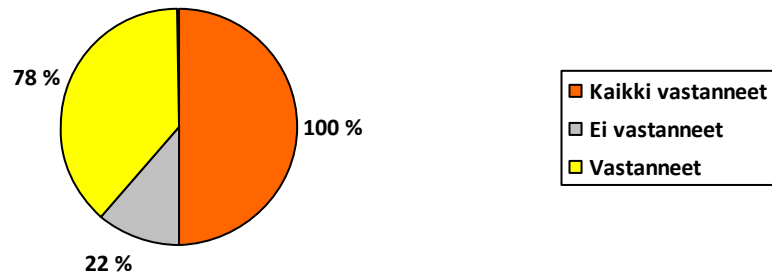
**Kuva 1.** Kaikki vastaajat vuosittain

Innomaratonin osallistuminen maksaa 300 euroa. Seuraavaksi selvitettiin, onko Innomaraton antanut vastinetta rahalle. Kysymys oli pakollinen. Vastaajista 50 % vastasi kyllä ja 50 % ei. (Kuva 2).



**Kuva 2.** InnoMaraton osallistumismaksun antama vastine

Seuraavaksi kysyttiin, mitä InnoMaraton on tuonut yritykseen. Kysymykseen ei ollut pakko vastata. Vastaajista kysymykseen vastasi 14 ja vastausprosentiksi saatiin 78. Neljä vastaajaa eli 22 % jätti vastaamatta. (Kuva 3).



**Kuva 3.** Vastausprosentit, kaikki vastaajat, ei vastanneet ja vastanneet

Kysymykseen pystyi vastaamaan omin sanoin. Neljälle vastaajista InnoMaraton ei omien sanojen mukaan tuonut mitään, mutta useille vastaajille InnoMaratonin myötä oli saatu uusia ideoita ja lisäksi vanhoihin palveluihin oli saatu uusia näkemyksiä. Eräs vastaajista sanoi, että InnoMaraton toi hetkellistä julkisuusarvoa. Hänen mielestään pitempi julkisuus olisi parempi. Voittaessaan InnoMaratonin he saivat hetkellistä julkisuus arvoa, joka lopahti pian. Seuraavassa vastaajien näkemyksiä siitä mitä InnoMaraton on tuonut heidän yritykseensä.

”Vahvistanut jo valmiina olleiden ajatusten toteuttamista ja pitkällä aikavälillä ne ajatukset sitten poikivat lisää asiakkaita ja lisää työpaikkoja.”

”Näkökulmia tapahtumamarkkinointiin. Ei varsinaisesti uutta toimintaa tai palveluja.”

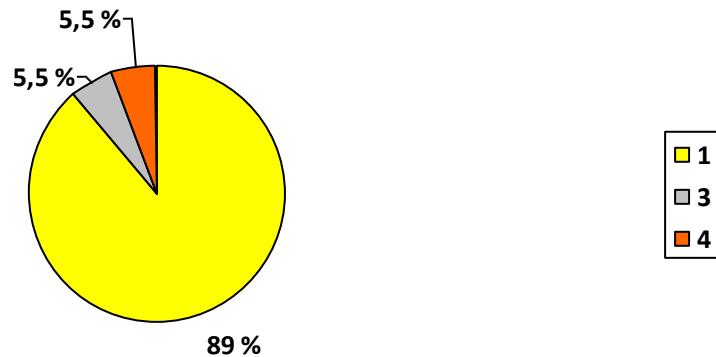
”Toiminta on ajatusten tasolla, ei viety käytäntöön.”

”Ei tuonut yhtään mitään muuta kuin lisää työtä. Meni kuin vesi sormien välistä koko homma.”

”Toi uusia mielenkiintoisia ajatuksia ja vahvisti olemassa olevia suunnitelmia. Olemme tehneet sen pohjalta työsuunnitelmia.”

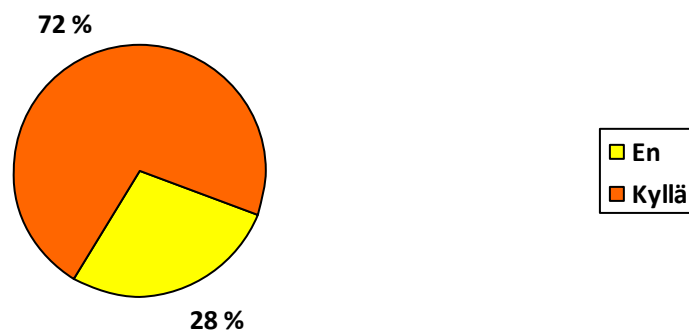
”Uuden suunnan ja yhteistyökumppanit. Uuden ilmeen.”

Seuraavaksi kysyttiin, montako kertaa he olivat osallistuneet InnoMaratoniin. Kysymykseen oli pakko vastata. Vastaajista 89 % oli osallistunut vain kerran InnoMaratoniin. Vastaajista kolme kertaa InnoMaratoniin oli osallistunut 5,5 % ja neljä kertaa 5,5 %. (Kuva 4).



