

Viktoria Lunkka

YRITTÄJÄN ENSIMMÄINEN VUOSI

Opinnäytetyö

Liiketalouden ylempi ammattikorkeakoulututkinto

Yrittäjyyden koulutus (ylempi amk)

2023



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

Tutkintonimike	Tradenomi (ylempi AMK)
Tekijä/Tekijät	Viktoria Lunkka
Työn nimi	Yrittäjän ensimmäinen vuosi
Toimeksiantaja	Tiina Heikka Oy
Vuosi	2023
Sivut	81 sivua, liitteitä 9 sivua
Työn ohjaaja	Nina Hartikainen

TIIVISTELMÄ

Tässä opinnäytetyössä käsitellään yrittäjän ensimmäistä vuotta toimintaympäristöön, haasteisiin, onnistumisiin ja kehittämistyökaluihin keskittyen. Aiheella on yhteiskunnan kannalta hyödyllinen, yrittäjälähtöinen ja moneen muuhun hyödynnettävissä oleva tutkimustarve. Opinnäytetyön tavoite on selvittää mahdollisimman tarkasti, miten uuden yrittäjän ensimmäinen vuosi alkaa, mitä haasteita aloittava yrittäjä kohtaa ensimmäisenä vuonna, miltä yrittäjyys ja ensimmäiset onnistumiset tuntuvat ja minkälaisia menetelmiä ja liiketoiminnan kehittämistyökaluja yrittäjä käyttää. Työn tavoite on selvittää erilaisten työkalujen ja menetelmien tarve erityisesti ensimmäisenä yrittäjävuonna sekä luoda aloittavalle yrittäjälle menetelmä- ja kehittämistyökaluohje. Tämän opinnäytetyön keskeinen ja pääkysymys on, mitkä ovat tärkeimmät yritystoiminnan kehittämistyökalut ja menetelmät aloittavan yrittäjän ensimmäisen toimintavuoden aikana. Tutkimusongelma muotoiltiin ja tutkimuskysymykset muodostettiin tutkijan omien havaintojen, ajatusten, kokemusten ja opinnäytetyön tilaajan kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta.

Opinnäytetyö toteutettiin laadullisella tutkimusotteella ja vietiin eteenpäin tapaustutkimuksellisella lähestymistavalla hyödyntämällä monimenetelmällisyyttä. Selvitystyö tapahtui seuraamalla läheltä uuden yrittäjän yrityksen toiminnan edistämistä havainnoinnin ja luotaimien avulla, joina käytettiin myös yrittäjän perhettä. Vertailumateriaalia yrittäjyyden kokemuksesta ja tunteista tapaukselle haettiin muiden yrittäjien kanssa tapahtuvan kyselyn kautta. Lopputuloksena saatiin uudelle yrittäjälle suunnattu toimintamalli ja menetelmä- ja kehittämistyökaluohje, joka tehtiin kyselyn tulosten pohjalta.

Tutkimuksen tuloksena todetaan, että yrittäjät kohtaavat yrittäjyyden alussa erilaisia haasteita, jotka kuitenkin voi välttää harkitsemalla ja valmistautumalla yrittäjyyteen hyvin. Yrittäjän pitää olla kykenevä moniroolisuuteen ja vastuunkantoon. Asiakkaiden saanti on yleinen ongelma yrittäjyyden alkuvaiheessa. Yrittäjyyttä suositaan innovatiiviselle henkilölle, joka haluaa itse päättää omasta ajankäytöstä ja tehtävistä. Käytetyimmät kehittämistyökalut ovat analyysimenetelmiä, BMC, strategisia työkaluja ja yhteiskehittäminen. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että harkitsemalla ja valmistautumalla yrittäjyyteen on mahdollista harjoitella jatkossa kestäväää yrittäjyyttä ja liiketoiminnan kehittämistyökaluista on hyötyä ja apua yrittäjyydessä.

Asiasanat: liiketoiminnan kehittämistyökalut, yrittäjyys, yrittäjä, yrityksen perustaminen, yritys

Degree title	Master of Business Administration
Author (authors)	Viktoria Lunkka
Thesis title	The first year of an entrepreneur
Commissioned by	Tiina Heikka Oy
Time	2023
Pages	81 pages, 9 pages of appendices
Supervisor	Nina Hartikainen

ABSTRACT

The subject of the thesis was the entrepreneur's first year, focusing on the operating environment, challenges, successes and business development tools. The subject of the thesis was useful and entrepreneur-oriented society. The objective of the thesis was to find out how the first year of a new entrepreneur starts, how entrepreneurship and first successes feel, and what kind of methods and business development tools the entrepreneur uses. The goal of the work was to find out the need for different tools and methods, especially in the first year as an entrepreneur, and to create a method and instructions for starting entrepreneurs. The research question of this thesis was what are the most important business development tools and methods during the first year of operation of a newly-starting entrepreneur.

The thesis was carried out with a qualitative research sample and carried forward with a case study approach using multi-methodology. The survey work was carried out by closely following the promotion of the new entrepreneur's business with the help of observation and probes, which were also used by the entrepreneur's family. Comparative material about the experience and feelings of entrepreneurship for the case was sought through a survey with other entrepreneurs. The result was an operating model for the new entrepreneur and a methodological and tool guide, which was made on the basis of the results of the survey.

As a result of the research, it is stated that entrepreneurs face various challenges at the beginning of their entrepreneurial career, which, however, can be avoided by considering and preparing for entrepreneurship well. An entrepreneur must be able to play multiple roles and take responsibility. Getting customers is a common problem in the early stages of entrepreneurship. Entrepreneurship is preferred suitable for an innovative person who wants to decide on her/his own time use and tasks. The most used tools are analysis methods, BMC, strategic tools and co-design. As a conclusion, it can be stated that by considering and preparing for entrepreneurship, it is possible to practice sustainable entrepreneurship in the future, and business development tools are useful and helpful in entrepreneurship.

Keywords: business development tools, entrepreneurship, entrepreneur, establishment of an enterprise, enterprise

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS.....	7
2.1	Opinnäytetyön tavoite ja raja.....	7
2.2	Tutkimustarve opinnäytetyölle ja tutkimuskysymykset.....	8
2.3	Tutkimusasetelma.....	9
2.3.1	Laadullinen tapaustutkimus	11
2.3.2	Palvelumuotoilun menetelmien käyttö tapaustutkimuksessa	12
2.3.3	Analyysimenetelmät.....	18
2.4	Opinnäytetyöprosessi	19
3	YRITTÄJYYDESTÄ LIIKETOIMINNAN TOIMINTAYMPÄRISTÖÖN	20
3.1	Yrittäjä, yrittäjyys ja sen vaatimukset.....	20
3.2	Liiketoiminnan elinkaari ja liiketoimintaympäristö.....	23
4	LIIKETOIMINNAN KEHITTÄMISTYÖKALUT JA MENETELMÄT	25
4.1	Asiakas, asiakaslähtöisyys ja palvelumuotoilu.....	25
4.2	Luovuus, liiketoimintamuotoilu ja liiketoiminnan kehittämistyökalut	28
5	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY JA TOIMINTAYMPÄRISTÖ	32
6	TUTKIMUSVAIHEET JA TULOKSET	34
6.1	Havainnointi.....	34
6.2	Luotainpaketti	39
6.2.1	Yrittäjän luotainpaketti.....	40
6.2.2	Yrittäjän perheen luotainpaketti	44
6.3	Kysely	46
6.3.1	Vastaajien taustatiedot.....	47
6.3.2	Kokemukset yrittäjyydestä, onnistumiset ja haasteet.....	48
6.3.3	Kokemukset liiketoiminnan kehittämistyökaluista ja menetelmistä	54
6.3.4	Vinkkejä aloittaville yrittäjille.....	56
6.3.5	Jatkotyöskentely ja kyselyn tulosten yhteenveto.....	59

6.4	Tuotoksen esittely: toimintamalli ja ohje yrittäjyyden aloittamiseen	61
6.5	Yhteenveto tuloksista.....	66
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	69
7.1	Johtopäätökset	69
7.2	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	72
7.3	Kehittämisehdotukset	73
8	POHDINTA	75
	LÄHTEET.....	76
	LIITTEET	

Liite 1. Kysely yrittäjille

Liite 2. Saate, opinnäytetyön tekijän somekanavat

Liite 3. Saate, sähköposti yrittäjille

Liite 4. Toimintamalli ja ohje yrittäjyyttä harkitseville ja aloittaville yrittäjille

1 JOHDANTO

Vuonna 2020 Suomessa oli yhteensä 368 622 yritystä (Tilastokeskus 2021). Yrittäjyydellä on merkittävä yhteiskunnallinen rooli. Yritykset tuottavat tuotteita, palveluja ja verovaroja sekä luovat työtä ja työpaikkoja yhteisen hyvän ylläpitämiseen. (Rajala 2020, 137.) Tässä opinnäytetyössä käsitellään yrittäjän ensimmäistä vuotta toimintaympäristöön, haasteisiin, onnistumisiin ja kehittämistyökaluihin keskittyen, ja toimeksiantajana toimii valmennus- ja mentorointialan yritys Tiina Heikka Oy Lapinjärveltä. Yritys on uusi markkinoilla, ja se aloitti toimintansa tammikuussa 2022.

Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymys on, mitkä ovat tärkeimmät yritystoiminnan kehittämistyökalut ja menetelmät aloittavan yrittäjän ensimmäisen toimintavuoden aikana. Aihevalintaan päädyttiin siksi, koska aihe on yhteiskunnan kannalta hyödyllinen ja kiinnostava. Opinnäytetyössä päästään seuraamaan läheltä uuden yrityksen, Tiina Heikka Oy:n, toiminnan edistämistä koko vuoden 2022 ajaksi havainnoinnin ja luotainpaketin avulla. Luotainpaketit ovat itsedokumentointiin perustuvia tehtäväpaketteja ja niitä voi käyttää tutkimusaineiston kokoamiseen valitun kohteen kokemuksista (Vilkkä 2021, 86). Yrittäjän kokemuksia ja tunteita vuoden yrittäjyydestä verrataan muiden yrittäjien kokemuksiin, joita selvitetään kyselyllä. Tavoitteena on luoda aloittavalle yrittäjille toimintamalli sekä menetelmä- ja kehittämistyökaluohje, joka on tehty ottamalla huomioon yrittäjien kokemuksia. Työn tavoite onkin selvittää erilaisten kehittämistyökalujen ja menetelmien tarve erityisesti ensimmäisenä yrittäjävuonna.

Opinnäytetyö toteutetaan laadullisena tutkimuksena, jota viedään eteenpäin tapaustutkimuksellisella lähestymistavalla palvelumuotoilun menetelmien avulla. Työssä hyödynnetään monimenetelmällisyyttä, mikä on luonteva tapa toteuttaa palvelumuotoilua hyödyntävä case-tutkimus. Valitut menetelmät ovat havainnointi, luotain ja kysely.

Yrittäjyydestä sinänsä on saatavilla laajasti tutkimuskirjallisuutta ja muuta aineistoa. Tämä opinnäytetyö kuitenkin erottuu muista tutkimuksista siinä, että

sen kautta päästään tarkastelemaan uuden yrittäjän alkua sekä sitä, miltä yrittäjäisyys tuntuu ja miten yrittäjä sen kokee. Samalla case-yrittäjän kokemusta vahvistetaan muiden yrittäjien kokemuksista hyödyntäen, ja näin pyritään muodostamaan konkreettinen kuva yrittäjäisyyden todellisuudesta. Lukemalla opinnäytetyötä yrittäjäisyyttä harkitseva tai aloittava voi saada neuvoja oman toimintansa kehittämiseen ja virheiden välttämiseen. Opinnäytetyö antaa ohjeita siihen, miten voidaan harjoittaa kestävä yrittäjäisyyttä.

2 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

2.1 Opinnäytetyön tavoite ja rajaus

Opinnäytetyön tavoite on selvittää mahdollisimman tarkasti, miten uuden yrittäjän ensimmäinen vuosi alkaa, mitä haasteita aloittava yrittäjä kohtaa ensimmäisenä vuonna, miltä tuntuvat yrittäjäisyys ja ensimmäiset onnistumiset ja minkälaisia menetelmiä ja liiketoiminnan kehittämistyökaluja hän käyttää. Tutkimusote on osallistava. Selvitystyö tapahtuu seuraamalla läheltä uuden yrittäjän yrityksen toiminnan edistämistä havainnoinnin ja luotaimien avulla, joihin osallistetaan myös yrittäjän perhettä tehtävien tekemiseen. Vertailumateriaalia haetaan muiden yrittäjien kanssa tapahtuvan kyselyn kautta. Lopputuloksena haetaan uudelle yrittäjälle suunnattua toimintamallia ja menetelmä- ja kehittämistyökaluohjetta. Opinnäytetyön avulla saadaan selkeämpi kuva uuden yrittäjän kokemuksista ja siitä, mitä yrittäjä saattaa tarvita yrittäjäisyyden alkuvaiheessa. Opinnäytetyö toteutetaan yhteistyössä toimeksiantajan kanssa jokaisessa työn vaiheessa.

Aihetta tarkastellaan yrittäjäisyyttä tunteiden ja kokemusten kautta ilman liiketoiminnan taloudellisia lukuja. Havainnointia tehdään vuoden ajan vain seuraamalla yrittäjän sosiaalisen median käyttöä, koska tarkoitus on muodostaa yrityksestä kuva ulkopuolisen silmin. Seurataan yrittäjän liitetoimintaa somekirjoitusten avulla, miten hän kokee yrittäjäisyyden ja minkälaisia tunteita yrittäjäisyys herättää. Sen lisäksi kiinnitetään huomiota yrittäjän liiketoiminnan kehittämistyökalujen ja erilaisten menetelmien käyttöön yritystoiminnassa. Havainnoinnin kautta ei tarkkailla yrityksen liiketoiminnan taloudellisia lukuja, koska tämä aihe on jo itsestään laaja ja yrityksen taloudellisiin lukuihin keskittyminen voisi olla erillisen opinnäytetyön aihe. Sen lisäksi yrittäjä seuraa itse luotainpaketin

avulla yritystoiminnan edistymistään koko vuoden ajan. Yrittäjän perhettä osallistetaan luotainpaketin kautta vain kerran luovien tehtävien avulla. Kyselyllä kerätään myös muiden yrittäjien kokemuksia yrittäjyydestä ilman liiketoiminnan taloudellisia lukuja, jotta vastaajien lukumäärä ei jää liian pieneksi tämän tai sen takia, case-yrityksen liiketoiminnan taloudellisia lukuja ei tarkasteta. Toimintamalli ja ohje tehdään kyselyn vastausten perusteella.

Teoreettista viitekehystä rakennetaan ottamalla huomioon opinnäytetyön aihe eli yrittäjyyden yleistason tiedoilla, joita ovat erityisesti yrittäjyyden alkuvaihe ja menetelmien käyttö. Tässä työssä ei tarkastella laajalti yrittäjyyden kasvu- ja loppuvaiheita, koska tarkoitus on tuoda yrittäjyyttä harkitsevalle tai aloittavalle yrittäjälle tietoa pohdittavaksi, mitä yrittäjyys vaatii yrittäjältä ylipäättänsä.

2.2 Tutkimustarve opinnäytetyölle ja tutkimuskysymykset

Jo ennen opintojen aloittamista opinnäytetyön tekijälle on kertynyt lista erilaisista mahdollisista aiheista, joista voisi tehdä opinnäytetyötä. Opiskelun aloittamisen aikana aiheet oli rajattu koulutuksen teemoihin, joista keskusteltiin opinnäytetyön tilaajan ja ohjaajan kanssa. Alkuvaiheessa oli vain idea ja yhteistyöhaluinen tilaaja. Yrittäjyys-aihe sinänsä on yleisesti paljon tutkittu ilmiö, mutta kuten jokainen ihminen myös jokainen yrittäjä ja yrittäjyys ovat ainutlaatuisia ja tuovat uutta tutkittavaa tietoa. Sen takia aiheen valinta jatkui opinnäytetyön tekijän pohtiessa yrittäjyyttä omasta näkökulmastaan ja muiden kokemusten kautta. Silloin aiheita oli jo entistä enemmän. Erityisen paljon oli kiinnostusta selvittää yrittäjien tietoa erilaisista liiketoimintakehittämistyökaluista ja niiden käytöstä.

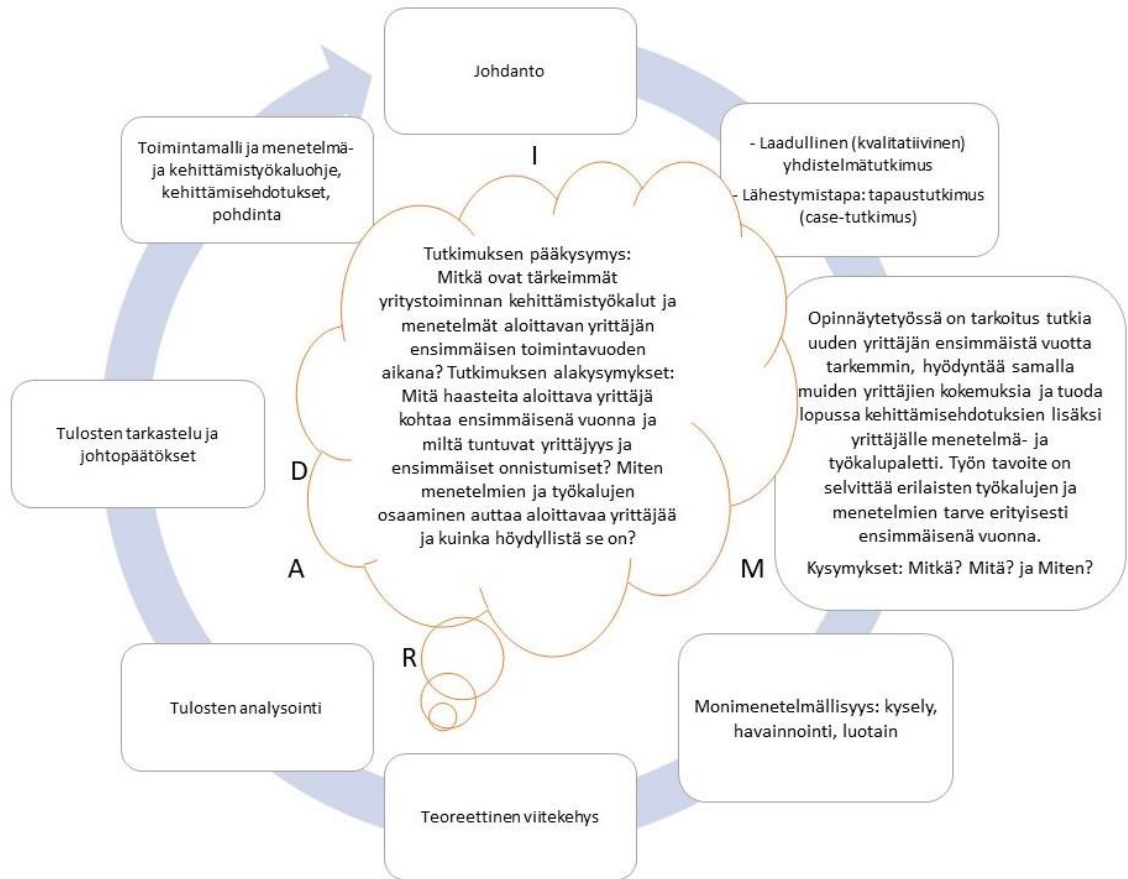
Miltä yrittäjyys oikeasti tuntuu, kun sitä seurataan todella läheltä yrittäjää ja kysytään vielä näistä kokemuksista muilta yrittäjiltä? Auttaako liiketoiminnan kehittämistyökalujen ja menetelmien osaaminen yrittäjyydessä, vai onko käytössä jokin muu voimavara? Mitä jos olisi yrittäjien kanssa suunniteltu aloittavalle yrittäjälle menetelmä- ja kehittämistyökaluohje, joka perustuu yrittäjien kokemuksiin, helpottamaan yrittäjyyden aloittamista? Näistä kysymyksistä on syntynyt opinnäytetyön aihe ja samalla oli tunnistettavissa tutkimustarve, joka on yhteiskunnan kannalta hyödyllinen, yrittäjälähtöinen ja monikäyttöinen.

Työn päätavoite on selvittää erilaisten kehittämistyökalujen ja menetelmien tarvetta erityisesti ensimmäisenä yrittäjävuonna.

Tutkimuksen pääkysymys on: Mitkä ovat tärkeimmät yritystoiminnan kehittämistyökalut ja menetelmät aloittavan yrittäjän ensimmäisen toimintavuoden aikana? Tutkimuksen alakysymykset ovat: Mitä haasteita aloittava yrittäjä kohtaa ensimmäisenä vuonna ja miltä tuntuvat yrittäjäys ja ensimmäiset onnistumiset? Miten menetelmien ja kehittämistyökalujen osaaminen auttaa aloittavaa yrittäjää ja kuinka höydyllistä se on?

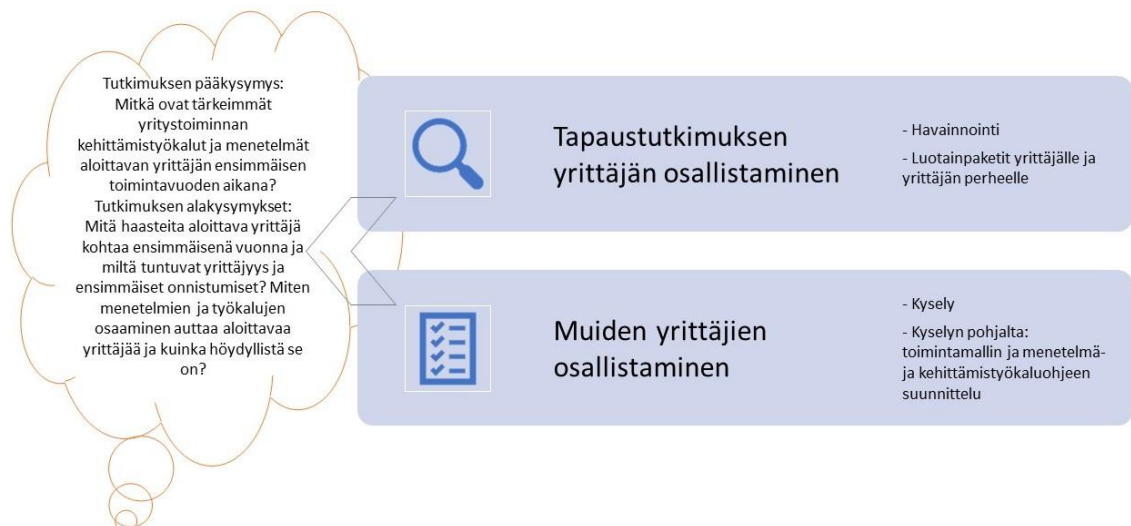
2.3 Tutkimusasetelma

Opinnäytetyö toteutetaan laadullisen yhdistelmä tutkimuksen avulla, ja tutkimusta viedään eteenpäin tapaustutkimuksellisella lähestymistavalla palvelumuotoilun menetelmien avulla. Kanasen (2015, 11) mukaan tutkimusprosessi yleensä alkaa tutkimusongelmasta, jonka taustalla on käytännön ilmiö. Jos ilmiöön ei liity ongelmaa, ilmiö muotoillaan ongelman muotoon. Opinnäytetyö toteutetaan noudattamalla IMRAD-rakennetta (kuva 1), joka sisältää seuraavat osiot: Introduction, Methods, Research ja Discussion (ks. Kananen 2015, 11, 15).



Kuva 1. Opinnäytetyön IMRAD-rakenne

Tällä opinnäytetyöllä ei ollut valmista tutkimusongelmaa, vaan ensin löydettiin opinnäytetyön tilaaja, joka oli valmis yhteistyöhön. Tutkimusongelma muotoiltiin ja tutkimuskysymykset muodostettiin opinnäytetyön tekijän omien havaintojen, ajatusten, kokemusten ja opinnäytetyön tilaajan kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta.



Kuva 2. Opinnäytetyön tutkimusasetelma

Opinnäytetyön tutkimusasetelma (kuva 2) näyttää, millä lähestymistavalla, mihin ongelmaan ja millä menetelmillä etsitään ratkaisuja. Vastauksia tutkimuksen pää- ja alakysymyksiin etsitään tarkastelemalla yksityiskohtaisemmin tapaustutkimuksen yrittäjää ja hyödyntämällä muiden yrittäjien kokemuksia. Tutkimusote on osallistava.

2.3.1 Laadullinen tapaustutkimus

Laadullisesti tutkimus pyrkii ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä, mitä varten aineisto kerätään esimerkiksi havainnoinnin ja haastattelujen avulla. Tässä tapauksessa ei voida esittää eksakteja kysymyksiä, koska ilmiötä ei tunneta, vaan tutkija kyselee ja keskustelee tutkittavien kanssa ilmiöstä. Laadullisen tutkimuksen tulokset ovat lauseita ja sanoja, tutkimusprosessi on joustava ja aineisto ohjaa tutkimusta. Sen lisäksi ei ole tarkkaa menettelyohjeistusta eikä aineiston tulosten tulkintasääntöjä. (Kananen 2015, 34, 35.) Laadullinen tutkimus on kuitenkin vain yläkäsite ryhmälle tutkimusmenetelmiä, ja niitä voi luokitella erilaisiin toteutusmuotoihin, joita ovat esimerkiksi narratiivinen tutkimus, fenomenologinen tutkimus, etnografinen tutkimus, tapaustutkimus ja teema-haastattelututkimus. (Kananen 2013, 30.)

Yhdistelmä tutkimukset ovat kehittämistutkimus, tapaustutkimus ja toimintatutkimus. Näille tutkimuksille on luontaista monimenetelmällisyys. (Kananen 2015, 39.) Kehittämistutkimuksen tavoite on muutoksen aikaansaaminen, ja se vaatii tutkimuksellista otetta, jonka lisäksi siihen kuuluu myös ongelman poistaminen. Case-tutkimuksessa halutaan saada monipuolinen ja syvälinen kuva ilmiöstä. Tutkimuskohteena on usein yksi tapaus. (Kananen 2015, 39, 40.) Tapaustutkimuksessa ei käytännössä vielä viedä muutosta eteenpäin tai varsinaisesti kehitetä mitään konkreettista vaan sen avulla luodaan kehittämisideoita tai ratkaisuehdotus havaittuun ongelmaan. Tapaustutkimus on tyypillinen tutkimusstrategia liiketaloustieteissä. (Ojasalo ym. 2014, 37, 52.) Toimintatutkimus myös pyrkii muutokseen, mutta kohteena on ihmisten toiminta ja tutkija on itse mukana (Kananen 2015, 43).

Tapaustutkimus on laadullista tutkimusta laajempi, ja se tarjoaa kokonaisvaltaisen tutkimuksen, jossa hyödynnetään monia tietolähteitä. Tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää, sillä ne pätevät vain tutkittavaan tapaukseen. (Kananen 2013, 28.) Tapaustutkimus on lähellä triangulaatiota, jolla pyritään saamaan kohdeilmiöstä mahdollisimman hyvä ymmärrys. Se on niin sanotusti tutkimusstrategia. Triangulaatio voi muodostua seuraavista lähestymistavoista: aineistotriangulaatio, teoriatriangulaatio, menetelmätriangulaatio ja tutkijatriangulaatio. Esimerkiksi aineisto- ja menetelmätriangulaatio ovat tyypillisiä tapaustutkimuksessa. (Kananen 2013, 33–35.)

Tapaustutkimus tunnistetaan seuraavista: kohteena on tämänhetkinen ilmiö, tutkimus toteutetaan luonnollisessa ympäristössä, moniaineisuus ja monimenetelmällisyys, ilmiöstä halutaan saada rikas ja syvälinen kuvaus, tutkimuskohteita on yleensä yksi. Tutkimuskysymyksenä on ”miten, kuinka”. (Kananen 2013, 54.) Kananen (2013, 75) mukaan tapaus on yksikkö, joka muodostaa tutkittavan ilmiön. Tämä voi olla esimerkiksi henkilö, yritys tai toimiala. Tapaustutkimuksessa vastaus tutkimusongelmaan kerätään eri lähteistä. Eräs tapa varmistaa saadun tuloksen uskottavuus on eri lähteistä saatujen tietojen samanlaisuus, jolloin esitetyt väitteet saadaan vahvistettua. (Kananen 2013, 77–78.)

Tapaustutkimuksen tarkoitus on tuottaa syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta kohteesta, koska näin tapaustutkimuksen avulla on mahdollista ymmärtää yritystä kokonaisvaltaisesti realistisessa toimintaympäristössä. Tapausta tutkitaan huomioimalla sosiaaliset, ajalliset, paikalliset tilanteet ja yhteydet. (Ojasalo ym. 2014, 52–53.)

2.3.2 Palvelumuotoilun menetelmien käyttö tapaustutkimuksessa

Palvelumuotoilu on tapa kehittää liiketoimintaa. Se on prosessi ja samalla työkalu- ja menetelmävalikoima. (Tuulaniemi 2016, 27.) Palvelumuotoilu on erikoistunut asiakas- ja työntekijäkokemusten sekä palvelujen ja liiketoiminnan ihmislähtöiseen kehittämiseen (Koivisto 2019a, 34). Palvelumuotoilu yhdistää erilaiset vuorovaikutusalueet, kuten esimerkiksi inhimilliset, sosiaaliset ja kulttuuriset alueet. Yrityksen liiketoimintatavan ja käyttäjien tarpeiden ymmärtäminen kuuluvat palvelumuotoilun toimintaympäristöön. (Miettinen 2016, 22, 34.)

Palvelumuotoilu lähtee inhimillisen toiminnan, tunteiden, motiivien ja tarpeiden kokonaisvaltaisesta ymmärtämisestä (Miettinen ym. 2016, 13). Palvelumuotoiluun kuuluu ihmis- ja käyttäjälähtöisyys sekä sidosryhmien ja palvelun käyttäjien osallistaminen kehittämiseen ja suunnitteluun (Stickdorn 2014, 34–35). Opinnäytetyössä kohteeksi voi ottaa esimerkiksi jonkin liiketoiminnan osa-alueen, työtavat, toimintaympäristön, arvojen kirkastamisen, viestinnän, organisaation johtamisen tai vaikka digitaalisen palvelumallin kehittämisen (Vilkka 2021, 37).

Palvelumuotoilulle on ominaista, että erilaisia menetelmiä käytetään monipuolisesti (Ojasalo ym. 2014, 76). Palvelumuotoilussa käytettävät menetelmät ovat hyvin palveluiden ja palveluliiketoiminnan kehittämiseen sopivia. Käytössä on sekä hyvinkin tuttuja menetelmiä, jotka ovat jo käytössä muilla aloilla, että sellaisia menetelmiä, jotka on kehitetty palvelumuotoilun osaamisaloilta. Kun tietoa kerätään palvelutarjoajan liiketoiminnallisista tavoitteista, käytetään pääsääntöisesti laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Niitä voidaan jakaa kolmeen ryhmään: perustutkimuksen menetelmät (esimerkiksi haastattelu, kyselyt), kontekstuaalisen tutkimuksen menetelmät (esimerkiksi havainnointi) ja eksploratiivisen tutkimuksen menetelmät (esimerkiksi luotaimet). (Koivisto 2019a, 42, 44.)

Laadullisen tutkimuksen yleisimmät aineistonkeruumenetelmät ovat esimerkiksi havainnointi, kysely ja haastattelu. Näitä menetelmiä voidaan käyttää vaihtoehtoisesti yhdistettynä tutkittavan ongelman mukaan. Edellä mainitut menetelmät eivät kuitenkaan ole vain laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Esimerkiksi mitä vapaampi tutkimusasetelma, sitä luontevampaa on käyttää monimenetelmällisyyttä. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 83.) Tapaustutkimukselle on yleistä, että tapauksen tutkimukseen käytetään erilaisia tiedonhankintamenetelmiä, jotta saadaan syvälinen ja kokonaisvaltainen kuva. Toisaalta lähes kaikki menetelmät sopivat mihin tahansa lähestymistapaan. (Ojasalo ym. 2014, 37, 51.) Tapaustutkimuksessa on monimetodisuuden avulla tarkoitus vahvistaa tapauksen yleistettävyyttä, kun tarkennetaan kuvaa tapauksesta. Monipuolista kuvausta on mahdollista saada keräämällä eri aineistoilla eri suunnista tulevaa tietoa. (Vilkka ym. 2018, 198.)

Tämä opinnäytetyö täyttää tapaustutkimuksen kriteerit, koska tapaustutkimuksen tunnusmerkki on monimenetelmällisyys, jonka avulla kootaan niin sanottu palapeli eli mahdollisimman tarkka kuva tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimusta toteutetaan ihmislähtöisesti (case-yrittäjä, yrittäjän perhe) ja muita osallistuttavasti (muut yrittäjät). Se tarkoittaa, että primääriaineistot kerätään käyttämällä erilaisia menetelmiä, kuten tässä tapauksessa kyselyä, havainnointia ja luotainpakettia. Sen lisäksi monimenetelmällisyys, erityisesti ihmislähtöiset osallistavat menetelmät, sopivat hyvin näyttämään, miksi tässä tutkimuksessa käytetään palvelumuotoilun menetelmiä.

