



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Susanna Juvakka

Jalkaterapiayrittäjien käymät lisä- ja jatko- koulutukset ja yrityksen menestystekijät

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Jalkaterapia AMK

Jalkaterapian tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

26.11.2020

| | |
|---|---|
| Tekijät Otsikko | Susanna Juvakka Jalkaterapiayrittäjien käymät lisä- ja jatkokoulutukset ja yrityksen menestystekijät |
| Sivumäärä Aika | 24 sivua + 2 liitettä 26.11.2020 |
| Tutkinto | Jalkaterapia AMK |
| Tutkinto-ohjelma | Jalkaterapian tutkinto-ohjelma |
| Suuntautumisvaihtoehto | Jalkaterapeutti |
| Ohjaajat | Lehtori Matti Kantola Tutkintovastaava Pekka Anttila Yliopettaja Anu Valtonen |
| <p>Tässä opinnäytetyössä kartoitetaan yrityksen menestystekijöitä, sekä jalkaterapiayrittäjien käymiä lisä- ja jatkokoulutuksia. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää kyselyn avulla, kuinka tärkeiksi jalkaterapeutit kokevat eri tekijät yrityksen menestyksen kannalta. Tavoitteena on lisätä valmistuvien jalkaterapeuttien tietoutta yrityksen menestystekijöistä.</p> <p>Tutkimus on kvantitatiivinen kyselytutkimus, ja se on toteutettu Google Forms -alustalla. Sen kohderyhmänä olivat koulutuksesta jo valmistuneet jalkaterapeutit, jotka ovat toimineet yksityisyrittäjinä. Tutkimuskutsu julkaistiin Facebookin Jalkaterapeutit-ryhmässä. Jalkaterapiayrittäjyydestä ei ole juurikaan tehty tutkimuksia, joten aineistonkeruussa hyödynnettiin hyvinvointialan yrittäjyyttä yleisesti käsittelevää kirjallisuutta.</p> <p>Tuloksissa nousi esiin jalkaterapiayrittäjien käymiä lyhyempiä kursseja ja koulutuksia, ja osa vastaajista oli opiskellut myös kolmannen asteen tutkinnon tai avoimen yliopiston ja ammattikorkeakoulun kursseja. Tärkeimmiksi verkostoiksi koettiin toiset jalkaterapeutit ja muut yksityiset ammatinharjoittajat. Hieman yli puolet koki julkisen sektorin tärkeäksi verkostoksi. Reilu puolet vastaajista oli myös sitä mieltä, että kunnallinen toimintaympäristö on melko tärkeä tai erittäin tärkeä yritystoiminnan kannalta. Markkinointikeinoista kaikista tärkeimmäksi koettiin puskaradio, jonka jälkeen tulivat Google-haku ja yrityksen kotisivut. Instagram, Facebook, lehdet ja julkisten paikkojen ilmoitustaulut jakoivat mielipiteitä, mutta niiden käyttö riippuu todennäköisesti yrityksen kohderyhmästä. Yrittäjän ominaisuuksista tunnollisuus ja sinnikkyys koettiin tärkeimmiksi.</p> <p>Kyselyn avulla saatiin kokemusperäistä tietoa kerätyssä aineistossa käsiteltyjen yrittäjyyteen liittyvien ilmiöiden tueksi. Tuloksista voi olla aloitteleville jalkaterapeuteille hyötyä itsensä kehittämisessä ja yritystoiminnan aloittamisessa.</p> | |
| Avainsanat | Jalkaterapiayrittäjyys, kysely, kvantitatiivinen tutkimus |