**Kuva 4.** Osallistumiskerrat.

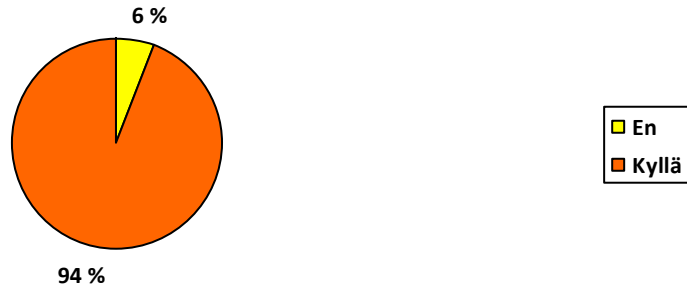
Viides kysymys oli, pitävätkö vastaajat InnoMaratonia erinomaisena keinona edistää Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun ja alueen yrittäjien yhteistyötä. Kysymykseen oli pakko vastata. Vastaajista 72 % vastasi kyllä ja loput 28 % vastaajista ei pitänyt InnoMaratonia erinomaisena keinona edistää ammattikorkeakoulun ja alueen yrittäjien yhteistyötä. (Kuva 5).



**Kuva 5.** Vastaajien näkemys InnoMaraton erinomainen keino edistää ammattikorkeakoulun ja alueen yrittäjien yhteistyötä.

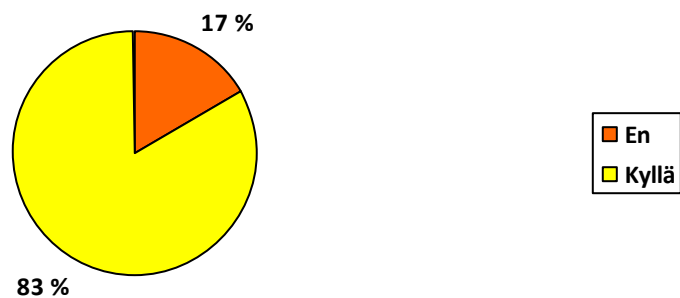
Seuraavaksi kysyttiin, hyödyntävätkö vastaajat mielellään ammattikorkeakouluopiskelijoiden osaamista ja tuoreita näkemyksiä liiketoimintansa

kehittämisessä. Vastaajista 94 % vastasi kyllä ja loput 6 % eli yksi vastaajista ei ollut halukas hyödyntämään ammattikorkeakouluopiskelijoiden osaamista ja tuoreita näkemyksiä. (Kuva 6).



**Kuva 6.** Vastaajien halukkuus hyödyntää ammattikorkeakouluopiskelijoiden osaamista ja tuoreita näkemyksiä

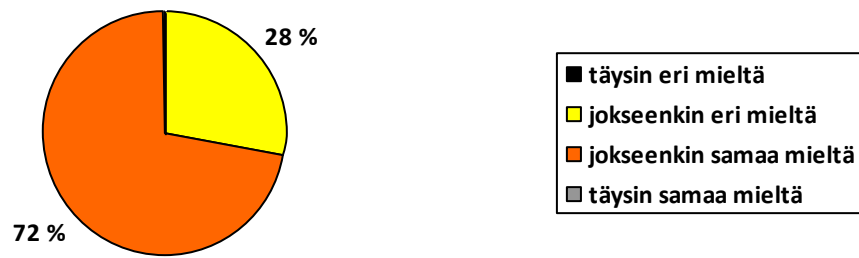
Seitsemäs kysymys oli, kannustavatko vastaajat opiskelijoita ryhtymään yrittäjiksi. Kysymykseen oli pakko vastata. Vastaajista 83 % vastasi kyllä ja 17 % vastaajista ei kannusta yrittäjyyteen ryhtymistä. (Kuva 7).



**Kuva 7.** Vastaajien näkemys siitä, kannattaako opiskelijoiden ryhtyä yrittäjiksi.

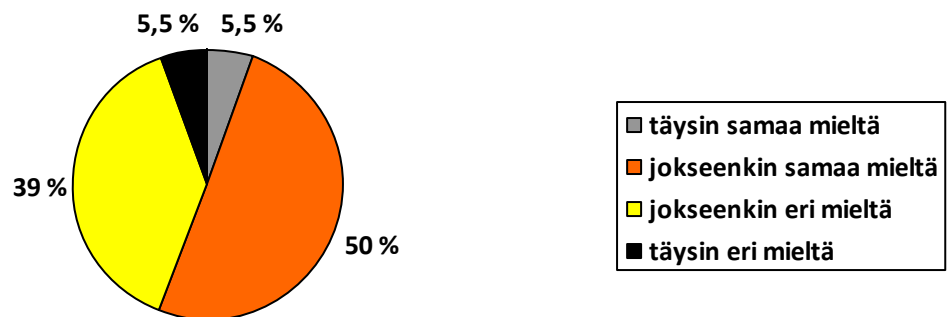
Seuraavaksi oli kahdeksan väittämää. Ensimmäinen väittämä oli, pidän opiskelijoiden työtä laadukkaana. Väittämään vastasi kaikki 18 vastaajaa. Suurin osa vastaajista piti opiskelijoiden työtä laadukkaana. Kukaan vastaajista ei ollut väittämän kanssa täysin samaa mieltä eikä täysin eri mieltä. Vastaajista 72 % vastasi väittämään ”jokseenkin samaa mieltä” ja loput 28 % vastasi ”jokseenkin eri mieltä”. (Kuva 8).