Havainnointi

Havainnointi on tieteellisen tutkimuksen metodi, jota käytetään havaintojen keräämiseen (Vilkka 2007, 37). Havainnoinnilla tarkoitetaan ihmisten toimien seuraamista heidän omissa ympäristöissään, ja siihen kuuluu havaintojen kirjaaminen. (Hyysalo 2009, 106, 107.) Se on myös toimiva metodi, kun tutkitaan esineitä, tekstejä, ympäristöä ja kuvia tai vaikeasti ennakoivia ja muuttuvia tilanteita (Vilkka 2007, 38). Havainnoinnilla saadaan tietoa siitä, toimivatko ihmiset niin kuin he sanovat toimivansa (Vilkka 2007, 37). Tieteellisessä tutkimuksessa havaintojen tekemisen tulee olla johdonmukaista, suunnitelmallista ja luokiteltua. Havainto on merkki, se on sana, ominaisuus, toiminta, lause, teko tai ajatus. Havaintoon kuuluu myös sen merkitys. (Vilkka 2018, 156.)

Havainnoinnin tieteellisyys edellyttää määriteltyä tapaa, ajanjaksoa ja dokumentointia. Havainnoinnin muotoja ovat toteutuksen mukaan tekninen havainnointi ja online-havainnointi sekä piilohavainnointi, suora havainnointi, osallistuva havainnointi (shadowing) ja osallistava havainnointi. Havainnointi voi toteuttaa strukturoimattomana tai strukturoituna. (Kananen 2015, 79.) Jos tutkijalla ei ole tarkkaa listaa havainnoitavista asioista, on kyse strukturoimattomasta havainnoinnista (Kananen 2014, 67). Kuitenkin Vilkan (2007, 42) mukaan osallistuvan ja osallistumattoman havainnointitapojen välillä rajat eivät ole selvät. Tarkkaileva havainnointi on kohteen ulkopuolista havainnointia. Osallistuva havainnointi on tutkijan osallistuminen tutkimuskohteensa toimintaan tutkimuskohteen ehdoilla ja yhdessä sovitun ajanjakson aikana. Kohdistetuissa havainnoinnissa lähtökohtana on tutkijan mielenkiinto johonkin tiettyyn asiaan, toimintaan tai tapahtumaan. (Vilkka 2007, 43–44.)

Havainnoinnissa on neljä vaihetta: suunnittelu, havainnoimaan pääsy, havaintojen tekeminen ja tallentaminen sekä jäsentely ja analysointi. Havainnointiaineiston analysoinnissa tärkeimmät ovat henkilökohtaiset muistiinpanot, joista tehdään kenttäraportti. Ihmisten toimista ja ympäristöstä voidaan tehdä kuvia esimerkiksi kuvaavan mallin avulla. (Hyysalo 2009, 111–115.) Kun havaintoja kerätään järjestelmällisesti koko kehittämisprosessin ajan, havainnoinnista tulee keskeinen kehittämisen menetelmä (Ojasalo ym. 2014, 42). Yksi havainnoinnin työkaluista on tutkimuspäiväkirja, johon kirjataan ilmiötä koskevat havainnot tutkimusjakson aikana (Kananen 2013, 92). Tärkeimmät kysymykset havaintojen tuottamisessa, yhdistämisessä ja tulkitsemisessä ovat mitä, miten, kuinka ja miksi (Vilkkä 2007, 78). Saatu aineisto ryhmitellään, jonka tarkoituksena on saada esiin joukko toisiinsa verrattavissa olevia tuloksia. Ryhmittelyyn jälkeen jatketaan yleistämään. Lopuksi tuloksia kannattaa verrata toisiinsa. (Hyysalo 2009, 122, 124.)

Strukturoimatonta havainnointia tehdään seuraamalla uutta yrittäjää kokonainen vuosi 2022. Havainnointia tehdään seuraamalla yrityksen sosiaalisen median kanavia ja niiden sisältöä, ja tässä tapauksessa tarkoitus on rakentaa yrityksen kuva, jotta nähdään case-tapauksen yrittäjä ulkopuolisin silmin. Havainnoinnin tulosta verrataan yrittäjän täyttämään päiväkirjaan (luotainpaketti), jonka avulla pystytään huomaamaan, miltä yrittäjän työ näyttää ulkoapäin ja mitä todellisuudessa yrittäjän työssä tapahtuu case-yrittäjän tapauksessa.

Luotainpaketti

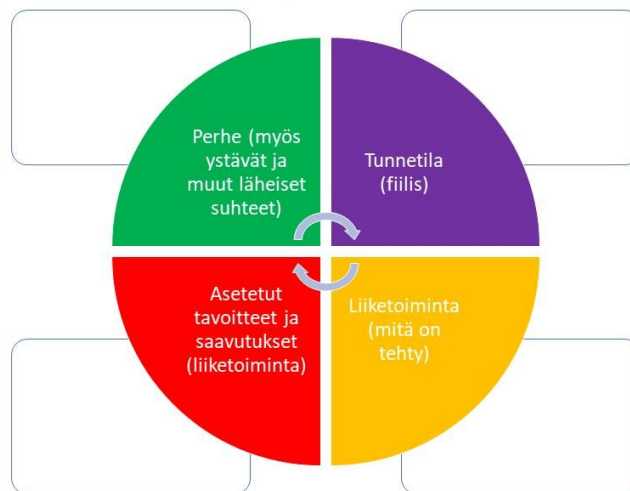
Osallistavat menetelmät mahdollistavat pääsyn toimijoiden hiljaiseen tietoon, ammattitaitoon ja kokemukseen, minkä ansiosta kehittämistyön näkökulma laajenee. Hyödyllistä kirjallista aineistoa on mahdollista saada osallistujien täyttämistä päiväkirjoista (luotainmenetelmä), josta saadaan yksilöllisempää tietoa tutkitusta kohteesta. (Ojasalo ym. 2014, 61–62.)

Luotaintutkimuspaketit ovat itsedokumentointiin perustuvia tehtäväpaketteja (Vilkkä 2021, 86). Niitä käytetään aitojen tilanteiden havainnoinnin lisäksi. Valittu kohderyhmä täyttää ohjeistettua päiväkirjaa, valokuvaa tai tekee anne-

tuilla materiaaleilla muita tehtäviä, joiden avulla kerätään tietoja ihmisten ajatuksista, käyttäytymisestä ja toiveista. (Ojasalo ym. 2014, 76.) Luotainpakettia voi käyttää tutkimusaineiston kokoamiseen erityisesti laadullisessa tutkimuksessa. Palvelumuotoilussa ajatellaan, että luotainpaketti on ikkuna valitun kohteen kokemuksiin, elämään ja asenteisiin. (Vilkka 2021, 86.) Luotainten avoimuudessa voi olla eroja. Jos halutaan tietoa tietystä teemasta, voidaan tehtäviä rajata tarkemmin. Jos etsitään uusia ideoita tai jos henkilöä provosoidaan ajattelemaan ja ilmaisemaan asioita uudella tavalla, voidaan luodata vaikeammin tulkittavan mutta inspiroivamman materiaalin kanssa. (Mattelmäki 2006, 91.)

Yrittäjälle suunnattu luotainpaketin tarkoitus on tuoda esille uuden yrittäjän todellinen yrittäjän työ, haasteet ja onnistumiset. Yrittäjälle on suunniteltu visuaalinen päiväkirja (kuva 3), joka täytetään kuukausittain koko vuoden 2022 ajan.

Tammikuu 2022, yritys on perustettu



- Muuta:

Kuva 3. Yrittäjälle suunnatun luotainpaketin sisältö

Yrittäjä täyttää oman visuaalisen päiväkirjansa, jossa hän ottaa huomioon seuraavat asiat: tunnetila, liiketoiminta, liiketoiminnalle asetetut tavoitteet ja saavutukset, perhe, sukulaiset ja ystävät. Luotainpaketin kautta ei tutkita yrityksen taloudellisia lukuja, koska tarkoitus on saada tietoa yrittäjän työhön liittyvien tunteiden, kokemuksen ja saavutettujen tavoitteiden kautta. Sen lisäksi nähdään, miten yrittäjyys vaikuttaa perhe- ja ystäväsuhteisiin. Luotainpaketin

tuloksia (case-yrittäjän kokemus yrittäjyydestä) verrataan havainnoinnin tuloksiin (opinnäytetyön tekijän havainnointi case-yrittäjän toiminnasta, joka perustuu yrittäjän somekirjoituksiin yrittäjyyden kokemuksista ja toiminnasta).

Luotainpaketin sisältö on mahdollista tuottaa myös kuvina. Tarinoiden avulla kuvataan ideaalitulannetta, koska ajatuksena on saavuttaa arvot, tarpeet ja toiveet (Vaajakallio & Mattelmäki 2016, 87). Visuaalisilla tutkimusmenetelmillä tarkoitetaan lähestymistapoja, jotka käyttävät visuaalisia tuotoksia. Niiden etuna on pidetty sitä, että ne herättävät tunteita ja kokemuksia eri tavalla kuin kirjoitettu ilmaisu. Visuaaliset aineistot tuovat ilmiöihin ja asioihin uudenlaisen näkökulman ja konkretisoivat sisältöä. Visuaalisten menetelmien yhteydessä käytetään erilaisia käsitteitä, kuten mielikuva, visuaalisuus ja kuva. (Hakoköngäs & Martikainen 2021, 82–84.)

Case-yrittäjän perhe saa myös luotainpaketin, jossa tehdään tehtäviä joko kirjoittamalla tai piirtämällä pieniä vertailutarinoita äidiltä/puolisolta yrittäjän moodissa ja silloin, kun hän on äidin/puolison moodissa. Perheen luotainpaketin tarkoitus on tuoda esille, miten yrittäjän perhe näkee ja kokee perheen äidin yrittäjyyden. Näitä tuloksia myös verrataan keskenään.

Kysely

Kysely sopii usein hyvin esimerkiksi lähtötilanteen selvittämiseen tai kun halutaan varmistaa aihealue ja sen paikkansa pitävyys. Kyselyssä kysytään yleensä samaa asiaa samalla tavalla isolta joukolta ja sen voi tehdä paperilla, sähköisesti tai puhelimitse. (Ojasalo ym. 2014, 40.) Kyselyn tulisi pohjautua tietoperustaan. Kyselyn aluksi on hyvin tärkeä suunnitella, mitä tietoa tarvitaan. Sen lisäksi kyselyn analysointi on suunniteltava huolellisesti jo ennen kyselyn toteuttamista. (Ojasalo ym. 2014, 41.)

Sosiaalinen media on tullut vauhdilla myös tutkimuskäyttöön. Erilaisia tutkimuskyselyitä tehdään sähköisenä niin suoraan kohdistettuina kuin sosiaalisten alustojen kautta. (Valli & Perkkilä 2018, 117.) Sähköisen tiedonkeruun vahvuuksia ovat nopeus ja vaivattomuus. Toisaalta tähän liittyy myös haasteita, kuten sähköisten kyselyiden voimakas lisääntyminen, minkä takia on syntynyt vastausväsymys. (Ojasalo ym. 2014, 129.)

Kyselyn kautta on tarkoitus selvittää muiden yrittäjien kokemuksia yrittäjyydestä ja erityisesti siitä, miten tunnetaan ja käytetään liiketoiminnan kehittämistyökaluja ja erilaisia menetelmiä. Samalla haetaan tietoa erityisesti siitä, miltä yrittäjyys ja siinä onnistumiset tuntuivat ja minkälaisiin haasteisiin yrittäjät ovat joutuneet. Lisäksi kerätään vinkkejä aloittaville yrittäjille. Kysely tehdään Webropol-ohjelmalla julkaisemalla kyselyn linkki opinnäytetyön tekijän somekanavissa (LinkedIn, Facebook, Instagram) sekä tarvittaessa lähettämällä linkki suoraan yrittäjien sähköpostiin. Kyselyn tuloksia verrataan case-yrityksen kautta saatuihin tuloksiin. Kyselyn tulosten pohjalta on myös mahdollista suunnitella aloittavan yrittäjän toimintamallia ja menetelmä- ja kehittämistyökaluohjetta.

2.3.3 Analyysimenetelmät

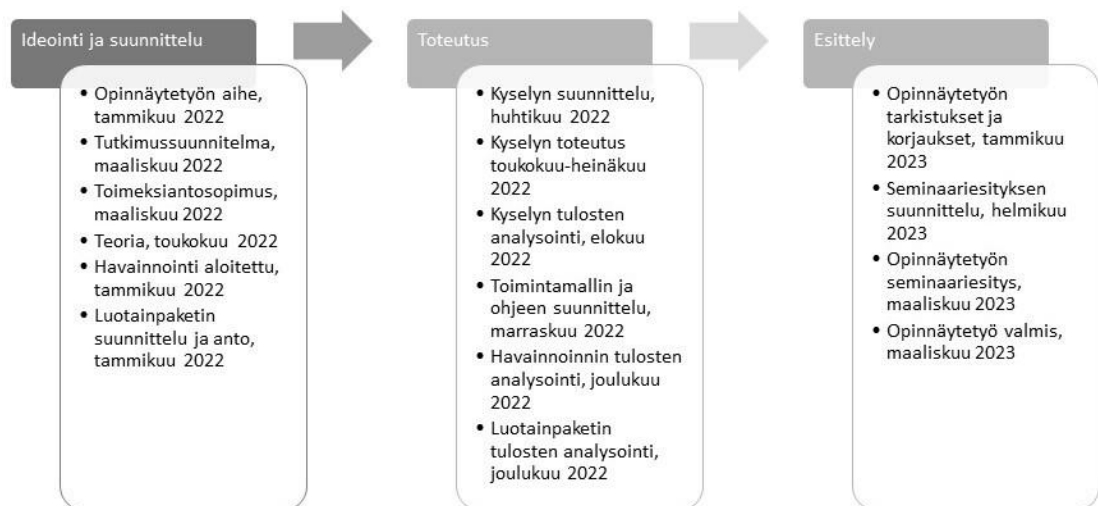
Laadullisessa tutkimuksessa aineiston hankintaan kytkeytyy aineiston analyysi. Tutkija laadullisessa tutkimuksessa toimii tutkimusinstrumenttina ja hänen läsnäolonsa aineiston keruussa aloittaa samalla aineiston analysoinnin. Aineiston analyysin tavoitteena on ymmärtää, kuvailla ja tulkita kohteena olevaa ilmiötä. (Puusa & Juuti 2021, 143.) Laadulliset aineistot voivat olla tekstinä, kuvina tai muussa muodossa. Aineisto pitää yhdenmukaistaa esimerkiksi yhteismitallistamisen tai tulkinnan kautta. (Kananen 2015, 88, 89.) Tapaustutkimuksen laadullisen aineiston käsittelyssä aineisto hajotetaan ensin asiasällöksi, minkä jälkeen yhdistetään uudelleen. Ennen sitä aineisto on muutettava kirjalliseen muotoon. (Kananen 2013, 103.) Laadullisen tutkimuksen raportin kirjoittamisen eri vaiheet eivät useinkaan erotu selkeinä omiksi osa-alueiksi. Useasti tutkimusaineiston keruuta ja analyysia ei voi erottaa toisistaan läheisesti toisiinsa kietoutuneisuuden takia. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 173.)

Sisältöanalyysi on tekstianalyysia ja se sopii myös strukturoimattoman aineiston analyysiin. Sisällön analyysi perustuu tulkintaan ja päättelyyn. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 117, 127.) Aineiston sisältöanalyysi voidaan tehdä aineistolähtöisesti, teorialähtöisesti tai niiden yhdistelmänä. Sen lisäksi laadullista aineistoa voidaan tulkita seuraavasti: ilmiön tekijöiden kautta, missä yhteyksissä ilmiö esiintyy, toiminnan logiikan kautta tai kuvauksen kautta. (Kananen 2015,

93, 94.) Yleensä sisällönanalyysin ensimmäinen vaihe on redusointi eli pelkistäminen. Se tarkoittaa, että aineistosta karsitaan tutkimukselle epäolennainen pois. Datan pelkistämisen jälkeen tehdään aineiston ryhmittely eli klusterointi. Aineiston ryhmittelyn jälkeen seuraa aineiston abstrahointi eli käsitteellistäminen. Analyysin kaikissa vaiheissa tutkija pyrkii ymmärtämään tutkittavia heidän näkökulmistaan. (Tuomi & Sarajarvi 2002, 122–127.) Aineistolähtöisissä sisällönanalyysissa voidaan käyttää esimerkiksi samankaltaisuuskaaviota, joka on työkalu, jonka avulla kerättyä tietoa voidaan organisoida ja muokata kokonaisuuden kannalta ymmärrettävään muotoon (Huotari ym. 2003, 64). Sisällönanalyysilla pyritään järjestämään aineisto selkeään ja tiiviiseen muotoon. Analyysia voi jatkaa esimerkiksi sanallisesti kuvatusta aineistosta tuotetaan myös määrällisiä tuloksia. (Tuomi & Sarajarvi 2002, 121–122.)

2.4 Opinnäytetyöprosessi

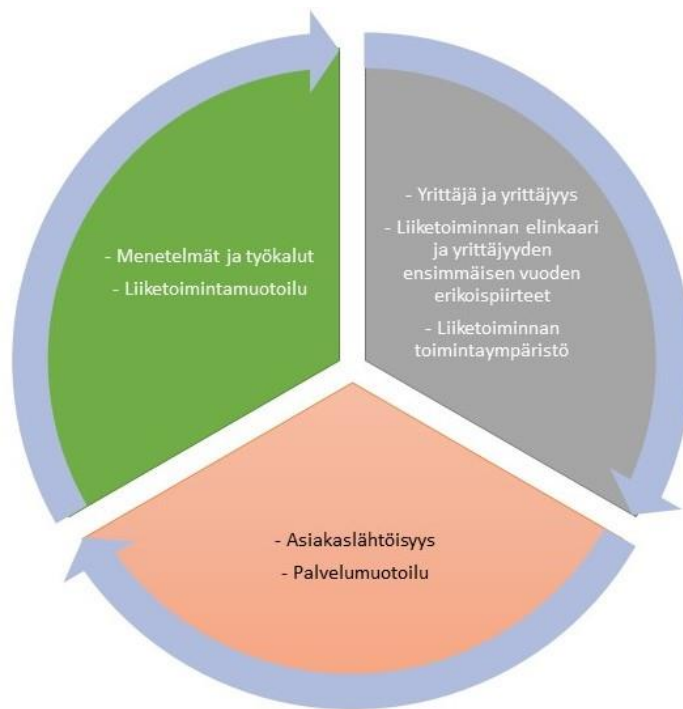
Opinnäytetyön aihe valittiin tammikuussa 2022 monista erilaisista aiheista. Aihevalinta oli vaikea, koska ideoita oli paljon. Lopullinen aihe-ehdotus, josta lähdettiin tekemään opinnäytetyön suunnitelmaa, tuntui yhteiskunnan kannalta hyödylliseltä. Tämän jälkeen opinnäytetyön prosessi lähti käyntiin (kuva 4).



Kuva 4. Opinnäytetyön prosessi

Opinnäytetyön tietoperusta (kuva 5) rakennettiin keväällä 2022. Ensin tarkistettiin yleisellä tasolla yrittäjyyden käsitteitä, kuten liiketoiminnan elinkaari ja toimintaympäristö. Huomiota kiinnitettiin yrittäjyyden alkuvaiheeseen ja yrittä-

jän työn vaativuuteen. Sen jälkeen siirryttiin tarkastelemaan asiakasta ja asiakaslähtöisyyttä, minkä jälkeen tutustuttiin asiakaskokemuksen ja liiketoiminnan kehittämiseen tarkoitettuihin menetelmiin, kuten palvelumuotoiluun ja liiketoimintamuotoiluun. Viimeisenä tehtiin yleiskatsaus muista menetelmistä ja työkaluista, joita on mahdollista käyttää useilla liiketoiminnan osa-alueilla eli myös yritystoiminnan alkuvaiheessa.



Kuva 5. Opinnäytetyön tietoperusta

Aineiston keruumenetelmistä kaikista työläin ja aikaa vienein oli havainnointi. Kyselyn tekeminen oli suhteellisen helppoa, mutta sen tulosten analysointi oli työläintä kyselyn laajuuden takia. Luotainpaketin sisältö taas tuli toimeksiantajalta perheineen. Toimintamallin ja menetelmä- ja kehittämistyökaluohjeen tekeminen perustui kyselyn tuloksiin. Joulukuussa 2022 päästiin analysoimaan havainnoinnin ja luotainpaketin tulokset, mikä myös oli työläistä ja hidasta. Opinnäytetyö valmistui ja esiteltiin seminaarissa keväällä 2023.

3 YRITTÄJYYDESTÄ LIIKETOIMINNAN TOIMINTAYMPÄRISTÖÖN

3.1 Yrittäjä, yrittäjyys ja sen vaatimukset

Yrittäjä on henkilö, joka harjoittaa taloudellista toimintaa erilaisten yritysmuotojen kautta (Tilastokeskus 2022b). Yrittäjä toimii joko yksin tai yhdessä muiden kanssa eli joko yksinyrittäjänä, tiimiyrittäjänä taikka perhe- tai sukuyrittäjänä.

Monet taas työllistävät itsensä freelancereina tai ammattiharjoittajina tai tarjoavat työpanostaan useille työnantajille. (Viitala & Jylhä 2006, 19.) Yrittäjäksi voi tulla perustamalla uuden yrityksen, ostamalla yrityksen tai tulella osakkaaksi (Rajala 2020, 17). Yrittäjä on koko yritystoiminnan sydän (Rajala 2022, 41). Se on valinta, joka edellyttää asiaan perehtymistä ja ammattitaitoa. (Lojander & Suonpää 2004, 26.) Yrittäjän koulutuksella, asenteella ja sattumalla on merkitystä. Asenne tuo ilmi yksilön uteliaisuutta ja kiinnostusta ympäristöön ja itsensä toteuttamista ja työn tekoa. Sen lisäksi se tekee näkyväksi yksilön määrätietoisuutta, rohkeutta ja pitkäjänteisyyttä unelmiensa toteuttamisessa. Sattumalla tarkoitetaan erilaisia ja yllättäviä tapahtumia, joiden kautta yksilö päättyy yrittäjäksi. Koulutus on taas ammattiin valmistavaa ja konkreettista osaamista yritystoiminnan perustaksi. (Paasio & Pukkinen 2007, 15–16.)

Yrittäjyys on yksi tavoista tehdä työtä ja ansaita. Sen lisäksi yrittäjyys perustuu osaamiseen. Yrittäjällä on sekä vapautta että vastuuta. (Suomen Yrittäjät 2022.) Yrittäjyyteen motivoi tahtotila ratkaista laajoja yhteiskunnallisia haasteita (Lappi 2022, 10). Yrittäjyys muodostuu siitä, että yrittäjä kantaa vastuun omistamastaan ja johtamastaan yrityksestä (Rajala 2020, 15). Yrittäjänä työskentelemisessä on tietynlaiset edut ja haitat, jotka liittyvät myös siihen, miten yrittäjäksi on päädytty (Nyström 2021). Sen lisäksi erilaisten kykyjen tasapainottaminen tuottaa yrittäjälle korkeampia tuloja kuin töissä olevalle (Hartog ym. 2010). Yrittäjyys on vaativa työ, jossa kulutetaan paljon resursseja, minkä tuloksena työtyytyväisyys ja sitoutuminen laskevat (Mäkinen ym. 2020). Tavallaan yrittäjää ajaa eteenpäin yhdistelmä innostusta ja samalla pakkoa (Jaakkola 2020, 165). Yrittäjyys ei ole vain yritystoiminnan aloittamista vaan myös sitä, että henkilö sitoutuu ja uppoutuu yritystoimintaan (Puhakka 2002). Yrittäminen ei ole vain työtä vaan elämäntapa. Yrittäjän rooli ei sovi kaikille, koska sen takana pitäisi olla henkilön omaa motivaatiota, ominaisuuksia, tavoitteita ja tarkoituksia. (Rajala 2020, 21, 22.) Kokonaisuudessa yrittäjyys on aikuiseksi kasvamista kaikkine riskeineen (Jääskeläinen 2015, 95).

Yrittäjää haastaa ajan jakaminen eri roolien välillä. Erityisesti yrityksen perustamisen jälkeen ensimmäiset vuodet vaativat paljon työntekoa. Haasteet yrittäjyydessä näyttäytyvät erilaisina, koska tekemistä ja ajankäyttöä määrittää roolien tehtävät ja kuvat. Yrityksen elinkaari on sidoksissa aina johonkin koh-

taa yrittäjän elämänsäkaarta. (Rajala 2020, 37.) Yrittäjän eri roolien tasapainottaminen vaikuttaa yrittäjän hyvinvointiin ja jaksamiseen, mikä taas heijastelee suoraan yrityksen toimintaan. Yrittäjän jaksaminen, hyvinvointi ja yrityksen menestyksen keskeinen tekijä on, että kaikki pysyy balanssissa. Tällöin yrittäjyydestä tulee pitkäkestoista. (Rajala 2020, 38.)

Aloittavan yrittäjän on tärkeintä aluksi selvittää mahdollisuus menestyä (Tuunanen & Aaltonen 2021, 146). Yrittäjä tarvitsee vähintään oman alan substanssiosaamista, liiketoiminnan perustiedot ja itsensä johtamisen taitoja. Yrittäjän tehtävä on pyörittää yrityksen jokapäiväistä toimintaa, huolehtia ydintehävästä, yrityksen markkinoinnista, kehittämisestä, asiakkailta ja taloudesta. Hän kantaa vastuuta teoistaan yhteistyökumppaneille, asiakkaille, mahdollisille rahoittajille, takaajille ja hallitukselle. (Rajala 2020, 48–50.) Yrittäjän työn voi tuntua kuluttavalta, koska häntä kuormittavat stressipiikit, kuten ihmiset, myynti, rahan riittävyys ja asiakkaat (Väisänen ym. 2020, 49). Yrittäjällä on yleisellä tasolla seuraavat tunnistettavat tekijät: itseluottamus, itsekuri, suorituskaskeisyys, pitkäjänteisyys, rohkeus, itsenäisyys, vastuunkanto ja paineesietokyky. Sen lisäksi pitää olla innovatiivinen ja realistinen sekä sietää tarvittaessa yksinäisyyttä. Yrittäjä on myös johtaja ja saa roolissaan haastaa itseään monin tavoin. (Rajala 2020, 47–48.) Utkarohkeus ei kuitenkaan kuulu yrittäjän ominaisuuksiin (Lojander & Suonpää 2004, 26). Ei tarvitse olla yliihminen menestyäkseen yrittäjänä. Yrittäjän pitää kuitenkin erottua ja osata puhutella niitä ihmisiä, joiden kanssa hän työskentelee ja kommunikoi. (Sekki & Niemi 2016, 17.) Yrittäjyys on mahdollisuus taivuttaa ja venyttää itseään moheen. Erityisesti alkuvaiheessa joutuu yrittämään itse mahdollisimman paljon, koska raha ei riitä kaiken osaamisen ostoon. Myös yrittäjän persoona muokkaa yrityksen arvopohjaa ja toimintatapoja. (Rajala 2020, 63.)

Yritys on osa yrittäjän elämää ja määrittelee ajankäyttöä ja ihmissuhteita. Yrittäjällä on paljon vastuuta. Sen takia ajoittain yrityksen elinkaareissa saattaa olla vaihteita, että yritys on etusijalla. Yrittäjä yleensä tarkastelee muuta elämää ja rooleja yrityksen kautta, koska hän vastaa yrityksen toiminnasta kokonaisuudessaan. Riittämättömyyden tunteen kanssa elämiseen on totuttauduttava, koska sen hyväksyminen kuuluu yrittäjyyteen. Sen lisäksi tämän ymmärtäminen on tärkeä yrittäjän läheisille heidän pitää ymmärtää yrittäjyyden lain-

alaisuudet. (Rajala 2020, 96–97.) Perhesuhteet parhaimmillaan lisäävät yrittäjän jaksamista yrittäjyyden eri vaiheissa. Haasteita kuitenkin tuovat yrityksen ensimmäiset vuodet ja nopea kasvuvaihe. (Rajala 2020, 99–100.) Ystävät ovat tarpeen monissa hetkissä jakamaan iloja ja myös yrittäjän arjen kuormaa. Heistä muodostuu merkittävä tuki, erityisesti jos he ymmärtävät yrittäjyyden paineita. Sen lisäksi verkostoilla on vaikutusta hyvinvointiin, koska yhdessä tekeminen ja yhteenkuuluvuuden tunne lisäävät psyykkistä hyvinvointia. (Rajala 2020, 106, 107.)

Jokaisen ihmisen hyvinvointi muodostuu sosiaalisesta, fyysisestä ja psyykkisestä eli mielen hyvinvoinnista. Mielenterveys on ensisijaisesti hyvinvoinnin tila, jossa yksilö selviytyy elämään kuuluvista haasteista, käyttää kykyjään ja kykenee työskentelemään. Kun mieli voi hyvin, pystytään elämään tasapainoista elämää ja kyetään toteuttamaan unelmia sekä yritystoimintaa. Yrittäjien mielestä hyvään elämään kuuluvat terveelliset elintavat, hyvät ihmissuhteet, työ, taloudellinen tasapaino ja mielekäs vapaa-aika. (Hannonen ym. 2022, 10.) Tekijöitä, jotka tukevat yrittäjän jaksamista arjen eri rooleissa toimimisessa ja muodostavat pohjaa hyvälle elämälle, ovat: liikunta, terveys, lepo ja ravinto. Yrittäjän pitää muistaa huolehtia näistä tekijöistä, jotka pitävät hänet toimintakykyisenä. (Rajala 2020, 123–124.) Yrittäjän ei myöskään kannata tinkiä ajastaan harrastuksistaan, jotka tukevat yrittäjän psyykkistä ja fyysistä hyvinvointia (Rajala 2020, 109). Yrittäjä on se, joka lopussa vastaa itse omasta hyvinvoinnistaan, ja tähän apuna on rehellinen tilanneanalyysi sekä oman jaksamisen ja työhyvinvoinnin suunnittelu. (Rajala 2020, 204, 209.) Joka tapauksessa hyvinvointi ja itsetuntemus ovat tärkeitä taidot myös tulevaisuutta ajatellen, koska ne auttavat navigoimaan jatkuvasti muuttuvassa ja arvaamattomassa ympäristössä (Pölönen 2020, 134). Yrittäjän pitää vain muistaa nukkua hyvin, syödä paremmin ja liikkua, vaikka edes lyhyitä lenkkejä (Väisänen ym. 2020, 50).

3.2 Liiketoiminnan elinkaari ja liiketoimintaympäristö

Liiketoiminnan elinkaari jakautuu neljään vaiheeseen: syntymä, kasvu, kypsyys ja lasku. Yrityksen elinikää on mahdotonta ennustaa perustamisvaiheessa. Moni uusi yritys lopettaa toimintansa jo ensimmäisinä vuosina. Yrityksen perustamisen tärkein vaihe on suunnitteluvaihe. Käynnistämisvaihe on yrityksen

koetinkivi, koska toiminnan aloittaminen ja siihen liittyvät erilaiset rasitukset, kuten talous sekä uusien asioiden opetteleminen, luovat paineita ja haasteita yrittäjille. Jos ja kun yritys selviytyy näistä haasteista ja löytää oman paikkansa markkinoilla, yritys alkaa toimia osittain omalla painolla. (Viitala & Jylhä 2006, 32, 33.) Yrityksen ensimmäisen vuoden erikoispiirre on kuitenkin opettelu (Esa 2018). Se tarkoittaa, että uuden yrityksen elinkelpoisuus nähdään ensimmäisinä toimintavuosina. Vain toimivaan liikeideaan, laadukkaaseen palveluun tai tuotteeseen ja tarkkoihin taloudellisiin laskelmiin perustuvat yritykset selviytyvät. Yrityksen perustamisen jälkeen ensimmäinen tavoite on selvittää yritystoiminnan alkuvaikeuksista, koska tavoitteena on yrityksen toiminnan ja aseman vakiinnuttaminen, joka voi kestää muutamia vuosia. (Lojander & Suonpää 2004, 150.)

Yrittäjä ja yritykset toimivat toimintaympäristöissä (Rajala 2020, 179). Yrityksen liiketoimintaympäristö voidaan jakaa sisäiseksi ympäristöksi (liikeidea), mikroympäristöksi (kysyntä, kilpailu, ulkoiset sidosryhmät) ja makroympäristöksi (kulttuuri, väestö, julkinen valta, talous, teknologia) (Bergström & Leppänen 2005, 53). Yrityksen toimintaympäristöä voidaan havainnollistaa arvojen, kysynnän, kilpailun, lainsäädännön, tekniikan kehittymisen, hyvien liiketapojen sekä verotus-, työllisyys- tai muun politiikan kautta (Lojander & Suonpää 2004, 31). Yrittäjät, jotka kykenevät ennakoimaan ja panostavat palveluun, menestyvät kilpailussa. Yrittäjän pitää ymmärtää toimintaympäristönsä ja sen tärkeimmät elementit. Toimintaympäristöön linkittyy senhetkinen yrityksen elinkaaren kohta ja reagointi ympäristön vaateisiin. Yrittäjällä tähän yhdistyy lisäksi yrittäjyyden elinkaaren kohta suhteessa omaan yksityiseen elämän vaiheeseen eri roolien painotuksella. (Rajala 2020, 25, 26.) Menestyneet yritykset erottaa ei-menestyvistä niiden kyky reagoida toimintaympäristön muutoksiin panostamalla ajoissa tuote- tai palvelukehitykseen (Villanen 2020, 26). Yrittäjälle tärkeät neljä asiaa toimintaympäristöön liittyen ovat seuraavat: tunnistaa yrityksen toimintaympäristö, tehdä analyyskejä omasta toimintaympäristöstä ja markkinoista, seurata ajallisia muutoksia, suunnata uudelleen arviointi ja toiminnan uudistaminen tarvittavine toimenpiteineen (Rajala 2020, 27). Sen lisäksi julkinen hallinto vaikuttaa yrittäjyyden toimintaympäristöön yrittäjyyspolitiikan toiminnoilla (Lappi 2022, 10).