| | |
|---|--|
| Authors Title | Susanna Juvakka Further Training of Podiatry Entrepreneurs and Success Factors for the Company |
| Number of Pages Date | 24 pages + 2 appendices 26 November 2020 |
| Degree | Bachelor of Health Care |
| Degree Programme | Podiatry |
| Specialisation option | Podiatry |
| Instructors | Matti Kantola, Senior Lecturer Pekka Anttila, Senior Lecturer Anu Valtonen, Principal Lecturer |
| <p>The aim of this Bachelor's thesis was to conduct a survey to investigate the further professional training of Finnish Podiatry Entrepreneurs. In addition, the aim was to find out which factors podiatry entrepreneurs consider important for the success of their companies.</p> <p>As for the methods, the survey was carried out as a quantitative, structured online survey made with Google Forms. It was distributed in the Facebook's podiatrist group 'Jalkaterapeutit'. Currently, there is little in the way of research findings or any previous surveys about Finnish podiatry entrepreneurs, and therefore, the literature for this survey was collected from health care companies in general.</p> <p>It was discovered that the interviewed entrepreneurs had undertaken various shorter courses, for example massage, or courses in an open university. Some of them had completed academic postgraduate studies, such as a Master's degree in a university. They regarded other podiatrists as their most important network, and the other self-employed health care workers as the second. Even 52.8% found public health care to be an important part of their network, and 55.5% thought that municipal operating environment is either semi-important or very important for their business success. The entrepreneurs selected « grapevine » as the most important marketing tool. The next most important tools were Google search and company websites. Instagram, Facebook, magazines (digital and printed), and notice boards divided opinions among the respondents, but they are most likely used to get in touch with different target groups. From the qualities of the entrepreneurs, conscientiousness and perseverance were deemed to be the most important ones.</p> <p>In conclusion, the survey collected experience-based knowledge to support the material collected from literature. The results may help future podiatry entrepreneurs develop professionally and provide guidance when starting their businesses.</p> | |
| Keywords | Entrepreneurship in Finnish podiatry, survey, quantitative research |

Sisällys

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Sosaali- ja terveystieteen yrityksen toiminnan keskeiset käsitteet | 3 |
| 2.1 | Innovatiivisuus ja tuotteistaminen | 3 |
| 2.2 | Markkinointi ja verkostoituminen | 4 |
| 2.3 | Yrityksen menestystekijät | 5 |
| 2.4 | Lainsäädäntö yritystoiminnan taustalla | 10 |
| 3 | Työn tavoite, tarkoitus ja tutkimuskysymykset | 12 |
| 4 | Opinnäytetyön menetelmälliset ratkaisut | 13 |
| 4.1 | Strukturoitu kysely | 13 |
| 4.2 | Tutkimusetiikka | 13 |
| 5 | Tulokset | 15 |
| 5.1 | Lisä- ja jatkokoulutukset | 15 |
| 5.2 | Alan kirjallisuuden ja muun materiaalin seuraaminen | 17 |
| 5.3 | Verkostoituminen | 18 |
| 5.4 | Markkinointi | 19 |
| 5.5 | Tuotteistaminen ja proaktiivisuus | 20 |
| 5.6 | Yrittäjän ominaisuudet | 20 |
| 6 | Pohdinta | 22 |
| | Lähteet | 25 |
| | Liitteet | |
| | Liite 1. Saatekirje | |
| | Liite 2. Kysely | |

1 Johdanto

Jalkaterapeuttien mahdollisuudet työllistyä julkiseen terveydenhoitoon tai palkalliseksi ovat rajalliset. Iso osa jalkaterapeuteista työllistyy yrittäjinä, mutta yrittäjyys voi myös tuntua haastavalta. Osa valmistuneista valitseekin valmistumisen jälkeen uuden alan opiskelun tai palaa entiseen työhönsä yrittäjyyden sijaan. Vaikka yrittäjyys nouseekin esille jo opintojen aikana, voivat oman asiakaskunnan löytäminen ja yrityksen kannattavuus mietityttää.

Tässä opinnäytetyössä keskitytään hyvinvointialan yrittäjyyteen jalkaterapeutin näkökulmasta, ja kartoitetaan yrityksen menestystekijöitä. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää kyselyn avulla, kuinka tärkeiksi jalkaterapeutit kokevat eri tekijät yrityksen menestyksen kannalta. Tavoitteena on lisätä valmistuvien jalkaterapeuttien tietoutta yrityksen menestystekijöistä. Jalkaterapiayrittäjyydestä ei juurikaan löydy aineistoja, joten viitekehysessä sovelletaan sosiaali- ja terveysalan yrityksiä yleisesti käsittelevää kirjallisuutta ja tutkimuksia.

