

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutusohjelma

2019

Anna Sarjomaa

MARKKINATUTKIMUS ASSISTENTTIPALVELUIDEN TARPEESTA TURUN TALOUSALUEELLA

– Case Oma Assari Oy

Anna Sarjomaa

MARKKINATUTKIMUS ASSISTENTTIPALVELUIDEN TARPEESTA TURUN TALOUSALUEELLA

- Case Oma Assari Oy

Opinnäytetyö on markkinatutkimus assistentti- ja toimistopalveluiden tarpeesta Turun talousalueen mikro- ja pienyritysten keskuudessa. Toimeksiantajana toimii Oma Assari Oy, joka tarjoaa toimistoapu- sekä tilitoimistopalveluita Turun talousalueella.

Tehtävänäni oli selvittää toimeksiantajani pyynnöstä, minkälainen tarve Turun talousalueen pien- ja mikroyrityksillä on toimistoapupalveluille, sekä kuinka paljon yritykset ja yrittäjät käyttävät omaa aikaansa niihin töihin, joita Oma Assari voisi tehdä. Lisäksi mielenkiinnon kohteena oli tutkia vastaajien arvostusta vapaa-aikaansa kohtaan tulevaa markkinointinäkökulmaa ajatellen.

Tavoitteena oli saada kyselylomakkeen avulla arvokasta tietoa paikallisten yritysten palvelutarpeista, uusia liidejä sekä Oma Assari Oy:n markkinointia tukevia johtopäätöksiä ja jatkotoimenpiteitä.

Tuloksena oli, että monipuoliselle toimistoapupalveluille ja ulkoistettavalle assistenttityölle oli kysyntää ja kiinnostusta vastaajien kesken. Vastaajat kokivat ydinliiketoiminnan ulkopuolisten työtehtävien vievän runsaasti aikaa ja olisivat valmiita ulkoistamaan niitä.

ASIASANAT:

- Markkinatutkimus
- Toimistoapupalvelut
- Assistenttipalvelut
- Ostopalvelut
- PESTE-analyysi
- SWOT-analyysi
- Yrittäjyys
- Mikroyritys
- Turun talousalue

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Business

2019 | 32 pages, 3 pages in appendices

Anna Sarjomaa

MARKET RESEARCH OF THE NEED FOR OFFICE ASSISTANCE SERVICES IN THE ECONOMIC AREA OF TURKU

- Case Oma Assari Ltd.

The thesis is a market research of the need of assistant and office services among micro and small businesses in the Turku economic area. The client is Oma Assari Ltd, which provides office assistant and accounting services in the Turku area.

The main purpose was to research what kind of demand does Turku area's small businesses have for office assistant services and how much time companies and entrepreneurs spend their time on doing the office tasks which could be outsourced to Oma Assari. There was also an interest to find out how the responders valued their spare time for further marketing angles.

The goal of the market research was to get valuable information with the help of the questionnaire about service needs of local companies and also to have new leads and to get conclusions for further marketing actions with the help of the questionnaire.

The result was that there was a need for outsourced office service provider. Respondents experienced that the external tasks of core business took a lot of time and effort and the responders were ready to outsource the tasks.

KEYWORDS:

- Market research
- Office assistance
- Assistant services
- Outsourcing
- PESTE-analysis
- SWOT-analysis
- Entrepreneurship
- Micro-enterprise
- Economic area of Turku

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 TOIMISTOAPUPALVELUT	3
3 KATSAUS TOIMEKSIANTAJAAN	5
3.1 Oma Assari yrityksenä - Alkuvaiheet	6
3.2 Oma Assari yrityksenä - Tilanne nyt	7
4 OMA ASSARIN TOIMITAYMPÄRISTÖ	9
4.1 Sisäiset tekijät	9
4.2 Ulkoiset tekijät	10
4.3 SWOT-analyysi	14
5 CASE OMA ASSARI OY - MARKKINATUTKIMUS	16
6 MARKKINATUTKIMUKSEN JÄLKISATO	31
LÄHTEET	33

LIITTEET

Liite 1. Sähköposti/saatekirje kyselyyn valituille

Liite 2. Kysymyslomake

KUVAT

Kuva 1. Oma Assarin henkilökunta. Omistajat Sanna Tammisto vasemmalla, Eve Rusi kolmas oikealta (Oma Assari 2019)	8
Kuva 2. Oma Assarin PESTE-analyysi	14
Kuva 3. Oma Assarin SWOT-analyysi	15
Kuva 4. Yrityksesi sijainti	17
Kuva 5. Yrityksesi henkilöstökoko	18
Kuva 6. Yrityksen liikevaihto vuodessa.	19
Kuva 7. Onko yrityksessä toimitustyötä päätehtävänäan tekevää työntekijää?	20
Kuva 8. Mitkä ydinliiketoimintasi ulkopuoliset asiat eritoten vievät aikaasi?	22

Kuva 9. Asteikolla 1-5, kuinka paljon ydinliiketoiminnan ulkopuoliset yrityksen työtehtävät aiheut-tavat stressiä? 1 - Ei lainkaan, 5 - Erittäin paljon	23
Kuva 10. Koetko tarvitsevasi apua edellä mainittuihin työtehtäviin?	24
Kuva 11. Paljonko työaikaa kuluu viikossa muuhun kuin omaan ydinliiketoimintaan (alustava kirjanpito, some, laskutus ym.)?	25
Kuva 12. Toivoisitko saavasi enemmän vapaa-aikaa käyttöösi?	26
Kuva 13. Asteikolla 1-5, kuinka paljon arvostat vapaa-aikaasi? 1 - Erittäin vähän, 5 - Erittäin paljon	26
Kuva 14. Olisiko valmis ulkoistamaan toimistotöitä ja muita ydinliiketoimintasi ulkopuolisia tehtäviä tuntiveloitteisesti?	28
Kuva 15. Mitä töitä olisit valmis ulkoistamaan?	29
Kuva 16. Olisitko kiinnostunut kuulemaan tämän kaltaisesta palvelusta enemmän?	30

TAULUKOT

Taulukko 1. Toimistoapupalveluiden erittely ja selvennys esimerkein	4
---	---

1 JOHDANTO

Ylivoimainen enemmistö olemassa olevista yrityksistä on mikroyrityksiä, eli yrityksiä, joissa henkilöstön määrä on 1-10 työntekijää yrittäjä mukaan luettuna. Tämän kokoisissa yrityksissä harvoin on palkattuna henkilöä hoitamaan varta vasten yrityksen moninaisia toimistotyötehtäviä ja juoksevia talousasioita, vaan tehtävät jäävät usein yrittäjän itsensä tai muut työntekijän hoidettaviksi. Tämä aiheuttaa usein haittaa liiketoiminnalle, sillä ydinliiketoiminnan ulkopuoliset asiat, kuten laskutus, kirjanpito, osto- ja myyntireskontran, sekä muiden toimistotöiden hoitaminen vie merkittävästi aikaa ja vai-
vaa, joka taas on pois yrityksen taloudellisesti tuottavasta liiketoiminnasta. Yrittäjät kokevat vapaa-ajan menetystä, stressin lisääntymistä, tulojen vähenemistä sekä turhautuneisuutta edellä mainituista seikoista johtuen ja näillä on suora negatiivinen vaikutus yrityksen ilmapiiriin, kuormittavuuteen, vakavaraisuuteen ja suuressa mittakaavassa kansantalouteen. Mikroyrityksissä ja etenkin yksinyrittäjillä voimavarat ja resurssit ovat erittäin rajalliset, jolloin on varsin tärkeää huomioida ajan tehokas kohdentaminen tuot-
taviin toimenpiteisiin ja töihin. Toimistotyöt ja muut hallinnolliset ei-ydinliiketoiminnalliset työtehtävät ovat pakollisia toimenpiteitä yrityksen pyörittämisessä, vaikka aikaa ei niihin millään ehtisi löytämään, eikä olisi varaa palkata työntekijää. Aihe on ajankohtainen yhteiskunnallisen työnantajien ja työntekijöiden oikeuksien herättämän keskustelun vuoksi sekä siksi, että yhä useampi yrittäjä kokee uupumusta työssään ja tarvitsee apukäsiä, mutta ei ole varaa palkata niitä.

Opinnäytetyöni käsittelee toimisto- ja assistenttipalveluiden tarvetta Turun talousalueella, jota on kartoitettu kyselylomakkeen avulla. Lisäksi olen käyttänyt tutkimukseni tietoperustaisena lähteenä alan kirjallisuutta, joka käsittelee muun muassa markkinointitutkimuksen tuottamista ja toimintatapoja, yrityksen toimintaympäristön tarkastelua sekä yrityksen asiakasmarkkinointia. Oma Assarin perustaja Eve Rusi on antanut tietoja ja näkökulmia yrityksestä. Laajempaa selvitystä erilaisten markkinointitoimenpiteiden toimivuudesta ja vaikutuksista kannattaa harkita markkinointitutkimuksen muodossa.

Oma Assarin perustaja Eve Rusi lähestyi minua markkinatutkimusaiheen kanssa, sillä hän luonnollisesti oli kiinnostunut oman yrityksensä kasvupotentiaalista ja halusi tutki-
mustietoa palveluidensa tarpeesta toiminta-alueellaan. Tavoitteena oli tutkia seuraavia kysymyksiä: minkälainen tarve Turun talousalueen pien- ja mikroyrityksillä on

toimistoapupalveluille, sekä kuinka paljon yritykset ja yrittäjät käyttävät omaa aikaansa niihin töihin, joita Oma Assari voisi tehdä. Opinnäytetyön tutkimusaineisto on koostettu vuoden 2018 ja 2019 keväiden välillä. Vuonna 2018 kerätystä aineistosta on sittemmin koostettu raportti ja opinnäytetyö, mutta aiemmin saatua kyselyn vastausaineistoa toimeksiantaja on voinut jo käyttää hyödyksi liiketoiminnassaan. Vaikka aikajänne on verrattain pitkä, ovat tulokset silti luotettavia ja kertovat yleiskuvaa ulkopuolisen assistenttipalvelun tarpeesta Turun talousalueella.

Oletuksena oli, että assistenttipalveluille on kysyntää ja että ydinliiketoiminnan ulkopuoliset työtehtävät vievät liikaa aikaa sekä vaivaa yrittäjien työajasta. Kiinnostavaa oli tietää, mitkä työtehtävät erityisesti aiheuttavat ajanmenetystä ja kuinka paljon yrittäjät käyttävät aikaa ulkoistettaviin toimitöihin. Eniten olimme kiinnostuneita mitä vastauksia tulimme saamaan kiinnostuksesta tarjotulle palvelutoiminnalle.

2 TOIMISTOAPUPALVELUT

Toimistoapupalvelut ovat yrityksen toimisto- ja taloushallinnollisiin tehtäviin kohdistuvia ulkoistettavia töitä, joita tekemään palkataan usein yrityksen sisäisesti nimikkeillä sihteerit, assistentit, taloushallinnon työntekijät, toimistoapulainen ja niin edelleen. Oma Assari Oy myy näitä palveluita mikro- ja pk-yrityksille tuntiveloituksellisesti, jolloin asiakasyritys säästyy palkkauksesta aiheutuvista työnantajan sivukuluista, kuten työntekijän työeläkevakuutuksista, tapaturma- ja henkivakuutuksesta, työttömyysvakuutusmaksusta, työnantajan sairausvakuutusmaksusta, sekä muista lisäkuluista (Suomen Palkanlaskenta Oy 2018). Tämä on erityisen helpottavaa yritykselle, joka ei välttämättä tarvitse täysipäiväistä toimistotyöntekijää palvelukseensa tai jonka taloudellinen maksukyky on rajoitetun budjetin raameissa. Oma Assarin kohdalla toimeksiannot voivat olla joko kertaluontoisia (esimerkiksi messuavustaminen tai asiakasreskontran päivittäminen), satunnaisia (esimerkiksi muutaman viikon tai kuukauden välein tarvittavaa apua tuotekatalogien päivittämiseen, verkkosivujen ylläpitoon tai viranomaisyhteistyön), sekä jatkuvia (esimerkiksi viikoittainen tuntimäärä per yritys, sisältäen moninaisia toimistoapupalveluja laskureskontran hoitamisesta palkanmaksuun).

Toimistoapupalveluihin kuuluu moninainen kirjo erilaisia tehtäviä, kuten: laskutus ja laskujen maksaminen, osto- ja myyntireskontran hoito, alustava kirjanpito ja siihen liittyvät työt (mm. kuittien ja tositteiden järjestäminen), henkilöstöhallinto ja palkanlaskenta, asiakasjärjestelmien ja tietokantojen ylläpito sekä päivitys, kokousten ja muiden tilaisuuksien järjestäminen, sihteerin työt (mm. puhtaaksikirjoitus) ja sijaistus, tilastojen ja raporttien koonti, matkajärjestelyt, asiakirjojen laadinta ja arkistointi, yhteydenpito viranomaisiin, asiakaspalvelu ja muut toimiston juoksevat asiat (Oma Assari Oy 2019). Nykyään Oma Assarin palvelupalettiin kuuluu laajentumisen myötä olennaisena osana myös tilitoimistopalvelut (esimerkiksi kirjanpito ja tilinpäätökset), sekä yritysneuvonta.