Yrittäjällä ja yrittäjyyttä suunnittelevalla pitää olla taito laatia budjetti ja liiketoimintasuunnitelma, miettiä strategiaa ja kehittää liiketoimintaa jatkuvasti muuttuvassa toimintaympäristössä (Rajala 2020, 69). Yrittäjän kannattaa jakaa yrityksen arjen ajasta 60 % tulevaisuuden suunnitteluun, 30 % nykyhetkeen ja vain 10 % menneisyyteen. Erityisesti yrityksen alkuaikana yrittäjä joutuu osamaan ja tekemään kaiken. Menneisyyttä kannattaa hyödyntää tulevaisuuden suunnittelussa, kuten esimerkiksi myynnissä, markkinoinnissa ja tulevaisuuden pohdinnassa. Nykyhetki taas keskittyy esimerkiksi laskutukseen, työhön ja henkilöstöön. (Jääskeläinen 2015, 233–235.) Pienen yrityksen strateginen tavoite on tunnistaa ja luoda kilpailuetu, jolla se erottuu kilpailijoista ja saavuttaa asemansa markkinoilla. Useasti se koostuu useammista erilaisista tekijöistä. Yrityksen ydinsaaminen muodostuu erilaisista osaamisalueista, jotka voivat olla hinta, laatu, johtaminen, asiakaspalvelu, innovointikyky, nopeus ja juostavuus. (Passila 2009, 30.) Hyvässä yrityksessä taloudelliset tunnusluvut, kuten liikevoitto sekä sijoitetun ja oman pääoman tuotto, ovat kunnossa. Sen lisäksi hyvässä yrityksessä on hyvä asiakastyytyväisyys, henkilöstö on tyytyväinen työhönsä ja yrityksen omistajat saavat sijoittamalleen pääomalle ainakin markkinatuoton. (Väisänen ym. 2020, 54–55.)

Yrityksen kehittäminen on jatkuva prosessi. Yrityksen kilpailukykyyn säilymisen kannalta on varmempaa tehdä pieniä parannuksia koko ajan kuin suuria parannuksia harvakseltaan. (Lojander & Suonpää 2004, 155.) Kilpailuedun tietoinen kehittäminen on haastavaa. Sitä ei voi ostaa, se pitää luoda. Kilpailuedun voi yrittää saavuttaa markkinalähtöisesti, resurssilähtöisesti tai tavoitelähtöisesti. (Vierula 2021, 33, 83.) Pienissä yrityksissä taas henkilökohtainen kontakti asiakkaisiin antaa erityisen edun suurempiin kilpailijoihin kohtaan (Passila 2009, 240).

4 LIIKETOIMINNAN KEHITTÄMISTYÖKALUT JA MENETELMÄT

4.1 Asiakas, asiakaslähtöisyys ja palvelumuotoilu

Yrittäjien salaisuus jaksamiseen on asiakas (Rajala 2020, 224). Yrityksen toimialasta riippumatta on aina olemassa asiakas, jolle tuote tai palvelu on kohdennettu, koska yrittäjyys on yhteiskunnallinen palvelutehtävä. Yrityksen pitää tuntea asiakkaat ja asiakkaiden toimintaympäristö, koska asiakkaan rooli on muuttunut osallisuuden kautta ja uudet vuorovaikutuksen muodot pakottavat

yrittäjää kehittämään asiakaspalveluaan. (Rajala 2020, 72–74.) Yrityksen dialogi asiakkaan kanssa muodostuu yrityksen tekemisestä valinnoista, kuten puheista, teoista ja tavoista (Villanen 2020, 171). Kuluttajat odottavat markkinoinnin olevan henkilökohtaisempaa, koska sosiaalinen media on noussut jomelkein pääviestintäkanavaksi. Sen takia somekanavia kannattaa käyttää asiakkaiden houkutteluun ja sitouttamiseen sekä asiakkaiden kuuntelemiseen. Sen lisäksi myös asiakkaiden käyttäytymisen seuraaminen tuo esiin piileviä ja näkyviä tarpeita. (Komulainen 2018, 366, 367, 40.) Yrityksen virtuaalinen identiteetti muodostuu strategian, yrityksen ilmeen tai viestinnän pohjalta. Käytymiä medioita yrittäjien keskuudessa ovat LinkedIn, Facebook, Instagram, WhatsApp ja Twitter. (Rajala 2020, 110.)

Melkein kaikki liiketoimintamallit ovat tänä päivänä kopioitavissa, ja siksi erottautumistekijät löytyvät kokemuksista. Asiakaskokemus on ensisijainen kilpailuetu, koska aineetonta pääomaa on vaikeampaa kopioida. (Holma ym. 2021, 57.) Asiakaskokemus on erilaisten mielikuvien, tunteiden ja kohtaamisten summa (Holma ym. 2021, 181). Silta asiakkaiden todellisuudesta yrityksen toimintaympäristöön rakennetaan tunnetekijöillä. Kiinnostus luodaan tunteiden avulla, koska kokemus on tunnetta. (Merikallio 2021, 21,30.) Tunnepohjaisen empatiakyvyn ansioista ihmiset samastuvat toisiinsa (Paakkanen 2022, 170). Kokemus, jonka asiakas saa käyttämällä yrityksen tuotetta tai palvelua, on tärkeä osa asiakassuhteiden pitämisessä. Kehittämällä asiakkaan kokemusta ja ymmärtämällä niiden tarpeita, niin digitaalisten ratkaisujen kuin muotoilun avulla, ylläpidetään asiakassuhteita täsmällisesti. (Oförsagd 2021, 334.) Asiakaslähtöinen yritys on lähellä asiakasta sen takia se tietää hyvin, minkälainen vaikutus asiakaslähtöisyydellä on asiakaskokemukseen ja sen kautta liiketoimintaan ja tulokseen. Asiakasarvo on keskeinen osa asiakaskokemusta. (Holma ym. 2021, 236.) Asiakasarvo tarkoittaa sitä, miten yritys, palvelu tai tuote voi tuottaa arvoa asiakkaalle. Arvo voi olla sosiaalista, imagollista, taloudellista, toiminnallista, eettistä tai niiden yhdistelmiä. Sen lisäksi yrityksen menestys perustuu asiakkaiden menestykseen ja arvon tuottamiseen niille. (Vierula 2021, 48, 52.) Yrityksen osaamispääoma on se, jonka varaan yritys kilpailuetunsa valaa sen takia osaamismuotoilu on asiakkaan arvokkaiksi kokemien asioiden etsimistä ja löytämistä. Osaamismuotoilun avulla näitä asioita ja tekijöitä puretaan koottavaksi uudelleen arvoa tuottavaksi prosessiksi. Nämä kriittiset tekijät jalostetaan osaksi vuorovaikutusta. (Vierula 2021, 95.)

Tällä hetkellä muotoilu on tuotteiden suunnittelun lisäksi myös palveluiden muotoilua, yrityksen strategian kehittämistä ja brändin hallintaa. Mitä tahansa palveluita, tuotteita tai hyödykkeitä luodaan, rajapinnassa on aina ihminen. Sen takia muotoilun näkökulmasta ongelmien ratkaisun keskiössä onkin ihminen. (Oförsagd 2021, 330–331.) Muotoiluajattelu on syklinen prosessi, jossa pyritään ymmärtämään palvelun tai tuotteen käyttäjää. Muotoiluajattelun ja palvelumuotoilun työkalujen avulla pyritään löytämään oikeat suunnitteluongelmat, maksimoimaan luovuus kehitysprosessissa, ennakoimaan asiakaskokemukset sekä pienentämään markkinoille viennin riskejä. (Rontti 2021, 304–305.)

Palvelumuotoilu on ihmislähtöinen palvelujen, työntekijä- ja asiakaskokemusten sekä liiketoiminnan innovointimuoto ja samalla kehittämisote, jossa palvelun käyttäjät tuottajan, asiakkaan tai yhteistyökumppanin rooleissa ovat kehittämisen keskipiste (Koivisto ym. 2019, 233). Palvelumuotoilun tavoitteena on palvelun käyttäjä- tai asiakaslähtöinen kehittäminen ottaen huomioon asiakkaan tarpeita ja samalla vastaten palvelutarjoajan liiketoiminnallisiin tavoitteisiin. Se tarjoaa yritykselle uudenlaisen kehittämisotteen, jolla on mahdollista menestyä muuttavassa kilpailuympäristössä. (Koivisto 2019a, 34, 48.) Muotoilun menetelmien kautta ottamalla asiakkaita oman organisaation toimintaan mukaan syntyy kestävä arvolupaus. Korostamalla ihmisten merkitystä toiminnassa antaa mahdollisuuden kannattavalle liiketoiminnalle. (Baldassarre ym. 2017.) Palvelumuotoilu tarjoaa selkeän prosessin ja helppoja työkaluja ja menetelmiä, jotka tuovat käyttäjät keskiöön silloin, kun organisaatio alkaa siirtymään asiakaslähtöiseen arvoajatteluun. Se on muotoilun menetelmien ja prosessien soveltamista palvelun kehittämiseen. (Ojasalo ym. 2014, 71.) Myös palvelumuotoilua voidaan käyttää strategisilla ja systeemisillä tasoilla asiakasrajapinnan lisäksi (Koivisto 2019b, 55).

Palvelumuotoilun keskeisin ominaispiirre on käyttäjäkeskeisyys. Ymmärtämistä haetaan käyttämällä monipuolisesti erilaisia menetelmiä, esimerkiksi etnografista menetelmää (havainnointi, luotaimet), josta on mahdollista rakentaa asiakasprofieileja, ja muilla yhteiskehittämisen menetelmillä (muotoilupelit, draamamenetelmät), kunhan mahdollisimman laaja tiedonkeruu toteutuu.

Osallistaminen kuuluu kehittämistyöhön. Palvelumuotoilulle on luontaista kokemuksellinen suunnittelu visualisoinnin kautta ja prototyyppien luonnin avulla. Palvelumuotoilu on konkreettinen tapa, jos halutaan syvällistä tietoa asiakasymmärryksestä. Strategiatasolla sen avulla on mahdollista saavuttaa uudenlaista kilpailuetua aidon asiakasarvon tuomisen avulla. Palvelumuotoilun avulla luodaan uudenlaisia asiakaslähtöisiä palvelukonsepteja ja liiketoimintamalleja. Palvelumuotoilu tarjoaa keinoja organisaatioiden palveluympäristöjen, prosessien ja asiakaskontaktien kehittämiseen. (Ojasalo ym. 2014, 72–78.)

4.2 Luovuus, liiketoimintamuotoilu ja liiketoiminnan kehittämistyökalut

Luovuus on uuden kehittämisen keskipiste, koska ilman kykyä innovoida, kehittämistä ei tapahdu. Lisäksi luovuus vaatii kykyä katsoa asioita uudella tavalla. Sen takia erilaisten menetelmien ja työkalujen avulla voidaan tuottaa uusia näkökulmia, ideoita ja ratkaisuja yritystoimintaan ja kehittämishankeisiin. (Ojasalo ym. 2014, 158.) Kun palvelua tai tuotetta on yhteiskehitetty ja testattu, seuraava toimenpide on oivallusten vienti päätöksentekoon ja tuotantoon. Tässä vaiheessa yleensä käytetään erilaisia liiketoiminnan kehittämisen ja strategisen johtamisen työkaluja, koska strategisella tasolla pyritään ymmärtämään toimintoympäristö ja markkinat oikein ja myös ratkaisevasti toisella tavalla. (Koskelo 2021, 159; Leskelä 2020, 182–183.)

Liiketoimintamuotoilu keskittyy kehittämään ja ymmärtämään yrityksen liiketoimintaa ihmislähtöisesti (Koivisto ym. 2019, 231). Uutta kehitettäessä olennainen askel on oman liiketoimintamallin tunnistaminen eli se, miten yritys onnistuu täyttämään asiakkaiden tarpeita, tuottaa liikevaihtoa sekä luomaan arvoa verkostolleen ja asiakkailleen. Yrityksen toiminnan visualisoiminen auttaa hahmottelemaan uusia toimintamalleja, koska sen tavoitteena on suunnitella uudenlaista liiketoimintaa, joka perustuu verkostoon. (Komulainen 2018, 101, 109.) Muutosjohtamisen näkökulmasta on tärkeää, että mahdollisimman laaja joukko työntekijöitä, joilla on ymmärrystä asiakkaista, osallistuu prosessiin (Koskelo 2021, 159). Muutosajureina toimivat hyvinvointi ja ympäristöasiat, joiden kautta yrityksen kulttuuri voi kehittyä tavallisesta joustavampaan ja luovempaan strategisointiin. Uudet strategiat syntyvät ja joustavat, koska osallistavien ja visuaalisten menetelmien kautta voidaan nähdä ja kokea yhdessä ja konkreettisemmin. (Pääkkönen 2021, 278.)

Yrityksen kehittämistarpeet tulevat usein toimintaympäristöstä. Se tapahtuu toimintojen (markkinointi, henkilöstö, taloushallinto, logistiikka, tietojärjestelmät, kansainvälistyminen) ja prosessien (asiakaspalveluprosessi, myyntiprosessi, kehittämisprosessi, logistinen prosessi) kehittämisen kautta. Yrityksen kehittäminen on jatkuva prosessi, ja kehittämisen kenttä on rajaton. (Lojander & Suonpää 2004, 150–151, 155.) Käyttämällä liiketoiminnan kehittämistyökaluja organisaatio ymmärtää ympäristöään, sen mahdollisuuksia ja uhkia, osaa ennakoida tulevaisuutta sekä oppii tuntemaan paremmin itsensä, kilpailijoita ja asiakkaita. Kehittämistyökalujen avulla organisaatio pystyy tekemään oikeita valintoja, etsimään kilpailuetua ja hahmottamaan arvoketjujen ja liiketoimintalogiikoiden muutokset, joiden avulla toiminta konkretisoitu ja tehostuu. (Vuorinen 2013, 35.) Erilaisia liiketoiminnan kehittämistyökaluja voi käyttää missä tahansa yritystoiminnan vaiheessa, esimerkiksi uuden markkinointistrategian luomiseen, oman kilpailuedun kartoittamiseen markkinoilla ja vaihtoehtoisten tulevaisuuspolkujen tutkimiseen. Lisäksi niiden avulla voidaan tunnistaa riskejä ja nousevia trendejä sekä kartoittaa mahdollisuuksia, koska työkalut ohjaavat tarkastelemaan liiketoimintaa laajasti oman toimialan ulkopuolelta ja auttavat liiketoiminnan käynnistämisessä, uudistamisessa ja strategian muotoilemisessa, tutkimalla liiketoimintaa tulevaisuudesta nykyisyyteen, kilpailijoista asiakkaisiin. (Komulainen 2018, 82.) Suurin osa yrityksistä tekee erilaisia analyysejä esimerkiksi kilpailutilanteesta ja ympäristöstä, mutta valtaosa tekee ne jollakin omalla tavallaan. Pienyritykset käyttävät erilaisia kehittämistyökaluja melko vähän. Kehittämistyökaluista suosituimpia ovat SWOT-analyysi ja Balanced Scorecard. (Vuorinen 2013, 252–253.) Tässä esittelyssä ovat menetelmät ja kehittämistyökalut, jotka voi käyttää useilla liiketoiminnan osa-alueilla. Niitä kannattaa hyödyntää myös yritystoiminnan alkuvaiheessa, strategian ja tulevaisuuden suunnitteluun sekä yrityksen toimintaympäristön hahmotteluun.

Tässä esittelyssä on kaksi työkalua esimerkiksi liiketoimintasuunnitteluun. Esimerkiksi **ympäristöanalyysin** avulla tarkistetaan yrityksen toimintaympäristö (arvot, kysyntä, kilpailu, lainsäädäntö, tekniikan kehittyminen, hyvät liiketavat). Analyysia käytetään erityisesti liiketoimintasuunnitelman yhteydessä ja sen lisäksi missä vain yritystoiminnan vaiheessa. Ympäristöanalyysi voidaan toteut-

taa mind mapin avulla. (Lojander & Suonpää 2004, 31.) Mind map eli miellekartta on aihepiirin graafinen esitys kaaviona, ja sen tarkoitus on havainnollistaa sisältöjä. Mind mapia käytetään erityisesti ideointiin. (Ojasalo ym. 2014, 199.) **Benchmarking** on menetelmä, joka pohjautuu kiinnostukseen siitä, miten toiset menestyvät ja toimivat (Ojasalo ym. 2014, 186). Se on esikuva-analyysi eli vertailuanalyysi, jossa verrataan yrityksen omaa toimintaa, tunnuslukuja ja näkyvyyttä kilpailevien yritysten toimintaan (Lojander & Suonpää 2004, 159). Sen lisäksi sitä voi hyödyntää tilanteessa, jossa yritys vertaa itseään suhteessa muihin kyseenalaistaakseen toimintaansa ja löytääkseen vaihtoehtoisia toimintatapoja (Koivisto ym. 2019, 229). Sen avulla myös analysoidaan toisten yritysten tai organisaatioiden parhaita käytäntöjä ja yrityksen omaa tekemistä ja kilpailijoita (Vierula 2021, 234). Tämän menetelmän idea on organisaation jatkuva oppiminen esikuvilta mutta ei kopiointi (Vuorinen 2013, 165).

Tässä esittelyssä on kaksi työkalua esimerkiksi yrityksen markkinointiin ja viestintään. **AIDASS**-porrasmalli käytetään markkinointiviestinnän suunnittelussa, jossa ensimmäisen portaan A on Attention (herätä huomio), I on Interest (herätä mielenkiinto), D on Desire (herätä ostohalu), A on Action (saa asiakas ostamaan), S on Satisfaction (varmistaa asiakkaan tyytyväisyys) ja viimeisen portaan S on Service (tarjoa lisäpalveluja ja kannustaa uusintaostoihin). Mallia käytetään niin, että kullekin portaalle asetetaan tavoitteet ja keinot. Tavoitteiden toteutumista seurataan ja tarvittaessa viestintäkeinoja korjataan tai muutetaan seuraavassa vaiheessa. (Bergström & Leppänen 2005, 275.) **Hissipuhe** on osa yrityksen viestintää. Sen avulla voidaan saavuttaa kilpailuetua, jos yritys erottuu edukseen ja hissipuhe puhuttelee kohderyhmää. Hissipuhe voi olla jo riittävä sisäiseen ja ulkoiseen käyttöön. Hissipuhe voi olla tuotelähtöinen (perinteinen), tai siitä kannattaa tehdä markkinalähtöinen ja kilpailuetuun perustava. Hissipuheen pääasia on tuoda esille yrityksen ratkaisu, jolla ratkaistaan asiakkaan ongelma ja jossa puhutaan asiakkaalle sekä jossa samalla tuodaan esille yrityksen arvolutaus. Hissipuheen keskiössä on asiakkaan näkökulma, jonka perustana on ymmärrys asiakkaan ongelmasta sen avulla voidaan ideoida esimerkiksi, miten asiakas voi toimia paremmin. (Vierula 2021, 163, 196–197.)

Haastattelun avulla on mahdollista kerätä nopeasti syvällistä tietoa kehittämiskohteesta. Haastattelun tehtävä on asioiden selventäminen tai syventäminen sekä vaikeiden tai arkojen aiheiden selvittäminen. (Ojasalo ym. 2014, 106.) Strukturoitu haastattelu muistuttaa toteutukseltaan ja tarkoitukseltaan kyselyä, koska siinä on etukäteen suunniteltu haastattelurunko. Teemahaastattelussa teemat on myös suunniteltu etukäteen, mutta kysymysten järjestys ja painotukset voivat vaihdella. Avoin haastattelu taas on edellisiä joustavampi ja muistuttaa enemmän keskustelua. (Ojasalo ym. 2014, 41.)

Lean on ihmiskeskeinen ja tieteellinen johtamisfilosofia, jonka tarkoituksena on tuottaa asiakkaille maksimaalinen arvo vaihtelua ja hukkaa vähentämällä yhteistyössä työntekijöiden kanssa (Väisänen ym. 2020, 138). Lean on työkalu, joka kokoa yhteen useita näkemyksiä yhdeksi kokonaisuudeksi. Sen periaatteet voidaan jakaa viiteen vaiheeseen, jotka ovat asiakkaan arvon miettiminen, arvoketjun tunnistaminen, tuotannon virtaus, imuohjauksen toteuttaminen ja täydellisyyteen pyrkiminen. (Vuorinen 2013, 72.) Lean kehitystoiminta perustuu toiminnan jatkuvaan ja systemaattiseen parantamiseen. Näin toimii erityisesti Kaizen – jatkuva parantaminen (Suneja & Suneja 2017, 200). Kaizenin ajatuksena on, että työtä tehdään pienten muutosten avulla koko ajan (Väisänen ym. 2020, 145). Kehitysideoiden ei aina tarvitse olla mullistavia innovaatioita. Jatkuvan parantamisen mallina suositellaan käyttämään PDCA-sykliä (Plan – suunnittele, Do – suorita, Check – arvioi, Act – toteuta). (Kouri 2010, 14,15.)

OKR-malli lisää läpinäkyvyyttä ja ohjaa ihmisiä keskittymään työssään oikeisiin asioihin. Mallissa Objective on suunnan tavoite ja Key Result on avaintulos, jonka avulla yritys tietää menevänsä oikeaan suuntaan. Mallia käytetään strategiatyössä, jonka avulla selkeytetään, mitä yrityksessä tehdä ja miksi. (Väisänen ym. 2020, 152.)

Prosessianalyysin eli palvelun blueprintin avulla voidaan kehittää prosesseja ja selvittää, mitkä ovat eri puolten roolit prosessissa, prosessin kriittiset vaiheet ja mahdolliset ongelmat. Prosessikaavio kuvaa yksityiskohtaisesti palveluprosessin etenemistä niin, että henkilöstö, johtajat ja asiakkaat ymmärtävät kaikki samalla tavalla, millainen palvelun kokonaisuus on. (Ojasalo ym. 2014, 178.)

Tulevaisuuskartan avulla on mahdollista käyttää tulevaisuuden vaihtoehtojen tulkintaa, joka piirretään yhdelle paperille. Tulevaisuuskartta käytetään organisaation erilaisten muuttajien, niiden ominaispiirteiden ja keskinäisten yhteensopivuuksien ja riippuvuuksien hahmottamiseen. Karttaa aloitetaan tekemään nykytilanteesta ja tähdätään tulevaisuuteen eli kartoitetaan, mihin halutaan päästää ottamalla huomioon trendit ja megatrendit. Tämä toteutetaan mind mapin kaltaisen menetelmän avulla. (Ojasalo ym. 2014, 155.)

5 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY JA TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Tiina Heikka Oy on aloittanut virallisesti toimintansa vuoden 2022 alusta, ja Y-tunnus sekä rekisteröinti Patentti- ja rekisterihallitukselle ja Verohallinnolle on rekisteröity vuoden 2021 lopussa. Toimiala on liikejohdon konsultointi. (YTJ 2022.) Fonectan Liikkeenjohdon konsulttipalvelut -haun kautta Suomessa on 16 098 konsulttiyritystä ja esimerkiksi Lapinjärveltä löytyy kaksi: Gmo Good Marketing Oy ja Karina Consulting. (Fonecta 2022.) Lapinjärven kunta, jonka väkiluku on 2 610 ihmistä, joista ruotsinkielisiä on 29,8 %, sijaitsee Uudenmaan maakunnalla (Lapinjärven kunta 2022). Naapurimaakunnat ovat Kymenlaakso ja Päijät-Häme (Tilastokeskus 2022a).

Konsultti on asiantuntija, joka tekee asioita, joita asiakas tai organisaatio ei itse osaa, tuo ammattitaitoista näkemystä, ajattelua, ulkopuolisen näkökulman, voi tarvittaessa korvata johtoa ja vahvistaa ulkopuolisena jo tehdyn sisäisen päätöksen. Konsulttitoimijat voivat olla erikoistuneita asiantuntijoita, joiden asiantuntemusta tarvitaan. (Iivari ym. 2019, 17–18.) Konsulttityyli tai tapa tehdä työtä, periaatteet ja arvot auttavat konsultteja saamaan asiakkaita, etenkin kilpailutilanteessa tai organisaation ollessa kokenut konsulttipalveluiden ostaja, jolla saattaa olla aiempia huonoja kokemuksia (McKavanagh 2007, 68). Asiantuntija-ammatti taas edellyttää korkeakoulututkintoa, sen lisäksi teoreettisen ja abstraktin tiedon omaaminen on asiantuntija-ammattilaisen välttämätön ehto. Asiantuntijalla on kyky saada toimintaympäristönsä toimintaan hänen omien päämäärien tukena ja niiden antamien suuntaviivojen mukaisesti, sen lisäksi hän on aina vastuussa päätöksistään ja teoistaan. (Airaksinen & Friman 2008, 11–12.)

Tiina Heikka Oy:n päätoimiala on kehittävä konsultointi. Yritys sijaitsee Lapinjärvellä, mutta toiminta-alue on rajaton. Tiina Heikka on yrityksen ainoa työntekijä. (Tiina Heikka Oy 2022.) Ennen yrittäjyyttä Heikka työskenteli kunta-alalla 14 vuotta ja viimeiset kahdeksan vuotta kunnanjohtajana. Muuten Heikan ansioluettelo on laaja herneenpoimijasta taksikuskiin ja toimittajaan. (Heikka 2022.) Heikan eli yrittäjän ja yrityksen omistajan monipuolinen koulutus ja työkokemus sekä vahva johtajakokemus kunta-alalta, jolla hän työskenteli Lapinjärven kunnanjohtajana, antaa yrityksen toiminnalle rajattomat markkinat. Yrittäjä on aloittanut yritystoiminnan palvelumuotoilun periaattein. Yrityksen palvelut muodostuvat asiakkaiden tarpeiden perusteella jo ensimmäisen vuoden aikana. Yrityksen päätuotteet ovat muutosvalmennukset, työhyvinvointia lisäävät koulutukset ja valmennukset sekä johtajuusmentorointi. Yrittäjän avainosaamiset ovat vuorovaikutustaidot ja viestintä, ihmislähtöinen johtaminen, kuntahallinto ja kunnan johtamisen erityispiirteet, muutosjohtaminen ja kehittäminen, draama ja luovat menetelmät, erätaukodialogi ja tulevaisuustajuus. Yrityksen asiakkaat ovat kunnat, kaupungit, organisaatiot, yritykset ja yhteisöt. Yrityksen palveluista voi nostaa esille omaleimaisen Keskeneräisen johtamisen -valmennuksen. Muutosjohtajuus, kuten esimerkiksi Muutosdraama muutosvastarinnasta ja ihmislähtöisyys-aihe, on yrittäjän oma henkilökohtainen erikoisuus konsulttialalla. Asiakaslähtöisyys on Heikalle luonnollinen asia, ja hän käyttää ketterästi erilaisia innovatiivisia menetelmiä omassa työssään, muun muassa draamaa ja muita ihmislähtöisiä menetelmiä, kuten esimerkiksi palvelumuotoilua. (Tiina Heikka Oy 2022.) Draamamenetelmän avulla yritetään saavuttaa voimaantumisen kokemus, jonka avulla asiakas lähestyy omia solmukohtiaan. Draamassa tärkeämmät asiat ovat ryhmän vuorovaikutus ja omat kokemukset. (Korhonen 2017.) Sen lisäksi näytelmillä ja draamamenetelmillä voidaan nopeasti simuloida kuvitteellisia tilanteita ja niiden vaihtoehtoja sekä eläytyä erilaisiin rooliin (Ojasalo ym. 2014, 78).

Vapaamuotoisen keskustelun yhteydessä yrittäjä on kertonut, että ennen yrityksen perustamista hän on käynyt vuoden verran yrittäjyysvalmennuksessa (Yrittäjän ammattitutkinto), jossa tehtiin liiketoimintasuunnitelma, starttirahahakemuksessa vaadittavat liitteet ja saatiin käytännöllisiä neuvoja ja vinkkejä esimerkiksi yrittäjän hallinnosta ja taloudesta. Lisäksi yrittäjä teki kyselyn oman verkostonsa 10 potentiaaliselle asiakkaalle mahdollisista tuotteista ja hinnoittelusta ja avoimesti kysyi mahdollisilta asiakkailta, miten he näkevät yrittäjän

mahdollisen palveluvalikoiman. Kun valmennus- ja mentorointialan yritys oli noin kolme kuukautta vanha, yrittäjän mukaan laajan verkostonsa ansiosta hän oli päässyt jo keikoille ja tulossa oli yhteystyötapauksia. (Heikka 2022.) Verkosto on useamman organisaation, yrityksen tai yksilön välistä verkostosuhteitten kudosta, joka on rajaton (Hakanen ym. 2007, 78). Kokemuksesta, koulutuksesta ja valmennuksesta huolimatta yrittäjällä on ollut jonkin verran epävarmuutta yrittäjyysosaamisesta, jännitystä ja pelkoa, tietäkö hän riittävästi uskaltaakseen jo valmentaa muita. Yrittäjän mielestä starttirahan saanti koko vuodelle vähensi stressin tunnetta. (Heikka 2022.)

Vuonna 2021 vielä Lapinjärven kunnanjohtajana Heikka osallistui Diili-ohjelmaan (TV:ssä keväällä 2022), joka tuo tällä hetkellä myös näkyvyyttä konsulttimarkkinoilla. Ohjelmaan osallistumisesta Heikka kertoi julkisesti vasta helmikuussa 2022. Yrityksen käyttämät somekanavat ovat Facebook, Instagram ja LinkedIn, ja niiden lisäksi yrityksen näkyvyyttä tulee verkoston kautta tehdystä yhteistyöstä. Yrittäjä itse on rakentanut yrityksen verkkosivut ja hän myös itse ylläpitää kaikki yrityksen somekanavat sekä toimii yrityksen ilmeenä, esimerkiksi yrityksen mainoskuvissa. Mainoskuvat on ottanut ammattikuvaaaja. Yrityksen logo on suunniteltu mainostoimistossa. Yrittäjä on myös kiinnostunut ilmaisesta markkinoinnista. (Heikka 2022.)

6 TUTKIMUSVAIHEET JA TULOKSET

6.1 Havainnointi

Havainnoinnin avulla oli tarkoitus selvittää yrittäjän someaktiivisuutta ja sitä, miten yrittäjyys näyttäytyy ulkopuolisen silmin. Tiina Heikka Oy:tä alettiin havainnoida tammikuussa 2022. Opinnäytetyön tekijä piti Wordissa päiväkirjaa case-yrittäjän someaktiivisuudesta ja keräsi kuukausien tulokset pääpiirteissään, erityisesti huomioiden yrittäjän somepäivitysten sisällön kautta välitettyjä tunteita, kokemuksia yrittäjyydestä, yrityksen toimintaa ja erikoisia tapahtumia. Tarkastuskuukautena toimi huhtikuu. Havainnoinnin kautta oli tarkoitus päästä tutkimaan yrittäjän toimintaympäristöä ulkopuolisen näkökulmasta. Havainnointia analysoitiin myös Excelin avulla tekstianalysoinnin lisäksi. Havainnointia tehtiin tasan 11 kuukautta opinnäyteprosessin aikataulun takia ja päiväkirjan sivuja kertyi Word-tiedostoon 34.

Opinnäytetyön tekijän havainnoinnin päiväkirja ajalta 1.1.–30.11.2022 toi esiin yrittäjän päivittäisen aktiivisuuden, josta on erityisesti näyttöä tarkastuskuukauden aikana (taulukko 1). Käytössä olivat kaikki Heikan yrityksen somekanavat (LinkedIn, Facebook ja Instagram), ja kullakin kanavalla sisältöä muokattiin kanavalle tyypillisellä tavalla. Kun esimerkiksi LinkedInissä julkaistiin sama päivitys, joka on Facebookissa, se kirjoitettiin ammattilaisen näkökulmasta.