Koska opinnäytetyön tavoitteena on tarjota opiskelijoille ja muillekin alan toimijoille tietoa jalkaterapeutin yritystoiminnan menestystekijöistä, on myös yritystoimintaan liittyvä keskeinen lainsäädäntö liitetty viitekehykseen. Lisäkoulutukset ja itsensä kouluttaminen liittyvät yritystoiminnan laajentamiseen, joten kyselyssä kartoitetaan myös jalkaterapeuttien lisäkoulutusmahdollisuuksia, jotta saadaan koottua niistä yleisimmät ja tuotua esille vähemmän hyödynnettyjä mahdollisuuksia.

Kokoamalla tietoa jalkaterapiayrittäjyydestä yhteen paikkaan voidaan mahdollisesti rohkaista valmistuvia opiskelijoita yrittäjyyteen. Myös alalla jo pidempään toiminut ammattilainen saattaisi saada kyselyn tuloksista uusia ideoita oman yrityksen kehittämiseen ja lisäkoulutusmahdollisuuksiin.

Vuonna 2006 on tehty opinnäytetyö, jossa tutkittiin jalkaterapeuttien sijoittumista ja työnkuvaa Suomessa. Kyseisen opinnäytetyön kyselyyn vastanneista jalkaterapeuteista (n=119) 40,7 % toimi vastaushetkellä yksityisenä ammatinharjoittajana omassa yrityksessä. (Muurman & Tenkanen & Vauhkonen: 21-22.) Tutkimuksen otanta oli melko pieni (119 vastausta), ja jalkaterapeutteja on sen jälkeen valmistunut lisää vuosittain, joten yrittäjien osuus voi olla nykyisin jonkin verran suurempi. Yrittäjyys on siis alalla yleistä,

eikä nimenomaan jalkaterapiayrityksen menestystekijöihin liittyvää kartoitusta ole aiemmin tehty.

Jalkaterapeutit ovat vielä suhteellisen tuntematon osaajien joukko, joten omien palvelujen ja osaamisen erittely suhteessa muihin toimijoihin on erityisen tärkeää. Päättäjät ja kuluttajat eivät välttämättä tiedä, mitä jalkaterapeutin ammatinkuvaan kokonaisuudessaan kuuluu ja miten se eroaa jalkahoitajista, jalkojenhoitajista ja esimerkiksi fysioterapeutista kuntoutuksen alueella. Toisinaan ammattikuntamme osaaminen sekoitetaan myös kosmetologien tarjoamaan terveiden jalkojen kauneudenhoitoon. Entistä vahvempi osaaminen ja yritysten laajempi asiakaskunta lisäisivät ihmisten tietoutta jalkaterapeuttien olemassaolosta ja tarpeellisuudesta, ja toisi näin mahdollisesti lisätuottoa jo olemassa oleville yrityksille.

Ammattitaidon ylläpitäminen oman osaamisen päivittämisellä ja laajentamisella on yrityksen toiminnan ja menestyksen kannalta ensiarvoisen tärkeää, sillä yrittäjä ajatellaan oman alansa asiantuntijana. Jalkaterapeutin työn perustana on oman alan ydinosaaminen, jonka kehittäminen on tärkeintä yrityksen menestymisen kannalta. Ydinosaamisen lisäksi monipuolinen palvelutarjonta auttaa oman asiakaskunnan löytämisessä, kun on laajemmat mahdollisuudet asiakkaiden ongelmien ratkaisuun. Hyvinvointialan toimijoille löytyy paljon erilaisia täydennyskoulutuksia, esimerkiksi lymfahoitoa, erilaisia hieronta-koulutuksia, kuumakivihoitoja ja muuta vastaavaa. Osa jalkaterapeuteista opiskelee edelleen esimerkiksi fysioterapeutiksi.