Edellä mainitut työt aiheuttavat huomattavan paljon ajankulua tekijälleen, joka usein varsinkin pienikokoisissa yhden tai muutaman henkilön työllistävässä yrityksessä kaatuvat yrittäjän tai yrityksen muuta työtä päätyökseen tekevän henkilön vastuulle, joka on suoraan pois tuottavasta liiketoiminnasta. Yrityksellä ei usein ole varaa tai tarvetta palkata työntekijää tekemään toimistotyötehtäviä kokoajaisesta, jonka vuoksi nämä pakolliset ei-ydinliiketoiminnalliset työt vievät leijonanosan tekijänsä arvokkaasta työ- tai vapaaajasta. Esimerkiksi laskutustyöt ja kirjanpidolliset työt yrittäjä hoitaa usein työajallaan,

joka on pois liiketoiminnan kasvusta tai vapaa-ajallaan, jolloin kullannarvoinen lepo ja laatu- aika läheisten kanssa jää vähemmälle. Oma Assarin asiakas voi helposti ostaa tarvitsemansa palvelun ja samalla välttää työntekijän palkkaamisesta koituvat työnantajakustannukset, joita ei mikroyrityksissä useinkaan voida edes harkita taloudellisen epävarmuuden ja erinäisten riskitekijöiden vuoksi. Hinnoittelu on tuntiperusteista, jolloin vain tehdystä työstä koituu kustannuksia. Yrittäjä ja muut työntekijät saavat rauhassa keskittyä omaan ydintyöhönsä ja välttämättömät, mutta aikaa vievät helposti ulkoistettavat toimitustoimenpiteet hoituvat ulkopuolisen ammattiavun toimesta.

Taulukko 1. Toimistoapupalveluiden erittely ja selvennys esimerkein

Toimistoapupalvelu	Selvennys
Laskutus ja laskujen maksaminen	Yrityksen laskutuksen laaja-alainen hoito sisältäen laskujen luomisen ja lähettämisen ostolaskujen maksuun
Osto- ja myyntireskontran hoito	Ostovelosta, eli saapuneista laskuista ja niiden maksamisesta sekä myyntisaamisista, eli lähetettyjen laskujen ja suorituksista huolehtiminen
Alustava kirjanpito ja siihen liittyvät työt	Kuittien ja tositteiden järjestäminen ja talousasioiden neuvonanto (Oma Assarilla on nykyisin myös oma tilitoimistopalvelu)
Henkilöstöhallinto ja palkanlaskenta	Henkilöstöön liittyvät hallinnolliset tehtävät, kuten esim. palkanmaksu, työnantajasisivukulujen hoito ja sairauslomamerkitsemiset
Asiakasjärjestelmien ja tietokantojen ylläpito ja päivitys	Asiakastietokannat esimerkiksi uutiskirje-, asiakkuus- ja tilastolistat
Kokousten ja muiden tilaisuuksien järjestäminen	Tapahtumakoordinointi ja -järjestäminen, tarvittavien asioiden huomioonotto ja huolehtiminen
Sihteerin työt	Puhtaaksikirjoitus, toimistosihteerin sijaistus ym.
Tilastojen ja raporttien koonti	Tietojen yhteenveto raporteiksi ja tilastoiksi, sekä niiden analysointi
Matkajärjestelyt	Tarjouspyynnöt, lippujen varaaminen, koordinointi
Asiakirjojen laadinta ja arkistointi	Asiakirjojen puhtaaksikirjoitus, luominen, järjestely, arkistointi, eteenpäinluovutus
Yhteydenpito viranomaisiin	Verottaja, eläkevakuutuslaitokset, Kela jne.
Yhteydenpito viranomaisiin	Monikanavainen asiakaspalvelu useilla eri kielillä
Toimiston juoksevat asiat	Postin lähetyt ja nouto, virasto- ja tukkukäynnit ym.

3 KATSAUS TOIMEKSIANTAJAAN

Toimeksiantajani Oma Assari Oy on yrittäjäkollegani Eve Rusin luotsaama ja omistama yritys, joka tarjoaa kattavan tarjonnan erilaisia palvelukokonaisuuksia toimistoaputyön, kirjanpidon sekä markkinoinnin aloilta. Yrityksen toimiala on Sihteeri- ja muu toimistopalvelu (82191) (YTJ). Oma Assari on parivuotias yritys, joka on vahvassa kasvujohteessa. Viime kesänä Oma Assari muuttui osakeyhtiömuotoon ja Rusi sai yhtiökumppanikseen Sanna Tammiston, joka ylläpitää yrityksen kirjanpito- ja palveluita, sekä Hans Ekholmin, joka toimii toimitusjohtajana ja tarjoaa liikkeenjohdon konsultaatiopalveluita. Lisäksi Oma Assari työllistää jo muutaman palkkatyöntekijän ja rekrytoi uusia työntekijöitä tasaisin väliajoin työmäärän ja palveluiden kysynnän kasvaessa. Kaiken kaikkiaan Oma Assari on saanut loistavan vauhdin ja nousujohteen bisnekselleen, johon on vaikuttanut paitsi onnistunut markkinointi, ennen kaikkea äärettömän hyvän ja poikkeuksellisen lämminhenkisen asiakaspalvelun aikaansaama positiivinen palaute asiakkaiden keskuudessa, joka kiirii ympäri maakuntaa sosiaalisen median ja suusanallisten suositusten muodossa. Onkin tutkittu, että suosituksilla ja käyttäjien vertaisarvioilla on merkittävä vaikutus ostopäätöksen tekemiseen jopa 80% ihmisille (Sekki & Niemi 2016, 165).

Toimeksiannon aikaan keväällä 2018 yritys oli reilu puolivuotias ja Eve Rusi lähestyi minua opinnäytetyöaiheella. Häntä kiinnosti nuoren yrityksensä kasvupotentiaalin ja asiakasrajapinnan kartoittamisen tiimoilta kaksi tärkeää kysymystä:

1. Minkälainen tarve yrityksen kohderyhmäasiakkailta (Turun talousalueen pien- ja mikroyritykset) on toimistoapupalveluille?
2. Kuinka paljon yritykset ja yrittäjät käyttävät omaa aikaansa niihin töihin, joita Oma Assari voisi tehdä?

Näitä kysymyksiä oli luonnollisesti helpointa selvittää markkinatutkimuksen avulla. Markkinatutkimuksen tulosten pohjalta saatavasta tiedosta muodostettiin myöhemmin markkinoinnin jatkotoimenpiteitä liiketoiminnan kehittämiseksi.

Saadakseni mahdollisimman kattavan ja todenmukaisen kuvan Turun talousalueen pienyrittäjien assistenttitarpeesta, suoritin aineistonkeruun kyselylomakkeella (Liite 1.), joka koostui mitattavista vastausvaihtoehdoista, joita täydennettiin avoimilla kysymyksillä. Valituille yrityksille loin sähköpostin Mailchimp-ohjelmalla, joka sisälsi linkin kyselylomakkeeseen (Liite 2.). Vastaanottajalistan olin kerännyt manuaalisesti Turun talousalueen

yrittäjäluettelosta, kriteerinä yrityksen koko (1-10 henkilöä). Yrityksiä, joille lähetin kyselylomakkeen, keräsin 200 kappaletta. Kyselylomakkeessa kävin perustietojen (yrityksen koko, toimiala, henkilöstömäärä, jne.) lisäksi läpi työn mielekkyyttä, toimistotöiden lisätausta, toimistotöihin käytettävän ajan laajuutta, toimistotöihin käytettävään aikaan liittyviä asenteita, mielipiteitä assistenttipalveluiden käytön mahdollisuudesta, sekä vapaa-ajan arvostusta. Vastausprosenttia lisätäkseni laitoin houkuttimeksi lahjakortin Stockmannille, joka arvottiin vastanneiden kesken. Kysymykset ja niiden vastaukset kävimme Rusin kanssa lävitse.

3.1 Oma Assari yrityksenä - Alkuvaiheet

Eve Rusi oli aloittanut yrityksensä Oma Assarin toiminimellä vuoden 2017 puolivälissä ja olikin saanut mukavasti asiakkaita erilaisista mikro- sekä pk-yrityksistä. Asiakkaille oli kuvaavaa, että heillä oli polttava tarve moninaiselle assistentti- ja toimistotyön avustukselle, mutta yrityksessä usein oli tilanteena se, ettei ollut ajankohtaista, taloudellisesti kannattavaa tai muutoin mahdollista palkata työsuhteeseen tämänkaltaista työtä päätyökseen tekevää henkilöä. Eve Rusi oli uransa aikana törmännytkin lukuisiin edellä mainitun kaltaisiin asetelmiin ja oivalsi erinomaisen markkinaraon palveluilleen. Liiketalouden opintojen ohella hän perusti Oma Assarin ja siirtyi työharjoittelijasta alihankkijaksi varhaisimman asiakkaansa yritykseen. Koska yrittäjät ja yrityksen päättäjät ovat usein sangen tietoisia siitä, miten työllistäviä ja aikaa vieviä tehtäviä assistenttipalvelut, eli liiketoiminnan menestykselliseen pyörittämiseen tarvittavat tukitoimenpiteet ovat (esimerkkeinä kirjanpidon, laskutuksen, asiakasjärjestelmien hallinnan, tapahtumakoordinoinnin sekä järjestelmäylläpidon työt) ja miten vähän yrittäjällä tai työhön palkkaamattomalla toimihenkilöllä näihin pakollisiin tehtäviin on käytettävissä aikaa, oli uusasiakashankinta tällä hyvin vähän kilpaillulla alalla taitavana ja hyvämaineisena tekijänä menestyksestä. Yrityksen assistenttipalvelupuolen (ei tilitoimistopalvelut) suurimpia kilpailijoita ovat lähinnä pienet yhden henkilön työllistävät toiminimiyritykset sekä suuremmat satunnaiset yhtiöt, kuten pääkaupunkiseudulla toimiva assistenttipalveluvuokraamo Wannado. Kuitenkin palvelujen tarve on hyvin paikallista ja maantieteellisesti rajoittunutta, eli muun Suomen palveluntarjoajat eivät toistaiseksi kilpaile samoista asiakkaista Oma Assarin kanssa. Toisaalta etä- ja verkkotyömahdollisuudet aikaansaavat uusia mahdollisuuksia toimia kauempaakin, joka on Oma Assarille samalla uhka, että mahdollisuus.

Rusilla oli koko ajan tähtäimessä laajentuminen ja palveluvalikoiman kasvattaminen tilitoimistopalveluihin. Hän tiesi alusta alkaen, että Oma Assarilla olisi erinomaiset edellytykset kasvuun. Lopulta Eve Rusi löysi kumppanikseen kirjanpitäjä Sanna Tammiston, jonka kanssa he perustivat osakeyhtiön rahoituskumppani Hans Ekholmin kera. Aikaisemmin vailla vakituista toimipistettä ollut Oma Assari jalkautui Logomon Byrå:on pienen työtilaan, mutta toiminnan rajusti laajentuessa ja työntekijöiden palkkaamisen myötä muuttivat he hetken päästä suureen toimistohuoneistoon, niin ikään Logomossa. Kaiken kaikkiaan Oma Assarille oli ehdottoman suuri hyöty saada tilitoimistopalvelut saman katon alle muun erinomaisen palvelutarjoaman seuraksi. Tähän palaamme myöhemmin markkinatutkimuksen kysymysten tulosten avaamisessa, jossa ilmeni yritysten suuri tarve tilitoimistopalveluille ja kirjanpitoavustukselle.

3.2 Oma Assari yrityksenä - Tilanne nyt

Tällä hetkellä Oma Assari jatkaa kasvamistaan. Vajaassa parissa vuodessa yritys on kasvanut yhden hengen toiminimestä kahdeksan ihmistä työllistäväksi yhtiöksi, joka palvelee asiakkaitaan monenlaisissa tarpeissa, kuten toimistoapupalveluiden, tilitoimistotöiden ja liikkeenjohdon konsultoinnin saralla. Opinnäytetyöni aloittamisajankohdasta tähän päivään on siis otettu aimoharppauksia eteenpäin yrityksen kehityskaareissa, niin asiakasmäärän, liikevaihdon, palvelutarjoaman kuin henkilöstön määränkin suhteen. Oma Assari laajenee jatkuvasti ja kuka tietää, onko seuraava aluevaltaus esimerkiksi markkinoinnin täsmäpalvelut (joihin kovasti kyselyyn vastanneet yritykset ja vastuuhenkilöt toivoivat saavansa apua) ja uudet maantieteelliset sijainnit, esimerkiksi Satakunnasta.

Menestyksen tärkeimpiä tekijöitä Oma Assarilla ovat erinomainen asiakaspalvelu ja asiakkaistaan aidosti välittäminen, joka näkyy ja tuntuu, kymmenien vuosien yhteenlaskettu asiantuntijakokemus, erottuvuus, sekä tyytyväisten asiakkaiden antamat suositukset. Kasvu on vaatinut erittäin paljon aikaa, rahaa, uhrautumista ja jopa väliaikaisia terveyshaittoja. Täydellä sydämellään työtä tekevät ihmiset antavat usein 120% itsestään asiakkaiden ja yrityksen hyvinvoinnin eteen, mutta kova työ on onneksi tuottanut hedelmää. Povaankin Oma Assarille jatkossakin menestystä sekä liiketoiminnan kasvua.