Taulukko 1. Opinnäytetyön tekijän havainnoinnin tulos kokonaisuudessa (1.1.-30.11.2022) vs. tarkastuskuukausi (huhtikuu)

Yrittäjän someaktiivisuus, opinnäytetyön tekijän havainnoinnin tulos: havainnointi kokonaisuudessa vs. tarkastuskuukausi	Havainnointi kokonaisuudessa	Tarkastuskuukausi, huhtikuu
Yrittäjän someaktiivisuus, kuten päivitys, jako, tiedotus, ilmoitus	Korkea someaktiivisuus	Someaktiivisuutta melkein joka päivä (29/30 päivästä)
Yrityksen yhteistyössä tehdyt tapahtumat	Joka kuukausi useita tapahtumia	6 tapahtumaa
Yrityksen omat tapahtumat	1	0
Yrityksen somesisällön laatu (opinnäytetyön tekijän omaa tulkintaa)	Korkea	Korkea
Yrityksen somekanavien käyttö	Ammattimainen ja yhtenäinen	Ammattimainen ja yhtenäinen
Yrityksen ulospäin näyttäminen (opinnäytetyön tekijän omaa tulkintaa)	Avoin, rohkea, ammattimainen ja omatyylinen	Avoin, rohkea, ammattimainen ja omatyylinen
Yrityksen somekanavien yhtenäisyys	Yhtenäinen ilme ja tyyli, jokaisella kanavalla sen tyylinen viestintä	Yhtenäinen ilme ja tyyli, jokaisella kanavalla sen tyylinen viestintä
Yrityksen somekanavien näkyvyys	Matala, vain verkoston kautta	Matala, vain verkoston kautta
Yrittäjän vuorovaikutus	Korkea	Korkea

Työasioita ja mielipiteitä tuotiin esille myös henkilökohtaisten kanavien kautta, mutta näissä päivityksissä viitattiin aina yritykseen. Opinnäytetyön tekijä pääsi osallistumaan vain yhteen tapahtumaan, mutta vaikutelma joka tapauksessa oli erinomainen, minkä näki kuuntelijoiden määrästä ja palautteista. Tapahtuman nimi oli Ihmislähtöinen johtaminen ja muutos. Laitteiden ja ohjelmiston

käyttö sekä esiintymistekniikka hyvän verkkoyhteyden kautta kiinnittivät huomiota. Sen lisäksi yrittäjä toi esille myös muiden palveluita, eikä ikinä unohtanut kiittää palveluista. Kirjoitukset ja päivitykset jopa vaikeista aiheista, kuten sote-alasta, kirjoitettiin ajatuksella, tiedolla ja omalla rohkealla tyylillä. Yrittäjä toi esille omia ajatuksiaan, yrityksen toimintaa, tapahtumia ja onnistumisia sekä omaa persoonallisuuttaan. Ulkopuolisen silmiin yrityksen toiminta näyttää onnistuneelta.

Kaiken kaikkiaan yrittäjän vuosi näytti aktiiviselta ja erittäin kiireelliseltä (taulukko 2). Taulukossa näkyy yrittäjän someaktiivisuuden lisäksi myös liiketoiminnallisia tapahtumia somepäivitysten perustella.

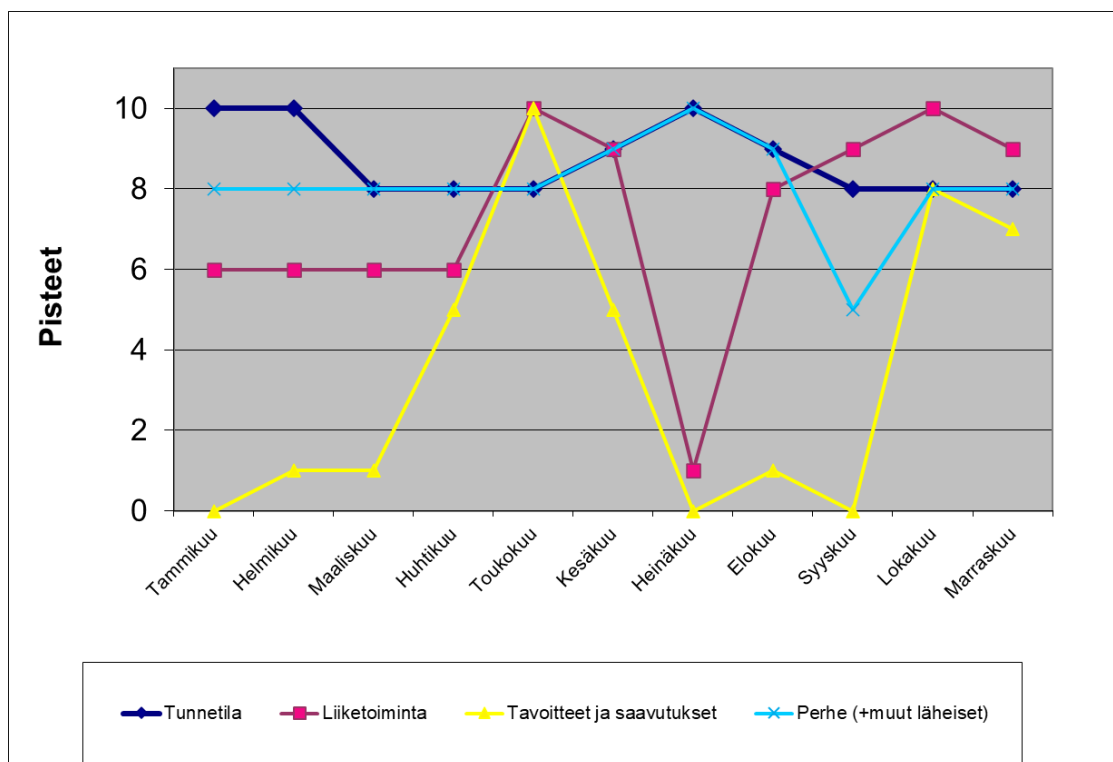
Taulukko 2. Opinnäytetyön tekijän havainnoinnin tulokset kuukausittain ajalta 1.1.-30.11.2022

Yrittäjän aktiivisuus kuukausittain	01 n.	02 n.	03 n.	04 n.	05 n.	06 n.	07 n.	08 n.	09 n.	10 n.	11 n.
Someaktiivisuus: Instagram tarinat	31	28	62	60	93	90	60	80	31	52	80
Someaktiivisuus: Instagram kirjoitukset	1	1	2	4	2	3	1	9	9	11	11
Someaktiivisuus: LinkedIn kirjoitukset	1	1	2	4	2	3	1	9	9	11	11
Someaktiivisuus: Facebook	1	1	2	4	2	3	1	9	9	11	11
Yrityksen lyhytkestoiset valmennukset ym.	1	0	0	4	15	4	0	3	1	1	0
Yrityksen pitkäkestoiset valmennukset ym.	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Yrityksen yhteistyötapahtumat	2	2	1	0	1	0	0	5	2	2	2
Yrityksen omat tapahtumat	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Yrittäjän puheenvuoro- ja juon-tokeikat	0	0	0	2	0	1	0	1	0	1	3
Yrittäjän koulutuksiin ja tapahtumiin osallistuminen	0	0	0	2	5	1	0	4	2	3	3
Yrittäjän menetelmien ja kehittämistyökalujen käyttö	3	2	2	3	6	7	1	2	2	2	2
Yrittäjän artikkelit, kolumni ja blogi	2	4	8	4	7	3	2	6	1	1	3
Yrittäjän erikoiset työt, kuten Matchmade in Iisalmi -vaikuttajakampanja	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1

Kaikista eniten käytettiin Instagramin tarinaominaisuutta, jossa päivitys pysyy vähän aikaa ja häviää. Erityisesti näiden päivitysten päivittäinen lukumäärä oli suuri. Somepäivitysten sisällön perusteella yrityksen omia tapahtumia ja pitkäkestoisia valmennuksia ajalta 1.1.–30.11.2022 oli vähän. Sen lisäksi yrittäjä piti lomaa heinäkuussa ja osan kesäkuusta ja elokuusta. Opinnäytetyön tekijän havainnoinnin perusteella 11 kuukauden aikana yrittäjä teki töitä joka päivä ja samalla piti huolta hyvinvoinnistaan lepäämällä ja harrastamalla. Yrittäjän kiireisin kuukausi oli toukokuu.

Instagramin tarinoissa päivitys pysyy vähän aikaa ja häviää, ja tämän takia taulukon luvuissa voi olla eroja todellisiin tapahtumiin ja ilmoituksiin. Tähän vaikuttaa esimerkiksi se, että opinnäytetyön tekijä ei välttämättä ehtinyt huomata kaikki somepäivityksiä tai yrittäjä ei tuonut ihan kaikkea someen. Lisäksi vuoden 2022 alussa ei ollut selkeästi mietitty, miten tarkasti havainnoidaan. Ensimmäisten kuukausien havainnot kirjoitettiin kuukauden tapahtumien yhteenvedona erottamatta erikseen somekanavia. Sen takia somepäivityksiä todellisuudessa oli enemmän.

Opinnäytetyön tekijän havainnoinnin mukaan yrittäjä käytti työssään draaman lisäksi useita muita menetelmiä ja kehittämistyökaluja, joita ovat esimerkiksi erilaiset suunnittelutyökalut, työpaja, pilotointi, työkalut strategiseen työhön, visualisointi, erätaukodialogi sekä erilaiset digitaaliset työkalut somekanavien lisäksi. Somepäivitysten takaa paljastui iso asiakas-, yhteistyö-, neuvottelu- ja suunnittelutyö. Yrityksen verkkosivuja, blogia ja yrityksen somekanavista Facebookia käytettiin vähän. Verkkosivujen on tarkoitus toimia yhteystietojen lähteenä, koska yrittäjä viittaa niihin ja yrityksen somekanavissa taas esiintyi sama sisältö, jota yrittäjä tuotti muiden somekanavien kautta. Henkilökohtaisia somekanavia ei erityisesti havainnointi, koska näissä kanavissa oli pääsääntöisesti henkilökohtaisia somepäivityksiä. Tämä oli hyvä merkki, koska tästä voidaan päätellä, että yrittäjä osasi erottaa työn vapaa-ajasta.



Kuva 6. Case-yrittäjän vuosi opinnäytetyön tekijän havainnoinnin tulos

Opinnäytetyön tekijän havainnoinnin kautta case-yrittäjän vuotta somepäivitysten sisällön avulla oli mahdollista ryhmitellä ja tuoda esille visualisoituna tunnetilan, liiketoiminnan, tavoitteiden ja saavutusten sekä perheen kautta ja pisteyttää asteikoilla 0–10 kuukausittain (kuva 6). Tunnetila tarkoittaa tässä yrittäjän tunnetilaa kyseisenä kuukautena. Liiketoiminta-tila näyttää, kuinka paljon työtä on tehty kussakin kuussa. Tavoitteet ja saavutukset -tila näyttää, mitä on saavutettu kunakin kuukautena. Perhe-tila näyttää, miten perhe on reagoinut tilanteisiin eri kuukausina.

Yrittäjyys alkoi nolasta, mutta yrittäjän tunnetila oli erinomainen ja samalla jännittynyt. Liiketoiminnan eteen tehtiin erilaisia alkutoimenpiteitä, esimerkiksi perustettiin verkkosivut ja hankittiin logo sekä aloitettiin verkosto- ja yhteistyö. Yrittäjä oli tyytyväinen päätökseensä perustaa yritys, ja perheenjäsenet olivat tyytyväisiä, että äiti viettää enemmän aikaa heidän kanssaan. Yrityksen ensimmäinen tarjous hyväksyttiin helmikuussa. Toukokuu näytti erittäin kiireiseltä, ja tavoitteita saavutettiin huipputuloksien. Toukokuu näytti yrittäjän vuoden parhaalta kuukaudelta, koska toukokuussa tehty työ, saavutukset sekä yrittäjän oma tunnetila että perheen tunnetila olivat optimaalisella tasolla. Kesäkuussa yrittäjä sai ensimmäisen palkan. Tunnetila ei ollut ihan huipulla, koska samalla hän joutui peruuttamaan yrityksen verkoston kehittämispäivän.

Kesällä yrittäjä piti lomaa, ja sen takia liiketoiminta ja tavoitteet ovat melkein nollassa, mutta yrittäjän tunnetila ja perheen tunnetila ovat huipussaan. Liiketoiminnallisia toimenpiteitä tehtiin paljon. Syyskuussa perhe oli ikävissään, kun yrittäjä oli lisalmella työkeikalla. Havainnointi lopetettiin joulukuuhun, mutta yrittäjän aktiivisuus jatkui. Aktiivisten päivitysten lisäksi yrittäjä alkoi julkaista joulukalenteria. Lisäksi joulukuussa esimerkiksi oli yrittäjän järjestämä Tiina Heikka Oy:n verkoston kokoontuminen.

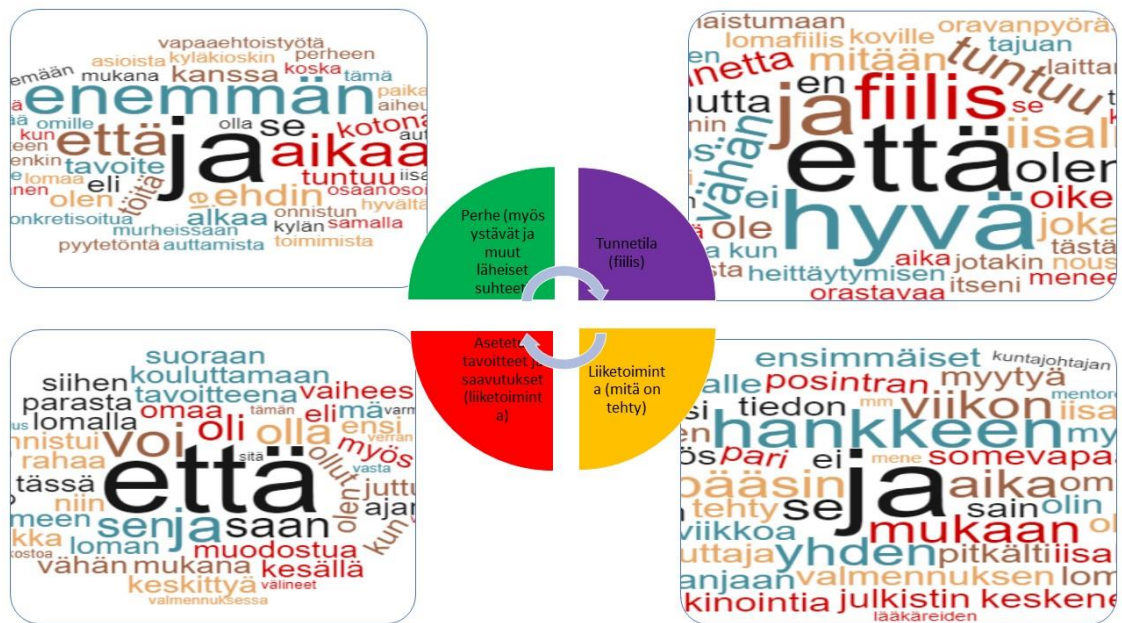
Havainnoinnin yhteenvedona voidaan todeta, että Heikka on yrittäjänä erittäin taitava ja ahkera käyttämään somekanavia ja että some on yksi hänen tärkeimmistä työkaluistaan. Avoimuus somessa on myös hänen luonnollinen tyyliä tehdä työtä. Myös kunnanjohtajana hän oli hyvin aktiivinen somessa ja ylläpiti vuorovaikutusta kaikkien kanssa. Havainnot tukevat päätelmää, että Heikka on korkean tason asiantuntija, jolta löytyy osaamista laidasta laitaan. Tähän saakka yrittäjä ehti pitää oman yrityksensä kautta kuitenkin vain yhden LinkedIn-tapahtuman suorassa lähetyksessä maaliskuussa. Korkea koulutus ja monipuolinen kokemus tulevat näkyviin jokaisessa hänen postauksessaan ja tilaisuudessaan, ja johtamis- ja asiantuntijakokemus ovat vahvoja. Maaseudun kehittäminen ja kunta-alan tuntemus ja kokemukset, draamamenetelmän käyttö ja myös aktiivinen ja asiallinen somekanavien käyttö ovat yrittäjän kriittiset menestystekijät.

6.2 Luotainpaketti

Opinnäytetyön tekijä suunnitteli luotainpaketin sisältöä. Yrittäjälle suunniteltiin visualisoitua päiväkirjaa ja yrittäjän perheelle luovat tehtävät. Luotainpaketin avulla oli tarkoitus tuoda esille yrittäjän kokemukset ja tunteet ensimmäisen vuoden yrittäjyydestä sekä se, miten yrittäjän perheenjäsenet kokevat yrittäjyyden. Sekä yrittäjällä että perheellä on oma luotainpakettinsa tehtävineen. Perheeseen kuuluvat avopuoliso ja neljä lasta, kaksi teini-ikäistä lasta sekä 7- ja 8-vuotiaat lapset. Tapaustutkimuksen yrittäjä perheineen osallistui luotainpaketin tehtävien suorittamiseen. Luotainpaketin sisältöä analysoitiin myös Excelin avulla tekstianalysoinnin lisäksi, kuvat luotiin Webropolin, PowerPointin ja Excelin avulla.

6.2.1 Yrittäjän luotainpaketti

Yrittäjä aloitti pitämään yrityksen perustamisesta lähtien koko vuoden visuaalista päiväkirjaa jokaisesta kuukaudesta. Sen lisäksi yrittäjä itse päätti asettaa tavoitteita päiväkirjan pohjalta, ja tavoitteissa hän otti huomioon seuraavat asiat: tunnetila, liiketoiminta, liiketoiminnalle asetetut tavoitteet ja saavutukset, perhe, sukulaiset ja ystävät. Yrittäjän asettama tavoite tunnetilalle on, että hän pystyy luottamaan itseensä ja että hänellä on vapautunut olo. Asetetut tavoitteet liiketoiminnalle ovat ensimmäiset vakiintuneet asiakkuudet ja selkeät tuotteet ja palvelut. Liiketoiminnan tavoitteeksi on asetettu se, että yritys vakiinnuttaa toimintansa ja luo edellytykset sille, että yrittäjä saa elätettyä itsensä tekemällä vähemmän ja ansaitsemalla enemmän ja että yritys alkaa saada tunnetta-vuotta vaikuttavana ja auttavana yrityksenä. Näiden tavoitteiden lisäksi yrittäjä toivoo enemmän aikaa perheelle ja itselleen, mikä lisää hyvinvointia.



Kuva 7. Yrittäjän päiväkirjan sisällön visualisoitu yhteenveto ajalta 1.1.-31.10.2022

Yrittäjä kirjoitti päiväkirjan sisältöä lokakuun loppuun saakka. Päiväkirjan sisältö eli 10 kuukauden kirjoitukset koottiin yhteen ryhmiteltynä ja visualisoituna (kuva 7).

Yrittäjän päiväkirja ajalta 1.1.–31.10.2022 toi esiin monenlaisia tunnetiloja kauhasta onnellisuuteen, ilosta pettymykseen, TV:ssä pyörimään alkaneen Diili-ohjelman aiheuttamasta ahdistuksesta inspiroituneeseen ja innostuneeseen tunteeseen. Myynti tuntui välillä epäkiinnostavalta, eivätkä tarjoukset tulleet

hyväksytyiksi. Diili-ohjelma vaikutti paljon tunnetilaan ja tuntui epämotivoivalta, mutta lopulta ohjelmasta putoaminen oli helpotus. Välillä tuntui todella hyvältä, mutta keväällä alkuhype oli jo vähän laskussa ja toiminta alkanut vakiintua. Toukokuussa yrittäjästä tuntui todella hyvältä. Hänestä tuntui jo siltä, että hän on saanut elämänsä takaisin. Toisaalta välillä hän koki uupumuksenkin hetkiä, ikään kuin yrittäjän aikaisemman työelämän raskaus olisi tullut vasta tässä vaiheessa pintaan. Kesäkuu jatkui niin, että yrittäjän kokemat tunteet olivat erittäin positiivisia, ja yrittäjä alkoi miettiä jokapäiväiselle asiakastyölle vaihtoehtoisia toteutustapoja helpottamaan työkuormitusta. Heinäkuussa ja osan elokuusta yrittäjä oli lomalla, ja vaikka loma tuntuikin hyvältä, orastava väsymyksen tunne kuitenkin seurasi häntä. Yrittäjä esimerkiksi tajusi, miten koville hän on laittanut itsensä aiemmin. Syyskuun yrittäjä koki rankaksi, ja mieliala laski dramaattisesti. Yrittäjä oli ahdistunut, masentunut ja väsynyt erikoisen Matchmade in Iisalmi -vaikuttajakampanjan takia, joka vei eniten yrittäjän työpanosta ja aikaa somettamisessa. Lokakuussa yrittäjä mieliala kohentui, uusia ideoita alkoi tulla, ja yrittäjästä tuntui siltä, että kuukauden kestoinen alavireisyys oli ohi lokakuun lopussa.

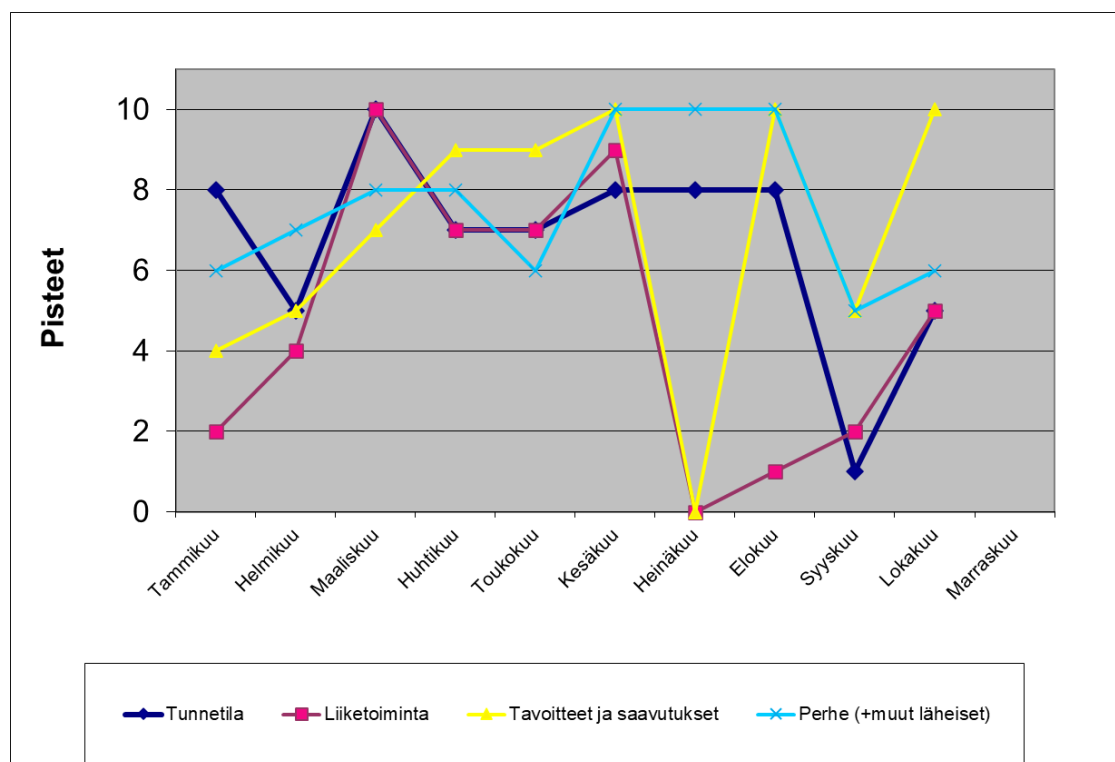
10 kuukaudessa yrittäjä ehti tehdä paljon. Alussa hän hoiti yrityksen perustamiseen liittyvät asiat, joita olivat tilitoimisto, vakuutukset, työterveyshuolto, tietokone, yhteydet, valokuvat, sometilitt ja kotisivut. Markkinointiin ja myyntiin panostettiin tuolloin ja on panostettava jatkuvasti. Ensimmäiset johtamismentoroitavat oli saatu asiakkaiksi talven 2022 aikana. Tarjouksia lähetettiin ja ensimmäiset valmennukset keväälle saatiin myytyä. Kumppanuuksia rakennettiin ja myyntiä tehtiin, ja keväällä johtamismentoroitavia oli jo neljä henkilöä. Yritys toteutti muutosvalmennuksia ja draamapajan onnistuneesti. Yrittäjän verkosto kasvoi uudella yrityksellä, ja muutenkin verkostoituminen on jatkuvaa. Keväällä kehittelyyn otettu tulevaisuusdraama ja kuntajohtajan mentorointipilotti käynnistyivät. Huhtikuussa työvauhti oli kova, ja yrittäjä jatkoi verkostoitumista Yrittäjä-päivillä. Hän ehti tehdä myös muutosvalmennusta, tulevaisuustaaajuus-työskentelyä, johtamismentorointia, puheenvuoroja, kunnan muutostukea, työpajoja ja johtamisvalmennusta. Toukokuussa yrityksen ensimmäinen pitkäkestoinen Keskeneräisen johtamisen valmennus julkaistiin. Lisäksi yrittäjä pääsi Posintra Oy:n hankkeen kouluttajalistalle. Yrittäjä myös haki mukaan Iisalmen vaikuttajakampanjaan. Liiketoiminnan osalta osa kesäkuusta näytti kiireelli-

seltä. Esimerkiksi yrittäjä ehti tehdä pilotointia tulevaisuusdraamasta Valo Futuren kanssa ja useita erilaisia koulutuksia. Koko heinäkuun ja osan elokuusta yrittäjä oli lomalla. Elokuussa yrittäjä sai tiedon, että hän pääsi mukaan lisälmen vaikuttajakampanjaan. Elokuun puolivälistä oli tiedossa paljon työtä. Syyskuussa yrittäjä vietti lisälmessa kokonaisen viikon. Lokakuussa yrittäjä oli taas lisälmessa viikon, vaikuttajakampanjaan meni vielä tämän lisäksi kaksi viikkoa. Yrityksen markkinoinnin kannalta vaikuttajakampanjaan mukaan pääseminen oli erinomaista, koska yrittäjä sai myytyä jutun yhteen lehteen ja pääsi mukaan lehtiavustajien kokoukseen. Lisäksi yrittäjä alkoi pohtimaan, että pitäisikö hänen alkaa keskittyä vain tiettyihin osa-alueisiin.

Asetetut liiketoiminnalliset tavoitteet saavutettiin. Kaikki yrityksen perustamiseen liittyvät tehtävät oli tehty, jotta yritys voi toimia ja välineet toimintaan ovat olemassa. Aktiivinen markkinointi tuottamalla yrityksen somesisältöä aloitettiin heti tammikuussa. Jatkuva verkostoituminen toi tuloksia, ja yrityksen oma verkosto alkoi muodostumaan. Maaliskuussa yrityksen tunnettavuus lähti nousemaan, ja asiakkuuksia alkoi muodostua. Diili-ohjelma lisäsi yrityksen somekanavien seuraajia. Lisäksi yrityksen ensimmäinen LinkedIn-live toteutui onnistuneesti. Yrityksen tuotteiden ja palveluiden valikoima alkoi muodostumaan huhtikuun aikana. Muutosvalmennuksista oli kysyntää ja yhteyttä otettiin suoraan yrittäjään ilman, että yrittäjä olisi yrittänyt myydä niitä. Yrittäjän tavoite saada kesäksi palkkaa omasta yrityksestä näytti toteutuvan. Huhtikuussa yrittäjä oli mukana myös StarttiPlus-valmennuksessa. Toukokuussa yrittäjä sai koottua sen verran rahaa, että tiesi pystyvänsä pitämään loman kesällä. Kesäkuussa oli tulossa lomaa. Koko heinäkuun ja osan kesäkuusta ja elokuusta yrittäjä oli kokonaan lomalla. Elokuussa yrittäjä pääsi kouluttamaan kouluttajia (FCG). Sen lisäksi tiedossa oleva iso työtilaus tulisi jatkumaan myös vuonna 2023. Syyskuussa lisälmeen pääsy yrittäjän mielestä oli iso asia, vaikka se ei olekaan yrittäjän varsinaista liiketoimintaa. Lokakuussa näkyi, että lisälmen matka oli hedelmällinen. Vaikka kaikki työtarjoukset eivät menneen läpi, lokakuussa yrittäjä jatkoi ideointia ja lopulta sai idean hakeutua Puhujatorille.

Yrittäjän haaveena ja päätavoitteena oli saada enemmän aikaa perheelle, ja tämä tavoite alkoi konkretisoitua jo helmikuussa, kun yrittäjä pääsi olemaan enemmän kotona ja viettämään aikaa läheistensä kanssa. Siihen oli myös

enemmän energiaa. Tavoite saada harrastuksille enemmän aikaa alkoi konkreetisoitua maaliskuussa, kun yrittäjä pääsi haluamalleen kurssille. Huhtikuussa yrittäjä sai kokemuksen, että oli tyytyväinen elämäänsä, mikä oli uutta hänelle. Yrittäjä oivalsi, että hän ei voi palata vanhaan tapaansa tehdä työtä. Nykyään hän varaa kalenterista vapaata aikaa ja osaa huolehtia hyvinvoinnistaan. Vaikka toukokuussa oli paljon töitä, yrittäjä edelleen piti pääsääntöisesti aamut ja illat vapaina omille ja perheen asioille. Kesäkuun puolivälissä yrittäjä aloitti lomailun ja pääsi nauttimaan harrastuksistaan. Heinäkuun ja osan elokuusta yrittäjä oli kokonaan lomalla ja vietti todella paljon aikaa lastensa ja miehensä kanssa. Lomalla ei ollut töitä paitsi salaojitusta ja terassin rakentamista. Syyskuussa yrittäjä ehti osallistumaan myös vapaaehtoistyöhön. Lisäksi yrittäjä oli lisalmessa viikon verran, ja perhe oli ikävissään. Myös lokakuussa hän kävi lisalmessa.



Kuva 8. Yrittäjän vuosi, yrittäjän päiväkirja ajalta 1.1.-31.10.2022

Luotaimen avulla oli mahdollista ajalta 1.1.–31.10.2022 selvittää tunnetilaa, liiketoimintaa, tavoitteita ja saavutuksia sekä perhenäkökulmaa. Luotainpaketin sisällön tulos pisteytettiin opinnäytetyön tekijän toimesta asteikoilla 0–10 ja näkyy kuukausittain visualisoituna kuvassa 8. Tunnetila tarkoittaa tässä yrittäjän tunnetilaa kyseisenä kuukautena. Liiketoimintatila näyttää, kuinka paljon työtä

on tehty kussakin kuussa. Tavoitteet ja saavutukset -tila näyttää, mitä on saavutettu kunakin kuukautena. Perhe-tila näyttää yrittäjän tavoite olla enemmän perheen kanssa ja miten perhe on reagoinut tilanteisiin eri kuukausina.

Yrityksen perustamisen jälkeen yrittäjän tunnetila on heilahtanut dramaattisen näköisesti, mitä yrittäjä kuvasikin esimerkiksi vaihteluna onnellisuudesta pettyykseen. Yrittäjän tunnetila oli vahvasti sidoksissa liiketoimintaan. Esimerkiksi maaliskuussa alkuinnostus vaihtui huipputulokseen, ja tämän jälkeen yrittäjän tunnetila ja liiketoiminta kehittivät tasaisemmin noususuuntaan. Liiketoiminnalliset saavutukset nostivat aina yrittäjän mielialaa. Lisäksi yrittäjän kevään työpanos toi selkeitä tuloksia, koska heinäkuussa yritys alkoi toimia tavoitteiden saavutusten osalta omalla painolla yrittäjän olleessa kokonaan lomalla. Liiketoiminnalliset tavoitteet selvästikin täyttyivät. Yrittäjän tavoitteet, jotka liittyivät perheeseen ja vapaa-aikaan, kehittivät myönteiseen suuntaan kesää kohti.

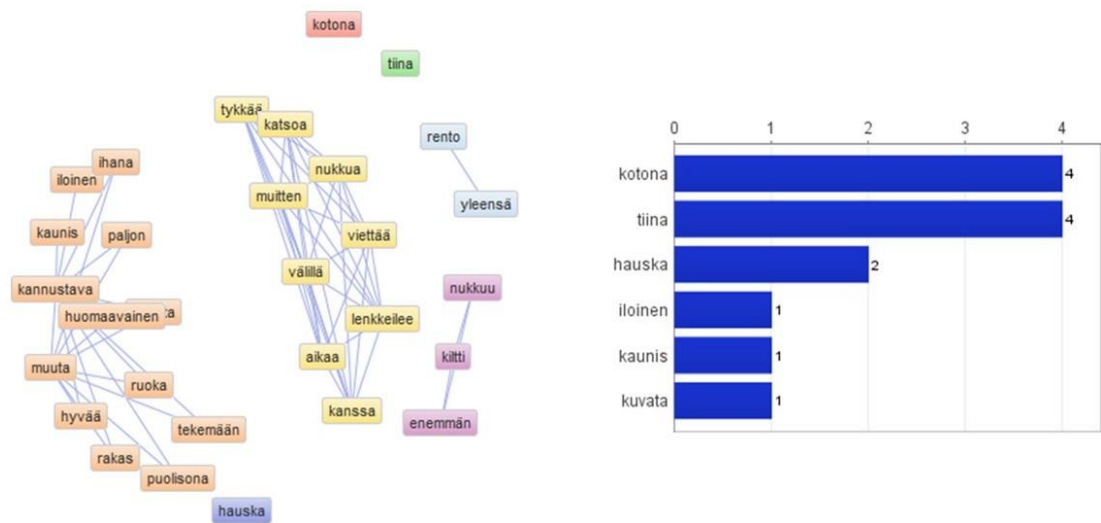
Yhteenvedona yrittäjän luotainpaketista voidaan tuoda esille, että 10 kuukauden tarkkailuajalta voidaan todeta yrittäjän valtava työmäärä ja moniroolisuus. Todennäköisesti uskomattoman kiireen takia päiväkirjan täyttäminen päättyi lokakuuhun, eikä jatkunut enää myöhemmin. Yrittäjän tunnetila on vahvasti sidoksissa yrityksen toimintaan ja heijastuu ulospäin. Tuloksista nähdään, että työskentelemällä tavoitteet saavutetaan. Myös vuoden alussa yrittäjän kaikki asetetut tavoitteet saavutettiin. Luotaimen kautta myös tuli esille, kuinka ylitöylytetty – osittain omasta tahdostaan – yrittäjä oli entisessä työssään. Paljon kaivattu yhteisaika perheen kanssa ja aika omille harrastuksille tulivat yrittäjälle palkintona yrityksen perustamisen kautta.