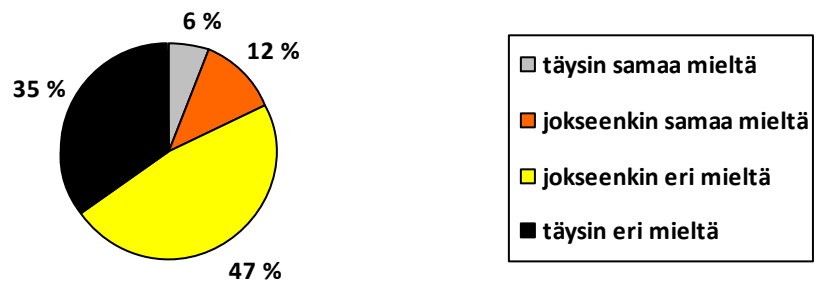
**Kuva 8.** Opiskelijoiden työn laadukkuus

Toinen väite oli, opiskelijoilla on riittävät tiedot ja taidot suoriutuakseen toimeksiannosta. Väittämään vastasi kaikki 18 vastaajaa. Vastaajista 50 % oli väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä. 39 % vastaajista vastasi väittämään ”jokseenkin eri mieltä”. Väittämän kanssa oltiin myös täysin eri mieltä ja täysin samaa mieltä, sillä 5,5 % vastasi väittämään ”täysin eri mieltä” ja 5,5 % ”täysin samaa mieltä”. (Kuva 9).



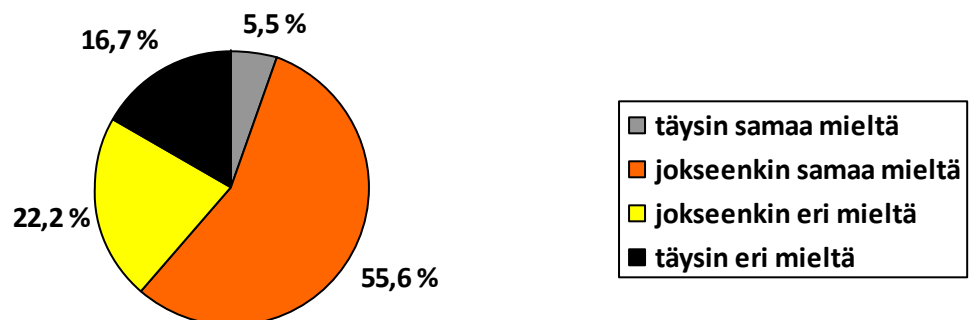
**Kuva 9.** Opiskelijoiden riittävät tiedot ja taidot suoriutuakseen toimeksiannosta

Kolmas väite oli, että InnoMaraton kehitti vastaajan yritystä/yhteisöä. Väittämään vastasi 17 vastaajaa. Yksi vastaajista ei vastannut tähän väittämään ollenkaan. Vastaajista 47 % oli väittämän kanssa jokseenkin eri mieltä. Vastaajista 35 % vastasi väittämään ”täysin eri mieltä”. Väittämän kanssa oltiin myös samaa mieltä, sillä 12 % vastaajista vastasi väittämään ”jokseenkin samaa mieltä” ja 6 % vastasi ”täysin samaa mieltä”. (Kuva 10).



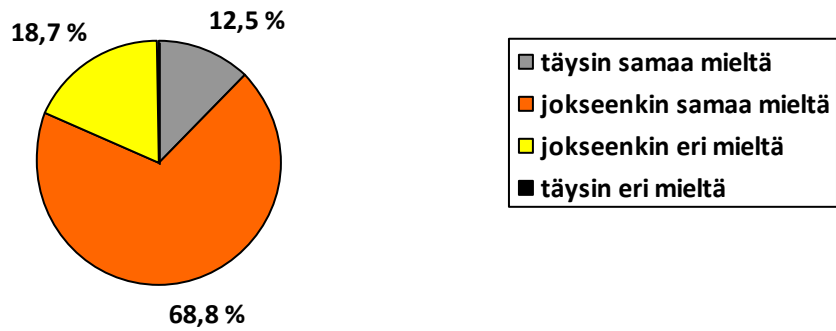
**Kuva 10.** Yrityksen/yhteisön kehittyminen Innomaratonin avulla

Neljäs väittämä oli, ryhmän saama tulos on toteutuskelpoinen. Väittämään vastasi kaikki 18 vastaajaa. Vastaajista 55,6 % oli väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä. Vain 5,5 % vastasi väittämään ”täysin samaa mieltä”. Väitteen kanssa oltiin myös eri mieltä. 16,7 % vastasi väittämään ”täysin eri mieltä”. Lisäksi 22,2 % vastasi väittämään ”täysin eri mieltä”. (Kuva 11).



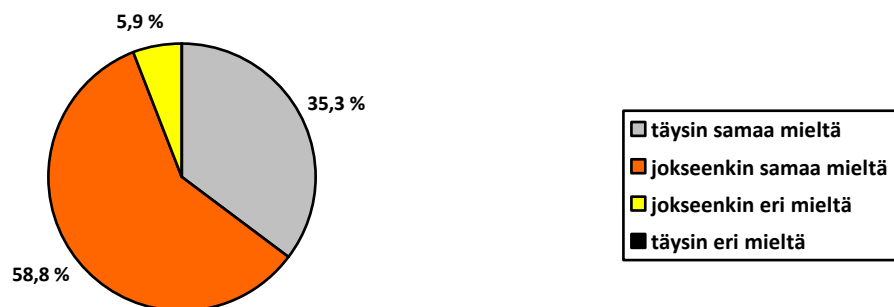
**Kuva 11.** Tuloksen toteutuskelpoisuus

Viides väittämä oli, että yhteistyö opiskelijoiden kanssa toimi moitteettomasti. Väittämään vastasi 16 vastaajaa. Kaksi vastaajista jätti kokonaan vastaamatta tähän väitteeseen. Kukaan ei ollut väittämän kanssa täysin eri mieltä. 68,8 % vastasi väittämään ”jokseenkin samaa mieltä”. 18,7 % vastasi väittämään ”jokseenkin eri mieltä” ja loput 12,5 % vastasi väittämään ”täysin samaa mieltä”. (Kuva 12).