Kuva 1. Oma Assarin henkilökunta. Omistajat Sanna Tammisto vasemmalla, Eve Rusi kolmas oikealta (Oma Assari 2019)

4 OMA ASSARIN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Yritysten toimintaympäristö vaikuttaa voimakkaasti liiketoimintaan, brändiin, strategian valintaan ja kilpailuun. Oma Assarin toimintaympäristöä voidaan kartoittaa monilla tavoilla. Organisaation sisäiset ja ulkoiset tekijät vaikuttavat omilta osin liiketoimintaan ja Oma Assarin menestymiseen ja on tärkeää osata erotella erilaiset ympäristötekijät toisistaan, sekä miten niiden mukana tuomat vaikutukset olisi hyvä ottaa haltuun. Toimintaympäristö, eli markkinointiympäristö tarkoittaa yritykseen vaikuttavia ulkoisia ja sisäisiä tekijöitä, joista osa rajoittaa toimintaa ja osa luo uusia menestymismahdollisuuksia (Bergström & Leppänen 2015, 36). On olemassa lukuisia erilaisia analyysejä, menetelmiä ja suunnittelutyökaluja, joiden avulla yrityksen toimintaympäristöä voi ymmärtää paremmin. Olen ottanut esille perinteiset PESTE- sekä SWOT-analyysit Oma Assarin ympäristöä havainnollistamaan.

4.1 Sisäiset tekijät

Yrityksen sisäisiksi tekijöiksi voidaan lukea yrityksen sisäisen ympäristön elementtejä, kuten liikeidea, yrityskulttuuri, johtaminen, markkinoinnin tavoitteet ja keinot, organisaatio ja sisäiset resurssit (Bergström & Leppänen 2015, 37). Toisin sanoen yrityksen sisäinen toimintaympäristö kattaa kaiken yrityksen sisällä tapahtuvan toimintatavat, vuorovaikutuksen, kulttuurin ja päätökset. Sisäiset tekijät ovat avainasemassa menestyksen tiellä, sekä vaikuttavat markkinointipäätöksiin sekä luovat pohjaa markkinoinnille (Bergström & Leppänen 2015, 80). Jotta yritys menestyisi ulkoisessa ympäristössä, on tärkeää, että sisäiset asiat ovat kunnossa. Henkilöstön hyvinvointi, oikeat strategiset ja markkinoinnilliset toimenpiteet sekä johtajuus antavat suunnan menestykselle. Oma Assarilla sisäinen toimintaympäristö on kunnossa ja olennainen osa yrityksen menestystä. Työntekijät ovat erittäin sitoutuneita ja uskollisia työnantajalleen. Ihmisillä on hyvä olla työpaikalla ja viihtyvyyteen panostetaan paljon. Oma Assari ei pelkää ottaa taloudellisia riskejä parantaakseen työskentelyn laatua. Omistajien ja palkkatyöntekijöiden välillä ei ole arvohierarkiaa, vaan yritys on hyvin joustava, matalarakenteinen, eli adhokraattinen, jossa ihmiset ovat sitoutuneet tehtäviinsä ja päämääriin osallistuvan johtamistavan, sekä itsenäisten, haasteellisten ja vaihtelevien tehtävien kautta (Puusa ym. 2014, 17). Tämä on hyvä lähtökohta onnistuneelle sisäiselle toimintaympäristölle.

4.2 Ulkoiset tekijät

Ulkoisia toimintaympäristön tekijöitä ovat kaikki yrityksen ulkoa tulevat tekijät, kuten yleinen markkinatilanne, kilpailijat, verkostot, yhteistyökumppanit, yhteiskunta, markkinatalous, poliittiset päätökset, vallitsevat arvot jne. Ulkoinen ympäristö muuttuu jatkuvasti (Alikoski ym. 2016, 31), joka on yritykselle paitsi haastavaa, myös hyvä tilaisuus erottua kilpailijoista tekemällä oikeita markkinointi- ja toimintapäätöksiä. Yrityksen ulkoiset toimintaympäristöt voidaan jakaa makroympäristöön ja mikroympäristöön.

Mikroympäristö

Mikroympäristöön kuuluu yrityksen palvelujen ja tuotteiden kysyntä ja markkinat, kilpailu, verkostot sekä kumppanit, eli tekijät, jotka ovat yrityksen lähiympäristössä jatkuvassa kanssakäymisessä ja päätöksenteossa mukana (Bergström & Leppänen 2015, 53). Oma Assarin sijoitus markkinoilla määräytyy monien asioiden summana. Kysyntä ja markkinat ovat jatkuvaa vuorovaikutusta asiakkaiden kanssa. On osattava määritellä oma palvelutarjoama selkeästi, jotta potentiaaliset asiakkaat löytävät niiden äärelle. Ennen kaikkea on tärkeää tietää mikä on Oma Assarin asiakaskunta, jotta markkinointi osataan kohdistaa oikealle kohdeyleisölle (Alikoski ym. 2016, 31). Koska kysyntä on tietty määrä hyödykettä, jota Oma Assarin toiminta-alueen asiakkaat ovat valmiita ostamaan, on sen markkinoida itseään ja palveluita riittävästi, jotta tietoisuus Oma Assarista syntyy asiakkaiden mielessä. Ilman asiakkaita ei ole myöskään liiketoimintaa. Kysyntään vaikuttaa myös paljon muutkin asiat, kuin pelkkä tarve: esimerkiksi yritysten kilpailutilanne ja taloudellinen kestävyys, lainsäädäntö, poliittinen ilmapiiri, trendit ja globaali taloustilanne, kulutus- ja ostotottumukset, sesongit, muuttuvat tarpeet ja kansainvälinen ympäristö (Bergström & Leppänen 2015, 55) (Alikoski ym. 2016, 31). Yritysten ja yrittäjien havahduminen toimistotöiden ulkoistamismahdollisuuteen on kysyntää herättävä seikka, jolloin on vain löydettävä maksuhalukkaat ostajat. Kilpailutekijät ovat markkinoilla toimivat tuotteet, palvelut ja yritykset, jotka kilpailevat samoista asiakkaista yrityksen kanssa. Kilpailu on paitsi haastavaa, myös kehittävä, sillä se painostaa yrityksiä parantamaan laatuaan. Oma Assarin suurimmat kilpailijat ovat toimistoapupalveluiden osalta assistenttipalveluita vuokraava Wannado, vuokratyöfirmat, Moredo, ja Coor, sekä kentällä olevat pienemmät yhden hengen toiminimiyritykset. Kilpailu kuitenkin on verrattain vähäistä, etenkin verrattuna tilitoimistupuolen kilpailuun, eivätkä monetkaan yritykset ole edes tietoisia

tämän kaltaisista palveluista. On kuitenkin oltava valppaana ja olla tuudittautumatta hyvään nousujohteeseen. Oma Assarin kilpailuvaltteja ovatkin erinomainen asiantuntijuus, laatu, joustavuus ja ystävällisyys – piirteitä, joita yrittäjä arvostaa luovuttaessaan tärkeitä tehtäviä ulkopuolisen käsiin. Tilitoimistopalveluiden kilpailutilanne on selvästi tiukempi moninkertaisen kilpailijamäärän vuoksi, mutta toisaalta Oma Assarilla on loistava erottautumistekijä monipuolisten assistentti- JA kirjanpitolpalveluidensa ansiosta.

Osaava ja hyvä henkilöstö on erittäin tärkeä kilpailukeino palveluyrityksessä, sillä ihmiset ovat tuottamassa tarjottavat palvelut ja on tärkeää löytää parhaat mahdolliset työntekijät palvelukseen (Bergström & Leppänen 2015, 153). Oma Assarilla on käynnissä brändimuutos, jossa tarkoituksena on alleviivata näitä erottumistekijöitä kilpailijoihin nähden. Kilpailusta huolimatta nykyaikana on erittäin suositeltavaa asiakkaista ”taistelun” sijaan tehdäkin yhteistyötä haastajien kanssa. Näin saa yhdistettyä osaamista, saa tukea ja voi tarjota asiakkaille entistä monipuolisempaa palvelua. Oma Assariakin tekee yhteistyötä paikallisten toimistopalveluntarjoajien kanssa menestyksekkäästi.

Verkostot ja kumppanit ovat avainasemassa yrityksen onnistumisen tukena, eikä ole varmasti montakaan menestyvää firmaa, jotka eivät tekisi lainkaan yhteistyötä kenenkään kanssa. Yritykset eivät voi tehdä kaikkea yksin. Siihen ei riitä aika, resurssit eikä taidot ja auttamatta aika kuluu muuhun, kuin tuottavaan työhön, mikäli ei ulkoista tarvittavia asioita. Tähän markkinarakoon Oma Assariakin on tarttunut. Oma Assarin verkostoon liittyvät esimerkiksi toiset yritykset ja alihankkijat, rahoittajat, tavarantoimittajat, palveluntarjoajat, yrittäjäjärjestöt ja BNI, yhteiskunnalliset ja lainsäädännölliset elimet (kuten Kela ja verottaja) sekä työnantaja- ja tekijäliitot. Se on jo varhain ymmärtänyt verkostoitumisen tärkeyden, hyvien verkostojen avulla se pääsee keskittymään omalta osaltaan ydinosaamiseensa ja antaa toisenlaisten osaajien tehdä muut työt. Etenkin saadut ja vastavuoroisesti annetut suositukset ovat olleet suuri menestystä edesauttava tekijä Oma Assarilla. Yrityksen on hyvä hakeutua erilaisiin verkostoihin voimistaakseen omaa asemaansa, saadakseen asiantuntemusta, laajentaakseen toimintaa, jakaakseen riskejä ja saadakseen kustannussäästöjä (Alikoski ym. 2016, 25). Tulevaisuudessa onkin havaittavissa selkeitä suuntaviivoja assistenttipalveluiden tarpeeseen. Jotta yritys laajentuisi ja loisi enemmän taloudellista arvoa, on sen välttämätöntä ulkoistaa työtehtäviä joko palkkaamalla työntekijä tai alihankkija – tämän yrityspäätäjät ovat alkaneet ymmärtää. Myös positiivinen esimerkki maailmalta (esimerkkinä Yhdysvaltalainen My Executive Assistants - <http://myexecutiveassistants.com/>) ja tyytyväiset paikalliset asiakkaat madaltavat

kynnystä ulkoistaa toimistoapupalveluita. Vaikka palvelu maksaa, on siihen panostettu rahamäärä huomattavasti pienempi, kuin jos työt tekisi itse.

Makroympäristö

Makroympäristö käsittää yritykseen vaikuttavia maailmanlaajuisia asioita, joihin ei ole mahdollista vaikuttaa. Makroympäristöön kuuluvat taloudellinen ympäristö, poliittinen ja yhteiskunnallinen ympäristö, teknologinen ympäristö, ekologinen ympäristö, demografinen ympäristö, sosiokulttuurinen ympäristö sekä kansainvälinen ympäristö. Taloudellinen ympäristö kuvaa yleistä kokonaisostovoimaa yrityksen toiminta-alueella. Siihen vaikuttavat muun muassa talouskasvu, tuottavuus- ja köyhyysaste. (Bergström & Leppänen 2015, 38). Esimerkiksi taantuma, inflaatio, työllisyyden kasvu, kulutusmuutokset ja suhdanteet vaikuttavat voimakkaasti yrityksen kilpailukykyyn ja selviytymiseen taloudellisessa toimintaympäristössä suuntaan tai toiseen. Hyvinä aikoina yritykset ovat innokkaampia panostamaan ulkoistettuihin palveluihin, kun taas heikkoina aikoina leikataan kustannuksia säästötoimenpiteillä ja pyritään tekemään itse mahdollisimman paljon.

Poliittinen ympäristö koskee yhteiskunnallisia poliittisia päätöksiä, joita ohjaavat hallitus, eduskunta ja lainsäädäntö. Poliittiset päätökset vaikuttavat yritykseen muun muassa kuluttajansuojan, kirjanpitolain, verotuksen, tekijänoikeuslain, EU-säädösten, sääntöjen ja vaatimusten osalta (Bergström & Leppänen 2015, 41). Oma Assariin vaikuttaa voimakkaasti liiketaloudelliset säädökset ja lait, pääosassa esimerkiksi asiakkaiden kirjanpito- ja työnantajavelvoitteiden oikeaoppinen suorittaminen.

Teknologinen ympäristö antaa yritykselle toimialasta riippuen joko rajoituksia tai suuria mahdollisuuksia. Digitaalisen ajan kehityskulku on luonut paljon uusia teollisuudenaloja, kuitenkin vieden edeltäviä manuaalisia aloja pois pelikentältä. Teknologian kehittyminen mahdollistaa uusia mahdollisuuksia palvella asiakasta, tarjota monipuolisia palveluja ja tuotteita, tuotekehittelyä sekä tutkimus- ja kehitysmahdollisuuksia. Oma Assarille on elintärkeää, että teknologinen kehitys ja ylläpito on moitteetonta, sillä kaikki yrityksen työt tapahtuvat tietokoneitse. Toimivat ja kehittyvät ohjelmistot paitsi antavat puitteet onnistuneeseen työskentelyyn, myös mahdollistavat kasvua. Lisäksi uudet teknologiaan pohjautuvat start-up -yritykset ovat hyvää asiakaskuntaa Oma Assarille.