Yksityisyrittäjänä toimiminen mahdollistaa toiminnan laajentamisen eri tavoin, joten itsensä kurssittaminen ei ole välttämättä ainoa vaihtoehto yritystoiminnan monipuolistamiseksi. Esimerkiksi jälleenmyymällä erilaisia tuotteita, kuten jalkavoiteita tai lampaanvillaa, voi saada lisätuloja. Myös personal training -palvelut ja erilaisten fysikaalisten hoitojen, esimerkiksi TENS-sähköhoidon, tarjoaminen voidaan nähdä jalkaterapeutin tarjoamina oheispalveluina.

2 Sosaali- ja terveysalan yrityksen toiminnan keskeiset käsitteet

Hyvä yhteenveto sosiaali- ja terveysalan yrittäjyyden toimintaan liittyvistä tekijöistä on Kainlaurin *kaali*, eli kunnallinen toimintaympäristö, arvot, asenteet ja asiakaslähtöisyys, ammattitaito, lait ja asetukset sekä innovoiva bisnes. Kunnat voivat tehdä yhteistyötä eri alojen yrittäjien kanssa; ne kilpailuttavat palveluja ja ottavat kantaa yrittäjyyteen luodessaan elinkeinostrategioita. Kunnallinen toimintaympäristö voi siis olla yrittäjyyttä hankaloittava tai suosiva. (Kainlauri 2007: 42.) Yrittäjäksi aikova tarvitsee myös vahvan ammatillisen itsetunnon, jotta pystyy tarvittaessa vakuuttamaan kuluttajat ja päättäjät palvelujensa tarpeellisuudesta.

2.1 Innovatiivisuus ja tuotteistaminen

Innovatiivisuus tarkoittaa uusien ideoiden pohjalta luotuja innovaatioita, ratkaisuja käytännön ongelmiin, jotka voivat olla toimintamalleja, tuotteita tai palveluita. Innovaatio ei siis ole idea tai keksintö itsessään, vaan valmiiksi kehitetty tuote tai toimintamalli, josta on hyötyä käyttäjälleen. (Siltala 2009.) Innovoivassa bisneksessä yrittäjän täytyy olla askeleen edellä meneillään olevia muutoksia (Kainlauri 2007: 42).

Yrittäjän tärkeä tehtävä on muotoilla hoivan ja hoitamisen ajankohtaiset arvot konkreettiseksi tehtäviksi ja ostettaviksi palveluiksi (Kainlauri 2007: 16). Arvoilla ja asenteilla tarkoitetaan ajankohtaisia ilmiöitä, jotka vaikuttavat kuluttajien päätöksiin ja suhtautumiseen yrittäjyyttä kohtaan (Kainlauri 2007: 42). Asiakaslähtöisyydellä taas pyritään vastaamaan kysyntään, eli kohdentamaan palveluita kuluttajakunnan tarpeiden mukaan.

Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yrittäjän täytyy kartoittaa valitun kohderyhmän tarpeet ja arvomaailma, ja heijastaa siitä saatava tietous palveluvalikoimaan ja markkinointistrategiaan. Jos jalkaterapeutin kohderyhmänä ovat esimerkiksi urheilijat tai ikääntyneet ihmiset, niin palvelujen kuvaamisessa käytettävä kieli on todennäköisesti hieman erilaista; urheilijalle tarjotaan yksilöllistä ja tehokasta alaraajan kiputiloja helpottavaa terapiaa, jotta päästään takaisin kilpailemaan, ja vanhoille ihmisille toimintakyvyn ja terveyden kohentamiseen liittyviä palveluja arjen sujuvuuden helpottamiseksi. Taitava yrittäjä osaakin määritellä palvelunsa siten, että niissä on sopivassa suhteessa elementtejä arkisista kokemuksista ja ammatillisista käytänteistä (Kainlauri 2007: 16).

Paljon on kiinni yrittäjän henkisestä pääomasta, luovuudesta, tahdosta ja yrittäjämäisestä suhtautumisesta (Kainlauri 2007: 42).