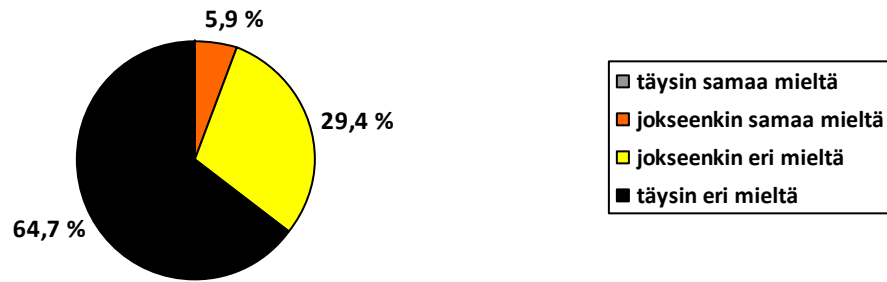
**Kuva 12.** Yhteistyön sujuminen opiskelijoiden kanssa

Kuudes väittämä oli, että yhteistyö tapahtuman järjestäjän kanssa sujui moitteettomasti. Vastaajista 17 vastasi väittämään. Yksi vastaajista ei vastannut tähän väittämään laisinkaan. Kukaan ei ollut väittämän kanssa täysin eri mieltä ja vain 5,9 % oli väittämän kanssa jokseenkin eri mieltä. 58,8 % vastasi väittämään ”jokseenkin samaa mieltä” ja loput 35,3 % oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä. (Kuva 13).



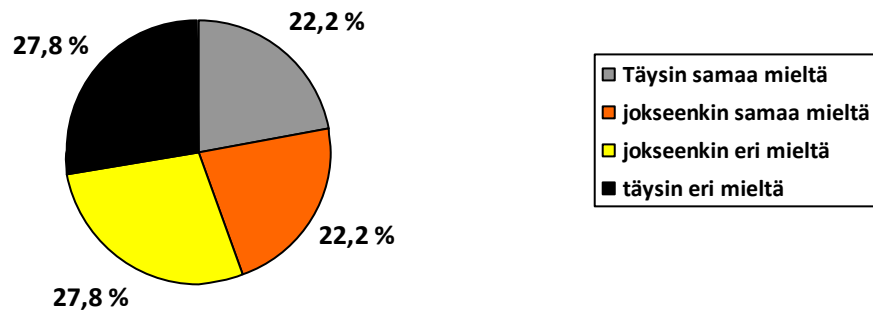
**Kuva 13.** Yhteistyön sujuminen tapahtuman järjestäjän kanssa

Seitsemäs väittämä oli, että tapahtuman avulla vastaajan yritys/yhteisö on solminut uusia hyödyllisiä suhteita osajien kanssa. Vastaajista 17 vastasi väittämään, yksi vastaajista ei vastannut väittämään. Kukaan ei ollut väittämän kanssa samaa mieltä. Ja vain 5,9 % vastasi väittämään ”jokseenkin samaa mieltä”. 29,4 % vastaajista vastasi väittämään ”jokseenkin eri mieltä” ja loput 64,7 % vastasi väittämään ”täysin eri mieltä”. (Kuva 14).



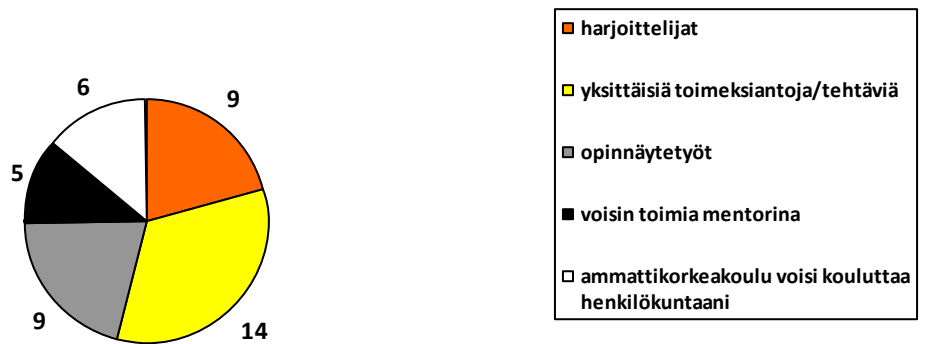
**Kuva 14.** Tapahtuman avulla yritys/yhteisö on solminut uusia hyödyllisiä suhteita osaajien kanssa

Viimeinen väittämä oli, että vastaaja aikoo tulevaisuudessa osallistua InnoMaratoniin. Kaikki vastaajat vastasivat väittämään. 27,8 % vastasi väittämään ”täysin eri mieltä” ja myös ”jokseenkin eri mieltä” vastasi 27,8 %. Vastaajista 22,2 % vastasi väittämään ”jokseenkin samaa mieltä”. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa oli 22,2 % vastaajista. (Kuva 15).