6.2.2 Yrittäjän perheen luotainpaketti

Yrittäjän perheenjäsenet ovat saaneet tehtäväkseen piirtää tai kirjoittaa, miten he näkevät kohdehenkilön yrittäjän ja perheenäidin rooleissa. Yrittäjän perhe päätti kirjoittaa äidistä ja vaimosta pieniä tarinoita ja tehtävä suoritettiin maaliskuussa 2022.

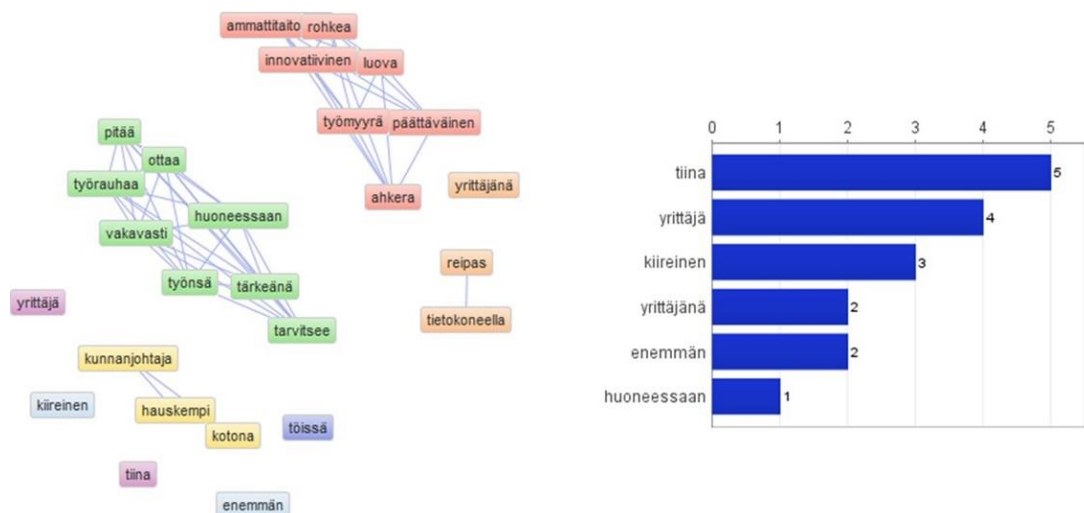
Perhe osaa hyvin kuvata kohdehenkilöä kotioloista, mikä tulee esiin sanakartan ja yleisimmin esiintyvien sanojen avulla (kuva 9). Vapaa-ajalla yrittäjä

osaa ottaa rennosti, viettää aikaa perheen kanssa ja on iloinen, hauska ja kaunis.



Kuva 9. Sanakartta ja yleisimmin esiintyvät sanat, yrittäjä vapaa-ajalla

Perhe tunnisti myös kohdehenkilön yrittäjän moodin (kuva 10), jonka mukaan yrittäjänä äiti/puoliso on kiireinen, innovatiivinen, luova ja ahkera työmyyrä, joka on enemmän omassa huoneessaan tietokoneella. Sen lisäksi osa perheenjäsenistä vertaili yrittäjyyttä ja Heikan aikaisempaa kunnanjohtajan työtä. Tarinoiden mukaan tällä hetkellä äiti/puoliso yrittäjänä on enemmän kotona ja hauskempi kuin ollessaan kunnanjohtajana.



Kuva 10. Sanakartta ja yleisimmin esiintyvät sanat, yrittäjä töissä

Tekstianalysoinnin lisäksi perheen tarinoiden kuvat luotiin Webropolilla. Perheenjäsenet ovat kirjoittaneet yrittäjän aidosta ja luonnollisesta käyttäytymisestä. Eron yrittäjän työ- ja vapaa-ajan välillä pystyy huomaamaan helposti.

Tämä tarkoittaa, että yrittäjä osaa pitää hyvin rajan työn ja perheen välillä sekä molemmat osapuolet joustavat tarvittaessa. Kokonaisuudessaan perheenjäsenten tarinat osoittivat, että perhe on tyytyväinen äidin/puolison päätöksestä ryhtyä yrittäjäksi, koska näin hän on enemmän kotona perheen kanssa.

Yhteenvedona perheen kirjoituksista voi tuoda esille, että kohdehenkilö yrittäjänä on kiireinen työmyyrä, joka tarvitsee työrauhaa. Kohdehenkilö äitinä on rento, hauska, kiltti ja rakas, joka osaa kaikkea mukavaa ja pitää lenkkeilyn lisäksi nukkumisesta. Kirjoitukset äidistä/puolisosta ja yrittäjästä paljastavat, että päätös ryhtyä yrittäjäksi oli harkittu ja mietitty. Perhe tarjoaa hänelle tukea ja samalla saa aikaa äidin/puolison kanssa. Samalla Heikka pääsee toteuttamaan rajattomasti omia unelmiaan. Sen lisäksi hän osaa erottaa yrittäjyyden perhe-elämästään, ja esimerkiksi vapaalla hän myös käyttäytyy rennosti. Kohdehenkilön taustalla on täydellinen perheen tuki, ymmärrys ja kannustus yrittäjyyteen.

6.3 Kysely

Kyselyn avulla oli tarkoitus tuoda esille muiden yrittäjien kokemuksia yrittäjyydestä sekä heidän osaamistaan liiketoiminnan kehittämismenetelmien ja -työkalujen käytöstä. Kysely (liite 1) yrittäjille on toteutettu Webropolin avulla yhteistyössä opinnäytetyön tilaajan kanssa. Kyselyn suunnittelu aloitettiin huhtikuun 2022 alussa ja kyselyä testattiin opinnäytetyön tekijän tutuilla ja korjattiin kysymyksiä useamman kerran ennen kuin se laitettiin julkisesti jakoon. Kysely julkaistiin 3.5.2022, ja se suunnattiin kaikille halukkaille yrittäjille toimintalasta riippumatta. Saate (liite 2) ja kyselyn linkki laitettiin opinnäytetyön tekijän henkilökohtaisen LinkedIn- ja Facebook-tilien kautta ja lähetettiin 17 tutuille yrittäjille myös suoraan Messengerin kautta. Näin saatiin kahdessa viikossa 15 vastausta. Sen jälkeen kysely jaettiin pari kertaa opinnäytetyön tekijän somekanavien kautta. Lisäksi kyselyn linkki lähetettiin suoraan opinnäytetyön tekijän verkostossa oleville 51 yrittäjälle LinkedInin kautta ja jaettiin myös opinnäytetyön tilaajan yrityksen somekanavissa (Facebook, Instagram, LinkedIn). Näin saatiin yhteensä 20 vastausta. Koska somekanavia ei selvästikään ollut riittävästi keräämään tarpeeksi vastauksia, opinnäytetyön tekijä kävi

toukokuun puolivälissä läpi Lapinjärven kunnan ympäristökuntien kehittämis-yhtiöiden yrityshakurekistereitä. Kouvolassa ei ollut käytössä yritysrekisteriä, ja etsintään käytettiin Fonectan hakutoimintoa. Konsultointi- ja koulutushaulla kerättiin yhteensä 332 yrityksen sähköpostiosoitteet. Näille yrityksille lähetettiin saate (liite 3) ja kyselyn linkki suoraan yhteyshenkilön tai yrittäjän sähköpostiin. Näin saatujen vastausten määrä nousi 30:een. Sen jälkeen kysely jaettiin kesäkuun alussa opinnäytetyön tekijän somekanavissa ja tällä kerralla myös Instagramissa. Heinäkuussa kysely jaettiin taas opinnäytetyön tekijän somekanavissa kuun alussa ja kuun viimeisen viikon alussa muistutuksena kyselyn loppuvaiheesta.

Kolmen kuukauden aikana suoraan tavoitettiin 400 yrittäjää (sähköposti, Messenger ja LinkedIn) ja epäsuorien jakojen kautta noin 400–600 yrittäjää (opinnäytetyön tekijän ja opinnäytetyön tilaajan erilaiset somekanavat). Vastaajat olivat avanneet linkin 225 kertaa, mutta vastaaminen oli aloitettu vain 39 kertaa. Yhteensä ajalta 3.5.–31.7.2022 saatiin vastauksia 31. Ensimmäiset vastaukset saatiin heti 3.5.2022 ja viimeiset 28.6.2022. Nopein vastaus kesti 04:31 min ja pisin vastaus kesti 41:30 min. Tulosten tekstianalysoinnin lisäksi kyselyn kuvat luotiin Webropolilla.

6.3.1 Vastaajien taustatiedot

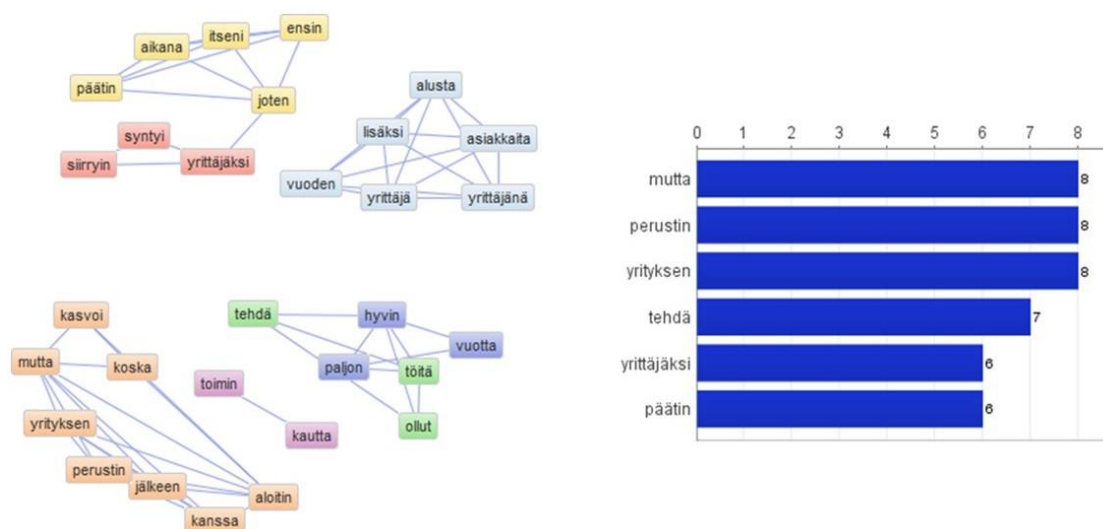
Vastaukset saatiin yrityksistä, joista vanhin oli perustettu vuonna 1984 ja uusin 2020. Suosituin yritysmuoto oli osakeyhtiö. Kaikista toimialoista eniten edustettuna oli konsultointi (20 yritystä). Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että konsultointialan edustajat oli poimittu erikseen ja he saivat kyselyn linkin suoraan sähköpostiinsa. Muut 11 yritystä edustivat graafisen suunnittelun, viestinnän, rakentamisen, ICT:n, terveydenhuollon, kaupan ja digitaalisen markkinoinnin aloja. Vastaajia oli eniten Päijät-Hämeen alueelta. Yritysten yleisimpänä toiminta-alueena oli ilmoitettu koko Suomi, mutta muutamat vastaajista harjoittivat myös kansainvälistä liiketoimintaa tai tarjosivat palveluita vain oman ja lähikuntien alueella.

Vastaajista 87 % (27 vastaajaa 31:stä) toimi yksinyrittäjänä ja 13 % (4 vastaajaa) oli työnantajayrittäjiä. Vastaajista 65 % (20 vastaajaa) toimi päätoimiyrittä-

jänä ja 35 % (11 vastaajaa) sivutoimiyrittäjänä. Vastaajista 71 % (22 vastaajaa) työskenteli kotoa käsin, 19 % toimitiloissa ja 10 %:lla oli käytössään muu vaihtoehto, esimerkiksi hybriditoiminta. Vastaajista suurin osa oli korkeasti koulutettuja: vastaajista 36 % (11 vastaajaa) oli valmistunut yliopistosta ja 32 % (10 vastaajaa) ammattikorkeakoulusta. Vastaajista 26 % (8 vastaajaa) oli valmistunut ammattikoulusta. Vastaajista enemmistöllä yrittäjän perhekokoo oli kahden hengen perhe (32 %, 10 vastaajaa), neljän hengen perhe (26 %, 8 vastaajaa) ja yli viiden hengen perheitä oli 19 % (6 vastaajaa). Yksinasuvia edustajia vastaajista oli vain 13 % (4 vastaajaa).

6.3.2 Kokemukset yrittäjyydestä, onnistumiset ja haasteet

Yrittäjyystarinoita saatiin 29 vastaajalta. Vaikka jokainen tarina on ainutlaatuinen, yhteisiä piirteitä löytyy, kuten voi nähdä sanakartan ja yleisimmin esiintyvien sanojen avulla (kuva 11).



Kuva 11. Sanakartta ja yleisimmin esiintyvät sanat, yrittäjyystarinat

Monella vastaajalla yrittäjyyteen siirtyminen tapahtui pitkän johtaja-asiantuntijatehtäviä sisältäneen työuran tai irtisanomisen jälkeen. 19 vastaajaa oli aloittanut yritystoiminnan työn ohella. Näistä 19 vastaajasta yhden työsuhde päättyi määräaikaaisuuteen ja kaksi vastaajaa irtisanottiin taloudellisista syistä. Vastaajista kaksi oli yrittäjäperheistä, minkä takia yrittäjyys heidän kohdallaan oli luonnollinen valinta. Yrittäjyys oli ollut kahden vastaajan haaveena, koska he halusivat tehdä rakastamaansa työtä. Loppujen kuuden vastaajan kohdalla oli käynyt niin, että yrittäjyys oli ainoa vaihtoehto, koska sen kaltaista työtä ei pysynyt tekemään muun työnantajan palveluksessa tai yrittäjyyttä oli harkittu ja

suunniteltu pitkään ja hartaasti ennen aloittamista. Esimerkkinä seuraava lainaus kyselyn raportista:

”Piti alkaa yrittäjäksi, jotta pystyn käyttämään osaamistani laajemmalti kuin vain päivätyön tekemisessä pystyn.” (Vastaja N5/29)

Yrittäjyyden aloittamista koskevista tarinoista voidaan päätellä, että yrittäjyys on ollut intohimo, haluttu ja harkittu asia. Yrittäjyyden aloittamisesta esimerkiksi seuraava lainaus kyselyn raportista:

”Lähti intohimosta tehdä työtä jota rakastaa. Edelleen joka päivä yhtä siistiä.” (Vastaja N23/29)

Yleisesti ponnahduslautana yrittäjyyteen ovat toimineet yrittäjyyshenki, halu kasvuun ja vapauteen, mahdollisuus kansainvälistyä, kokemukset työosuuskunnasta ja franchising-toiminnasta, freelancerina toimiminen tai esimerkiksi yhdellä yrittäjällä se oli ”yleisön pyyntö”. Valmiit laajat verkostot ja asiakkaat ovat auttaneet yrittäjyyden polun alussa. Esimerkiksi on saatu palkkaa omasta yrityksestä jo ensimmäisenä kuukautena aloittamisesta tai on tehty muiden toimijoiden kanssa puitesopimus, joka on taannut tuloja omien asiakkaiden lisäksi. Sen lisäksi yhteistyö muiden yrittäjien kanssa on auttanut paljon alussa ja auttaa edelleen. Toisilla ei ole kilpailua lainkaan markkinoilla, toiset taas pienen asiakasmäärän takia joutuivat sivutoimiyrittäjäksi. Muutama yrittäjä asuu ulkomailla ja tekee töitä kotoa käsin Suomeen. Sen lisäksi vilkkaan yritystoiminnan takia muutamat yrittäjät ovat perustaneet pian ensimmäisen yrityksen jälkeen lisää yrityksiä, sekä osa yrittäjistä on pystynyt palkkaamaan myös henkilöstöä. Muutaman vastaajan yritystoiminta on laajentunut ulkomaille.

Suurimmalla osalla vastaajista yrittäjyys jatkuu saman yrityksen kanssa, osasta on tullut sarjayrittäjiä, osa on vaihtanut yritysmuotoa, osalla taas päätoimiyrittäjyys on muuttunut sivutoimiyrittäjyydeksi. Kaikki tämä on tapahtunut erilaisten elämän muutosten kautta. Viime aikana pandemia ja Ukrainan sota ovat vaikuttaneet yritystoimintaan ja erityisesti vähän aikaa markkinoilla olleisiin yrityksiin. Muutamalle vastaajalle taas yrittäjyys on avannut ovia uusiin asioihin, joita vastaajat eivät osanneet edes ajatella, tai vastaajilla on ollut mahdollisuus pidentää työuraansa eläkeiän lähestyessä sekä vaikuttaa työ-

tahtiinsa ja lomiinsa. Kokonaisuudessaan yrittäjyys on antanut mahdollisuuden tehdä kaivattua luovaa työtä, hyödyntää osaamista ja kokemuksia työelämästä sekä mahdollistanut vaikuttamiseen omaan työhön ja työtapoihin. Vaikka yrittäjän työ on kovaa, yksikään vastaajista ei ole katunut päätöstään ryhtyä yrittäjäksi.

Vastaajista 58 % on kokenut saaneensa perheeltään ja ystäviltään eniten apua, tukea, kannustusta ja ideoita yrittäjyyteen. Erityisesti perheeltä ja ystäviltä on saatu täysi tuki, kannustus ja ymmärrys. Lisäksi ymmärrystä on lisännyt esimerkiksi, jos puoliso myös toimii yrittäjänä. 55 % vastaajista on saanut tukea muilta yrittäjiltä ja 52 % verkostoista. 32 % vastaajista on saanut apua Uusyrityskeskusten kautta (muun muassa konsultointi, sparraus, starttiraha, veroasiat). Vastaajista 19 % on saanut apua oppilaitoksista, 16 % valmennuksista ja vain 10 % elinkeinotoimen kunnallisista palveluista. 19 % vastaajista on saanut apua muualta, esimerkiksi somekanavien kautta, etäseminaareista, MCE:n kurssin kautta ja Nuorkauppakamarista.

Vastaajista 32 % (10 vastaajaa 31:stä) on saanut starttirahaa. Vastaajista 68 % (21 vastaajaa 31:stä) kuitenkin ei ole saanut starttirahaa, 6 % (2 vastaajaa) heistä ei ole hakenut tai on realisoinut lähes koko omaisuutensa yrityksen starttirahaksi.

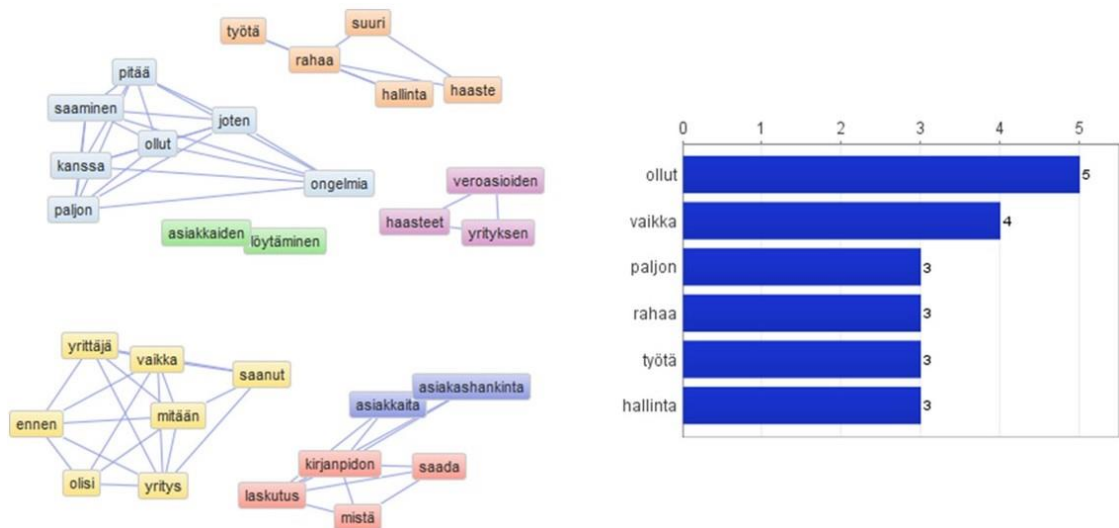
Ennen yritystoiminnan aloittamista vastaajilla on ollut erilaisia valmiuksia. Esimerkiksi 36 %:lla vastaajista oli jo tutkintoja eri oppilaitoksista, 36 %:lla oli kokemusta yritystoiminnasta perheyrittäjien kautta ja 18 %:lla vastaajista on suorittanut yritystoimintaan liittyviä kursseja tai valmennuksia. Sen lisäksi 46 % vastaajista sai erilaisia valmiuksia yritystoimintaa varten esimerkiksi johtajana toimimisesta, työn kautta, työelämän vastuunkannosta ja asiantuntijuuden kautta. Vastaajat olivat tyytyväisiä ratkaisuihinsa ryhtyä yrittäjiksi. Vastauksen keskiarvo oli 9 (asteikko 0–10).

Vastaajista 93 % (28 vastaajaa 30:stä) on sitä mieltä, että yrittäjyyden merkitys omassa elämässä on suuri ja merkitsee paljon. Vastaajista 3 % (1 vastaajaa 30:stä) on sitä mieltä, että tällä ei ole merkitystä. Vastaajista 7 % (2 vastaajaa 30:stä) on täsmentänyt vastauksen, että merkitystä tällä hetkellä ei ole, koska

yrittäjätoiminta on vähäistä ja että liikkuvuutta lisää joustavuus ja omien aikataulujen luonti.

Vastaajista 52 % (16 vastaajaa 31:stä) on sitä mieltä, että yrittäjyys vaikuttaa paljon heidän perheeseensä ja ystäväpiiriinsä. Vastaajista 35 % (11 vastaajaa 31:stä) on sitä mieltä, että tällä ei ole vaikutusta. Vastaajista 13 % (4 vastaajaa 31:stä) on täsmentänyt vastausta niin, että yrittäjyys vaikuttaa jonkin verran heidän perheeseensä ja ystäväpiiriinsä, mutta elämää pystyy jatkamaan suhteellisen tavanomaisesti, yrittäjyys ottaa paljon aikaa vapaa-ajasta ja aikaa jää vähemmän perheelle ja ystäville, mutta siihen taas vaikuttaa työmäärä.

Ensimmäisenä yrittäjyyden vuotenaan yrittäjät ovat kokeneet erityyppisiä haasteita. 28 yrittäjää 29:stä vastasi, että haasteita on ollut siksi, että ei ole ollut tietoa erilaisista asioista, sekä eriarvoisen kohtelun, markkinoinnin ja ajan käytön kanssa. Vain yhden vastaajan mukaan ei ollut ongelmia. Sanakartan ja yleisimmin esiintyvien sanojen (kuva 12) avulla nähdään asioita, joissa yrittäjät ovat kohdanneet haasteita.



Kuva 12. Sanakartta ja yleisimmin esiintyvät sanat, yrittäjien haasteet

Kertomukset ovat näyttäneet esimerkiksi, kuinka huono asema yrittäjillä on työttömyysturvan kannalta verrattuna palkansaajiin, vaikkakin tilanne on nyt muuttunut hieman koronan takia. Kun töitä yrittäjätoiminnan kautta ei ole, vaihtoehtona on vain lopettaa yritys, minkä jälkeen päivärahoja tulee vasta pitkän ajan kuluttua, eikä yrittäjä välttämättä edes saa toimentulotukea. Yksi yrittäjä on kokenut, että pankin toiminta on ollut epäystävällistä häntä kohtaan tilien

avauksien kanssa. Esille on myös tullut, että yrittäjillä on valtava määrä paperitöitä siitä huolimatta, että kirjanpito on ulkoistettu, sekä jatkuvaa oheistyötä viestinnän ja verkostotyön kanssa. Ilman rahaa ei voi aloittaa yritystoimintaa, koska kuluja on koko ajan ilman tuloja. Tietämättömyys veroasioista, luvista, vakuutuksista ja viranomaisäännöistä tulee esiin vastauksissa. Sen lisäksi haasteita on ollut asiakashankinnassa, henkilöstöasioissa tai henkilöstön saannissa, hinnoittelussa ja markkinoinnissa. Oikeiden suhteiden puute ja ongelmat yhteistyökumppaneiden kanssa ovat myös tuoneet haasteita, minkä seurauksena on ollut siirtyminen sivutoimiyrittäjäksi. Haasteina ovat olleet itsevarmuuden puute ja yrittäjäidentiteetin löytäminen sekä pioneerina alalla toimiminen. Sen lisäksi yleisesti haasteina ovat olleet taloushallinto, rahan saanti, epäsäännölliset tulot ja kilpailijoiden aggressiiviset reaktiot. Tästä esimerkkinä seuraava lainaus kyselyn raportista:

”Omaa rahaa pitää olla, jota sijoittaa toimintaan. Rahaa kuluu, vaikka ei tekisi mitään.” (Vastaaaja N5/29)

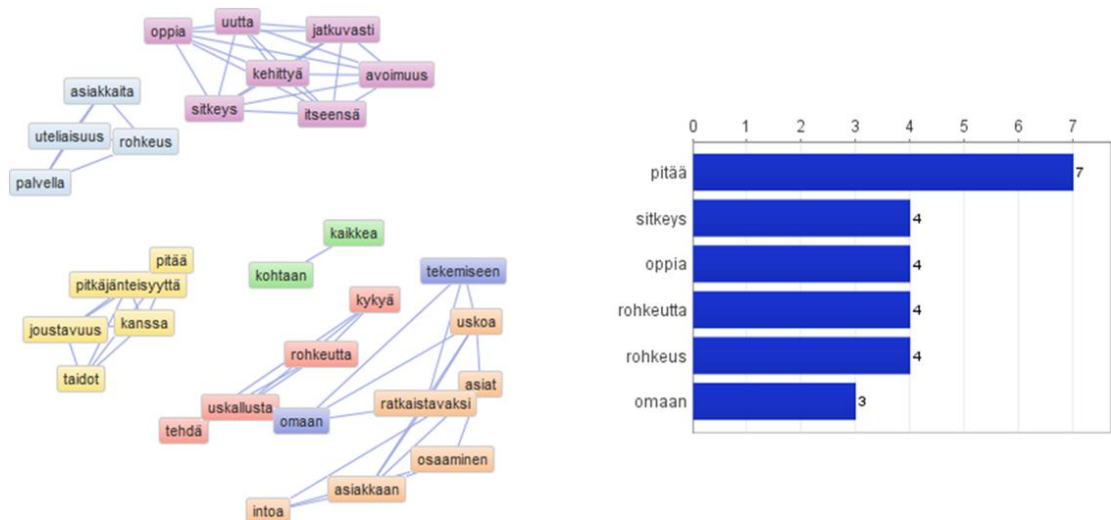
Vastaaajat ovat kokeneet haasteelliseksi liiasta työstä kieltäytymisen, että jäisi aikaa vapaa-ajalle. Raha-asiat ovat tarinoissa kuitenkin eniten esillä.

Haasteista huolimatta ensimmäiset onnistumiset ovat vastaajien arvioissa tuntuneet loistavilta. Tätä vastaajat arvioivat keskiarvolla 9,1 (asteikko 0–10).

30 vastaajaa on kertonut, että yrittäjällä pitäisi olla seuraavat 44 ominaisuutta: ahkeruus, ajankäyttöhallinta/kalenterihallinta, aloitteellisuus, asiakaslähtöisyys, avoimuus, dynaamisuus, energisyys, idioottioptimismi, innostuvuus, intohimo, itseluottamus, itsensä johtamiskyky, jaksaminen, joustavuus, kokeiluhalukkuus, kova työmoraali, kovanahkaisuus, luovuus, mielikuvitus, muuntautumiskyky, määrätietoisuus, organisoinnin taidot, osaaminen, paineensietokyky, palvelualttius, periksiantamattomuus, pitkäjänteisyys, positiivisuus, päättäväisyys, realistisuus, riskinottokyky, rohkeus, sinnikkyys, sisu, sitkeys, sitoutuminen, sopivan ahne, sosiaalisuus, stressinsietokyky, unelmointi -ja visiointikyky, uskallus tehdä, uteliaisuus, verkostoitumistaidokkuus ja älykkyys. Ylimielisyys taas on pahasta. Tästä esimerkkinä seuraava lainaus kyselyn raportista:

”Rohkeus, sisu, kova työmoraali.” (Vastaaaja N2/30)

Näiden ominaisuuksien lisäksi olisi hyvä olla myös työtä pelkäämätön asenne, pitkä pinna ja säästöt. Halu kehittyä ja oppia uutta, intoa tekemiseen ja kykyä lukea hiljaisia signaaleita ja kääntää tavoitteet konkreettiseksi tavoitteelliseksi toiminnaksi auttavat yrittäjää hänen matkallansa. Sen lisäksi pitäisi sietää epävarmuutta ja hallita useita erilaisia näkökulmia ja tapoja toimia yrittäjänä. Perustalousasioiden pitäisi olla hallinnassa ja pitäisi olla kykyä analysoida ja tehdä päätöksiä. Ymmärrys siitä, että vastoinikäymisiä tulee jatkuvasti ja tulevaisuus on epävarma, estää yrittäjää menettämästä yöunia ja auttaa selviytymään itsenäisesti. Tukena olisi hyvä olla ymmärtäväinen perhe. Kaikkien näiden lisäksi yksi yrittäjä kertoi tieteeseen perustuvien valmennustensa, joka perustuu tieteeseen, että yrittäjällä pitää olla aikaansaamisen tarve, resilienssiä, kyvykkyykskokemus ja autonomian tarve.



Kuva 13. Sanakartta ja yleisimmin esiintyvät sanat, yrittäjien ominaisuudet

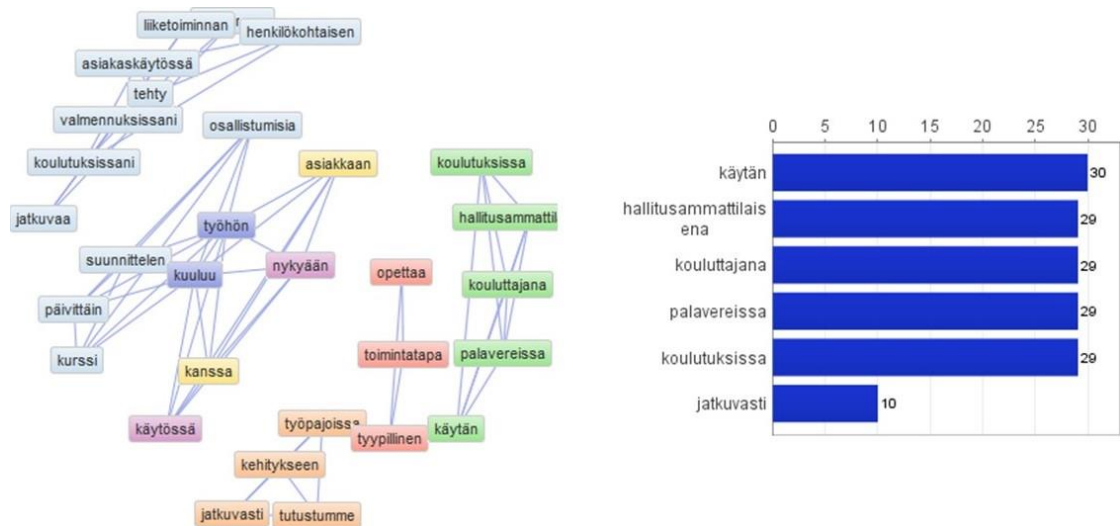
Kuten kuvassa 13 nähdään, yrittäjällä pitäisi olla sisua (mikä on jo itsestään kokoelma ominaisuuksia) toimia monessa roolissa omassa. Yrittäjänä kuitenkin selviytyy, kun yrittäjä on luonteeltaan sitkeä ja rohkea ja hänellä on halu oppia uutta. Koska oman luonteen lisäksi on monta muuta ominaisuutta, on mahdollista oppia harjoittelemalla tai saavuttaa esimerkiksi oppimalla käyttämään liiketoiminnan kehittämismenetelmiä ja -työkaluja.