Demografinen ympäristö kuvaa ihmisiä ja heidän piirteitään. Yrityksen markkinointiin ja toimintaan vaikuttaa vahvasti kuluttajien ja kohderyhmäasiakkaiden ominaisuudet ja

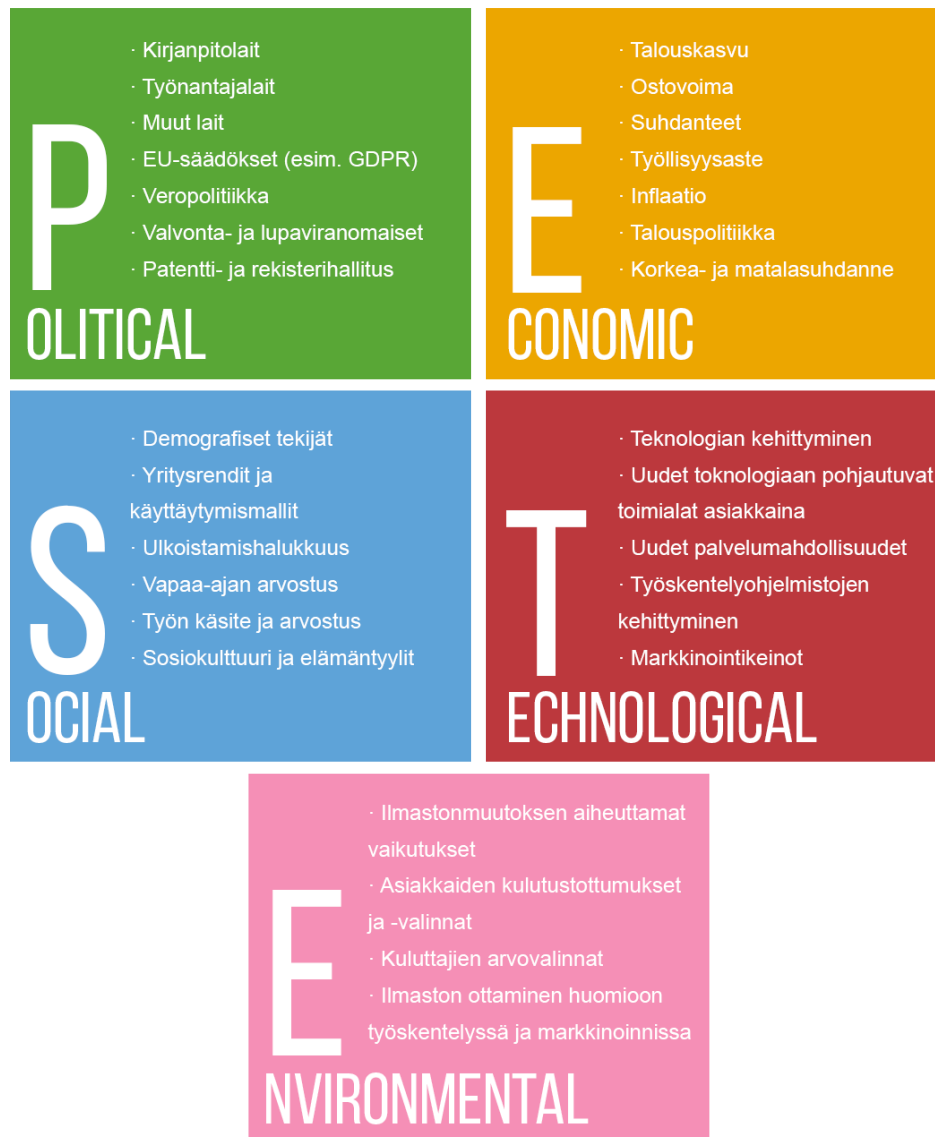
tulee osata profiloida kuluttajat eri tarpeiden ja piirteiden perusteella. Demografisia piirteitä ovat väestön ja yksilöiden määrä, koostumus, maantieteellinen jakautuminen, ikä, sukupuoli ja koulutustaso (Puusa ym. 2014, 70). Oma Assarin asiakkaita ovat pienyritykset, mutta yrityksissä päätökset tekevät aina ihmiset. On tärkeää löytää oikeanlainen asiakassegmentti, jotta osaa puhutella kohderyhmää oikealla tavalla.

Ekologinen ympäristö tarkoittaa ympäröivää luontoa ja ilmastoon liittyviä seikkoja. Yritys on olennaisessa vuorovaikutuksessa luonnonvarojen kanssa toimintansa kautta, joka vaikuttaa väistämättä ilmastoon, maankäyttöön, vesistöihin, jätteisiin ym. Yrityksillä onkin tänä päivänä todella suuri vastuu tehdä kestäviä valintoja, jotta ilmastonmuutos ja sen surauksena aiheutuvat katastrofit jäisivät mahdollisimman pieniksi. (Puusa ym. 2014, 72). Ekologiset seikat ovat myös kuluttajien käyttäytymistä ohjaava tekijä, joka etenkin nykyaikana korostuu - ihmiset ovat valveutuneita ja kiinnostuneita yritysten ilmastovastuullisuudesta.

Sosiokulttuurinen ja kansainvälinen ympäristö kuvastaa yksilön ympäröivää kulttuuria ja tapoja toimia jokapäiväisessä elämässä. Elinympäristö vaikuttaa ihmisen perusarvoihin, uskomuksiin, normeihin ja käyttäytymiseen (Bergström & Leppänen 2015, 49), joka taas vaikuttaa voimakkaasti kulutustottumuksiin. Yrityksen on tärkeää ottaa huomioon kulloisessakin markkinointiympäristössä vallitseva kulttuuri ja toimintatavat kohdatakseen kohdeyleisönsä sopuisasti. Oma Assarin sosiokulttuurisessa kentässä vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa yrittäjämyönteisyys, yhteiskunnan tuki ja rohkaisu ryhtyä yrittäjäksi, asenteet ulkoistamiseen ja työn arvoon ylipäänsä.

Makroympäristötekijöitä voidaan analysoida PESTE-analyysillä (Politic, Economic, Social, Technological, Ecological), jonka avulla voidaan tarkastella yritykseen ulkopuolelta vaikuttavia tekijöitä, joihin ei omilla strategiavalinnoilla pysty vaikuttamaan. Analyysi tukee strategisia valintoja ja auttaa yritystä tekemään kilpailukykyisiä päätöksiä. Seuraavana Oma Assarin PESTE-analyysi.

OMA ASSARIN PESTE-ANALYYSI



Kuva 2. Oma Assarin PESTE-analyysi

4.3 SWOT-analyysi

Olennainen yrityksen toimintaympäristön ja liikeidean tarkastelun apuväline on PESTE-analyysin lisäksi SWOT-analyysi, joka tarkastelee yritystä sen sisäisten ominaisuuksien, eli vahvuuksien ja heikkouksien, sekä ulkoisten ominaisuuksien, eli uhkien ja mahdollisuuksien kautta. Termi SWOT tulee englannin kielen sanoista Strengths, Weaknesses, Opportunities ja Threats. Strengths eli vahvuudet, ovat yrityksen sisäisiä vahvuuksia ja

voimavaroja, joiden ansiosta yritys menestyy ja erottuu kilpailukentällä. Näitä tulee vahvistaa. Weaknesses, eli heikkoudet, ovat yrityksessä havaittavia sisäisiä heikkouksia, joita tulee kehittää ja pyrkiä saamaan vahvuuksiksi. Opportunities, eli mahdollisuudet, kertovat yrityksen ulkopuolisista mahdollisuuksista, jotka voisivat parantaa yritystoimintaa ja joita tulee hyödyntää. Threats, eli uhat, ovat taas ulkopuolisista seikoista, jotka voivat vahingoittaa ja olla vaaraksi yritykselle. Näihin on varauduttava ja pyrittävä varautumaan (Alikoski ym. 2016, 42). Alla kuvataan Oma Assarin SWOT-analyysi.

OMA ASSARIN SWOT-ANALYYSI



Kuva 3. Oma Assarin SWOT-analyysi

5 CASE OMA ASSARI OY - MARKKINATUTKIMUS

Oma Assarin perustaja Eve Rusi lähestyi minua markkinatutkimustoiveen kanssa, sillä hän luonnollisesti oli kiinnostunut oman yrityksensä mahdollisesta kasvupotentiaalista ja palveluidensa tarpeesta toiminta-alueellaan. Aloimme kartoittamaan tärkeimpiä kysymyksiä opinnäytetyön pohjaksi, joiden kautta saisimme markkinointitoimenpiteitä ohjaavia ja päätöksentekoon vaikuttavia vastauksia Oma Assarin liiketoimintaa ja laajenemista edistämään. Aineistoa aloin keräämään kohdennetulla Turun alueen yrityksiin sähköpostitse lähetettävällä kyselylomakkeella, joka koostui mitattavista kysymyksistä ja joita täydennettiin avoimilla kysymyksillä. Tavoitteena oli löytää vastauksia seuraaviin kysymyksiin: minkälainen tarve Turun talousalueen mikroyrityksillä on toimistoapupalveluille, kuinka paljon yritykset ja yrittäjät käyttävät omaa aikaansa töihin, joita Oma Assari voisi tehdä, sekä lopulta mitä markkinointitoimenpiteitä tulee tehdä tulosten pohjalta. Samalla käytin tilaisuutta hyväksi markkinoinnillisessa mielessä saaden paikallisia yrityksiä enemmän tietoiseksi kyseessä olevan palvelun olemassaolosta, joka ei välttämättä ole kaikille itsestään selvää.

Koostin verkossa Webropol -kyselyalustaan olennaisimpia kysymyksiä, jotka tukivat markkinatutkimuksen päämäärää ja joista saatava informaatio olisi merkityksellistä Oma Assarin markkinointitoimenpiteiden kannalta sekä avaisi yleiskuvaa palveluiden tarpeesta halutulla maantieteellisellä alueella. Tämän jälkeen keräsin eri lähteistä Turun alueen mikroyrityksistä koostuvan 200 kappaleen sähköpostilistan, joihin lähetin kyselylomakkeen. Vastausprosenttia nostaakseni, laitoin vielä palkinnon arvottavaksi vastanneiden kesken. Riittävän aineiston saamiseksi tavoitteena oli saada 50 vastausta, joita lopulta tulikin 66 kappaletta, johon olin oikein tyytyväinen. Tietyt osa-alueet nousivat selviksi piikeiksi aineistossa; esimerkiksi kirjanpito, juoksevat toimistotyöt, sekä laskutus veivät selvästi eniten aikaa yrityksen omasta ydinliiketoiminnasta. Assistenttipalveluista oltiin selvästi kiinnostuneita, sillä lähes neljäsosa vastanneista (22,73%) oli halukas kuulemaan palvelusta enemmän, sekä 25,76% koki tarvitsevansa apua kyselylomakkeessa mainittuihin työtehtäviin. Vastausten perusteella saimme potentiaalisia liidejä, joille kohdistettiin suoramarkkinointia, sekä arvokasta tietoa yrityksissä koetusta stressistä, avun tarpeesta ja mieluiten ulkoistettavista toimistopalveluista. Tutkimusmateriaalia käytettiin markkinoinnissa sekä uusia palvelukokonaisuuksia mietittäessä.

MARKKINATUTKIMUS PÄHKINÄNKUORESSA

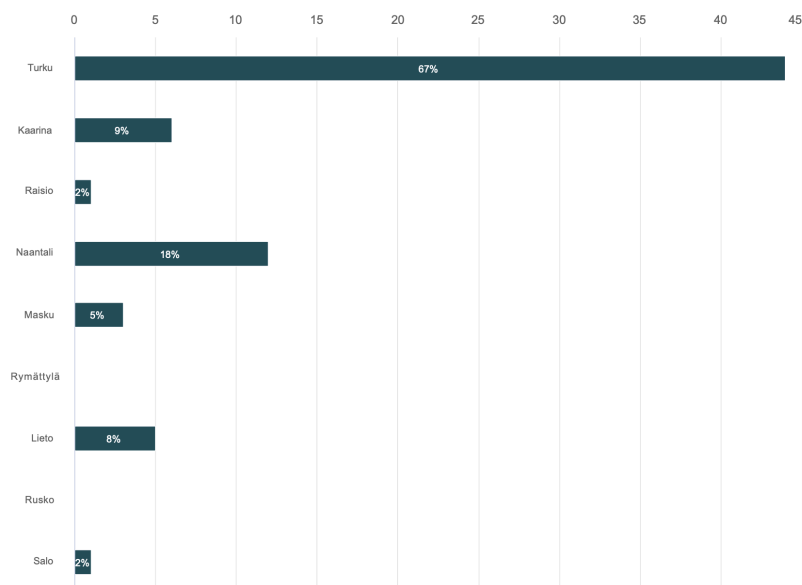
Markkinatutkimus pyrkii selvittämään tietoa markkinatilanteesta ja markkinoiden muutoksista. Toisin kuin markkinointitutkimus, joka tutkii markkinointitoimenpiteiden vaikutuksia, kartoittaa markkinatutkimus ympäröivää markkinaa, kohteen sijoittumista siinä ja asiakkaiden käyttäytymistä sekä asenteita. Markkinatutkimus on prosessi, joka alkaa tutkimusongelman määrittelystä, tutkimussuunnitelman laatimisesta, tutkimusaineiston keruusta, aineiston analysoinnista, sekä tulosten raportoinnista ja niiden hyödyntämisestä käytännössä (Mäntyneva ym. 2008, 13). Seuraavaksi esittelen markkinatutkimuksen kyselykaavakkeen raportin tulokset kysymyskohtaisesti.