**Kuva 15.** Innomaratoniin osallistuminen tulevaisuudessa

Seuraavaksi kysyttiin, millainen toiminta ammattikorkeakoulun taholta olisi hyödyllistä vastaajan yritykselle/organisaatiolle. Vastausvaihtoehdoista pystyi valitsemaan useamman. Kaikki vastaajat vastasivat kysymykseen. Yhdeksän vastaajaa oli sitä mieltä, että harjoittelijat ovat hyödyllisiä heidän yritykselleen, 14 vastaajaa piti yksittäisiä toimeksiantoja/tehtäviä hyödyllisinä, yhdeksän vastaajan mielestä opinnäytetyöt ovat hyödyllisiä. Vastaajista viisi voisi toimia mentorina ja kuusi vastaajaa oli sitä mieltä, että ammattikorkeakoulu voisi kouluttaa heidän henkilökuntaansa. (Kuva 16).



**Kuva 16.** Hyödyllinen toiminta ammattikorkeakoulun taholta yritykselle/organisaatiolle

Seuraavaksi oli mahdollisuus omin sanoin kertoa, millainen toiminta ammattikorkeakoulun taholta olisi hyödyllistä heidän yritykselle/organisaatiolle. Kysymykseen ei ollut pakko vastata. Useat vastaajat olivat sitä mieltä, ettei Innomaratonia markkinoitu tarpeeksi näkyvästi. Monet toivoivatkin huomattavasti aktiivisempaa markkinointia. Heidän mielestään Innomaratonia tulisi markkinoida useita kuukausia ennen tapahtuman alkua. Muutaman päivän markkinointi ennen tapahtuman alkua ei riitä. Lisäksi nousi esille, ettei ammattikorkeakoulu pidä riittävästi yhteyttä yrittäjiin. Myös oppilaiden toivottiin olevan rohkeampia kysymään neuvoa ja ottamaan aktiivisesti yhteyttä yrittäjiin. Ammattikorkeakoulun ja yrittäjien yhteistyötä kehoitettiin pitämään aktiivisesti yllä. Seuraavassa on vastaajien näkemyksiä siitä, millainen toiminta ammattikorkeakoulun taholta olisi hyödyllistä yrityksille/organisaatioille.

”Markkinatutkimus”

”Innomaraton ei matkailualueorganisaation kannalta toiminut niin hyvin kuin esimerkiksi yrityksen kanssa vois kuvitella toimivan. Innomaratonin konkreettiset tulokset eivät vastanneet sitä mielikuvaa, mikä meillä oli saavutettavista tuloksista Innomaratonin lähtiessä. Kaipasimme pidemmälle vietyjä toteutuksia annetusta toimeksiannosta ja ehkä tiiviimpää yhteistyötä opiskelijoiden kanssa. Lisäksi käsittääksemme ryhmän tuli koostua yliopisto- ja ammattikorkeakouluopiskelijoista, mutta meidän ryhmässä ei näin ollut. Tulevaisuudessa kannattaa miettiä ryhmien jakamista opettajien toimesta.”

”Vastaavanlaisten ryhmien kanssa eri vaihtoehtojen ja uusien ajatusten keräily ja läpikäyminen on erittäin hyödyllistä”

”Yksittäiset, nopealla aikataululla toteutettavat kehittämisprojektit”

”Meillä on toimiva ja innovatiivinen yritys, johon mielellämme otamme eri alojen harjoittelijoita tuomaan uusia näkemyksiä ja apuakin yritykseen. Aloja, joilta voi yritykseen tulla, olisi mm. media, markkinointi, graafinen suunnittelu, ATK ym. Olen kiinnostunut myös, mitä tuo mentorointi pitää sisällään...”

”Innomaratoonin on erinomainen keino, ja jos sitä voisi käyttää vielä pitemmälle esim. tuotepakettien teko ja testaus (olemme matkailualalla), jolloin usein työläs ja vaativa vaihe jää tekemättä ominvoimin.”

”Vaikka meille ei tästä sen kummempaa jatkoa seurannutkaan, Innomaraton on hyvä ja tarpeellinen asia niin opiskelijoiden kuin yritystenkin kannalta. Se on kuulemani mukaan johtanut palkkauksiin asti.”

Viimeisessä kohdassa oli mahdollisuus kertoa omin sanoin InnoMaratonin vaikuttavuudesta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Useat kertoivat InnoMaratonin vaikuttavan positiivisesti alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. InnoMaratonin pidettiin erinomaisena mahdollisuutena tehdä uusia innovatiivisia tuotteita.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää onko InnoMaratonilla vaikuttavuutta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Tutkimustulosten perusteella InnoMaratonilla ei vielä ole suurta vaikuttavuutta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin, mutta InnoMaratonilla on mahdollisuudet vaikuttaa alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin kun vain panostetaan ja jatko kehitetään InnoMaratonia yhdessä opiskelijoiden ja toimeksiantajien kanssa.

Yksi tutkimuskysymyksistä oli, että mitä InnoMaraton on tuonut vastaajan yritykseen. Useimmat vastasivat, että InnoMaraton on tuonut uusia ideoita. Mutta opiskelijoiden luomia uusia ideoita ei osattu kuitenkaan arvostaa tarpeeksi vaikka ideoita pidettiin hyvinä. Vastaajat odottivat opiskelijoiden vievän ideat käytäntöön asti. InnoMaratonin päätarkoitus ei kuitenkaan ole ideoiden vieminen käytäntöön asti vaan tarkoitus on kehittää yritykselle uusia tuote- ja palveluideoita.