6.3.3 Kokemukset liiketoiminnan kehittämistyökaluista ja menetelmistä

Paljon erilaisia menetelmiä ja kehittämistyökaluja, yhteensä 69, on tuotu esille vastaajille. 31 vastaajaa on valinnut useita tuttuja kehittämistyökaluja ja menetelmiä ja selittänyt, missä yhteydessä sitä on käytetty. Kehittämistyökaluista SWOT-analyysi oli kaikista käytetyin. Vastaajista 65 % (20 vastaajaa 31:stä) oli käyttänyt sitä eniten liiketoimintasuunnitelman yhteydessä sekä palavereissa, koulutuksissa ja työkaluna yrittäjien kanssa. Vastaajista 52 % (16 vastaajaa 31:stä) oli käyttänyt haastattelua, havainnointia, hissipuhetta ja workshopia. Näitä käytettiin jatkuvasti liiketoiminnassa, valmennuksissa, palavereissa ja koulutuksissa, verkostoitumisessa ja yhteistyössä muiden kanssa. Vastaajista 48 % (15 vastaajaa 31:stä) oli käyttänyt brainstorming ja mind map -työkaluja. Niitä käytettiin verkoston kanssa, työyhteisön yhteistyövälineenä, johtamisessa ja kehittämisessä, innostamiseen ja uusien ideoiden löytämiseen, koulutuksissa, valmennuksissa ja palavereissa, puheen tekemiseen, liiketoiminnan suunnitteluun, sekä ajatusten selkeyttämiseen. Vastaajista 45 % (14 vastaajaa 31:stä) oli käyttänyt benchmarkkaus- ja työpaja-työkaluja. Niitä käytettiin hinnoittelussa, koulutuksissa, valmennuksissa, palavereissa, jatkuvasti työssä ja projekteissa. Vastaajista 42 % (13 vastaajaa 31:stä) oli käyttänyt riskianalyysi- ja vuosikello-työkaluja. Niitä käytettiin yleisesti koulutuksissa ja palavereissa. Vastaajista 39 % (12 vastaajaa 31:stä) oli käyttänyt nelikenttäanalyysi useasti esimerkiksi asiakkaiden kanssa. Vastaajista 35 % (11 vastaajaa 31:stä) oli käyttänyt kysely- ja riskikartoitustyökaluja sekä liiketoimintamuotoilumenetelmänä. Niitä käytettiin koulutuksissa ja palavereissa. Vastaajista 29 % (9 vastaajaa 31:stä) oli käyttänyt BMC (Business Model Canvas), kokeileva toiminta, palvelumuotoilu/palvelumuotoilun menetelmät ja pitchaus. Näitä käytettiin yrityksen perustamisen yhteydessä ja sen jälkeen säännöllisesti palavereissa, koulutuksissa ja valmennuksissa. Palvelumuotoilun menetelmistä käytössä olivat ainakin moodboard, kuvakäsikirjoitus ja storyboard.

Muita menetelmiä ja kehittämistyökaluja kyselyn listalta on käyttänyt erilaisissa yhteyksissä vastaajista vain 26 % (8 vastaajaa 31:stä) ja sen alle. Mutta AIDASS-porrasmallista ja VPA:sta (Value Proposition Act) merkintöjä käytöstä ei ollut lainkaan. Vastaajista 45 % (14 vastaajaa 31:stä) oli käyttänyt sosiaalista mediaa jatkuvasti markkinointiin ja mainontaan, verkkotyöskentelyä var-

ten työkaluja taas käytettiin jatkuvasti tai päivittäin palavereissa ja koulutuksissa. Sen lisäksi vinkattiin lisää menetelmistä ja siitä, mistä löytyy lisää verkkotyöskentelyä varten työkaluja.



Kuva 14. Sanakartta ja yleisimmin esiintyvät sanat, menetelmien ja työkalujen käyttö

Vastausten perustella voidaan päätellä, että erilaisia kehittämistyökaluja ja menetelmiä olivat tuttuja kaikille kyselyn vastaajille. Kuten esimerkiksi nähdään kuvassa 14, menetelmiä ja kehittämistyökaluja käytettiin ahkerasti erilaisissa liiketoimintatilanteissa. Vastaajien mielestä (28 vastaajaa) niiden käyttöosaaminen vaikutti liiketoimintaan. Vastausten keskiarvo oli 6,4 (asteikko 0–10).

22 vastaajaa oli sitä mieltä, että ennen ryhtymistä yrittäjäksi tulevan yrittäjän olisi hyvä osata seuraavat menetelmät ja työkalut: ennakointi, riskianalyysi, PESTE-analyysi, BMC, SWOT-analyysi, BSC, Sinisen meren strategia ja yhteiskehittäminen asiakkaiden kanssa. Niiden lisäksi myös pitäisi osata seuraavat asiat: verkon käyttö, tietokoneen peruskäyttö, yleisimpien toimisto-ohjelmien käyttö, sosiaalisen median erilaiset työkalut, verkkotyöskentelyn työkalut, markkinointityökalut, ammattisanasto, laaja-alainen tietämys, kirjanpidon alkeet, tuloslaskelma, liiketoimintasuunnitelma, budjetointi, suunnittelu, tuloslaskelman ymmärtäminen, rahavirta ja taseen sisältö. Tästä esimerkkinä seuraavat lainaukset kyselyn raportista:

”Excel, word, some, teams.” (Vastaaja N5/22)

”BSC ja liiketoimintasuunnitelma. Ne kun osaa niin pääsee hyvin käyntiin!” (Vastaaja N15/22)

Vastaajien mielestä työkalujen lisäksi voisi käyttää myös maalaisjärkeä, tuntea hyvin omia palveluita tai tuotteita, oppia tuntemaan asiakkaita, olla kekseliäs, kyetä oppimaan uutta nopeasti, tunnistaa omia osaamisalueitaan sekä osata systemaattinen myynti ja sen seuranta. On tärkeää, että on toiminta-ajatus ja ajatus ansaitsemislogiikasta, intohimoa tekemiseen ja halu onnistumiseen. On mielenkiintoista, että esimerkiksi sana ”järki” vasta tässä vaiheessa tuli vain yhdeltä vastaajalta.

6.3.4 Vinkkejä aloittaville yrittäjille

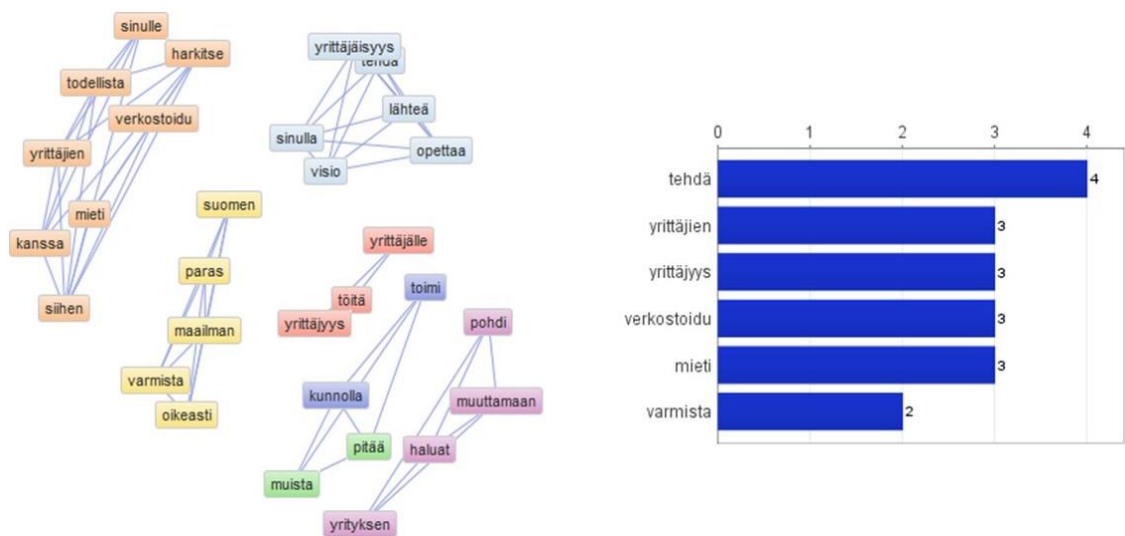
28 vastaajaa antoi myös vinkkejä aloittaville yrittäjille ja yrityksen perustamista harkitseville. Yrittäjyyttä suositellaan kaikille heille, jotka rakastavat haasteita. Liikeidea kannattaa kirkastaa ennen aloittamista. Vastaajien mielestä yrittäjyys on kokonaisvaltainen elämäntapa. Ennen aloittamista kannattaa varmistaa, että ydinosaaminen on korkeatasoista. Tavoitteiden asettaminen on tärkeää. Yrityselämän realismi on rajua, jos siihen ei varauduta. Pitää suunnitella kaikki hyvin ja olla valmiina tekemään pitkiä työpäiviä. Suunnitelmia myös voi muuttaa matkan varrella. Kannattaa laskea hyvin, miten esimerkiksi oma talous kestää vuoden tai kaksi nollatuloilla. Kannattaa myös miettiä tarkkaan, miten selviydytään, jos esimerkiksi seuraavat kolme vuotta on vain 50 % tulot nykyisestä palkasta. Kirjanpitäjänkin voi vaihtaa koska tahansa, jos siltä tuntuu. Sen takia yritystoiminta voisi aloittaa kevyemmällä esimerkiksi laskutuspalvelun kautta varsinaisen työn ohella. Verkostoituminen sekä vertaistuesta ja asioiden selvän ottaminen ennen yritystoiminnan aloittamista auttaa myös varautumaan tulevaan. Erityisesti muiden yrittäjien vertaistuki verkostoitumisen kautta auttaa paljon aloittavaa yrittäjää. Heti alusta kannattaa pitää kaikki kuitit tallella sen lisäksi alussa ei ole varaa kieltäytyä työtarjouksista, paitsi jos selkeästi on oman osaamisalueen ulkopuolella. Kannattaa hyödyntää verkkoa ja somea. Pitää oppia ennakoimaan ja tehdä etukäteistyötä. Pitää yrittää ja uskoa unelmiin, ja yrittäjyys myös opettaa. Yritystoimintaa pitää suunnitelmallisesti ja johdonmukaisesti kehittää. Yrittäjyysvalmennuksesta on hyötyä sen lisäksi kannattaa hyödyntää kaikkea mahdollista apua. Vinkkien lisäksi tsempauksia yritystoiminnan aloittaville ja harkitseville on tullut paljon. Tästä esimerkkinä seuraava lainaus kyselyn raportista:

”Muista laittaa kaikki kuitit ym. työmatka-ajot heti tarkkaan ylös.” (Vastaaja N 2/28)

Vinkkejä on tullut paljon ja positiivisella mielellä. Kukaan ei tuonut esiin negatiivisia asioita yrittäjyydestä tai sitä, että yrittäjäksi ei kannata ryhtyä. Vastauksissa patistettiin seuraamaan unelmia, mutta kehoitettiin valmistautumaan yrittäjyyteen hyvin. Tästä esimerkkinä seuraava lainaus kyselyn raportista:

”Tee se, jos uskot siihen oikeasti.” (Vastaaja N22/28)

Nämä kaikki vinkkejä (kuva 15) voidaan kiteyttää vain kahteen sanaan, jotka ovat ”mieti oikeasti”. Esimerkiksi yksi yrittäjä neuvoi, että henkilön pitää miettiä yrittäjäksi ryhtymistään kymmenen kertaa ja sitten vielä kymmenen kertaa.

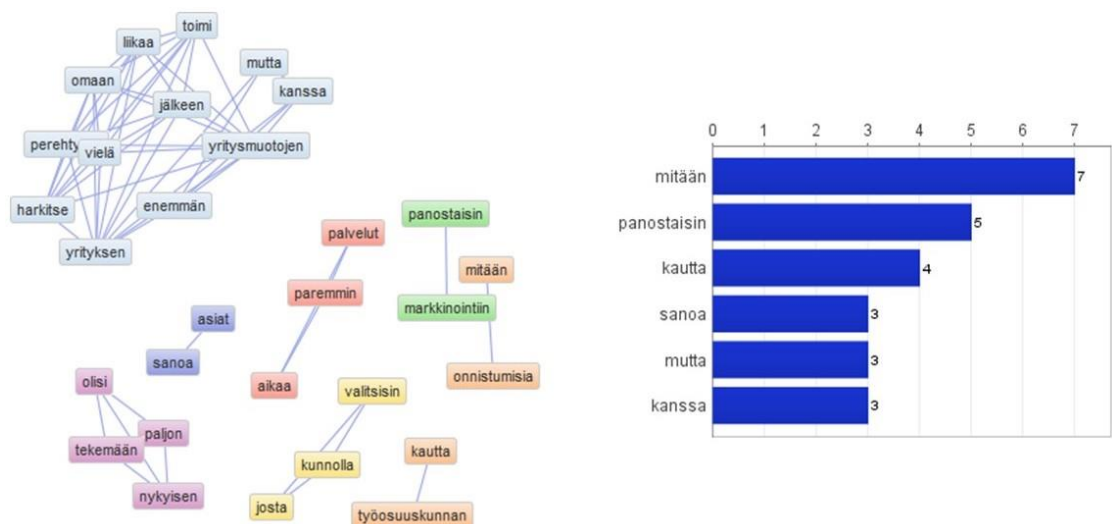


Kuva 15. Sanakartta ja yleisimmin esiintyvät sanat, vinkit aloittaville yrittäjille ja yrittäjyyttä harkitseville

27 vastaajaa on kertonut myös, mitä he tekisivät toisin, jos aloittaisivat yritystoiminnan uudestaan (kuva 16). Vastaajista 6 ei tekisi mitään muutoksia omaan yrittäjyyteen, mikä kertoo tyytyväisyydestä nykyiseen tilanteeseen. Kolme yrittäjää ei osannut vastata mitään tähän kysymykseen. Yksi heistä, alkuvaikeuksista huolimatta, on nyt useasti palkittu yrittäjä, ja toisen yrittäjän asiat ovat edenneet hyvin tällä hetkellä suunnitellaan kasvu- ja henkilöstöstrategiaa. Muuten tulosta voi aina parantaa panostamalla enemmän markkinointiin ja brändin rakentamiseen, myyntiin ja referenssien dokumentointiin, palvelun tuotteistamiseen, verkostoitumiseen ja heittäytymiseen rohkeammin. So-mea ja verkkoa olisi pitänyt hyödyntää enemmän. Rahaa pitää olla säästössä, ja jos on mahdollista, kannattaa olla ottamatta lainaa. Tästä esimerkkinä seuraava lainaus kyselyn raportista:

”Panostaisin alusta asti enemmän ja säästäisin etukäteen isomman starttikassan. Onnistuu myös pienemmällä, mutta ottaa pitkän aikaa, että pääsee kunnolla käyntiin.” (Vastaaja N3/27)

Lisäksi yritysmuodon valinta on tärkeää, koska sen mukaisesti tapahtuu verotus. Tilitoimiston onnistunut valinta auttaa tässä asiassa. Yhden yrittäjän mukaan olisi hyvä pitää kiinteät kulut pieninä ja liittyä jäseneksi johonkin organisaation (esimerkiksi Nuorkauppakamari), jonka kautta saisi kontakteja, osaamista ja onnistumisia. Myös kokenut sparraaja olisi voinut auttaa yritysmuodon valinnassa. Lisäksi ei kannata luottaa vain yhteen mielipiteeseen. Yksi vastaaja olisi aloittanut yritystoiminnan heti toiminimellä ilman osuuskuntaa tai muuta laskutuspalveluvaihtoehtoja. Toinen vastaaja taas on sitä mieltä, että olisi pitänyt aloittaa ryhmän kanssa, mutta esimerkiksi kolmas vastaaja ei ottaisi enää yhtiökumppania. Lisäksi kannattaisi laskuttaa korkeammilla hinnoilla ja panostaa kunnolliseen yksityiseen eläke- ja vakuutusturvajärjestelyyn. Yksi vastaaja valitsisi eri ammatin ja alan, joka toisi parempi tuloja. Toinen vastaaja taas kertoi, että ei aloittasi yritystoimintaa vaan miettisi vielä enemmän.



Kuva 16. Sanakartta ja yleisimmin esiintyvät sanat, mitä yrittäjät tekisivät toisin

Vinkkien avulla voidaan päätellä, että vastaajien mielestä parantamista olisi ollut esimerkiksi panostamalla enemmän markkinointiin, someen ja brändin rakentamiseen, referenssien dokumentointiin, palvelun tuotteistamiseen, myyntiin ja verkostoitumiseen. Tästä voidaan päätellä, että yrittäjyys on työ, jota opitaan tekemällä. Vain kokemalla tulee tietoa, miten olisi pitänyt tehdä paremmin ja mitä pystyy parantamaan.

6.3.5 Jatkotyöskentely ja kyselyn tulosten yhteenveto

Vastaajista kuusi jätti yhteystietonsa jatkotyöskentelyä varten. Jatkotyöskentelyä varten kuusi yrittäjää olisi liian vähäinen määrä. Lisäksi kysely toi tarpeeksi aineistoa kehittämistyökaluohjetta varten. Sen takia opinnäytetyön rajauksen takia yrittäjille lähetettiin kyselyn tulosten yhteenveto kommentoitavaksi ja tiedoksi ja kutsu verkostoitumista varten.

Osalla kyselyn vastaajista havaittiin samankaltaisia piirteitä (taulukko 3). Näistä piirteistä oli mahdollista tunnistaa tämän kyselyn yleinen yrittäjätyyppi.

Taulukko 3. Havaittavissa oleva kyselyn yrittäjien samankaltaisia piirteitä

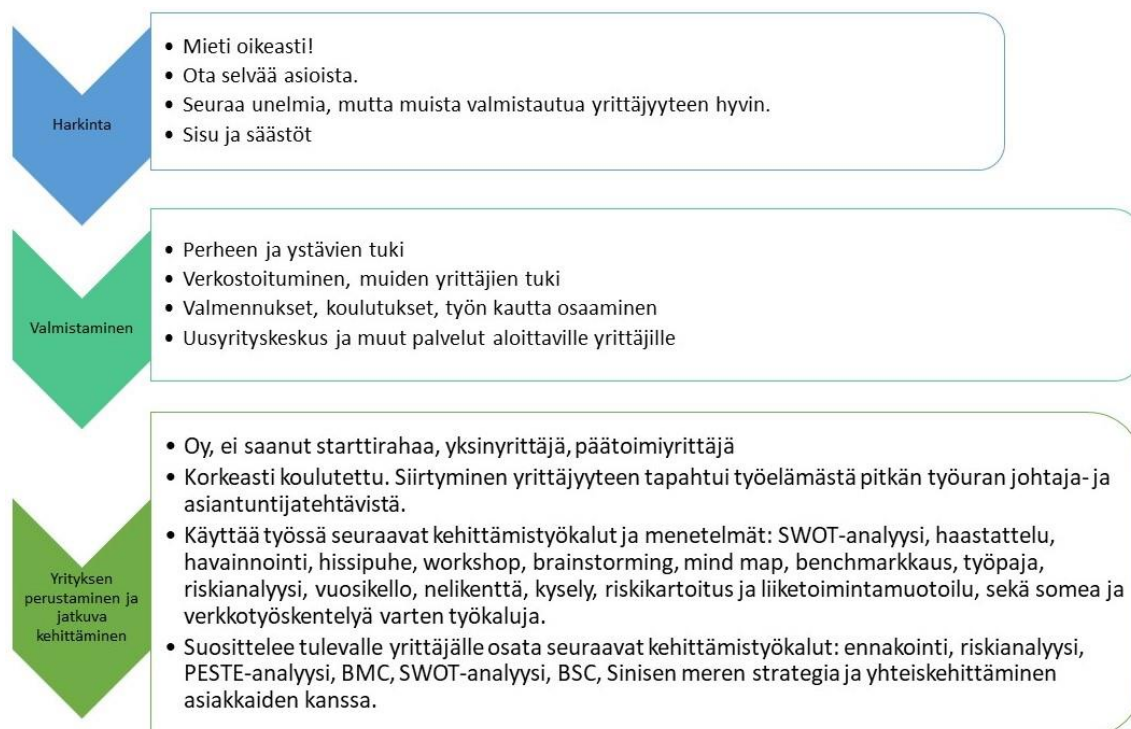
Aihe	Havaittavissa oleva samankaltaisuus	Muut
Yritysmuoto	Osaakeyhtiö, 16 vastaajaa 31:stä	15 vastaajaa 31:stä
Yrityksen toimiala	Konsultointi, 20 vastaajaa 31:stä	11 vastaajaa 31:stä
Yksinyrittäjä	27 vastaajaa 31:stä	4 vastaajaa 31:stä
Päätoimiyrittäjä	20 vastaajaa 31:stä	11 vastaajaa 31:stä
Työskentelee kotoa käsin	22 vastaajaa 31:stä	9 vastaajaa 31:stä
Koulutustaso	Korkeasti koulutettu, 21 vastaajaa 31:stä	10 vastaajaa 31:stä
Perhekokoo	2 hengen perhe, 10 vastaajaa 31:stä tai 4 hengen perhe, 8 vastaajaa 31:stä	13 vastaajaa 31:stä
Starttiraha	Ei saanut, 21 vastaajaa 31:stä	12 vastaajaa 31:stä
Yrittäjyyden merkitys	Merkitsee paljon, 28 vastaajaa 31:stä	3 vastaajaa 31:stä
Yrittäjyyden vaikutus perheeseen ja ystäväpiiriin	Vaikuttaa paljon, 16 vastaajaa 31:stä	15 vastaajaa 31:stä
Ensimmäisenä yrittäjyyden vuotenaan yrittäjät ovat kokeneet erityyppisiä haasteita	28 yrittäjää 29:stä kokivat haasteita	1 vastaaja 29:stä ei kokenut haasteita. Muut eivät vastanneet.
Kokemukset kehittämistyökaluista ja menetelmistä	31 vastaajaa on valinnut useita tuttuja kehittämistyökaluja ja menetelmiä	0

Kyselyn yleinen yrittäjätyyppi muodostui useamman samankaltaisuuden avulla (kuva 17). Yleisesti yritystoiminta tapahtui oy:n kautta yksinyrittäjänä, päätoimiyrittäjänä konsulttina. Korkeasti koulutettu yrittäjä työskenteli kotoa käsin ja ei saanut starttirahaa. Yrittäjän perhekoko joko 2 hengen perhe tai 4 hengen perhe. Yrittäjyydellä oli iso merkitys yrittäjän elämässä ja myös se vaikutti perheeseen ja ystäväpiiriin. Ensimmäisenä yrittäjyyden vuotenaan yrittäjä koki erityyppisiä haasteita. Yrittäjällä oli kokemuksia liiketoiminnan kehittämistyökaluista ja menetelmistä.



Kuva 17. Kyselyn yleinen yrittäjätyyppi

Jokaisella vastaajalla oli oma tarinansa yrittäjyyteen ja oman menestyksensä resepti. Sen lisäksi oli mahdollista havaita yrittäjän luonteen erikoispiirre, kuten sisu. Yrittäjäksi lähdettiin erilaisista syistä, joita olivat esimerkiksi oman idean testaaminen ja mahdollisuus vaikuttaa omaan työaikatauluun ja vapaa-aikaan.

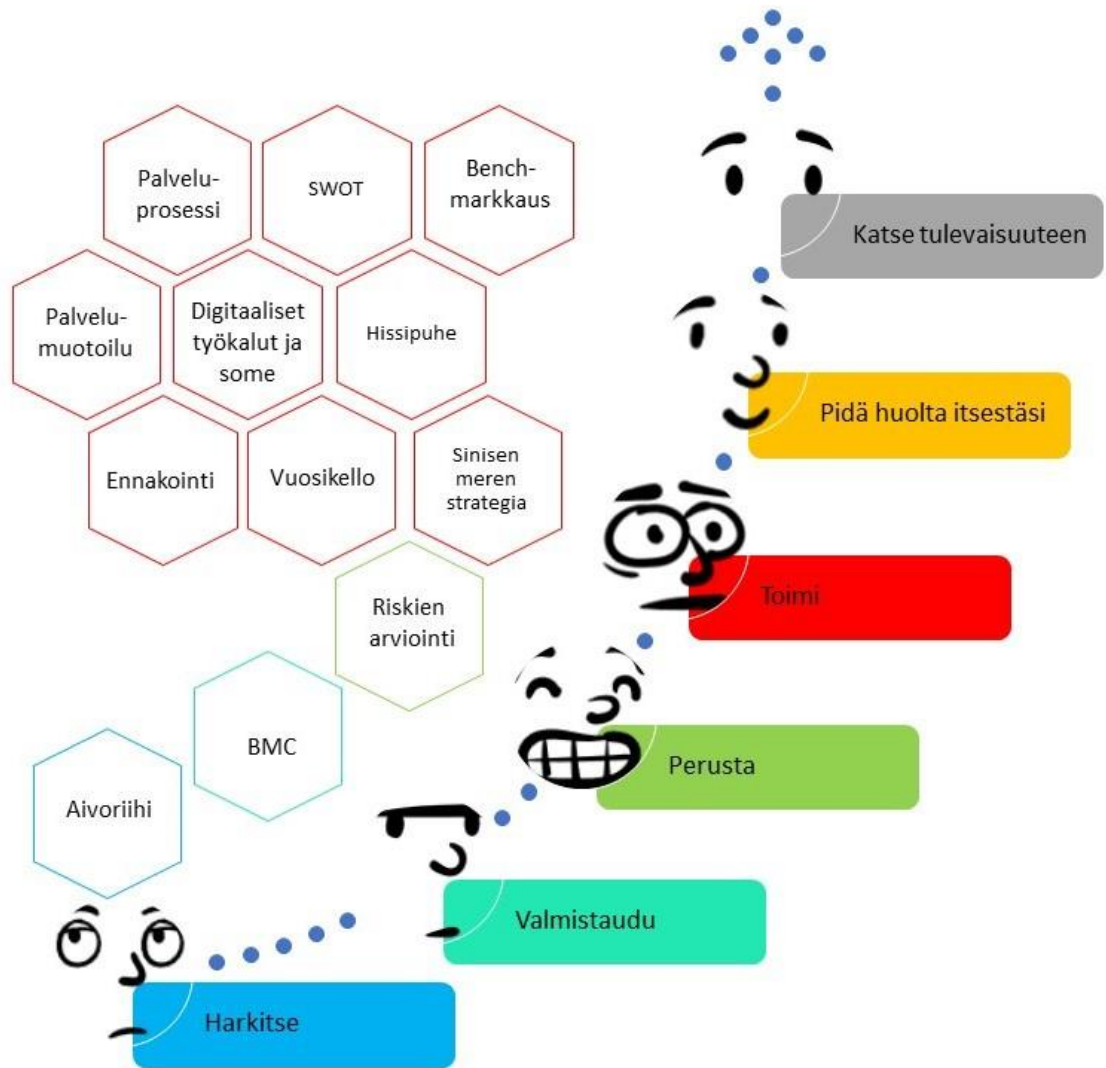


Kuva 18. Yleinen polku yrittäjyyteen, kyselyn yrittäjät

Yrittäjien samankaltaisuuden lisäksi oli havaittavissa kyselyn vastaajien yleinen polku yrittäjyyteen (kuva 18), joka muodostui seuraavaksi: harkinta, valmistaminen, perustaminen ja yritystoiminnan jatkuva kehittäminen, jossa käytetään menetelmiä ja kehittämis työkaluja.

6.4 Tuotoksen esittely: toimintamalli ja ohje yrittäjyyden aloittamiseen

Yrittäjien kysely, johon osallistui 31 yrittäjää, toi hyvän näytön erilaisten liiketoiminnan kehittämis työkalujen ja menetelmien käytöstä. Sen lisäksi kyselyn yrittäjät toivat esille ajatuksiaan ja kokemuksiaan yrittäjyyden haasteista, siitä, minkälaisia ominaisuuksia yrittäjällä kannattaa olla, sekä kannustusta uusille yrittäjille. Näiden materiaalien pohjalta opinnäytetyön tekijä suunnitteli opinnäytetyön oheistuotoksena toimintamalli (kuva 19) ja ohje yrittäjyyttä harkitseville ja aloittaville yrittäjille sekä ehdotukset sopivista kehittämis työkaluista ja menetelmistä, jossa mukana on kootusti samassa paikassa hyödyllisiä linkkejä valtakunnallisista ja muista palveluista avuksi (liite 4). Lyhyesti kuvattuna ohje ehdotuksineen muodostuu niin, että yritys perustetaan vasta harkinnan ja valmistamisen jälkeen.



Kuva 19. Toimintamalli yrittäjyyteen vaiheittain ja siihen sisältyvät menetelmät ja kehittämis-työkalut

Kootut materiaalit voi hyödyntää vaiheittain. Ensimmäisenä on harkitse-vaihe, jossa kehittämistyökaluista käytössä on aivoriihi sekä testejä ja valmennuksia. Kyselyn perusteella yrittäjyyttä harkitsevien kannattaa ensin harkita yrittäjyyttä, miettiä, selvittää vaihtoehtoja ja suunnitella yritystoiminta alustavasti. Tähän saa apua monista paikoista, kuten lähi- ja valtakunnallisista palveluista, oppilaitoksista, valmennuksista, verkostoista, sukulaisilta ja ystäviltä.

Aivoriihi (brainstorming) on luova ongelmaratkaisumenetelmä, jolla tuotetaan ideoita ryhmässä. Aivoriihikokouksessa ryhmä pyrkii ideoimaan ratkaisuja tai uusia lähestymistapoja. Kokouksen kulku on seuraava: esivaihe, lämmittely-vaihe, ideointivaihe ja valintavaihe. (Ojasalo ym. 2014, 160–161.) Alustavasti kattavaa tietoa saa Suomi.fi-palvelusta, joka tuottaa tietoa ja palveluja yrityksille ja yrityksen perustajille. Tietoa on laajasti eri aiheista, joita ovat yrityksen

perustaminen, yrityksen rahoitus ja tuet, liiketoiminnan kehittäminen, työnantajuus, taloudenhallinta ja verotus, tuotteiden ja palveluiden kehittäminen, muutokset ja kriisitilanteet, vastuut ja velvollisuudet sekä kansainvälistyminen. Verkkopalvelun kehittämisestä vastaa Digi- ja väestötietovirasto, ja sen puhelinpalvelu neuvoo esimerkiksi yrityksen perustamisessa. (Suomi.fi 2022b.)

Valmistaudu-vaiheessa kehittämistyökaluista käytössä on Business Model Canvas sekä kootusti valtakunnallista ja paikallista tietoa yrittäjyydestä. Yrittäjäksi harkitsevan kannattaa valmistautua esimerkiksi tutustumalla yrittäjyysoppaisiin ja ottamalla yhteyttä asiantuntijoihin paikallisten kehittämissyhtiöiden kautta.

Suomen Uusyrityskeskukset ry tarjoaa verkkosivujensa kautta perustamisoppaan alkaville yrittäjille, ohjausta sekä apua liiketoimintasuunnitelmaan (Suomen Uusyrityskeskukset ry 2022a). **Business Model Canvas** eli BMC on visuaalinen työkalu liiketoimintamallin ideointiin. Työkalun avulla kootaan yhdelle sivulle kaikki yrityksen liiketoiminnan keskeiset osa-alueet jakamalla niitä yhdeksään lokeroon, jotka ovat asiakasryhmät, asiakassuhde, arvolupaus, jakelu, ydintoiminnot, ydinresurssit, kumppanuudet, tulovirta ja kulurakenne. Sen avulla on helppo viestiä yrityksen liiketoiminnan ydinlogiikka. Työkalua myös käytetään palvelumuotoilussa konseptin rakennusvaiheessa, koska se sopii hyvin työpajatyöskentelyyn ja ideoiden testaukseen. (Ojasalo ym. 2014, 79.) Sen lisäksi sitä käytetään myös liiketoimintamuotoilussa, koska sen avulla ratkaisut käännetään liiketoiminnaksi arvon, kustannusrakenteen, resursoinnin ja ansainnan näkökulmasta (Koskelo 2021, 159). Malli kuvaa, miten yritys tuottaa ja välittää asiakkaille arvoa (Ojasalo ym. 2014, 182). BMC:ta myös käytetään käytännönläheisessä kolmen näkökulman mallissa (yritys – asiakas – valitseva malli). Jokaisesta alueesta tehdään oma canvas, minkä jälkeen niitä vertaillaan, poimitaan parhaat ideat ja ideoidaan sisältöjä puuttuviin osiin, ja tästä lopulla syntyy uudella tavalla yhdistelevä BMC. (Ojasalo ym. 2014, 185.)

Näiden vaiheiden jälkeen seuraa perusta-vaihe, jossa käytetään riskianalyysityökalua ja yrityksen perustamisopasta. Yrityksen perustamisoppaita ja aihee-

seen liittyviä esitteitä on mahdollista saada esimerkiksi lainaamalla kirjastoista, lataamalla verkosta tai hankkimalla kehittämissyhtiöistä ja monista muista paikoista.

Maksuttoman yrityksen perustamisoppaan alkaville yrittäjille voi ladata Suomen Uusyrityskeskukset ry:n kautta, ja tarjolla on myös eri kieliversioita (Suomen Uusyrityskeskukset ry 2022b). Sen lisäksi kannattaa tutustua aloittavan yrittäjän muistilistaan, jonka tarjoaa Suomi.fi-palvelu (Suomi.fi 2022a). **Riski-analyysi** taas auttaa hahmottamaan tekijöitä, jotka voivat hidastaa tai jopa estää yritystoiminnan etenemistä sekä vahingoittaa toimintaa. Analyysi kannattaa tehdä toimintojen käynnistämisvaiheessa. (Innokylä 2022.)