Yritysten sijainti

Yrityksen sijainti kuului vastaajayrityksistä kerättäviin perustietoihin, jolla pystyimme hahmottamaan vastaajien maantieteellistä sijaintia. Ylivoimainen enemmistö vastaajayrityksistä sijaitsi Turussa, joka oli odotettavaa ostovoimankin asuessa samalla paikkakunnalla. Jälkeen päin havaitsin, että paremman tuloksen olisi saanut avoimen tekstikentän vastauksista, jossa vastaaja voi itse kirjoittaa yrityksensä sijainnin. Nyt mahdollisia vaihtoehtojen ulkopuolelle jääviä kuntia jäi huomioimatta.

1. Yrityksesi sijainti

Vastaajien määrä: 66 , valittujen vastausten lukumäärä: 72



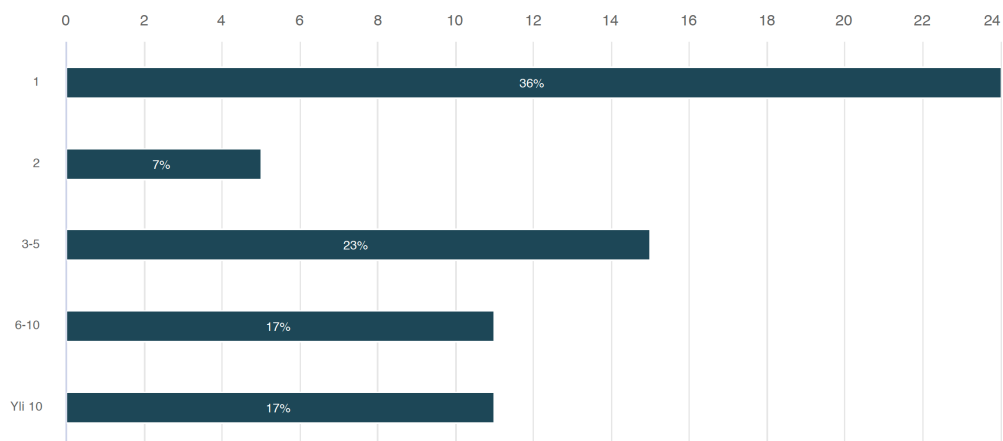
Kuva 4. Yrityksesi sijainti

Yritysten henkilöstökoko

Toinen kysymys selvitti minkä kokoisia yrityksiä vastaajissa on henkilöstömäärältään. Tämä antoi viitettä liiketoiminnan laajuudesta ja näin ollen työtehtävien jakautumisesta tehokkaammin ja kohdistetummin. Reilu kolmannes vastaajista työskenteli todennäköisesti yksinyrittäjänä yhden hengen firmoissa, joka oli odotettavissa oleva asia. Muutama vastaaja ilmoitti yrityksen kooksi kaksi henkilöä, 23% vastaajaa yrityksissä työskenteli 3-5 henkilön yrityksessä, 17% vastaajista oli 6-10 henkilöä työllistettynä, niin ikään lopuilla 17% yli 10 henkilöä työllistävät yritykset. Oletin, että jakauma olisi ollut selvempi yksin tai kaksin työskentelevien eduksi ja yllätyin, että yli kymmenen henkilöä työllistäviä yrityksiä oli lähes viidesosa vastaajista.

2. Yrityksesi henkilöstökoko

Vastaajien määrä: 66



Kuva 5. Yrityksesi henkilöstökoko

Yritysten liikevaihto vuodessa

Kolmannen kysymyksen tarkoituksena oli selvittää vuotuista liikevaihtoa, joka kertoo liiketoiminnan laajuudesta sekä viittaa ulkoistettavien palveluiden ostomahdollisuuteen. Selkeä enemmistö vastaajista ilmoitti liikevaihdokseen yli 100 000 €, joka oli hieman yllättävää, ottaen huomioon vastaajayritysten koot, jonka vuoksi oletin liikevaihdon olevan pienempi. Näin jälkeempäin ajateltuna tosin ymmärsin, että useita ihmisiä työllistävän yrityksen vuotuinen liikevaihto on helposti useita satoja tuhansia, jopa miljoonia, joten

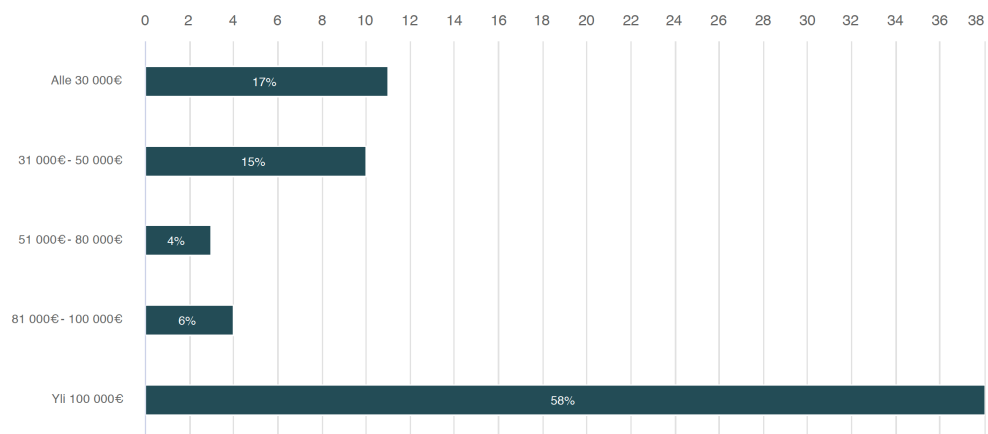
kysymykseen olisi ollut hyvä asettaa vastausvaihtoehdot esimerkiksi 50 tuhannen euron välein, jolloin olisi saanut realistisemman käsityksen suurimmasta osasta vastauksista.

Vastauksista kuitenkin noin puolet olivat alle 100 000 € liikevaihdollisissa yrityksissä työskenteleviä, jotka olivat samoja kuin henkilöstöltään pienimpien yritysten vastaajat.

Tämä kertoo siitä, että näissä yrityksissä ei todennäköisesti ole varsinaista toimistotyöntekijää, vaan yrityksen pakolliset hallinnolliset työt kaatuvat jonkun muuta ydintyötä tekevän henkilön vastuulle.

3. Yrityksen liikevaihto vuodessa

Vastaajien määrä: 66



Kuva 6. Yrityksen liikevaihto vuodessa.

Onko yrityksessä toimistotyötä päätehtävänäan tekevää työntekijää?

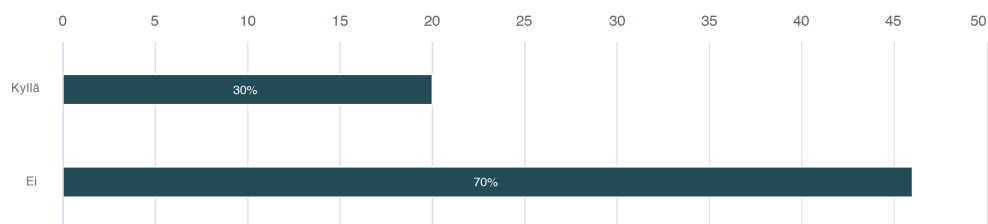
Edeltävän kysymyksen tiimoilta saimme oletukseemme vahvistuksen koskien yrityksen toimistotyön koordinoimista. Yli kaksi kolmasosaa ilmoitti, ettei heidän yrityksessään ole ketään, jonka tehtävänä olisi hoitaa yrityksen toimistotyötehtävät, kuten sihteerityöt, laskutusasiat, asiakaspalvelu, palkanlasku tai kirjanpito. Toisin sanoen, joku joutuu omien työtehtäviensä lisäksi tekemään aikaa vievää asiantuntijatyötä, joka luonnollisesti näkyy tehokkuudessa ja taloudellisessa tuloksellisuudessa. Monesti työt päätyvät yrittäjän tai muun työntekijän pöydälle, jolla ei ole välttämättä asiaankuuluvaa koulutusta, osaamista tai ajankäytöllisesti optimaalisinta työskentelytapaa hoitaa ko. tehtäviä. Tämä on paitsi yritykselle huono asia, ennen kaikkea itse tekijälleen usein

epämieluisaa, aikaa vievää, epäpalkitsevaa ja haastavaa työtä. Yritykset, joissa oli palkattu erillinen toimistotyöntekijä, kuten seimerkiksi sihteeri, talousassistentti yms., olivat kyselyn suurimpia yrityksiä niin liikevaihdollisesti kuin henkilöstömäärällisesti.

Oma Assarin selkeä kohderyhmä onkin mikroyritykset, eli yritykset, jotka työllistävät alle 10 henkilöä. Toki myös pk-yritykset ovat heillä asiakkaitaan ja kuka tietää, jos tulevaisuudessa kasvun myötä Oma Assari laajentaisi assistenttivuokraukseen.

4. Onko yrityksessä toimistotyötä päätehtävänäan tekevää työntekijää?

Vastaajien määrä: 66



Kuva 7. Onko yrityksessä toimistotyötä päätehtävänäan tekevää työntekijää?

Mitkä ydinliiketoimintasi ulkopuoliset asiat eritoten vievät aikaasi?

Vastaukset antoivat mielenkiintoista informaatiota yrityksiin ja työntekijöihin / yrittäjiin kohdistuvista ”liikatoista”, joka eivät olleet vastaajan varsinaista ydintyötä vaan töitä, joita Oma Assari tarjoaa palveluinaan. Kysymyksessä painotettiin suurimpia ajallisia työllistäjiä, joista saatavaa tietoa voi käyttää hyvin esimerkiksi markkinoinnissa mainonnassa ja markkinoinnin kohdentamisessa. Itse yrittäjänä tiedän, kuinka raskasta laskujen teko on, joten aivan varmasti itseäni osuisi oikein toteutettu mainonta, jossa vedotaisiin ajansäästöön ja vaivattomuuteen epämiellyttävät rutiinityöt ulkoistamalla. Yrittäjälle aika on rahaa ja mitä enemmän aikaa kuluu ei-tuottavaan työhön, sitä vähemmän liikevaihto kasvaa.

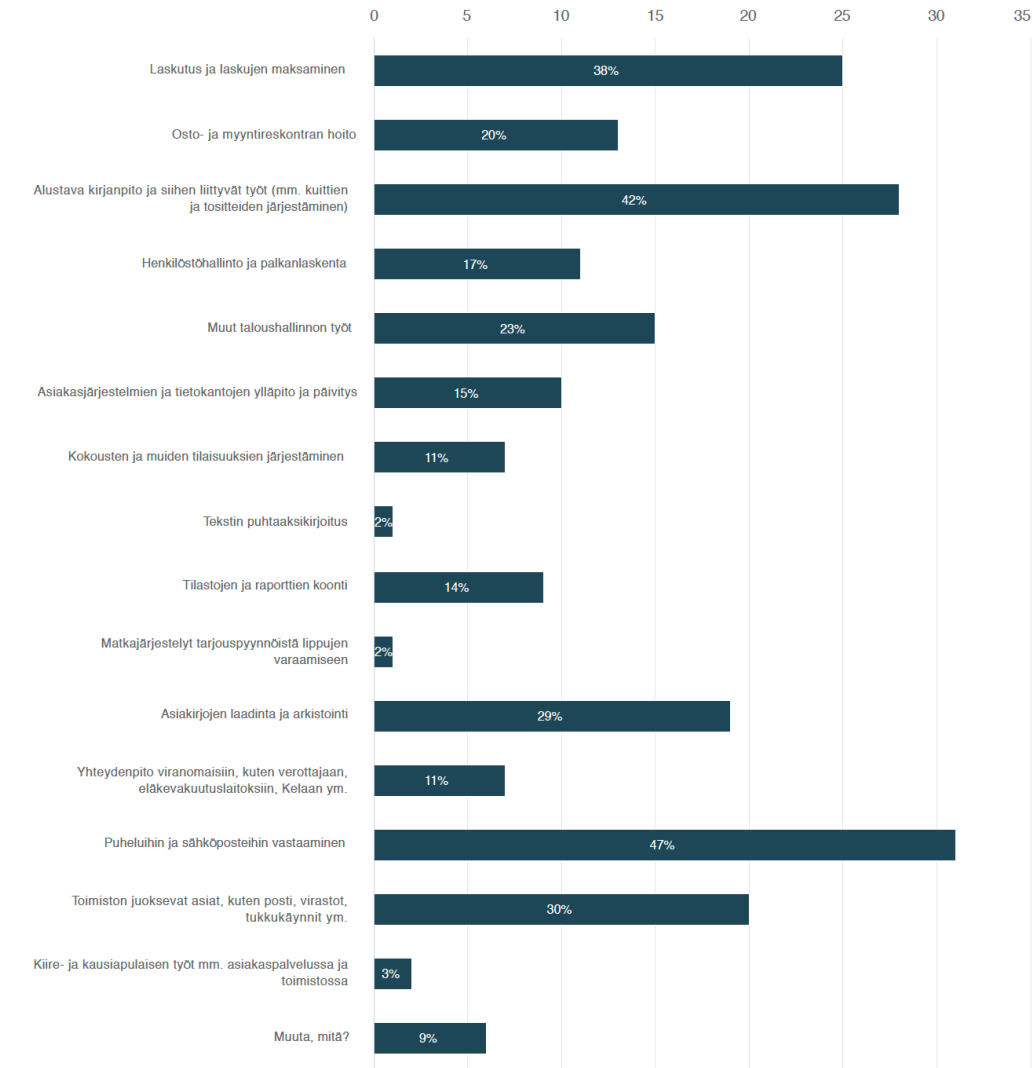
Monivalintakysymyksen vastausvaihtoehtoihin oli koottu erilaisia vaihtoehtoja, jotka koostuvat eritellyistä työtehtävistä, joita yrityksissä esiintyy ja jotka löytyvät myös Oma Assarin palvelutarjoamasta. Halusin välttää liian laajoja vaihtoehtoja, kuten ”taloushallinnolliset työt”, vaan erittelin kokonaisuudet tarpeeksi pieniin osiin tehtävittäin, kuten laskutus, myyntireskontran hoito ja palkanlaskenta. Eniten aikaa vievät työt ovat