Pk-yrityksien resurssit ovat yleensä sidottuina perustoimintojen tekemiseen, jolloin yrityksen resurssit eivät riitä uusien ideoiden kehittämiseen. InnoMaraton-tapahtuma tarjoaa opiskelijat lisäresursseiksi pk-yrityksille kehittämään uusia ideoita. Laadullisen tutkimuksentulokset osoittivatkin, että 300 euron osallistumismaksulle oli saatu vastineeksi pääasiassa kehityskelpoisia ideoita. Myös määrällisen tutkimuksentulokset osoittivat, että oli saatu kehityskelpoisia ideoita, mutta vain puolet vastaajista oli sitä mieltä, että kehityskelpoiset ideat ovat vastinetta osallistumismaksulle.

Yrityksien kilpailijoiden toiminta kehittyi kokoajan ja asiakkaiden vaatimukset kasvavat. Innovaatioiden, kehityskelpoisten ideoiden ja luovuuden hyödyntäminen on yksinkertaisesti välttämätöntä, että yritys pysyy mukana maailman muutoksissa. Kehityskelpoisista ideoista voi työstää merkittäviä innovaatioita.

Yksi tutkimuskysymys oli, että millainen toiminta ammattikorkeakoulun taholta olisi hyödyllistä vastaajan yritykselle. Vastaajat pitivät hyödyllisinä muun muassa opinnäytetöitä ja yksittäisiä toimeksiantoja/tehtäviä sekä työharjoittelua. InnoMaratonin tarkoituksena on, että kehityskelpoisten ideoiden työstäminen jatkuu opiskelijoiden kanssa esimerkiksi juuri opinnäytetyönä tai työharjoitteluna. Ideoiden työstäminen opiskelijoiden kanssa voisi jatkua jopa tulevaisuuden työpaikkana.

Kehityskelpoisten ideoiden työstäminen käytäntöön asti muun muassa opinnäytetöiden merkeissä olisi vastaus toimeksiantajien odotuksiin. Lisäksi kehityskelpoisten ideoiden työstämistä opiskelijoiden kanssa voisi jatkaa esimerkiksi muilla opintojaksoilla.

Mäkeläisen & Solatien (2009, 68) mukaan yrityksen sisäistä tuotekehitystä tarvitaan, mutta huomattavaa lisäarvoa yritykselle luo ulkopuolinen tuotekehitys. Pienien yritysten kannattaa hyödyntää yrityksen ulkopuolisia tuotekehitysresursseja, sillä pienillä yrityksillä on usein pienemmät resurssit kuin isoilla yrityksillä.

Useimmat vastaajat olivat sitä mieltä, että opiskelijoiden kannattaa ryhtyä yrittäjäksi olosuhteet huomioon ottaen korostaen muun muassa kokemusta alalta, liikeideaa sekä ihmisen ominaisuuksia. Koirasen (1993, 76) mukaan yrittäjän uskallus, motivaatio sekä valmius ovat yrittäjyyden kulmakiviä.

Yrittäjäksi ryhtymistä edesauttavat tietyt ominaisuudet, joita ovat muun muassa yrittäjän oma halu, tahto sekä yrittäjävalmiudet. Asiakassuhteiden hoidossa ja asioidessa yhteistyökumppaneiden kanssa välttämättömiä ominaisuuksia ovat yhteistyökyky, ulospäin suuntautuneisuus ja täsmällisyys. Monipuolista osaamista omalta toimialalta on hyvä olla yrittäjäksi aikovalla. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 10-11.)

Tutkimustulokset osoittivat, ettei InnoMaratonilla ole vielä suurta vaikuttavuutta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Vastaajat kuitenkin pitivät opiskelijoiden työtä laadukkaana ja usean vastaajan mielestä opiskelijoilla on riittävät tiedot ja taidot selviytyä toimeksiannoista. Usean vastaajan mielestä InnoMaraton kehitti vastaajan yritystä/yhteisöä jollain tasolla. Lisäksi useat vastaajat aikovat osallistua InnoMaratoniin myös tulevaisuudessa ja lähes kaikki vastaajat hyödyntävät mielellään ammattikorkeakouluopiskelijoiden osaamista ja tuoreita näkemyksiä.

Mielestäni tutkimustulosten perusteella InnoMaratonilla on tulevaisuudessa hyvät mahdollisuudet vaikuttaa alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Tutkimustulokset osoittivat, että tällä hetkellä InnoMaratonilla on positiivinen vaikuttavuus alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Lisäksi InnoMaratonia pidettiin erinomaisena mahdollisuutena tehdä uusia innovatiivisia tuotteita.

Tutkimustulokset osoittivat, että InnoMaratonia pitäisi markkinoida aktiivisemmin. Toivottiin näkyvämpää markkinointia, joka alkaisi useita kuukausia ennen tapahtuman alkua. Useat vastaajat olivat ohimennen kuulleet InnoMaraton-tapahtumasta ja ihmettelivätkin tapahtuman vähäistä markkinointia.



Jatkotutkimusehdotukseni on, että tehtäisiin kysely lapin alueen eli Kemi-Tornion ja Rovaniemen alueen pk-yrityksille, tietävätkö he mikä on InnoMaraton ja olisivatko he kiinnostuneita osallistumaan InnoMaraton-tapahtumaan.