Toimi-vaihe sisältää erilaisia kehittämistyökaluja ja menetelmiä sekä digitaalisia työkaluja, jotka voisivat olla hyödyllisiä uudelle yrittäjälle. Kyselyyn vastanneet yrittäjät itsekin käyttivät ja suosittelivat aloittavalle yrittäjille ja yrityksen perustamista harkitseville useita liiketoiminnan kehittämismenetelmiä ja -työkaluja, kuten erilaisia analyysimenetelmiä.

Tässä esittelyssä on kaksi analyysimenetelmää. Esimerkiksi yrittäjät käyttivät eniten **SWOT**-analyysia, joka on nelikenttäanalyysi, jonka avulla yritys voi analysoida heikkouksia ja vahvuuksia sekä ympäristön uhkia ja mahdollisuuksia. SWOT-analyysin tavoite on kertoa selkeässä muodossa yrityksen menestymismahdollisuuksista. (Lojander & Suonpää 2004, 164, 33.) Sen lisäksi SWOT-analyysin avulla voi tutkia oman yrityksen toimintaympäristöä ja sen kautta valmistautua uhkiin tai kasvuun sekä tunnistaa vahvuudet ja heikkoudet (Rajala 2020, 27). Strategisen tasolla SWOT-analyysi on työkalu tehokkuuden parantamiseen, koska sen avulla pystytään tehostamaan toimintaa ja mukautamaan sitä asiakkaiden tarpeisiin (Vierula 2021, 232). Sen tarkoitus on tuottaa selkeä kuva yrityksen tilanteesta strategisten valintojen tueksi. Luonteeltaan SWOT on synteesinomainen analyysi. (Vuorinen 2013, 88.) **PESTEL**-analyysi tarkastelee ympäristön ekonomisia, teknologisia, poliittisia, ekologisia, teknologisia, sosiaalisia ja lainsäädännöllisiä vaikutuksia organisaation toimintaan. Analyysin tarkoitus on tuottaa jäsennelty eri kategorioiden muutosvoimista ja niiden vaikutuksista toimintaan, samalla miettimällä niiden voimak-

kuutta ja todennäköisyyttä. Sen voi aloittaa jakamalla vaiheisiin listaamalla ensin selkeimmät muutosvoimat ja jatkamalla kohti merkityksettömmämpiä. (Vuorinen 2013, 220, 223.)

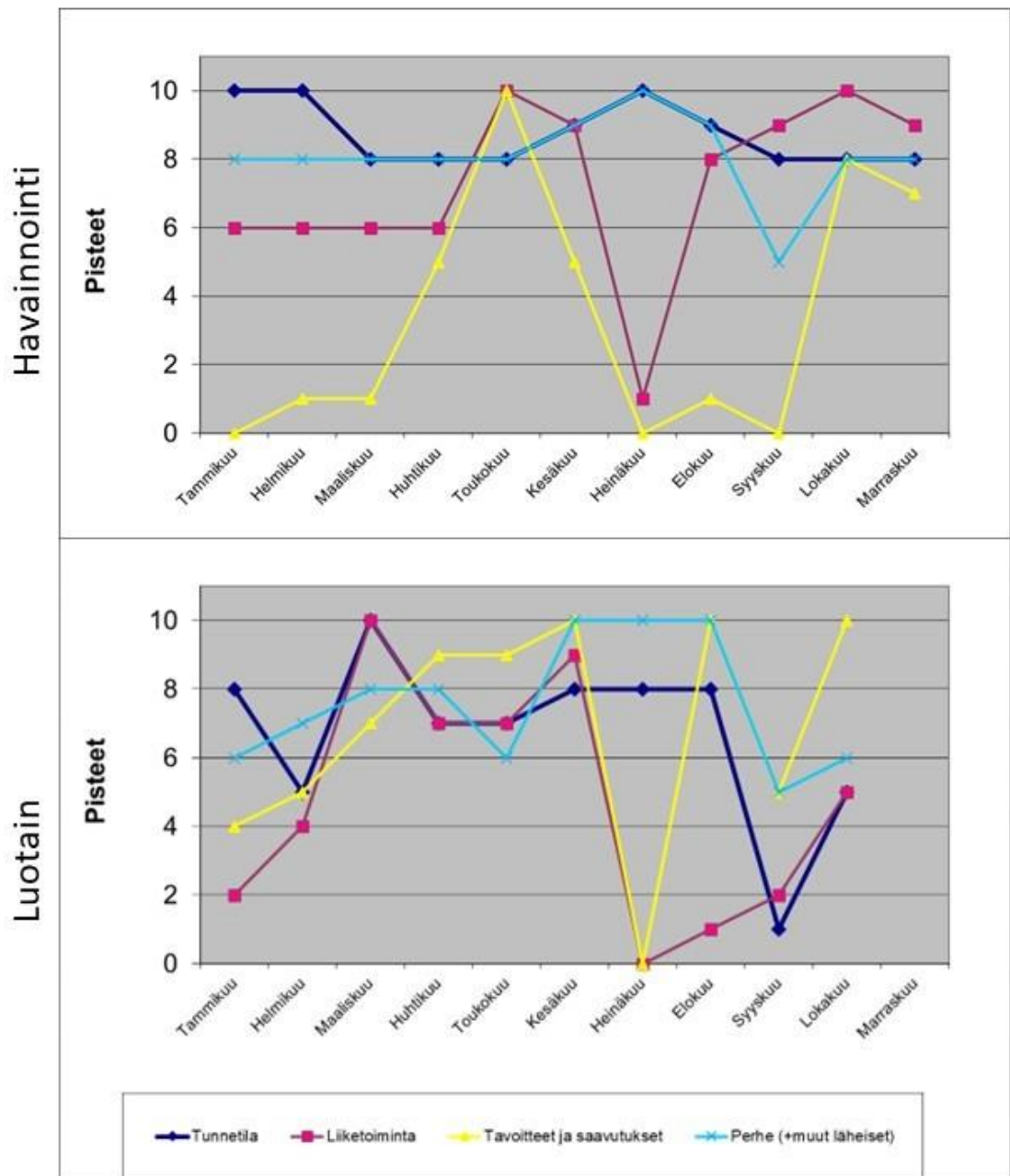
Tässä esittelyssä on kolme työkalua strategiatyöhön. Esimerkiksi **ennakoinnin** tehtävänä on tarkastella pitkäjänteisesti ja systemaattisesti liike-elämän tulevaisuutta. Sen lisäksi se pyrkii tunnistamaan strategisia kehittämis- ja tutkimusalueita, joista voidaan saada yhteiskunnallista ja taloudellista hyötyä. (Ojasalo ym. 2014, 146.) **Sinisen meren strategian** tavoitteena on auttaa yrityksiä luomaan uusia, kilpailusta vapaita markkinoita. Voimakkaasti kilpailluilla aloilla kilpailijat ovat usein tasavahvoja, minkä takia kilpaillaan hinnoilla. Kovan taistelun takia näitä markkinoita kutsutaan punaiseksi mereksi. Sinisellä merellä kilpailu on vähäistä tai olematonta. Sinisen meren strategia tarjoaa yrityksille systemaattisen tavan etsiä uusia mahdollisuuksia. (Vuorinen 2013, 98, 99.) **Balanced Scorecard** – tasapainotettu mittaristo (BSC) on sitten työkalu, jonka idea on muuttaa strateginen tahtotila operatiiviseksi toiminnaksi erilaisten toimintasuunnitelmien ja mittareiden avulla. Yrityksen pitää purkaa strategiansa sisällön neljän näkökulmaan, jotka ovat asiakas, talous, prosessit, oppiminen ja uudistaminen. Tämän jälkeen niistä strategisiin tavoitteisiin, kriittisiin menestystekijöihin, avainmittareiksi ja toimintasuunnitelmiksi. Työkalun avulla luodaan mittaristo, jota voidaan seurata viikoittain tai kuukausittain. (Vuorinen 2013, 52, 56.)

Yhteiskehittäminen on taas periaate ja työtap. Sen takia erilaisia suunnitellut työkaluja voidaan käyttää yhteiskehittämisessä soveltavasti. (Tuulaniemi 2016, 118.) Luovuusmenetelmien ja -työkalujen avulla on mahdollista tuottaa uusia ideoita, näkökulmia ja ratkaisuja kaikenlaisiin kehittämishankeisiin. Uuden keksimisen kannalta verkostoitumisella ja ryhmätyöskentelyllä on iso merkitys. Yhteisöllisillä ideointimenetelmillä pyritään saamaan mukaan monipuolisesti osallistujia, koska luovien ratkaisujen synnyttämisen näkökulmasta on tärkeä ymmärtää, että määrä synnyttää laatua. (Ojasalo ym. 2014, 78, 158.) Esimerkiksi yhteissuunnittelu on palvelumuotoilun menetelmä. Yhteissuunnittelutyöpaja on tapa osallistaa ihmisiä suunnitteluprosessin eri vaiheisiin keskittyen erityisesti alkuvaiheeseen, jossa vasta etsitään kehitysmahdollisuuksia. (Mattelmäki & Vaajakallio 2016, 80.)

Viimeisenä tuodaan esille, miten yrittäjä voi ja pitää huolta hyvinvoinnistaan, ja kootaan tietoa yrittäjyyden tulevaisuudesta valtakunnallisesti. Työterveyslaitos tarjoaa Yrittäjän työkirja hyvään elämään opasta, jonka avulla uusi yrittäjä voi pitää huolta itsestä erilasten tehtävien avulla (Hannonen ym. 2022). Työ- ja elinkeinoministeriö tarjoaa pitkiä, mutta erittäin hyödyllisiä selvitysraportteja, kuten esimerkiksi Yrityspalvelut 2024+-selvitys, jonka avulla nähdään yrittäjyyden tilanne valtakunnallisella tasolla (Kleemola ym. 2022). Lisäksi työ- ja elinkeinoministeriön julkaisemana on saatavilla Yrittäjyysstrategia, joka on tehty yritysstrategian ohjausryhmässä (Lappi 2022). Pidä huolta itsestäsi ja katse tulevaisuuteen -vaiheet eivät sisältä menetelmiä ja työkaluja, koska opinnäytetyön aihe oli rajattu yrittäjyyden alkuun.

6.5 Yhteenveto tuloksista

Havainnoinnin ja luotainpaketin tulokset toivat esille kuvan yhdestä uudesta yrittäjästä yrittäjyyden ensimmäisenä vuonna (kuva 20). Havainnointi toi näkyväksi yrittäjän työtä, esimerkiksi sitä, kuinka paljon työtä yrittäjä teki vuoden aikana ja silti ehti viestittää työstään sosiaalisessa mediassa erittäin ahkerasti. Sosiaalinen media oli yrittäjän yksi tärkeimmistä työkaluista markkinoinnissa, brändin rakentamisessa ja vuorovaikutuksessa. Sen lisäksi somepäivitysten sisällön kautta oli mahdollista saada käsitystä yrittäjän tunnetiloista ja siitä, miten hän koki jokaisen vuoden päivän yrittäjänä. Päivitysten perusteella, yrittäjyys oli harkittu ja oikea päätös, koska vasta yrittäjyyden ansiosta hän oikeasti elää omaa elämää, viettää paljon vapaata perheen kanssa ja tekee juuri sitä, mistä on kiinnostunut. Asiakkaiden hankinta oli työlästä, koska aktiivisesta verkostoitumisesta huolimatta asiakkuuksia ei kuitenkaan ollut valmiina tarjolla. Yrittäjä käytti paljon erilaisia kehittämistyökaluja ja menetelmiä, ja osa niistä oli helposti tunnistettavissa havainnoinnin kautta.



Kuva 20. Havainnointi vs. luotain

Yrittäjän täyttämän luotainpaketin sisältö teki näkyväksi yrittäjän kokemusta yrittäjyydestä vuoden ajalta. Koko tunteiden kirjo oli havaittavissa. Alkuepävarmuudesta ja -pettymyksestä huolimatta onnellisuus ja tyytyväisyys näkyivät hyvin. Yrittäjän tunnetila oli vahvasti sidoksissa yrityksen toimintaan ja heijastui ulospäin. 10 kuukaudessa oli ehditty tehdä valtava määrä töitä. Suunnittelun ja verkostoitumisen lisäksi erilaiset kirjoitukset ja somepäivitykset veivät paljon yrittäjän aikaa. Isosta työmäärästä huolimatta se oli yrittäjän mukaan silti vain murto-osa siitä työmäärästä, jonka yrittäjä teki aikaisemmassa työssä. Kokonaisuudessaan yritykselle asetettuja liiketoiminnallisia tavoitteita saavutettiin. Lisäksi yrittäjä piti illat ja viikonloput pääosin vapaina ja myös

kesä- sekä joululoman. Vapaus itse päättää omista tekemisistä ja kaivattu yhteinen aika perheen kanssa kuitenkin palkitsivat yrittäjän ahkeruuden. Vertaamalla havainnointia ja yrittäjän luotainpaketin tulosta voidaan nähdä, että tässä tapauksessa yrittäjyyteen lähdettiin tunnepohjalta. Ulkopuolisen silmiin seurattuna yrittäjän tunnetilan vaihtelut eivät näkyneet lainkaan. Yrittäjyys ulospäin näytti tasaisemmalta kuin yrittäjä sen koki. Todennäköisesti yrittäjän tuntemus jossain vaiheessa tasaantuisi, jos seuranta olisi saatavilla pitemmästä ajasta.

Se, että päätös perustaa yritys oli harkittu, tuli selkeästi esiin yrittäjän perheen luotainpaketin sisällön kautta. Perhe oli ikävissään, kun äiti ja puoliso vietti enemmän aikaa kuntatyössä kuin heidän kanssaan. Lapset toivat esille sitä useasti omissa kirjoituksissaan, joissa he eivät verranneet kohdehenkilön äitiyttä yrittäjyyteen vaan yrittäjyyttä kunnanjohtajuuteen. Yrittäjän perheen luotainpaketin sisältö myös näytti, että yrittäjä osasi erottaa yrittäjyyden perhe-elämästään ja hänen taustallaan oli täydellinen perheen tuki, ymmärrys ja kannustus yrittäjyyteen.

Kysely toi esille muiden yrittäjien kokemuksellisia tarinoita yrittäjyydestä. Yrittäjät olivat kokeneet pettymyksiä ja onnellisia hetkiä, eikä asiakkaiden hankintakaan ollut helpoin asia. Kysely paljasti yrittäjyyden moniroolisuuden vaikeuden. Syyt yrittäjyyteen olivat vaihtelevia, mutta vapaus päättää itse omista tekemisistä ja omasta ajasta tulivat selkeästi esille. Kyselyssä pyydettiin nimeämään yrittäjälle luonteenomaisia piirteitä, ja samat piirteet olivat havaittavissa case-yrittäjässään. Myös hän on esimerkiksi optimistinen, innovatiivinen ja siukas. Kaikille kyselyn yrittäjille kehittämistyökalut ja menetelmät olivat tuttuja. Mutta erityisesti konsulttityötä tekevillä yrittäjillä oli käytössään liiketoiminnan kehittämistyökaluja ja menetelmiä. Kaikista tärkeimpänä asiana tuli esille kuitenkin, kuinka tärkeätä on harkita ja valmistautua yrittäjyyteen. Esimerkiksi case-yrittäjä olikin harkinnut ja valmistautunut vuoden verran ennen yrityksen perustamista valmennuksen avulla. Muutenkin opinnäytetyön kohdeyrittäjä oli kulkenut yrittäjyyteen melkein pä samanlaisen polun kuin kyselyn yrittäjät ja oli lähes samankaltainen kuin kyselyn yrittäjätyyppi.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

7.1 Johtopäätökset

Työn tavoitteena oli tutkia, miten uuden yrittäjän ensimmäinen vuosi alkaa, mitä haasteita aloittava yrittäjä kohtaa ensimmäisenä vuonna, miltä tuntuvat yrittäjyys ja ensimmäiset onnistumiset ja minkälaisia menetelmiä ja liiketoiminnan kehittämistyökaluja hän käyttää. Tutkimuksen pääkysymyksenä oli, mitkä ovat tärkeimmät yritystoiminnan kehittämistyökalut ja menetelmät aloittavan yrittäjän ensimmäisen toimintavuoden aikana. Tähän kysymykseen saatiin vastaus kyselyn avulla. Tärkeitä yritystoiminnan kehittämistyökaluja ja menetelmiä on useita aloittavan yrittäjän ensimmäisen toimintavuoden aikana. Analyysimenetelmiä, kuten SWOT ja riskianalyysi, ovat tarpeellisia ja hyödyllisiä yrittäjyyden alkuvaiheessa ja myös missä tahansa yritystoiminnan vaiheessa. Business Model Canvas -työkalua voi ja pitää käyttää, erityisesti liiketoiminnan suunnitteluvaiheessa, koska periaatteessa työkalun avulla on mahdollista visualisoida koko yritystoiminta yhdellä sivulla. Erilaiset strategiset työkalut ovat myös välttämättömiä yritystoiminnassa. Sen takia esimerkiksi sinisen meren strategian avulla on mahdollista erottua eduksi. Yhteiskehittämisen voimalla pystytään suunnittelemaan palveluita ja tuotteita, jotka ovat tarpeellisia ja haluttuja, koska niitä suunnitellaan asiakaslähtöisesti ja asiakkaita osallistamalla.

Kirjallisuuden kautta tuli esille, että menetelmiä ja työkaluja voi ja pitää käyttää yritystoiminnan kaikissa vaiheissa, mutta yleensä pienet yritykset käyttävät niitä vähän. Käytetyin työkalu on SWOT, ja tämä tuli esiin myös yrittäjän kyselyn kautta.

Tutkimuksen ensimmäisenä alakysymyksenä oli, mitä haasteita aloittava yrittäjä kohtaa ensimmäisenä vuonna ja miltä tuntuvat yrittäjyys ja ensimmäiset onnistumiset, ja tähän saatiin vastaus. Esimerkiksi melkein kaikki kyselyn yrittäjät kokivat haasteita yrittäjyyden alussa. Nämä haasteet olisi voitu osittain välttää harkitsemalla pitempään ja valmistautumalla yrittäjyyteen huolellisemmin. Eniten haasteita toivat raha-asiat, kuten taloushallinto, epäsäännölliset tulot sekä tietämättömyys veroasioista, luvista, vakuutuksista ja viranomais-säännöistä. Sen lisäksi haasteita oli asiakashankinnassa, henkilöstöasioissa, hinnoittelussa ja markkinoinnissa. Yrittäjän valtava paperityön määrä, jatkuva

oheistyö viestinnän ja verkostotyön kanssa sekä itsevarmuuden puute tai yrittäjäidentiteetin löytäminen toivat haasteita. Yrittäjät kokivat haasteelliseksi myös liiasta työstä kieltäytymisen, että jäisi aikaa vapaa-ajalle. Haasteista huolimatta ensimmäiset onnistumiset ovat tuntuneet loistavilta. Luotain näytti myös case-yrityksen alkuhaasteet, jotka olivat asiakkaiden hidas saanti nähdystä valtavasta työmäärästä huolimatta. Yrittäjän moniroolisuutta korostivat myös havainnoinnin tulokset. Erilaisten tunteiden variaatiot toivat esille yrittäjyyden moniroolisuuden vaikeuden, mutta toisaalta oli vaivan arvoista saada päättää vapaudesta omista tekemisistä ja omasta ajasta. Yrittäjyyden aloittamiseen liittyvät tunteet kertoivat siitä, että yrittäjyys on ollut yrittäjälle intohimo, haluttu ja harkittu asia. Perheen tuki oli arvokasta yrittäjyyden aloittamisessa. Havainnointi, luotain ja kysely osoittivat, että yrittäjyyteen lähdettiin tunteiden ohjaamana ja että liiketoiminta oli vahvasti sidoksissa yrittäjän tunteisiin.

Kirjallisuuden kautta tuli esille, että yrittäjyys on elämäntapa ja että moniroolisuus haastaa yrittäjää koko ajan. Yrittäjyyden lisäksi yrittäjän pitää huolehtia hyvinvoinnistaan ja ajankäytöstään. Sen takia yrittäjäksi sopivat ominaisuuksiltaan tietynlaiset ihmiset. Samat ominaisuudet tulivat esille kyselyn kautta ja olivat myös havaittavissa tutkimuksen tapauksessa. Tällaisia yrittäjää kuvaavia ominaisuuksia ovat optimistinen, innovatiivinen ja sisukas.

Tutkimuksen toisena alakysymyksenä oli, miten menetelmien ja kehittämistyökalujen osaaminen auttaa aloittavaa yrittäjää ja kuinka höydyllistä se on. Myös tähän kysymykseen saatiin vastaus. Sekä tapaustutkimuksen yrittäjä että kaikki kyselyyn vastanneet yrittäjät toivat esiin, että heillä on menetelmien ja kehittämistyökalujen tuntemusta ja niiden käytön osaamista. Menetelmiä ja kehittämistyökaluja käytettiin paljon, ja esimerkiksi konsultointialla tämä näyttää perustoimintatavalta. Menetelmät ja kehittämistyökalut tehostavat yrittäjän toimintaa, kehittävät yrityksen tuotteita, palveluita ja toimintatapoja sekä auttavat pitämään luovia kokouksia ja palaverieita ja suunnittelemaan yritystoiminnan kehityskuvioita. Reilusti yli puolet kyselyyn vastanneista yrittäjistä oli sitä mieltä, että liiketoimintakehittämistyökaluista ja menetelmistä on hyötyä yritystoiminnassa. Lisäksi menetelmät ja kehittämistyökalut toimivat tapaustutkimuksen yrittäjän osaamisen valttikorttina ja yrityksen palveluina, kuten esimerkiksi draamamenetelmä. Tässä tapauksessa menetelmien ja kehittämistyöka-

lujen osaamisella oli merkittävä rooli, koska ilman menetelmiin ja kehittämistyökaluihin perustuvia palveluita yrityksen koko palvelutarjonta ei olisi laadultaan samalla tasolla kuin tällä hetkellä. Lisäksi yrittäjän toiminta ei olisi näin tehokasta, kuten havainnointi ja luotain osoittivat.

Vaikka menetelmiä ja kehittämistyökaluja suositeltiin käyttämään, niiden lisäksi aloittavan yrittäjän vahvan oman alan tuntemisen lisäksi pitää kuitenkin osata myös liiketoiminnan perustaidot, joihin kuuluvat tietokoneen ja ohjelmien peruskäyttö, sosiaalisen median työkalut, suunnittelu, markkinointi, taloushallinto, verkostointi ja asiakaspalvelu. Samat osaamiset nousivat esiin myös kirjallisuudessa.

Ennen yrityksen perustamista tärkeintä kuitenkin on harkinta ja valmistautuminen etsimällä tietoa, tutustumalla ja perehtymällä syvällisesti aiheeseen esimerkiksi valmennuksen kautta. Kyselyn yrittäjän suosittelivat sitä, ja myös tutkimuksen tapauksen yrittäjä oli harkinnut asiaa ja valmistautunut valmennuksen avulla ennen yrityksen perustamista. Myös kirjallisuudessa suositellaan hyvää valmistautumista yrittäjyyteen. Näin yrittämisestä tulee kestäväää, kun vältetään virheitä valmistautumalla hyvin. Koska kyselyn kautta tuli hyviä vinkkejä, niiden pohjalta saatiin rakennettu toimintamalli pieneen ohjeeseen yrittäjyyttä harkitseville ja aloittaville yrittäjille. Ohjeessa on koottuna ehdotuksia sopivista kehittämistyökaluista ja menetelmistä sekä hyödyllisiä linkkejä valtakunnallisiin ja muihin valmiisiin palveluihin. Toimintamallin avulla yrittäjyyteen lähdetään vasta harkinnan jälkeen vaihteittain, kuten kyselyyn vastanneet yrittäjätkin suosittelivat. Avuksi koottiin hyödyllisiä linkkejä samaan tiedostoon, mikä helpottaa aloittavaa yrittäjää saamaan käyttöönsä tietoa heti etsimättä sitä kauan verkosta.

Kaikkiin tutkimuksen kysymyksiin vastauksia löydettiin ja näin olleen tapaukselle muodostettu ongelma on ratkaistu. Lisäksi tutkimuksen oheistuotteena onnistuttiin tuomaan suunnittelussa oleva toimintamalli ohjeineen. Jatkossa opinnäytetyön tuloksia voivat hyödyntää yrittäjyyttä harkitsevat ja aloittavat yrittäjät, opinnäytetyön toimeksiantaja (Tiina Heikka Oy) omassa työssään ja yrityksen brändin rakentamisessa, yrittäjäkouluttajat (aikuiskoulutus, valmennukset) sekä kehittämisyritykset ja muut organisaatiot (yritysneuvonta) helpottamaan aloittavan yrittäjän alkua ja hyödyntämään kyselyn tuloksia omassa

työssään. Samalla opinnäytetyö kokonaisuudessaan rohkaisee käyttämään ja hyödyntämään kehittämistyökaluja ja menetelmiä. Opinnäytetyö kuvaa sitä, miten menetelmiä voidaan hyödyntää käytännössä.

7.2 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan pohtia luotettavuuden, uskottavuuden ja eettisyyden kautta. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat valitut ja käytetyt menetelmät. Tutkimuksen uskottavuuteen vaikuttaa tulosten hyväksyntä. Tutkimuksen eettisyyteen vaikuttaa eettisten periaatteiden noudattaminen. (Puusa & Juuti 2020, 168.) Tapaustutkimuksella ei ole omaa luotettavuustarkastelua. Opinnäytetyön luotettavuutta voidaan tarkastella opinnäytetyöprosessin vaiheiden avulla. Jotta tutkimusta voitaisiin pitää luotettavana, pitää dokumentaation olla riittävän tarkka. (Kananen 2013, 114–116.) Myös tutkimuksen tulosten luotettavuutta voidaan lisätä käyttämällä triangulaatiota eli ilmiön tarkastelua useasta eri näkökulmasta, esimerkiksi käyttämällä erilaisia tiedonkeruumenetelmiä ja aineistoja (Ojasalo ym. 2014, 105).

Tämän tutkimuksen luotettavuuden puolesta puhuu triangulaatio, koska tapauksista on tutkittu eri näkökulmista monimenetelmällisesti. Menetelmien avulla tapauksista on tutkittu opinnäytetyön tekijän näkökulmasta, tapauksen kohteen näkökulmasta ja kohteen perheen näkökulmasta. Sen lisäksi luotettavuutta lisäävät kyselyaineisto, jota verrataan tutkimuksen tapaukseen. Opinnäytetyön prosessin vaiheet ovat edenneet suunnitelman mukaisesti loogisella tavalla, ja dokumentaatio on tehty tarkasti koko tutkimuksen toteutuksen ajalta. Inhimilliset virheet opinnäytetyön tekijän havainnoinnissa eivät olennaisesti vaikuta havainnoinnin tulokseen, koska havainnointia tehtiin pitkän aikaa. Strukturoimaton havainnointi myös antoi mahdollisuuden etsiä valitusta kohteesta sopivimman tavan havainnoida. Alun perin suunniteltiin, että opinnäytetyön tekijä jakaa kyselyä somekanavissaan, mutta tämä suunnitelma ei toiminut tarpeeksi hyvin. Konsulttialalla toimiville yrittäjille suoraan lähetetty kyselyn linkki toi monta konsulttialan vastaajaa. Tämä voi vaikuttaa kyselyn tulokseen kehittämistyökalujen ja menetelmien käytöstä. Esimerkiksi konsultointialalla menetelmien ja kehittämistyökalujen käyttö näytti perustoimintatavalta. Todennäköi-

sesti kehittämistyökaluja ja menetelmiä käytetään vähemmän muilla toimialoilla. Toisaalta konsultointialalla työskentelevät toivat lisäarvoa kyselyn tuloksille antamalla arvokkaita vinkkejä aloittavalle yrittäjälle.

Kaikki materiaalit (opinnäytetyön tekijän havainnoinnin päiväkirja, case-yrittäjän luotainpaketin sisältö, kyselyn Webropol-raportti), jotka tuotettu opinnäytetyön aikana, eivät ole liitteissä, vaan ovat tutkijan hallussa turvassa ja saatavilla pyynnöstä. Case-yrittäjältä on kysytty suostumus tutkimukseen ja lupa käyttää vapaamuotoisen keskustelun aineistoa (toimeksiantajan esittely). Yritysten viralliset tiedot eivät ole henkilötietoja. Tutkimuksen kyselyssä ei ole kerätty henkilötietoja. Tutkimuksen kyselyyn osallistuminen oli vapaaehtoista.

7.3 Kehittämisehdotukset

Tutkimuksen aineiston analysointi on tuonut selkeästi esiin yrittäjien arjen case-yrityksen ja muiden yrittäjien kokemusten kautta, ja aineiston analyysin perusteella saatuja tuloksia tukee myös teoria. Yrittäjän työ on haastavaa moniroolisuuden takia, mutta samalla se mahdollistaa itsenäisyyden ja aikuistumisen. Sen takia itsensä johtamisen taito yrittäjyydessä on ehdoton.

Yrittäjyys on vastuunkannon ja oma-aloitteisuuden lisäksi myös itsensä johtamista (Pölönen 2020, 104). Se ei ole vain trendikäs osaaminen vaan elinehto yrittäjyydessäkin (Sivonen 2022, 57). Sivosen (2022, 60) mukaan itsensä johtaminen tarkoittaa yksilön halua ja kykyä tutustua omaan arvoihinsa, uskomuksiinsa, identiteettiinsä ja ajatteluunsa. Itsensä johtamiseen vaikuttavat itsetunto, arvot, tottumukset, uskomukset, tavat ja jokaisen minäkuva (Kurttila & Aalto 2021, 35). Itsensä johtaminen on suunnitelmallista, tavoitteellista ja tietoista itseen kohdistuvan ajattelun, toiminnan, tunteiden ja energiatasojen ohjaamista kohti toivottua tavoitetta. Itsensä kehittäminen ei ole sama asia kuin itsensä johtaminen. Kehittämisessä keskitytään pikemminkin tavoitteiden määrittämiseen, elämän suunnitteluun, erilaisten taitojen ja tiedon harjoitteluun ja kerryttämiseen. Itsensä johtamisessa keskitytään siihen, miten itsensä kehittämisen osa-alueet saadaan vietyä käytäntöön. Itsensä johtaminen on oman elämän hallinta, niin vapaa-ajalla kuin työssä. Käytännössä se tarkoittaa, että itsensä johtamisen kehittämisessä kaiken perusta on henkilön suhde itseensä. (Nikula 2022, 110–111.)

Sen lisäksi tämän tutkimuksen tulokset ja teoria osoittavat, että yrittäjän työ on henkisesti kuormittavaa vastuunkannon, kiireisyyden ja erilaisten tunteiden takia. Tähän voisi auttaa erilaisten rentoutumistekniikoiden opettelu ja tietoisuustaito.

Aivot tuottavat koko ajan erilaisia ajatuksia, jotka voivat myös tuntua kehossa. Ajattelua ei kuitenkaan tarkastella kaiken aikaa. Jos ajatuksia tarkastellaan, niistä ollaan tietoisia. Tietoisuustaito eli mindfulness on kyky olla läsnä kokemusten kanssa sellaisina kuin ne ovat ilman kritisointia, tuomitsemista, muuttamista tai vertailua. Vaikka tunteet, ajatukset ja uskomukset eivät lähde pois, ne nähdään etäämpää, eikä niiden kanssa olla yhtä. (Paakkanen 2022, 155.)

Digitaidot ovat yrittäjälle tärkeitä asiakassuhteiden ylläpitämisen ja myös yrittäjän elämän helpottamisen kannalta. Jo perusdigitaidolla pääsee pitkälle, kun esimerkiksi haetaan tietoa, ollaan vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa, mainostetaan ja tiedotetaan. Hakukoneoptimointi ja onnistuneesti valitut somekanavat auttavat saavuttamaan tavoitteita ja asiakkaita ilmaiseksi.

Kaiken kokoisten yritysten haaste on näkyvyys internetissä (Tuunanen & Aaltonen 2021, 109). Hakukoneoptimointi eli SEO (Search Engine Optimization) on ilmainen markkinointikanava, jonka tarkoitus on auttaa lisäämään markkinoinnin tavoitettavuutta. Se on prosessi, joka parantaa löydettävyyttä, sivuston sisältöä ja sosiaalisia kanavia. Avainsanahaun optimointi kannattaa, koska sen avulla yrityksen sisällöstä kiinnostuneet asiakkaat löytävät yrityksen palvelut hakukoneiden välityksellä ja yritys saa asiakasliikennettä sivuille. Sen avulla yritys saa ilmaista mainontaa. (Komulainen 2018, 150–151.) Esimerkiksi ilmaisen 40 tunnin *Google Digital Garage: Digimarkkinoinnin perusteet* -verkkokoulutuksen kautta on mahdollista oppia hakukoneoptimointia. Kurssin voi suorittaa milloin ja missä vaan ja opiskelun lopuksi voi saada sertifikaatin.