vastanneiden kesken seuraavat vaihtoehdot: Puhelut ja sähköposteihin vastaaminen (N31, 46,97%), alustava kirjanpito ja siihen liittyvät työt (N 28, 42,42%), laskutus ja laskujen maksaminen (N25, 37,88%) sekä toimiston juoksevat asiat (N20, 30,3%). Vastauksista saimme hyvää dataa tulevaa markkinointia ja palveluiden kehittämistä varten. Edellä mainitut työt todella vievät hyvin paljon kallista aikaa, itsekin tämän allekirjoitan (ja juuri siksi olenkin ulkoistanut ko. töitä Oma Assarille).

Erityisen mielenkiintoinen yksityiskohta ilmeni avoimien vastausten osalta, johon oli tullut lähes yksinomaan vastauksena markkinoinnin haasteet. Emme Rusin kanssa tulleet edes ajatelleeksi tätä vaihtoehtoa, joten on hienoa saada ennakoimatonta tietoa kyselyn avulla. Jokainen yritys tarvitsee markkinointia pärjätäkseen, mutta kuitenkin hyvin harvalla on tietotaitoa, osaamista, saati aikaa markkinoita yritystään, palveluitaan tai tuotteitaan menestyksekkäästi ja uusia asiakkaita houkutellen. Tämä on erittäin tärkeä huomio Oma Assarin tulevaisuuden suunnan ja palvelukokonaisuuden kannalta – haluavatko he keskittyä olemaan toimistotyön ja taloushallinnon osaamisen sekä ammattitaidon tarjoajia, vai olisiko syytä pohtia myös markkinointiosaamisen myyntiä asiakkaille? Kysyntää sille varmasti olisi, etenkin kun perinteisen markkinoinnin lisäksi yritysten täytyy osata vähintään digimarkkinoinnin perusteet pärjätäkseen kilpailussa. Onko vielä liian aikaista tämän kaltaiselle systemaattiselle palvelulle ja ovatko markkinointi- ja mainos-toimistot vielä liian suuri haastaja tällä erittäin kilpaillulla kentällä? Kuitenkin etenkin pien-yritykset harvoin tarvitsevat laajoja kuukausittaisia tuntisopimuksia, joita markkinointitoimistot pääsääntöisesti tarjoavat, vaan ehkäpä mahdollinen assistenttifilosofiaan pohjautuva ”tunti siellä, toinen täällä” -palveluasetelma toimisi paremmin rajatun budjetin kohdeyleisöön?

5. Mitkä ydinliiketoimintasi ulkopuoliset asiat eritoten vievät aikaasi?

Vastaaajien määrä: 66 , valittujen vastausten lukumäärä: 205



Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muuta, mitä?	Markkinointix
Muuta, mitä?	mainonta
Muuta, mitä?	Markkinointi
Muuta, mitä?	Ei mitkään, käytössä tilitoimisto

Kuva 8. Mitkä ydinliiketoimintasi ulkopuoliset asiat eritoten vievät aikaasi?

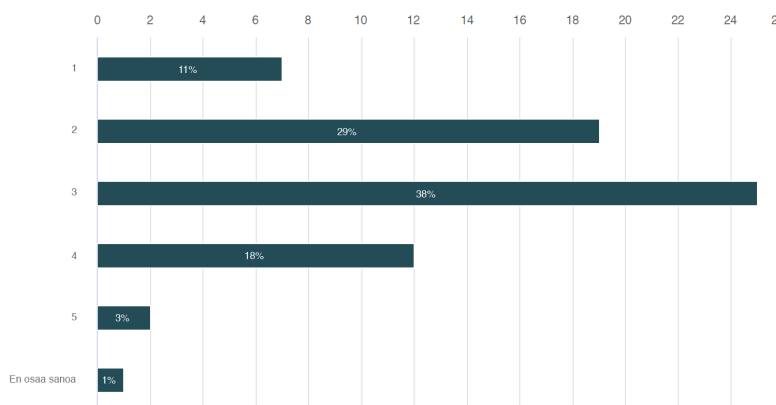
Asteikolla 1-5, kuinka paljon ydinliiketoiminnan ulkopuoliset yrityksen työtehtävät aiheuttavat stressiä? 1 - Ei lainkaan, 5 - Erittäin paljon

Aikaisempi kysymys antoi vastaajalle mielikuvan ja selkeän käsityksen ydinliiketoiminnan ulkopuolisista töistä ja mahdollisesti herätteli ajatuksia sekä pohdintoja toimenpiteisiin kuluvan ajan suuruudesta. Kuudes kysymys onkin jatkumoa viidennelle kysymykselle. Se suuntaa huomion aihealueen emotionaaliseen puoleen selvittämällä edellä mainituista töistä aiheutuvaa stressin määrää.

Stressin määrä on jaoteltu kysymyksessä Likert-asteikolle, jossa asteikolla 1 – 5 vastaaja voi arvioida ydinliiketoiminnan ulkopuolisista töistä koituvaa stressin määrää. Numero 1 tarkoittaa, että stressiä ei synny lainkaan, kun taas numero 5 tarkoittaa, että stressiä aiheutuu erittäin paljon.

Selvä enemmistö vastaajista oli keskivaiheilla ja valitsi numero kolmosen. Stressiä on häiritsevässä määrin ja se aiheuttaa päänsäryä, mutta sen kanssa pystyy elämään, eikä se ole kohtuuton rasite. Keskiarvo vastaukselle olikin 2,79. 11% vastaajista oli onneksaassa asemassa, eikä kokenut ollenkaan stressaavansa ko. töistä, mutta 18% vastaajista koki stressin määrän jo huomattavan suureksi, numero 4:ksi ja pari vastaajaa koki stressin olevan erittäin suurta. Suuresti stressaantuva joukko on hyvä kohdeyleisö muun muassa palvelujen markkinoinnin kannalta. Tämä ryhmä varmasti haluaisi maksaa hie-man ”vaivanpalkkaa”, jotta pääsisi kuormituksesta eroon.

6. Asteikolla 1-5, kuinka paljon ydinliiketoiminnan ulkopuoliset yrityksen työtehtävät aiheuttavat stressiä? 1 - Ei lainkaan, 5 - Erittäin paljon
Vastaajien määrä: 66



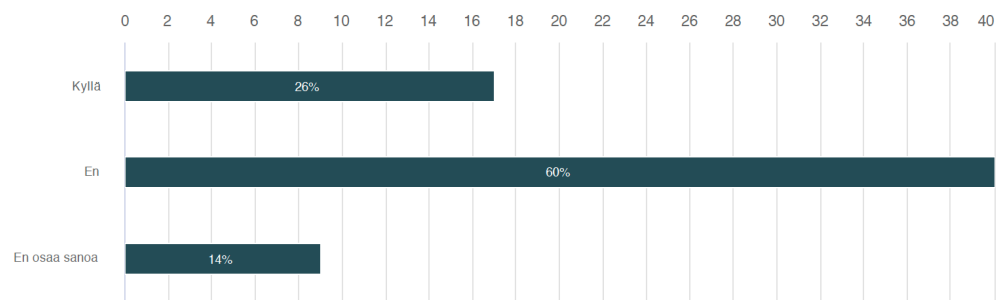
Kuva 9. Asteikolla 1-5, kuinka paljon ydinliiketoiminnan ulkopuoliset yrityksen työtehtävät aiheuttavat stressiä? 1 - Ei lainkaan, 5 - Erittäin paljon

Koetko tarvitsevasi apua edellä mainittuihin työtehtäviin?

Tämä on erittäin olennainen kysymys ja koko kyselykaavakkeen tärkeimpiä kysymyksiä kysyy suoraan, tarvitseeko vastaaja apua ydinliiketoiminnan ulkopuolisiin työtehtäviin. Kun tarkastelee vastaajien ominaisuuksia, voi huomata, mitä pienemmästä yrityksestä on kyse, sitä enemmän aikaa nämä työt vievät ja aiheuttavat stressiä. Suurin osa vastaajista kuitenkin odotetusti ei kokenut töitä liian kuormittaviksi tai aikaa vieviksi, jolloin on luonnollista, että myöskään tarvetta ulkopuoliselle assistenttiavulle ei juurikaan ole. 60% vastaajista ilmoittikin, että ei tarvitse apua toimistotöihin, mutta kuitenkin merkittävä osa, reilu neljännes, koki tarvitsevansa apua, sekä 14% ei osannut sanoa tarvitseeko vai ei.

7. Koetko tarvitsevasi apua edellä mainittuihin työtehtäviin?

Vastaajien määrä: 66



Kuva 10. Koetko tarvitsevasi apua edellä mainittuihin työtehtäviin?

Paljonko työaikaa kuluu viikossa muuhun kuin omaan ydinliiketoimintaan (alustava kirjanpito, some, laskutus ym.)?

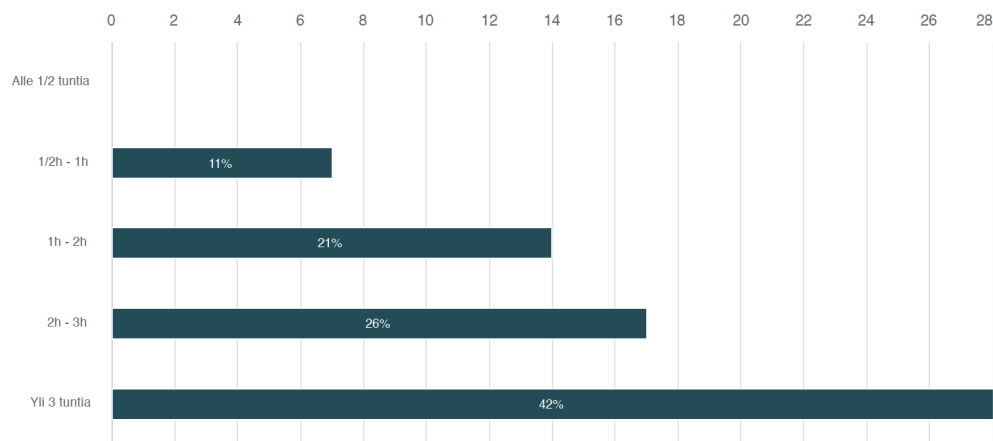
Ei-ydinliiketoiminnallisiin töihin kuluva stressin ja avuntarpeen lisäksi oli mielenkiintoista selvittää, kuinka paljon aikaa vastaajilla niihin konkreettisesti kului viikoittain. Vastaukset olivat varsin yllättäviä, sillä oletimme suurimman osan vastauksista keskittyvän jälleen keskimäisen arvon tuntumaan, mutta paljastuikin, että mitä enemmän aikaa kului, sitä enemmän vastauksia vaihtoehto keräsi.

Yksikään vastaajista ei käyttänyt vain alle puolta tuntia näihin töihin, 11% kului aikaa alle tunti, viidesosalla alle kaksi tuntia, neljäsosalla alle kolme tuntia ja jopa 42% kului yli kolme tuntia muihin, kuin oman ydintoiminnan töihin. Kolme tuntia viikossa tarkoittaa

kahtatoista tuntia kuukaudessa, joka on lähes kaksi työpäivää. Kaksi työpäivää pois tuotavasta ja taloudellista hyötyä synnyttävästä toiminnasta on erittäin paljon. Tämän ajan voisi käyttää tehokkaasti omaan osaamiseensa tai vaikka sijoittaisi vaikka kouluttautumisella, olisi töiden ulkoistamisesta aiheutuva summa todella paljon pienempi kuin tästä ajasta saatava hyöty ja rahallinen arvo.