## LÄHTEET

**Painetut**

Anneberg, Martti & Jokela, Pia 1995. Yrittäjyys - ammatti ja tulevaisuus. WSOY.

Kallio Juha & Ripatti Erika & Tanni Katri 2008. Oma yritykseni. Tammer-paino Oy,  
Tampere.

Kananen, Jorma 2008. Kvali - Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet.

Jyväskylän yliopistopaino, Jyväskylä.

Koiranen, Matti 1993. Ole yrittäjä – Ulkoinen ja sisäinen yrittäjyys. Tammer-paino Oy,  
Tampere.

Korpelainen, Kari & Lampikoski, Kari 1997. Innovatiivisuus – muutosvoima. WSOY,  
Helsinki.

Laukkanen, Mauri 2007. Kasvuyritys. Talentum, Helsinki.

Lehti, Matti 2006. ”Yritysoistoista alle puolet onnistuu”. Helsingin Sanomat. 22.1.2006,  
D6.

Lemola, Tarmo 2009. Innovaation uudet haasteet ja haastajat. WSOY, Vantaa.

Mäkeläinen, Mika & Solatie Jim 2009. Ideasta innovaatioksi. Luovuus hyötykäyttöön.  
Kariston Kirjapaino Oy.

Saarela, Jussi 2010. Kauppätieteilijä voi hallita myös tekniikan taidot. Pohjolan  
Sanomat. 13.2.2010.

Suomi on viidenneksi kekseliäin 2011. S-ryhmän ammattilehti Ässä. 8.11.

Valli, Satu 2007. toim. Lausas, Pia-Maria. Innomaraton – Startti tulevaisuuteen.  
SOLVER palvelut Oy, Anjalankoski.

Vasara, Veera 2009. InnoMaraton starttasi kolmen korkeakoulun voimin. Pohjolan

Sanomat. 13.1.2009.

### **Painamattomat**

ACE-hanke. Etusivu. Luettu 30.6.2011.

<<http://www.acehanke.fi/fi/etusivu/>>

DYNA. Etusivu. Sense 2011 Liikeideakilpailu. Luettu 11.7.2011.

<<http://dyna.fi/sense-2011-liikeideakilpailu>>

FINLEX ® - Valtion säädöstietopankki. Lainsäädäntö. Ajantasainen lainsäädäntö. 2003.

9.5.2003/351. Luettu 4.1.2011.

<<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030351>>

Innomaraton. Etusivu. Uutiset. Luettu 10.12.2011.

<<http://www.innomaraton.fi/>>

Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Etusivu. Esittely. Historia. Luettu 4.1.2011.

<<http://www.token.fi/Suomeksi/Esittely/Historia.iw3>>

Lapin yliopisto. Tietoa yliopistosta. Esittely. Luettu 18.1.2011.

<[http://www.ulapland.fi/Suomeksi/Tietoa\\_yliopistosta/Esittely.iw3](http://www.ulapland.fi/Suomeksi/Tietoa_yliopistosta/Esittely.iw3)>

Lapin yliopisto. Tietoa yliopistosta. Strategia. Luettu 18.1.2011.

<[http://www.ulapland.fi/Suomeksi/Tietoa\\_yliopistosta/Strategia.iw3](http://www.ulapland.fi/Suomeksi/Tietoa_yliopistosta/Strategia.iw3)>

Psycon. Ajankohtaista. Psycon Wiews 1/2010. Liiketoimintalähtöinen osaamisen  
kehittäminen. Luettu 21.9.2011.

<[http://www.psycon.fi/ajankohtaista/psycon\\_views/1001/fi\\_FI/liiketoimin  
talahtoinen-osaamisen-kehittaminen/](http://www.psycon.fi/ajankohtaista/psycon_views/1001/fi_FI/liiketoimin<br/>talahtoinen-osaamisen-kehittaminen/)>

Psycon. Ajankohtaista. Psycon Wiews 1/2010. Minne osaamisen kehittämisellä pitäisi  
tähdätä? Luettu 21.9.2011.

<[http://www.psycon.fi/ajankohtaista/psycon\\_views/1001/fi\\_FI/paakirjoituss/](http://www.psycon.fi/ajankohtaista/psycon_views/1001/fi_FI/paakirjoituss/)>

Rovaniemen ammattikorkeakoulu. RAMK. Luettu 18.1.2011.

<<http://www.ramk.fi/fi/RAMK.iw3>>

Tervonen, Pirkko & Valli, Satu 2009. Lapin korkeakouluopiskelijat pk-yritysten innovoijiksi. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu, Rovaniemen ammattikorkeakoulu, lapin yliopisto, loppuraportti.

Tilastokeskus. Etusivu. Yritykset. Yritysrekisterin vuositilasto. 2004. Katsaus yrityksiin ja toimipaikkoihin 2004. Luettu 22.11.2011.

< [http://www.stat.fi/til/syr/2004/syr\\_2004\\_2005-11-30\\_kat\\_001.html](http://www.stat.fi/til/syr/2004/syr_2004_2005-11-30_kat_001.html)>

Tilastokeskus. Etusivu. Yritykset. Yritysrekisterin vuositilasto. 2007.TOL 2008.

Katsaus yrityksiin ja toimipaikkoihin 2007. Luettu 22.11.2011.