Omalle yritykselle sopivien somekanavien valinnassa kannattaa ensin tunnistaa, missä kanavissa kohderyhmä on aktiivinen. Ensin keskitytään ensimmäiseen valittuun kanavaan ja sen jälkeen otetaan käyttöön uusia. Joka tapauksessa sosiaalisen median valinnassa kannattaa ensin kysyä itseltä, mikä somekanava asemoi yrittäjän parhaiten markkinoilla ja optimoi yrityksen parhaan

kasvun nostamalla yrityksen tuotteet ja palvelut kohderyhmän tietoisuuteen. Esimerkiksi Facebook on Suomen suosituin somekanava, joka sopii kuluttajille suunnattavaan liiketoimintaan. Instagram taas on kuin kaupan näyteikkuna, jossa esitellään yrityksen palvelut ja tuotteet visuaalisesti. Se sopii hyvin tarjousten esittämiseen ja tuotteiden ja palveluiden myyntiin reaaliaikaisesti. YouTube on videoiden jakamiseen erikoistunut alusta, jossa on mahdollista saada laaja yleisö. Alusta sopii yritykselle, joka haluaa opastaa tuotteiden tai palveluiden käyttöä videoiden avulla, edistää näkyvyyttä, kertoa konseptistaan kohderyhmälle ja profiloitua asiantuntijana. Twitter toimii uutishuoneena ja sopii tiedon jakamiseen, vaikuttajien seuraamiseen, B2B-myyntiin ja ammatilliseen profiloitumiseen. LinkedIn on yritysten, asiantuntijoiden ja rekrytoijien verkostoitumispaikka. Somekanavia on paljon, mutta tärkeitä on olla niissä läsnä. (Komulainen 2018, 232, 234–236.)

8 POHDINTA

Tämä tutkimus on onnistunut selvittämään tapauksen ja tuonut esille yhden yrittäjän esimerkin kautta yrittäjyyden alkua näkyville. Muiden yrittäjien näkemysten hyödyntäminen on tuonut vertailevaa tietoa, joka ehdottomasti kannatti tehdä tässä tapauksessa. Suunnitteluvaiheessa työn toteutustapaa olisi pitänyt rajata tiukemmin ja ottaa käyttöön vähemmän menetelmiä, koska käytännössä menetelmien käyttö, tulosten analysointi ja raportointi vei paljon aikaa. Tutkimuksen aikana opinnäytetyön tekijän mieleen on tullut myös uusi, tätäkin aihetta hyödyllisempi tutkimusaihe, jolla haluttaisiin selvittää uuden yrityksen asiakkaiden saantia, asiakassuhteiden ylläpitämistä ja asiakkaiden osallistamista palvelumuotoilun menetelmien avulla. Lisäksi joulukuussa 2022 todettiin, että aihe olisi pitänyt rajata yhteiskuntahyödyn näkökulman kautta kestävään yritystoimintaan työkalujen avulla.

Tätä tutkimusta olisi luonnollista jatkaa. Yrittäjien osallistuminen suunnitteluun kannattaa hyödyntää seuraavaa vaihetta varten liiketoiminnan elinkaareissa. Seuraava vaihe olisi yritystoiminnan kasvu ja kehittäminen. Tässä vaiheessa liiketoiminnan taloudellisia lukuja, jotka näyttävät mahdollista kehittämissuuntaa, kannattaa ottaa mukaan tarkasteluun.

LÄHTEET

Airaksinen, T. & Friman, M. 2008. Asiantuntija-ammattien etiikka. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2005. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 9.–10. painos. Helsinki: Edita.

Baldassarre, B., Calabretta, G., Bocken, N. & Jaskiewicz, T. 2017. Bridging sustainable business model innovation and user-driven innovation: A process for sustainable value proposition design. *Journal of Cleaner Production* 147. Verkkolehti. Saatavissa: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.081> [viitattu 7.4.2022].

Esa, M. 2018. Kuinka yritys tehdään tunnetuksi? Ensimmäinen vuosi on opeteltua. Y-Studio. WWW-dokumentti. Julkaistu 10.1.2021. Saatavissa: <https://y-studio.fi/yrityksen-alku/yrittajan-osaaminen/kuinka-yritys-tehdään-tunnetuksi-ensimmäinen-vuosi/> [viitattu 20.3.2022].

Fonecta.fi. 2022. Liikkeenjohdon konsultointi -haku. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fonecta.fi/haku/liikkeenjohdon+konsultointi?location=la-pinj%c3%a4rvi> [viitattu 6.4.2022].

Hakanen, M., Heinonen, U. & Sipilä, P. 2007. Verkostojen strategiat. Menesty yhteistyössä. Helsinki: Edita.

Hakoköngäs, E. & Martikainen, J. 2021. Visuaaliset menetelmät. Arki ajattelun tutkimuksessa. Teoksessa Ryyänen, S. & Rannikko, A. (toim.) Tutkiva mielikuvitus. Luovat, osallistuvat ja toiminnalliset tutkimusmenetelmät yhteiskuntatieteissä. Helsinki: Gaudeamus Oy, 82–99.

Hannonen, H., Luukkala, K., Mänttari, S., Perälä, A., Leinonen, E. & Väänänen, M. 2022. Yrittäjän työkirja hyvään työelämään. Työterveyslaitos ja Oulun yliopisto. Oppimateriaalit. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-391-028-7> [viitattu 30.6.2022].

Hartog, J., Praag, M. & Sluis, J. 2010. If you are so smart, why aren't you an entrepreneur? Returns to cognitive and social ability. Entrepreneurs versus employees. *Journal of economics & management strategy* 4. Verkkolehti. Saatavissa: <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2010.00274.x> [viitattu 2.6.2022].

Heikka, T. 2022. Yrittäjä. Keskustelu 24.3.2022. Tiina Heikka Oy.

Holma, L., Laasio, K., Ruusuvuori, M., Seppä, S. & Tanner, R. 2021. Menestys syntyy asiakaskokemuksesta. B2B-johtajan opas. Helsinki: Alma Talent.

Huotari, P., Laitakari-Svärd, I., Laakko, J. & Koskinen, I. 2003. Käyttäjakeskeinen tuotesuunnittelu. Käyttäjätiedon keruu, mallittaminen ja arviointi. Helsinki: Gummerus Oy.

Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä. Tieto, tutkimus, menetelmät. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulu.

Iivari, S., Piha, K. & Tuominen, T. 2019. Juppi, hippi vai punkkari – Mitä tapahtuu huomenna konsultille? Helsinki: WSOY.

Innokylä. 2022. Riskien arviointi. Työkalut. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/riskien-arviointi-0> [viitattu 20.11.2022].

Jaakkola, J. 2020. Väkevä työelämä. Terveyttä, tolkkua ja tuloksia. Helsinki: Tammi.

Jääskeläinen, J. 2015. Älä yritä! Tätä sinulle ei kerrota yrittämisestä. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy.

Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2015. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Miten kirjoitan kehittämistutkimuksen vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kleemola, J., Kallio, J., Honkavaara, J. & Tinnilä, M. 2022. Yrityspalvelut 2024+ -selvitys. Selvitysraportti 2022. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2022:21. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-871-4> [viitattu 18.12.2022].

Koivisto, M. 2019a. Luku 2. Palvelumuotoilun kehittämisote ratkaisuna. Teoksessa Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. (toim.) Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent, 30–51.

Koivisto, M. 2019b. Luku 3. Palvelumuotoilun mahdollisuudet kehittämisessä. Teoksessa Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. (toim.) Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent, 54–65.

Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.

Komulainen, M. 2018. Menesty digimarkkinoilla. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy.

Korhonen, K. 2017. Draama. Toiminnalliset menetelmät. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://toiminnallisetohjausmenetelmat.wordpress.com/sample-page/> [viitattu 2.6.2022].

Koskelo, M. 2021. Tehtävänä tulevaisuus. Tulevaisuusmuotoilu päätöksenteossa. Helsinki: Alma Talent.

Kouri, I. 2010. Lean taskukirja. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Kurttila, M. & Aalto, P. 2021. Pomon parhaat ratkaisut. Valmentava käsikirja tiukkoihin tilanteisiin. 2., uudistettu painos. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy.

Lapinjärven kunta. 2022. Tietoa Lapinjärven kunnasta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.lapinjarvi.fi/tietoa/> [viitattu 14.6.2022].

Lappi, J. 2022. Yrittäjyysstrategia. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2022:32. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-728-1> [viitattu 3.7.2022].

Leskelä, M. 2020. Bisnesantropologia ja muut ihmistieteet strategiatyössä. Helsinki: Alma Talent.

Lojander, T. & Suonpää, J. 2004. Firma. Käytännön yritystoiminta. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Mattelmäki, T. 2006. Muotoiluluotaimet. Helsinki: Teknologia Teknova Oy.

Mattelmäki, T. & Vaajakallio, K. 2016. Yhteissuunnittelu ja palveluiden ideointi. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 77–103.

McKavanagh, S. 2007. Konsultointiprojektin elinkaari. Teoksessa Grant, P. (toim.) Bisnespsykologia. Helsinki: Edita, 60–78.

Merikallio, I. 2021. Tunnevoima bisnekseen. Helsinki: Value Books.

Miettinen, S. 2016. Palvelumuotoilu – yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 20–41.

Miettinen, S., Raulo, M. & Ruuska, J. 2016. Johdanto. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 12–17.

Mäkinen, J.-P., Ahola, S., Nuutinen, S., Laitinen, J. & Oksanen, T. 2020. Factors associated with job burnout, job satisfaction and work engagement among entrepreneurs. A systematic qualitative review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* Volume 33, 2021, 219-247. PDF-dokumentti. Julkaistu 18.6.2020. Saatavissa: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08276331.2020.1764735> [viitattu 20.3.2022].

Nikula, S. 2022. Johtamislupaukset. Luomisesta lunastamiseen – opas johtamiskulttuurin tavoitteelliseen kehittämiseen. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy.

Nyström, K. 2021. Working for an entrepreneur: heaven or hell? *Small Business Economics* 2, 919–931. Verkkojulkaisu. Saatavissa: [10.1007/s11187-019-00276-0](https://doi.org/10.1007/s11187-019-00276-0) [viitattu 3.5.2022].

Oförsagd, J. 2021. Ihmislähtöinen ketteryys mahdollistaa selviytymisen ajasamme. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Muotoilun avaimet älykkääseen teollisuuteen ja liiketoiminnan ketterään kehittämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 328–337.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro.

Paakkanen, M. 2022. Empatian voima työssä. Helsinki: WSOY.

Paasio, K. & Pukkinen, T. 2007. Evääksi lukijalle. Teoksessa Paasio, K. & Pukkinen, T. (toim.) Tarinoita akateemisesta yrittäjyydestä. Asennetta, osaamista ja oivalluksia. Helsinki: WSOYpro, 13–16.

Passila, E. 2009. Tehokas liiketoiminnan johtaminen. Vierumäki: Marjan Arkit.

Puhakka, V. 2002. Yrittäjän persoonallisuus – miksi ja miten sitä kannattaa tutkia. *Discussion LTA 2/02*. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.researchgate.net/profile/Vesa-Puhakka/publication/228556670_Yrittajan_persoonallisuus_miksi_ja_miten_sita_kannattaa_tutkia/links/02bfe5111eb41b588f000000/Yrittaejaen-persoonallisuus-miksi-ja-miten-sitae-kannattaa-tutkia.pdf [viitattu 20.3.2022].

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. E-kirja. Helsinki: Gaudeamus. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/> [viitattu 31.12.2022].

Puusa, A. & Juuti, P. 2021. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. 2. painos. Helsinki: Gaudeamus.

Pölönen, P. 2020. Tulevaisuuden lukujärjestys. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Pääkkönen, T. 2021. Liiketoiminnan muotoilu. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Muotoilun avaimet älykkääseen teollisuuteen ja liiketoiminnan ketterään kehittämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 270–279.

Rajala, K. 2020. Yrittäjän syke. Yrittäjänä elämisen taito. Helsinki: Readme.fi.

Rontti, S. 2021. Muotoilu ja lean startup -filosofia uuden palvelukonseptin kehityksessä -case Kaleva Media. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Muotoilun avaimet älykkääseen teollisuuteen ja liiketoiminnan ketterään kehittämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 303–318.

Sekki, A. & Niemi, M. 2016. Menesty yrittäjänä. 68 käytännön ohjetta. Helsinki: Talentum Pro.

Sivonen, O. 2022. Yrityskulttuurit murroksessa. Inhimillinen työelämä ei rakennu pelkällä itseohjautuvuudella. Helsinki: Alma Talent.

Stickdorn, M. 2014. What is Service Design? 5 Principles of service design thinking. Teoksessa Stickdorn, M. & Schneider, J. (toim.) This is service design thinking. Basics – Tools – Cases. Amsterdam: BIS Publishers, 34–45.

Suneja, A. & Suneja, C. 2017. Lean ja terveydenhuolto. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.

Suomen Uusyrityskeskukset ry. 2022a. Ota yhteyttä, osallistu yrittäjyysinfoon tai varaa aika neuvontaan. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/> [viitattu 13.11.2022].

Suomen Uusyrityskeskukset ry. 2022b. Perustamisopas. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/apua-yrittajyyteen/perustamisopas/> [viitattu 14.11.2022].

Suomen Yrittäjät ry. 2022. Mitä yrittäjyys on? WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/yrittajaksi-ryhtyminen/mita-yrittajyys-on/> [viitattu 6.4.2022].

Suomi.fi. 2022a. Aloittavan yrittäjän muistilista. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opas/olisiko-minusta-yrittajaksi/alottavan-yrittajan-muistilista> [viitattu 14.11.2022].

Suomi.fi. 2022b. Tietoa ja palveluja yrityksille ja yrityksen perustajille. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle> [viitattu 13.11.2022].

Tiina Heikka Oy. 2022. Tietoja Tiinasta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://tiinaheikka.fi/tietoja/> [viitattu 6.4.2022].

Tilastokeskus. 2021. Yritykset toimialoittain 2020. WWW-dokumentti. Päivitetty 17.12.2021. Saatavissa: https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html#aloittaneet-lopettaneet-yritykset-toimialoittain [viitattu 15.6.2022].

Tilastokeskus. 2022a. Maakunnat 2022. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www2.stat.fi/fi/luokitukset/maakunta/> [viitattu 14.6.2022].

Tilastokeskus. 2022b. Yrittäjä. Käsitteet. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.tilastokeskus.fi/meta/kas/yrityskm.html#tab1> [viitattu 6.4.2022].

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Tuulaniemi, J. 2016. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Pro.

Tuunanen, J. & Aaltonen, T. 2021. Selviytymisopas markkinointiin ja yrittäjyyteen. Joensuu: Donner&Blitz Oy.

Vaajakallio, K. & Mattelmäki, T. 2013. Yhteissuunnittelu avaa uusia näkymiä julkiselle sektorille. Teoksessa Keinonen, T., Vaajakallio, K. & Honkonen, J. (toim.) Hyvinvoinnin muotoilu. Helsinki: Aalto Arts Books, 59–73.

Valli, R. & Perkkilä, P. 2018. Sähköinen kyselylomake ja sosiaalinen media aineistonkeruussa. Teoksessa Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 117–128.

Vierula, M. 2021. Löydä kilpailuetusi. Käsikirja strategian ja brändin kehittämiseen. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2006. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vilkka, H. 2018. Havainnot ja havainnointimenetelmät tutkimuksessa. Teoksessa Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 156–171.

Vilkka, H. 2021. Näin onnistut opinnäytetyössä. Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vilkka, H., Saarela, M. & Eskola, J. 2018. Riittääkö yksi? Tapaustutkimus kuvaajana ja selittäjänä. Teoksessa Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 190–201.

Villanen, J. 2020. Kehitä tai kuihdu. Käsikirja muutoksessa pärjäämiseen. Helsinki: Basam Books.

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja. 20 työkalua. Helsinki: Talentum.

Väisänen, K., Jääskeläinen, J. K. & Kortesoja, K. 2020. Exit-opas yrittäjille. Näin trimmaat yrityksesi myyntikuntoon. Helsinki: Alma Talent.

YTJ. 2022. Tiina Heikka Oy. Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://tietopalvelu.ytj.fi/yritystiedot.aspx?yavain=3028367&tar-kiste=47D3FB07CCF5C174C4E794051DC045F445ECA9C4> [viitattu 6.4.2022].

Kysely yrittäjille

Arvoisa Yrittäjä!

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn!

Kyselyn kautta kerätään yrittäjien kokemuksia yrittäjyydestä. Kysely vie noin 5–10 min. Kyselyssä ei kerätä ja käsitellä henkilötietoja. Antamalla vastauksia pysyt anonyyminä, älä mainitse nimiä tai muita henkilökohtaista tietoa, että ke-
tään ei voida tunnistaa materiaalista.

Tähän tutkimukseen ei ole pakko osallistua, mutta se antaa arvokasta tietoa uuden yrittäjän tueksi tehtävää työkalupalettia varten. Eli vastaamalla autat uusia yrittäjiä. Opinnäytetyö on myös saatavilla vapaasti käyttöön julkaisemi-
sen jälkeen.

Kiitos arvokkaasta ajastasi!

Lisätietoja tästä kyselystä: ovilu005@edu.xamk.fi

1. Yrityksen perustiedot. Jos omistat useita yrityksiä, valitse vain yksi.

Yrityksen perustamisvuosi
Yritysmuoto
Yrityksen toimiala
Yrityksen sijainti
Yrityksen toiminta-alue

2. Yrittäjän perustiedot

Yksinyrittäjä
Työnantajayrittäjä

3. Pää- vai sivutoimiyrittäjä

Päätoimiyrittäjä
Sivutoimiyrittäjä

4. Työskentelyn muoto

Työskentelen toimitiloissa
Työskentelen kotoa käsin
Muu vaihtoehto

5. Yrittäjän koulutustaso

Peruskoulu
Lukiokoulutus
Ammatillinen koulutus
Ammattikorkeakoulu
Yliopisto
Muu vaihtoehto

6. Yrittäjän perhekoko

1 hengen perhe
2 hengen perhe
3 hengen perhe
4 hengen perhe
5+ hengen perhe
Muu vaihtoehto

7. Kerro lyhyesti oma tarinasi yrittäjäksi ryhtymisestä ja missä olet jo nyt.

8. Mistä olet saanut idean, kannustusta ja apua?

Kunnan elinkeinotoimi
Uusyrityskeskukset
Yrittäjäkurssi/-valmennus
Oppilaitokset tms.
Muut yrittäjät
Verkosto
Perhe/ystävät
Muu, mikä?

9. Saiko starttirahan?

Kyllä
Ei
Muu, mikä?

10. Minkälaisia yrittäjyysvalmiuksia ja osaamista sinulla oli jo ennen yrityksen perustamista?

Oppilaitosten kurssit/koulutukset/tutkinnot
Yrittäjäkurssi/-valmennus
Kokemus perheyrittäjätoiminnan kautta
Muu, mikä?

11. Miten tyytyväinen olet ratkaisusi ryhtyä yrittäjäksi nollasta kymppiin?

12. Minkälainen merkitys yrittäjyydestä on omassa elämässäsi?

Ei merkitystä
Merkitsee paljon
Muu, mikä?

13. Miten yrittäjyytesi vaikuttaa perheeseen ja ystäväpiiriin?

Ei vaikutusta
Vaikuttaa paljon
Muu, mikä?

14. Minkälaisiin haasteisiin törmäsit yrittäjyyden ensimmäisenä vuotena?

15. Miltä tuntuivat ensimmäiset onnistumiset nolasta kymppiin?

16. Minkälaisia ominaisuuksia mielestäsi yrittäjällä pitäisi olla?

17. Yritysten palveluiden ja tuotteiden kehittämiseen on tarjolla paljon erilaisia menetelmiä. Katso alla olevia erilaisia menetelmiä ja työkaluja ja laita ruksi tutun asian kohdalle. Jos olet käyttänyt menetelmiä ja työkaluja, kirjoita lyhyesti, missä yhteydessä olet käyttänyt niitä.

5 x miksi?

5P

6 hattua

7 S-malli

Aarrekartta

AIDASS-porrasmalli

Analyysikartta

Ansoffin matriisi

Arvokartta

Benchmarkkaus

BMC (Business Model Canvas)

Brainstorming

BSC (Balanced Scorecard)

Cynefin malli

Dagmar-porrasmalli

Delfoi-analyysi

Ennakointi

ERRC-matriisi

Gantt-kaavio

Haastattelu

Havainnointi

Hissipuhe

Impact Canvas

Kalanruoto

Kokeileva toiminta

Kolmen horisontin malli

Kriittinen reflektio

Kysely

Käsitekartta

Lean

Learning café

Liiketoimintamuotoilu

Miellekartta

Mind map

Mindfulness

MWB (Must-Win-Battles)

Nelikenttä

OEH-analyysi

OKR (Objectives and Key Results)

OKR Cycle

Palvelumuotoilu/Palvelumuotoilun menetelmät (palvelusafari, palvelupolku, asiakasraati, ristiinpölytys, moodboard, kuvakäsikirjoitus, storyboard, tarinallistaminen, prototyypaus, pilotointi, yhteissuunnittelu jne.)

PESTE-analyysi
 Pitchaus
 Porterin malli
 Portfolioanalyysi
 Portfoliomatriisi
 Päiväkirja
 Realistinen arviointi
 REAN
 Riskianalyysi
 Riskikartoitus
 Riskikartta
 Service Blueprint
 Sidosryhmäkartta
 Strategy Canvas
 SWOT-analyysi
 Toimintaympäristökartta
 Trendianalyysi
 Työpaja
 Unelmakartta
 Vaikuttavuusanalyysi
 Value Proposition Canvas
 Verkostokartta
 Visualisointi
 VPA (Value Proposition Act)
 Vuosikello
 Workshop
 Ydinosaamispuu
 Ympäristöanalyysi
 Muu menetelmä tai työkalu, mikä?
 Verkkotyöskentelyä varten työkalut (esim. Padlet, Teams, Zoom, Miro, Linoit jne.)
 Sosiaalisen median työkalut
 Muut verkkotyöskentelyä varten työkalut ja ohjelmat, mitkä?

18. Miten mielestäsi menetelmien ja työkalujen käyttöosaaminen vaikuttaa yritystoimintaasi nollasta kymmppiin?

19. Mitä menetelmiä ja työkaluja mielestäsi tulevan yrittäjän pitää osata jo ennen yrittäjäksi ryhtymistä?

20. Mitä sanoisit nyt aloittavalle yrittäjälle tai yrityksen perustamista harkitsevalle?

21. Mitä tekisit toisin, jos aloittaisit yritystoimintasi nyt uudestaan?

22. Kiitos osallistumisesta tähän kyselyyn. Kyselyn tuloksista on tarkoitus vielä miettiä aloittavan yrittäjän menetelmä- ja työkalupalettia, johon olet tervetullut. Osallistumalla jatkotyöskentelyyn saat useammasta menetelmästä tietoa, jota voit hyödyntää oman yrityksen kehittämisessä. Voit valita sinulle sopivan tavan ja jättää sähköpostiosoitteesi tekstikenttään, yhteyttä otetaan kesän 2022 lopussa. Osallistuminen tähän jatkojalostukseen on myös vapaaehtoista. So- piiko sinulle:

Haastattelu (1 t.)

Yhteissuunnittelutyöpaja verkossa muiden yrittäjien kanssa (1 t.)

Paikasta ja ajasta riippumaton tehtävä verkkovalkotaulun kautta (Padlet)

Saate, opinnäytetyön tekijän somekanavat

Hei, LinkedInin verkostokaveri ja yrittäjä!

Tammikuussa olen aloittanut suorittamaan Yrittäjyyden ylempää tradenomi - tutkintoa ja samalla opinnäytetyön prosessi on myös aloitettu. Opinnäytetyön aihe on "Yrittäjän ensimmäinen vuosi" ja kyse on koko vuoden case-yrityksen havainnoinnista. Havainnoinnin lisäksi tarvitsen vielä muiden yrittäjien kokemuksia, joita verrataan case-yritykseen.

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn: <https://link.webropolsurveys.com/S/67552205356EE408>

Kyselyn kautta kerätään yrittäjien kokemuksia yrittäjyydestä. Kysely vie noin 5-10 min. Kyselyssä ei kerätä ja käsitellä henkilötietoja. Antamalla vastauksia pysyt anonyyminä, älä mainitse nimiä tai muita henkilökohtaisia tietoja, että ketään ei voida tunnistaa materiaalista. Tähän tutkimukseen ei ole pakko osallistua, mutta se antaa arvokasta tietoa uuden yrittäjän tueksi tehtävää työkalupalettia varten. Eli vastaamalla autat uusia yrittäjiä. Opinnäytetyö on myös saatavilla vapaasti käyttöön julkaisemisen jälkeen.

Kysely on auki heinäkuun 2022 loppuun saakka. Kyselyn saa jakaa eteenpäin.

Kiitän etukäteen!

Saate, sähköposti yrittäjille

Arvoisa Yrittäjä!

Liikenisikö sinulta 10 minuuttia uusien yrittäjien tueksi tehtävän työkalupaletin laadintaan? Voit auttaa vastaamalla kyselyyn.

Kysely on osa opinnäytetyötäni ”Yrittäjän ensimmäinen vuosi”, jossa havainnoidaan esimerkkiyrityksen kautta yrityksen ensimmäisen vuoden haasteita, työvaiheita ja onnistumisia. Esimerkki-yritys on vuonna 2022 perustettu valmennus- ja mentorointialan yritys Tiina Heikka Oy. Nyt kerätään eri alojen yrittäjien kokemuksia verrattavaksi case-yritykseen. Kyselyn tuloksia käytetään vain opinnäytetyössäni, joka on osa Yrittäjyyden ylempää AMK-tutkintoani.

Kyselyyn vastanneille tarjotaan mahdollisuus osallistua maksuttomaan vetämääni työpajaan, jossa opit erilaisista palvelumuotoilun työkaluista hyödynnettäväksi oman yrityksesi kehittämisessä.

Opinnäytetyön osana syntyy uusille yrittäjille suunnattu, maksuton opas ja työkalupaletti yrityksen perustamisen ja käynnistämisen helpottamiseksi.

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn: <https://link.webpolsurveys.com/S/67552205356EE408>

Kyselyn kautta kerätään yrittäjien kokemuksia yrittäjyydestä. Kysely vie noin 5-10 min. Kyselyssä ei kerätä ja käsitellä henkilötietoja. Antamalla vastauksia pysyt anonyyminä, älä mainitse nimiä tai muita henkilökohtaisia tietoja, että ketään ei voida tunnistaa materiaalista. Tähän tutkimukseen ei ole pakko osallistua, mutta se antaa arvokasta tietoa uuden yrittäjän tueksi tehtävää työkalupalettia varten. Eli vastaamalla autat uusia yrittäjiä. Opinnäytetyö on myös saatavilla vapaasti käyttöön julkaisemisen jälkeen.

Kysely on auki heinäkuun 2022 loppuun saakka. Kyselyn saa jakaa eteenpäin.

Kiitän etukäteen!

ystävällisin terveisin

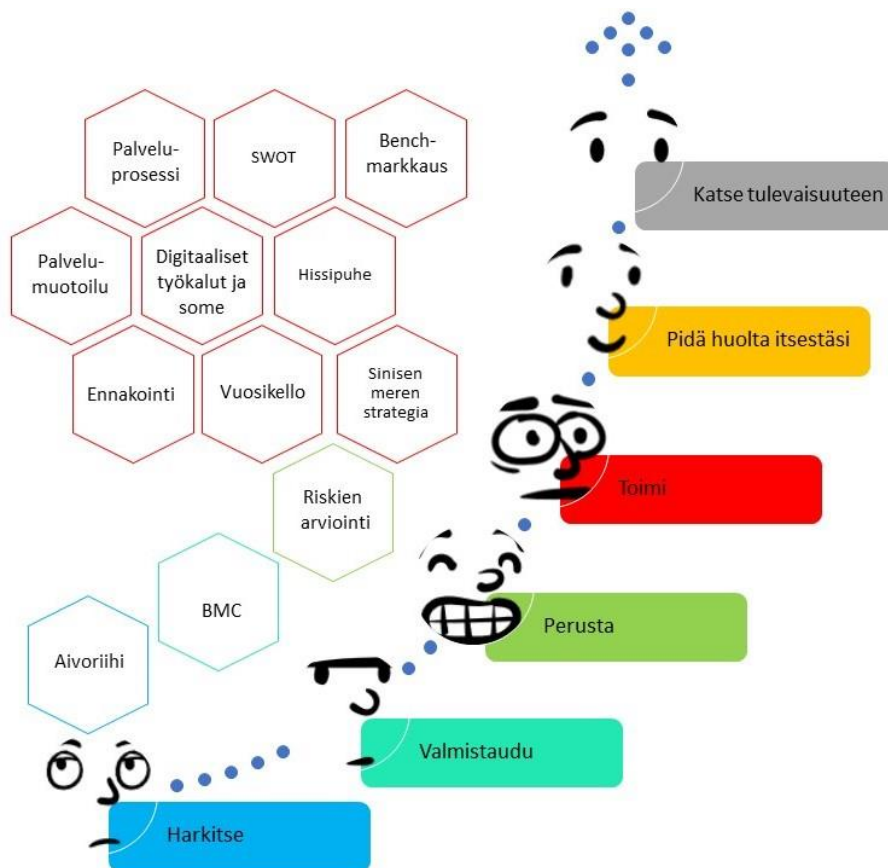
Viktoria Lunkka

Toimintamalli ja ohje yrittäjyyttä harkitseville ja aloittaville yrittäjille



Et pelkää haasteita?

Oletko idioottioptimismia täynnä oleva ahkera ja sisukas yksilö? Oletko halukas kokeilemaan yrittäjyyttä? Aloita polkusi yrittäjyyteen harkitsemalla pitkään, valmistautumalla hyvin ja perustamisvaiheessa käyttämällä menetelmiä ja työkaluja tämän toimintamallin avulla vaiheittain.



Harkitse-vaihe

- Työkaluna aivoriihi: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/aivoriihi>

Olisiko minusta yrittäjäksi? <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoinnin-suunnittelu/opas/olisiko-minusta-yrittajaksi>

Yrittäjätesti: <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/yrittajaksi-ryhtyminen/yrittajatesti/>

Yrittäjäkoulutukset ja yrittäjävalmennukset: <https://opintopolku.fi/wp/valintojen-tuki/yrittaja/yrityskoulutus-ja-yrittajavalmennus/>

Minustako yrittäjä? -valmennus, esimerkiksi Kaakkois-Suomessa: https://toimistot.te-palvelut.fi/valmennukset/-/asset_publisher/4MYbBRIVrXV5/calendar/id/43329925

Mietityttääkö alkutoimentulo? <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yrittajan-arki-ja-toimeentulo/opas/yrittajan-toimeentulon-turvaaminen>



Valmistaudu-vaihe

- Työkaluna BMC: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/business-model-canvas>

Tietoa ja palveluja yrityksille ja yrityksen perustajille: <https://www.suomi.fi/yritykselle>

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusten yritysten palvelut: <https://www.ely-keskus.fi/yritysten-palvelut>

sekä yritysten kehittämispalvelut: <https://www.ely-keskus.fi/web/yritystenkehittamispalvelut>

Työ- ja elinkeinotoimistojen palvelut: <https://tem.fi/julkiset-tyovoima-ja-yrityspalvelut>

Uusyrityskeskusten palvelut: <https://uusyrityskeskus.fi/>

Kehitysyhtiöiden palvelut, esimerkiksi Kouvolassa: <https://kinno.fi/>

ProAgrian Yrityspalvelut aloittaville yrityksille: <https://www.proagria.fi/>



Perusta-vaihe

Työkaluna riskien arviointi: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/riskien-arviointi-0>

Aloittavan yrittäjän muistilista: <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opas/olisiko-minusta-yrittajaksi/aloittavan-yrittajan-muistilista>

Yrityksen perustamisopas: <https://uusyrityskeskus.fi/apua-yrittajyyteen/perustamisopas/>

Yrityksen perustaminen -opas: https://www.yrittajat.fi/opaat/yrityksen-perustaminen/?gclid=Cj0KCQiA7bucBhCeARIsAIOwr-CJHefX7G-HT_uv3OBISB4zZ7GiC5XCpmhFu-jNAEC7vAIKzSUqDE8aAip6EALw_wcB



Toimi-vaihe

Käytä työkaluja ja menetelmiä tarpeen mukaan

Kerro yrityksestäsi: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/hissipuhe>

Strategiasta: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/sinisen-meren-strategia-engl-blue-ocean-strategy>

Analysoi oman toiminnan: <https://pk-rh.fi/tools/swot.html>

Oppia parhailta: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/vertailukehittaminen>

Asiakkaiden osallistuttaminen ja yhteiskehittäminen: http://www.variaprojektit.fi/palvelumuotoilu/wp-content/uploads/2014/08/Sivistystoimen_tyokalupakki_palvelumuotoiluun2.pdf

Palveluprosessi näkyväksi: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/service-blueprint>

Suunnittele yrityksesi vuosi: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/vuosikello>

Ennakoi: <https://www.sitra.fi/teemat/ennakointi/>

Hyödynnä digitaalisia työkaluja: <https://www.toptools4learning.com/tools-a-z/>



Pidä huolta itsestäsi -vaihe

Työterveyslaitos, Yrittäjän työkirja hyvään elämään: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-391-028-7>



Katse tulevaisuuteen -vaihe

Työ- ja elinkeinoministeriö, Yrityspalvelut 2024+ -selvitys, Selvitysraportti 2022: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163867/TEM_2022_21.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö, Yrittäjyysstrategia: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164095/TEM_2022_32.pdf?sequence=1&isAllowed=y