Tuotteistamisessa palvelu määritellään sen osatekijöiden mukaan, kuten siihen liittyvien toimenpiteiden ja käytettävän ajan perusteella (Kainlauri 2007). Usein sillä tarkoitetaan tuotettujen ja asiakkaalle rakennettujen palvelujen erittelyä, tarkkaa määrittelyä ja profiloimista asiakasryhmän huomioon ottaen, eli palvelujen paketoimista. Tuote voi olla aineeton tai aineellinen palvelu, tai näiden yhdistelmä. (Holma 2006: 22.) Hyvinvointialalla palvelut ovat pääasiassa aineettomia palveluja, joiden tarkoitus on edistää asiakkaan terveyttä ja kokonaisvaltaista hyvinvointia. Tuote voi olla myös aineellinen, esimerkiksi asiakkaan itsehoitoon tarkoitettu väline.

Jalkaterapiayrittäjä voi tuotteistamisen avulla tuoda käytäntöön lisäkoulutuksen kautta saadut ideat yrityksen palveluvalikoiman laajentamisesta. Kuntoutusalalla on kuluttajan kannalta olennaista, että hänet kohdataan kasvotusten, jolloin tarvitaan joko tilat asiakas kohtaamiselle, tai terapeutilla on oltava mahdollisuus tavata asiakas hänen kotonaan. Asiakaskunnan mukaan myös palvelun tarjoamisen ajankohta on tärkeä, sillä eri kohde-ryhmien elämänrytmi voi poiketa toisistaan huomattavasti. Palvelun suorittamisen paikka ja aika ovat siis tärkeä osa palvelua (Kangasniemi 2012: 18-19).

2.2 Markkinointi ja verkostoituminen

*Markkinoinnin peruspilareita ovat selkeys ja johdonmukaisuus. Ne liittyvät varsinkin sopivanlaisen imagon eli mielikuvan luomiseen. Mielikuvat vaikuttavat suuresti ostopäätöksiin, joten myönteisen mielikuvan muodostaminen yrityksestä on tärkeää. Tyyli- ja mielikuvatekijöiden lisäksi imagoon liittyvät toiminnalliset tekijät, kuten laatu ja palvelu. Markkinoinnin sisältönä on varsinaisen tuotteen tai palvelun tuominen esille, jolloin puhutaan *ydintuotteesta, lisäeduista ja mielikuvatuotteesta.* (Kainlauri 2007: 79-85.)*

Ydintuote on yrityksen keskeisin anti, esimerkiksi jalkaterapiapalvelut, jotka ovat tässä tapauksessa sama asia kuin yrittäjän ydinosaminen. Lisäedut ovat yrityksen tarjoamia muita palveluja, kuten joustavat aukioloajat. Mielikuvatuote tarkoittaa imagoon liittyviä asioita. Palvelu rakennetaan ydintuotteesta lähtien ja ostetaan mielikuvatuotteesta edeten, joten tuotealueista on rakennettava yhtenevä kokonaisuus. (Kainlauri 2007: 79-85.)

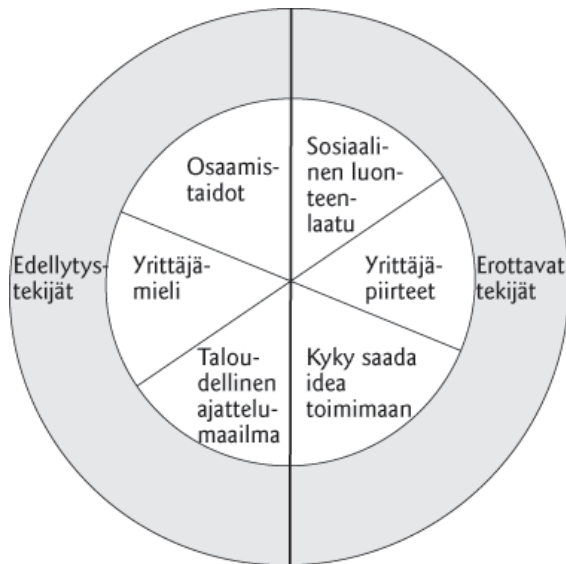
Yrityksen toiminnan turvallisuus, luotettavuus ja ammatillisuus ovat usein hyvinvointipalveluja tarjoavan yrityksen markkinoinnin teemoina. Aloittavan yrittäjän kannattaa keskittyä yhteen tai korkeintaan muutamaaan *segmenttiin* eli asiakasryhmään markkinoinnissa. Sosioekonomiset, kulttuuriset, alueelliset ja käyttäytymiseen liittyvät tekijät on hyvä ottaa