8. Paljonko työaika kuluu viikossa muuhun kuin omaan ydinliiketoimintaan (alustava kirjanpito, some, laskutus ym.)?

Vastaajien määrä: 66



Kuva 11. Paljonko työaika kuluu viikossa muuhun kuin omaan ydinliiketoimintaan (alustava kirjanpito, some, laskutus ym.)?

Toivoisitko saavasi enemmän vapaa-aikaa käyttöösi?

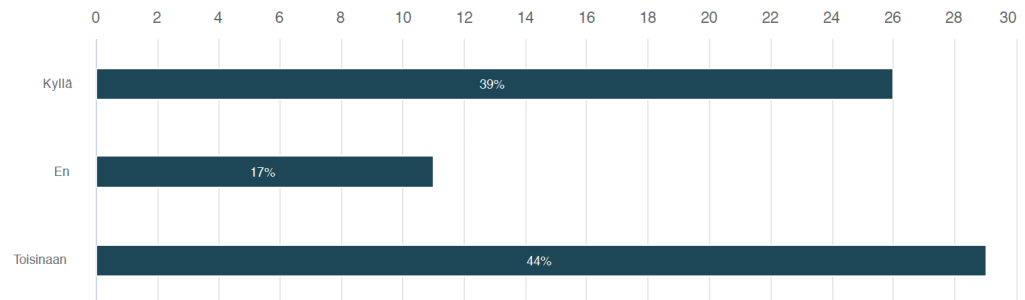
Eve Rusi halusi selvittää vapaa-ajan arvostusta vastaajien keskuudessa, sillä vapaa-ajan määrä on suoraan verrannollinen työn määrään. Kysymys koskee vastaajien arvovalintoja: kuinka paljon vapaa-aika merkitsee, onko valmis luopumaan vapaa-ajasta työn takia, haluaisiko lisää vapaa-aikaa ja miten vapaa-aikaa olisi mahdollista järjestää lisää. Vapaa-aikaan sisältyy paljon monenlaisia tunnelatauksia, joihin liittyy voimakkaasti elämän tärkeimpiä asioita, kuten perhe, ystävät, luonto, harrastukset, lepo, palautuminen, rentoutuminen ja oma aika. Kun työ ujuttautuu vapaa-aikaan (kuten esimerkiksi yrittäjillä usein käy iltaisin ja viikonloppuisin), alkaa työ menettää mielekkyytään. Elämä ei ole työtä varten, vaan työ on elämää varten.

Vastauksia saimme leijonanosan vapaa-ajan kaipuun puolesta. Vain 17% vastaajista oli selvästi sitä mieltä, ettei kaipaakaan enempää vapaa-aikaa käyttöönsä. Kuitenkin 44% toivoi silloin tällöin saavansa vapaa-aikaa lisää ja jopa 39% oli selvästi lisävapaa-ajan kannalla.

Tämä kertoo liiallisesta työkuormasta ja siitä, että työstä voisi helposti olla ulkoistettavissa vapaa-aikaa lisäävä määrä.

9. Toivoisitko saavasi enemmän vapaa-aikaa käyttöösi?

Vastaajien määrä: 66



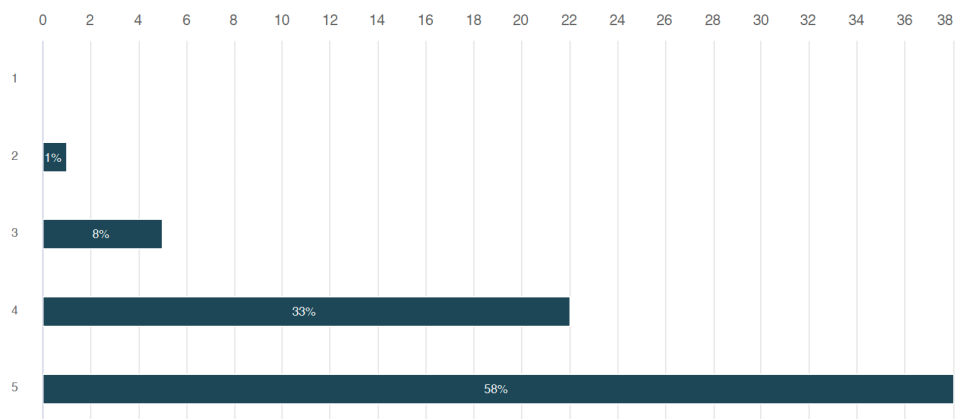
Kuva 12. Toivoisitko saavasi enemmän vapaa-aikaa käyttöösi?

Asteikolla 1-5, kuinka paljon arvostat vapaa-aikaasi? 1 - Erittäin vähän, 5 – Erittäin paljon

Kymmenes kysymys on suora jatkumoa edeltävään kysymykseen, jossa kysyttiin lisää vapaa-ajan tarpeesta. Kysymyksessä käytettiin jälleen Likert-asteikkoa, jossa vastaaja sai arvottaa oman vapaa-aikansa arvostuksen. Odotusten mukaisesti Enemmistö vastaajista arvosti vapaa-aikaansa paljon tai erittäin paljon.

10. Asteikolla 1-5, kuinka paljon arvostat vapaa-aikaasi? 1 - Erittäin vähän, 5 - Erittäin paljon

Vastaajien määrä: 66



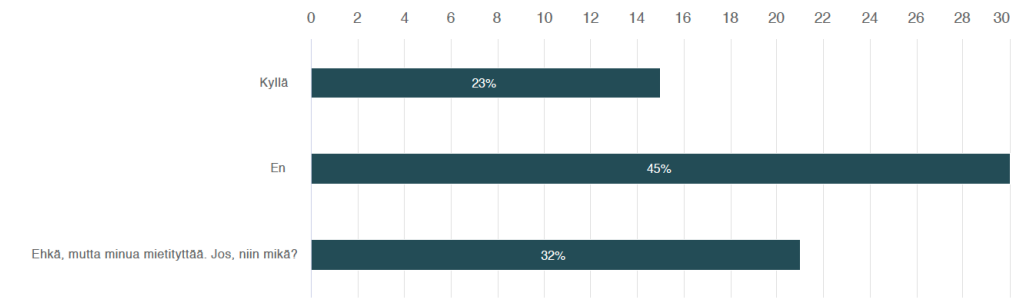
Kuva 13. Asteikolla 1-5, kuinka paljon arvostat vapaa-aikaasi? 1 - Erittäin vähän, 5 - Erittäin paljon

Olisiko valmis ulkoistamaan toimistotöitä ja muita ydinliiketoimintasi ulkopuolisia tehtäviä tuntiveloitteisesti?

Kysymyksen vastauksiin laitoimme paitsi myöntävän ja kielteisen vastauksen, myös ehkä-vastauksen avoimen vastauskentän kera, jotta saisimme kätevästi lisätietoa kysymyksiä herättävistä ajatuksista. Oli hienoa huomata, että lähes neljäsosa vastaajista (23%) oli valmis ulkoistamaan assistenttistöä. Työn määrä näistä tehtävistä on merkittävä ja vastaajat myös tiedostavat sen. On tärkeää osata antaa tiettyjä tehtäviä ammatilaisten hoidettavaksi, jotta saa itse käytettyä työajan tehokkaammin. Ulkoistaminen ei ole tabu eikä taakka, onkin viisautta ymmärtää omat rajansa ja kuunnella niitä. 45% ei ollut valmis ulkoistamaan toimistotöitä, mutta jopa 32% harkitsi tätä mahdollisuutta.

Avoimista vastauksista saimme jälleen arvokasta tietoa syistä, jotka saattavat arveluttaa ihmisiä tämän kaltaisen ostopalvelun hankkimisessa. Näistä suuri osa liittyi kustannuksiin ja osa taas käytännönjärjestelyiden toimivuuteen (asiantuntijuus, salassapitoasiat, perehdytys ja niin edelleen). Nämä epäilykset on helppo ratkaista ilmoittamalla avoimesti hinnasto kotisivuilla ja palveluista kertoessa, sekä täsmällisten, selkokielisten ja molemminpuolisesti ymmärrettyjen palvelusopimuksien kautta. Nämä toki Oma Assarilla onkin kunnossa.

11. Oisiko valmis ulkoistamaan toimistotöitä ja muita ydinliiketoimintasi ulkopuolisia tehtäviä tuntiveloitteisesti?
Vastaajien määrä: 66



Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Kustannukset
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Pystyykö esim. sähköposteja ulkoistamaan.
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	hintaa
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	vastuu ja hinta
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Kirjanpitäjälle tarvetta myös, ei mainittu yllä.
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Mitä maksaa...
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Onko varaa maksaa siitä
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Erikoisosaaminen
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Perehdytys ja se että apua tarvitaan enemmän ydintoiminnoissa
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Ei vielä tässä vaiheessa
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Miten salassapitovelvollisuus täyttyisi. Kuinka paljon ohjeistusta tarvittaisiin? Oisiko jo helpompaa tehdä itse kuin ehdä pitkät ja yksityiskohtaiset ohjeet.
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Käytännön järjestelyt
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Maatalousasiantutijuus saattaisi tuoda lisämaksun..
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Olemme jo ulkoistaneet merkittävän osan taloushallinnon töistä tilitoimistolle ja mielellään emme ulkoistaisi asioita kovin monelle erilliselle yhtiölle.
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Kustannukset
Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?	Asioiden selvittämiseen menisi sama aika kuin niiden hoitamiseen, kun usein asiat ovat kovin tapauskohtaisia.

Kuva 14. Oisiko valmis ulkoistamaan toimistotöitä ja muita ydinliiketoimintasi ulkopuolisia tehtäviä tuntiveloitteisesti?

Mitä töitä olisit valmis ulkoistamaan?

Työt, jotka oltiin halukkaita ulkoistamaan, tuli hyvin yhteneviä vastauksia, kuin kysymyseen, joka koski eniten aikaa vieviä toimistotöitä (kysymys numero 5). Laskutukseen sekä kirjanpitoon liittyvät työt keräsivät suurimman osan äänistä, mutta myös muut hallinnolliset työt, kuten palkanlaskenta ja viranomaisyhteydenpito voitaisiin ulkoistaa.

Avoimista kysymyksistä paljastuu tarvetta markkinointitöiden ulkoistamiselle, sekä asiakkuusvastaavan töille, kuten tarjousten laadinnalle ja myynti- sekä asiakassoitoille.

12. Mitä töitä olisit valmis ulkoistamaan?

Vastaajien määrä: 66 , valittujen vastausten lukumäärä: 159



Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muut toimistopalvelut, mitkä?	Markkinoinnin
Muut toimistopalvelut, mitkä?	mainonta, kuvankäsittely
Muut toimistopalvelut, mitkä?	tarjousten laadinta sekä asiakassoitot
Muut toimistopalvelut, mitkä?	ei tällä hetkellä mitään
Muut toimistopalvelut, mitkä?	Myyntitöitä valittuihin kohderyhmiin

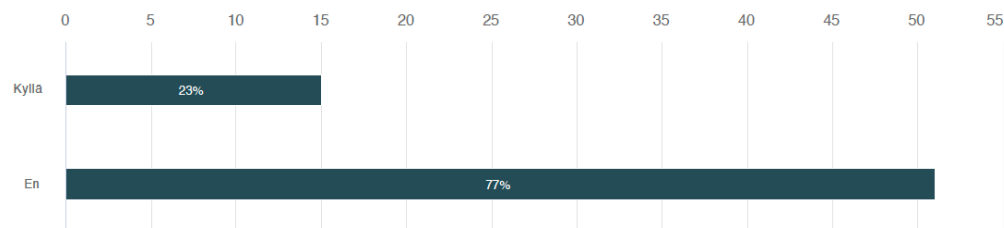
Kuva 15. Mitä töitä olisit valmis ulkoistamaan?

Olisitko kiinnostunut kuulemaan tämän kaltaisesta palvelusta enemmän?

Tämä on olennainen kysymys koskien Oma Assarin uusasiakashankintaa. Myöntävästi vastanneista saimme helposti uuden liidirekisterin, joille Oma Assari sai markkinoida palveluitaan ja lähestyä avuntarjoajana. Iloksemme saimme lähes neljäsosalta kyllä-vastauksen.

13. Olisitko kiinnostunut kuulemaan tämän kaltaisesta palvelusta enemmän?

Vastaajien määrä: 66



Kuva 16. Olisitko kiinnostunut kuulemaan tämän kaltaisesta palvelusta enemmän?

Jos vastasit edelliseen kysymykseen Kyllä, voit lisätä tähän sähköpostiosoitteesi lisätietoa varten

Voit jättää tähän tietosi osallistuaksesi arvontaan

Kaksi viimeistä kysymystä koskivat suoramarkkinointilupaa varten vaadittavaa vastaanottajan hyväksyntää, sekä arvontaan osallistuvien henkilöiden nimilistaa. Näiden avulla saimme Oma Assarille liidilistan ja itselleni arvontalahjakorttiin osallistuvien henkilöiden nimilistan, josta arvoin onnellisen voittajan.