<[http://www.stat.fi/til/syr/2007/01/syr\\_2007\\_01\\_2009-02-10\\_kat\\_001.html](http://www.stat.fi/til/syr/2007/01/syr_2007_01_2009-02-10_kat_001.html)>

Työ- ja elinkeinoministeriö. Ajankohtaista. Julkaisut. Työ ja yrittäjyys. Luettu 5.1.2011.

Yrittäjyyskatsaus 2010. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 60/2010

<[http://www.tem.fi/files/27967/TEM\\_60\\_2010\\_netti.pdf](http://www.tem.fi/files/27967/TEM_60_2010_netti.pdf)>

Valli, Satu 2010. Innomaraton käynnistyi Lapin yliopistolla. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu.

Valli, Satu 2006. Innomaraton uusia tuotteita ja palveluja alueen yrityksille. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu.

Webropol. Etusivu. Yliopistot ja korkeakoulut. Luettu 25.1.2011

<<http://w3.webropol.com/finland/kaeyttoalueet/yliopistot-ja-korkeakoulut>>

Yritys-Suomi. Etusivu. Kehittyminen. Osaamisen kehittäminen. Henkilöstökoulutus.

Luettu 21.9.2011.

<<http://www.yrityssuomi.fi/web/quest/henkilostokoulutus>>

Yritys-Suomi. Etusivu. Kehittyminen. Tuote- ja palvelukehitys. Luettu 21.9.2011.

<<http://www.yrityssuomi.fi/web/quest/tuote-ja-palvelukehitys>>



Tutkimus Innomaratonin vaikuttavuudesta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin.

Olen liiketalouden opiskelija Kemi-Tornion ammattikorkeakoulusta.

Tutkin opinnäytetyössäni Innomaratonin vaikuttavuutta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin.

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Kemi-Tornion ammattikorkeakoululle Innomaratonin vaikuttavuudesta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin. Osallistumalla tutkimukseen voit osaltasi vaikuttaa Innomaratonin kehittämiseen.

Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on olennaista, että kaikki pyrkivät täyttämään lomakkeen mahdollisimman huolellisesti. Lomakkeen täyttäminen vie ajastasi 5-10 minuuttia.

Vastaukset käsitellään täysin luottamuksellisesti ja vastauslomakkeiden tiedot jäävät ainoastaan tutkijan käyttöön.

Kiitos ajastasi!

Anna-Riitta Kauppi

Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu

Lisätietoja voi kysyä tarvittaessa sähköpostitse: [anna-riitta.kauppi2@edu.tokem.fi](mailto:anna-riitta.kauppi2@edu.tokem.fi) tai puh. 050 343 5886

## Innomaratonin vaikuttavuus alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin

### 1. Minä vuonna osallistuitte Innomaratoniin? \*

Valitse oikea vuosi/vuodet.

- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011

### 2. Innomaratoniin osallistuminen maksaa 300 euroa. Onko Innomaraton antanut vastinetta rahalle? \*

Valitse vaihtoehto.

- Kyllä
- Ei

### 3. Mitä Innomaraton on tuonut yrityksenne?

uuden tuotteet/palvelun, työntekijän yms

### 4. Montako kertaa olette osallistunut Innomaratoniin? \*

Valitse vaihtoehto.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

### 5. Pidätkö Innomaratonia erinomaisena keinona edistää Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun ja alueen yrittäjien yhteistyötä? \*

Valitse vaihtoehto.

- Kyllä
- En

### 6. Hyödynnättekö mielellänne ammattikorkeakouluopiskelijoiden osaamista ja tuoreita näkemyksiä liiketoimintanne kehittämisessä? \*

Valitse vaihtoehto.

- Kyllä
- En

### 7. Kannustatteko opiskelijoita ryhtymään yrittäjiksi? \*

Valitse vaihtoehto.

- Kyllä
- En

## 8. Vastaa alla oleviin väitteisiin valitsemalla mielestäsi oikea vaihtoehto. \*

1=täysin eri mieltä 2=jokseenkin eri mieltä 3=jokseenkin samaa mieltä 4=täysin samaa mieltä

	1	2	3	4
Pidän opiskelijoiden työtä laadukkaana				
Opiskelijoilla on riittävät tiedot ja taidot suoriutuakseen toimeksiannosta				
Innomaraton kehitti yritystäni/yhteisöäni				
Ryhmän saama tulos on toteutuskelpoinen				
Yhteistyö opiskelijoiden kanssa toimi moitteettomasti				
Yhteistyö tapahtuman järjestäjien kanssa toimi moitteettomasti				
Tapahtuman avulla yritykseni/yhteisöni on solminut uusia hyödyllisiä suhteita osaajien kanssa				
Aion tulevaisuudessa osallistua Innomaratoniiin				

## 9. Millainen toiminta ammattikorkeakoulun taholta olisi hyödyllistä teidän yritykselle/organisaatiolle?

- harjoittelijat
- yksittäisiä toimeksiantoja/tehtäviä
- opinnäytetyöt
- voisin toimia mentorina
- ammattikorkeakoulu voisi kouluttaa henkilökuntaani

## 10. Avoin palaute.

Avoimella palautteella voitte kertoa omin sanoin millainen toiminta ammattikorkeakoulun taholta olisi hyödyllistä teidän yritykselle/organisaatiolle.

## 11. Avoin palaute

Avoimella palautteella voitte kertoa omin sanoin Innomaratonin vaikuttavuudesta alueen elinkeinoelämään ja organisaatioihin.