6 MARKKINATUTKIMUKSEN JÄLKISATO

Opinnäytetyön tavoitteena oli markkinatutkimuksen avulla selvittää Oma Assari Oy:n asiakassegmentin ja potentiaalisten asiakkaiden tarvetta toimistoapupalveluille, sekä kuinka paljon yritykset ja yrittäjät käyttävät omaa aikaansa niihin töihin, joita Oma Assari voisi tehdä. Kysymyksillä heräteltiin vastaaja ymmärtämään toimistotöiden kirjo, sekä pohtimaan kyseessä oleviin töihin uppoavaa ajanhukkaa. Kysymyksissä lisäksi tiedusteltiin vapaa-ajan merkitystä ja ennen kaikkea olisiko vastaajilla kiinnostusta ulkoistaa toimistoapupalveluita oman yrityksensä kohdalla.

Työ toteutettiin laatimalla olennaisimpia kysymyksiä yhdessä omistaja Eve Rusin kanssa, jonka jälkeen vein kysymykset Webropol-kyselytyökaluun ja muodostin kyselylomakkeen. Kasasin 200 henkilön vastaanottajalistan Turun 1-10 henkilöä työllistävistä yrityksistä, joille lähetin kysymyslomakkeen. Saateviestiksi loin visuaalisesti miellyttävän sähköpostiviestin Mailchimp -palvelun avulla, jossa oli linkki kyselyyn, sekä lyhyt esittely toimeksiannosta ja palkinnosta. Vastauksia tuli 66 kappaletta, eli jopa 33% käytti aikaansa vastataksaan kyselyyn. Vastausten perusteella saimme mielenkiintoista tietoa vastaajista ja toimistoapupalveluiden tarpeesta yleisesti. Eritoten avoimien kysymysten vastaukset tuottivat uudenlaisia näkökulmia, joita emme tulleet ajatelleeksikaan kysymyksiä laatiessamme.

Työn tulokseksi saatiin, että toimistoapupalveluille oli kysyntää ja että ydinliiketoiminnan ulkopuoliset työtehtävät veivät hyvin suuren osan ajasta. Suurimpia aikasyöppöjä olivat laskutus ja laskujen maksaminen, kirjanpidolliset työt, puheluihin ja sähköposteihin vastaaminen sekä toimiston juoksevat asiat. Lisäksi avoimien kysymysten vastauksista saimme selville, että myös markkinointi tuottaa vastaajille ajanmenetystä. Stressiä työtehtävät aiheuttavat kohtalaisen paljon ja työaika tunneissa kuluu näihin töihin jopa yli kolme tuntia suurimmalla osalla vastaajista. Suurin osa toivoo niin ikään saavansa lisää vapaa-aikaa käyttöönsä, jota toimistotöiden ulkoistaminen varmasti edesauttaisi. Vapaa-ajan arvostus oli suurta, joka tukee löydöksiä. Ulkoistettaviksi töiksi eniten puollettiin laskutustöitä, kirjanpitoa ja henkilöstöhallinnon töitä, eli töitä, jotka vievät niin ikään eniten aikaa. Palvelusta herääviä kysymyksiä oli kustannukseen ja käytännön järjestelyihin liittyvät seikat. Lopulta 15 vastaajaa, eli 25% oli kiinnostunut kuulemaan Oma Assarin palveluista lisää.

On hyvä ottaa huomioon, että otanta on kuitenkin verrattain pieni. Luotettavin tulos olisi saatu, jos olisi saatu kerättyä kaikista Turun alueen yrityksistä (joita on tuhansia) rekisteri, johon kysely olisi lähetetty, mutta tämä ei ollut teknisesti mahdollista. Saimme kuitenkin riittävästi vastauksia vastaamaan tietotarpeitamme ja saimme mielenkiintoista aineistoa haluttuihin kysymyksiin. Yksikään kysymys ei aiheuttanut epäselvyyttä vastaajien keskuudessa, avoimiin vastauksiin kirjoitettiin hyviä näkökulmia ja ennen kaikkea saimme paljon uusia potentiaalisten asiakkaiden yhteystietoja jatkomarkkinointitoimenpiteitä varten.

Kyselyn julkaisuajankohtana Oma Assari oli vielä hetken Eve Rusin toiminimiyritys, mutta nykyisin palveluihin kuuluu jo laajat kirjanpito- ja tilitoimistopalvelut. Kirjanpidolliset työt olivatkin olennaisimpia töitä, jotka aiheuttivat vastaajille ajankulua ja joka oltiin halukkaita ulkoistamaan. Yllättäväksi palveluntarpeeksi muodostui markkinointiin liittyvät työt. Yrityksillä on suuri tarve markkinoida tuotteitaan ja palveluitaan, jotta pärjäisi kilpailussa mukana. Markkinointiin liittyvät työt ovat kuitenkin hyvin aikaa vieviä ja vaativat huolellista suunnittelua ja osaamista, jonka vuoksi niitä suositellaan ulkoistettavaksi myynnin ja markkinoinnin asiantuntijoille, kuten mainostoimistoille (Alikoski ym. 2016, 62). Oma Assarin kannattaa ehdottomasti harkita markkinointipalveluiden lisäämistä portfolioonsa, sillä sille on huutava tarve.

Kaiken kaikkiaan tulokset olivat hyviä ja toivotun kaltaisia. Tulokset vahvistivat palvelutarjoaman oikeaa valintaa, sekä antoivat hyviä ideoita jatkomarkkinointia, mielikuvien luomista, asiakasta lähentymistä ja uusia aluevaltauksia varten. Laajempaa tarkastelua varten ehdotan markkinointitutkimuksen teettämistä, jonka avulla saataisiin monipuolisesti selvitettyä tehokkaimmat ja toimivimmat markkinointitavat, -kampanjat ja -suunnitelmat. Oma Assarin asiakasprofiili on tällä hetkellä mikro- ja pienyritykset, joille Oma Assarin monipuolinen palvelupaletti on pelastava tekijä yrityksen hektisessä arjessa, mutta saattaa olla, että jonakin päivänä Oma Assari palvelee myös keski- ja suurikokoisia yrityksiä ympäri Suomen.

LÄHTEET

Oma Assari Oy. 2019. Toimistopalvelut. Viitattu 27.3.2019.
<https://www.oma-assari.fi/toimistopalvelut/>

Suomen Palkanlaskenta Oy. 2018. Työnantajan sivukulut. Viitattu 15.4.2019.
https://www.palkkaus.fi/Cms/Article/tyonantajan_sivukulut

Bergström, S., Leppänen A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16., Uudistettu painos. Keuruu: Edita Publishing Oy.

Alikoski, R., Hakonen, M., Viitasalo, J. 2016. Yritystoiminnan taitajaksi. 7., uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Puusa, A., Reijonen, H., Juuti, P., Laukkanen, T. 2014. Akatemiasta markkinointipaikalle. 4., uudistettu painos. Viro: Print Best.

Mäntyneva, M., Heinonen, J., Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. 1. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy

Sekki, A., Niemi, M. 2016. Menesty yrittäjänä. Talentum Media Oy ja tekijät

LIITE 1 SÄHKÖPOSTI/SAATEKIRJE KYSELYYN VALITUILLE

Markkinatutkimuskysely 21.3.

[View Report](#)

[Campaign Preview](#) [HTML Source](#) [Plain-Text Email](#) [Details](#)



Hyvä vastaanottaja

Olen Anna Sarjomaa, turkulainen yrittäjä ja valmistumassa tradenomiksi Turun ammattikorkeakoulusta. Teen toimeksiantajalleni opinnäytetyönä markkinatutkimuksen, joka kartoittaa assistenttipalveluiden tarvetta Turun talousalueen yrityksissä.

Pyytäisin nyt mitä ystävällisimmin täyttämään lyhyen kyselyn, mielipiteesi on erittäin tärkeä!

Palkintona vastanneiden kesken arvomme 50€ lahjakortin Stockmannille.

[Kyselyyn](#)

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

ama ASSARI

Ystävällisin terveisin,

Anna Sarjomaa
anna.sarjomaa@pohi.turkuamk.fi

This email was sent to [cc_TestEmail_A500989.00](#)
why did I get this? unsubscribe from this list update subscription preferences
Turun ammattikorkeakoulu - Kalhuritie 10 - Turku 20810 - Finland



LIITE 2 KYSYMYSLOMAKE

Markkinatutkimus assistenttipalveluiden tarpeesta Turun talousalueella

1. Yrityksesi sijainti *

- ☐ Turku
☐ Kaarina
☐ Raisio
☐ Naantali
☐ Masku
☐ Rymättylä
☐ Lieto
☐ Rusko
☐ Salo

2. Yrityksesi henkilöstökoko *

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3-5
☐ 6-10
☐ Yli 10

3. Yrityksen liikevaihto vuodessa *

- ☐ Alle 30 000€
☐ 31 000€ - 50 000€
☐ 51 000€ - 80 000€
☐ 81 000€ - 100 000€
☐ Yli 100 000€

4. Onko yrityksessä toimistotyötä päätehtävänänsä tekevää työntekijää? *

- ☐ Kyllä
☐ Ei

5. Mitkä ydinliiketoimintasi ulkopuoliset asiat eritoten vievät aikaasi? *

- ☐ Laskutus ja laskujen maksaminen
☐ Ost- ja myyntireskontran hoito
☐ Alustava kirjanpito ja siihen liittyvät työt (mm. kuittien ja tositteiden järjestäminen)
☐ Henkilöstöhallinto ja palkanlaskenta
☐ Muut taloushallinnon työt
☐ Asiakasjärjestelmien ja tietokantojen ylläpito ja päivitys
☐ Kokousten ja muiden tilaisuuksien järjestäminen
☐ Tekstin puhtaaksi kirjoitus
☐ Tilastojen ja raporttien koonti
☐ Matkajärjestelyt tarjouspyynnöistä lippujen varaamiseen
☐ Asiakirjojen laadinta ja arkistointi
☐ Yhteydenpito viranomaisiin, kuten verottajaan, eläkevakuutuslaitoksiin, Kelaan ym.
☐ Puheluihin ja sähköposteihin vastaaminen
☐ Toimiston juoksevat asiat, kuten posti, virastot, tukkukäynnit ym.
☐ Kiire- ja kausiapulaisen työt mm. asiakaspalvelussa ja toimistossa
☐ Muuta, mitä?

6. Asteikolla 1-5, kuinka paljon ydinliiketoiminnan ulkopuoliset yrityksen työtehtävät aiheuttavat stressiä? 1 - Ei lainkaan, 5 - Erittäin paljon *

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4
☐ 5
☐ En osaa sanoa

7. Koetko tarvitsevasi apua edellä mainittuihin työtehtäviin? *

- ☐ Kyllä
☐ En
☐ En osaa sanoa

8. Paljonko työaikaa kuluu viikossa muuhun kuin omaan ydinliiketoimintaan (alustava kirjanpito, some, laskutus ym.)? *

- ☐ Alle 1/2 tuntia
☐ 1/2h - 1h
☐ 1h - 2h
☐ 2h - 3h
☐ Yli 3 tuntia

9. Toivoisitko saavasi enemmän vapaa-aikaa käyttöösi? *

- ☐ Kyllä
☐ En
☐ Toisinaan

10. Asteikolla 1-5, kuinka paljon arvostat vapaa-aikaasi? 1 - Erittäin vähän, 5 - Erittäin paljon *

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

11. Olisiko valmis ulkoistamaan toimistotöitä ja muita ydinliiketoimintasi ulkopuolisia tehtäviä tuntuvoitteisest? *

- ☐ Kyllä
☐ En
☐ Ehkä, mutta minua mietityttää. Jos, niin mikä?

12. Mitä töitä olisit valmis ulkoistamaan? *

- ☐ Laskutus ja laskujen maksaminen
- ☐ Osto- ja myyntireskontran hoito
- ☐ Alustava kirjanpito ja siihen liittyvät työt (mm. kuittien ja tositteiden järjestäminen)
- ☐ Henkilöstöhallinto ja palkanlaskenta
- ☐ Muut taloushallinnon avustavat työt
- ☐ Asiakasjärjestelmien ja tietokantojen ylläpito ja päivitys
- ☐ Kokousten ja muiden tilaisuuksien järjestäminen
- ☐ Tekstin puhtaaksikirjoitus
- ☐ Tilastojen ja raporttien koonti
- ☐ Matkajärjestelyt tarjouspyynnöistä lippujen varaamiseen
- ☐ Asiakirjojen laadinta ja arkistointi
- ☐ Yhteydenpito viranomaisiin, kuten verottajaan, eläkevakuutuslaitoksiin, Kelaan ym.
- ☐ Puhelimeen ja sähköposteihin vastaaminen
- ☐ Toimiston juoksevat asiat, kuten posti, virastot, tukkukäynnit ym.
- ☐ Kiire- ja kausiapulaisen työt mm. asiakaspalvelussa ja toimistossa
- ☐ Muut toimistopalvelut, mitkä?

13. Olisitko kiinnostunut kuulemaan tämän kaltaisesta palvelusta enemmän? *

- ☐ Kyllä
- ☐ En

14. Jos vastasit edelliseen kysymykseen Kyllä, voit lisätä tähän sähköpostiosoitteesi lisätietoa varten:

15. Voit jättää tähän tietosi osallistuaksesi arvontaan:

Nimi

Puhelinnumero

Sähköpostiosoite

Paljon kiitoksia vastauksestasi!