huomioon, kun kartoitetaan asiakasryhmän motiiveja, tarpeita ja toiveita. Esimerkiksi kaupungissa asuville lapsiperheille markkinointi kohdennetaan eri tavoin kuin syrjäseudulla asuvalle vanhemmalle väestölle. Terveyspalveluja tarjoavan yrityksen kannattaa ottaa markkinoinnissa huomioon kohdeasiakkaan lisäksi myös kunnan virkamiehet ja päättäjät ostopäätösten tekijöinä. Markkinointisuunnitelma on kirjallinen esitys markkinointiratkaisuista, jossa kuvataan senhetkisiä markkinoita, analysoidaan kysyntää ja kilpailijoita, sekä kuvataan yrityksen markkinointistrategia. (Kainlauri 2007: 79-85.)

Verkostoitumisessa on kolme vaihetta: luominen, johtaminen ja kehittäminen sekä purkaminen. Luomisvaiheessa mietitään, miksi verkostoidutaan ja mitä yhteistyöltä halutaan, sitten selvitetään soveltuvat kumppanit. Kumppaneiden kanssa käydään läpi yhteiset hyödyt ja kunkin osaamistarpeet. Kun yhteinen linja on löytynyt, niin luodaan tehokas ja myönteinen ilmapiiri. Kun nämä asiat ovat kunnossa, voidaan tehdä verkostosopimus. (Kaakkois-Suomen yritysverkko.) Toimiakseen verkostossa on oltava vastaanottavainen uuden oppimiselle ja osattava ajatella kriittisesti omaa sekä verkoston toimintaa. Pienyritysten verkostot rikastavat paikallista palvelutarjontaa vahvistamalla osaamista ja palvelujen kattavuutta alueella. (Kainlauri 2007: 87-89.)

2.3 Yrityksen menestystekijät

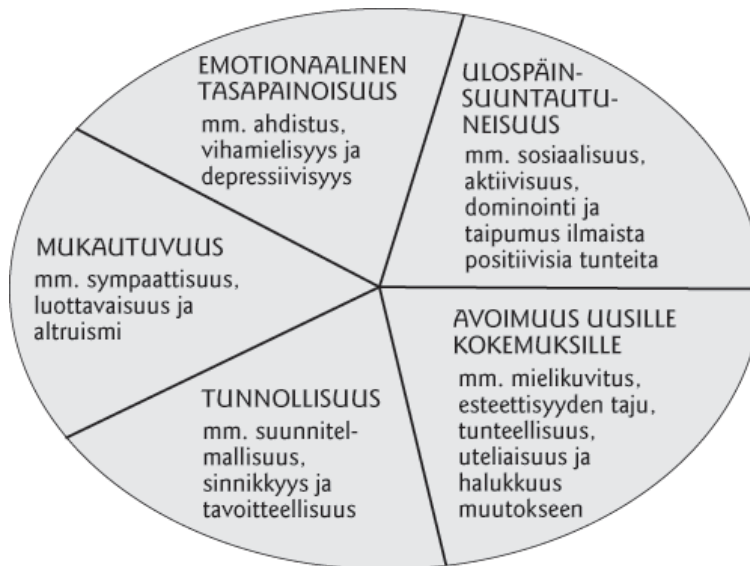
Jotta voidaan rakentaa tuottava ja hyvin menestyvä yritys, on tiedettävä millaisia ominaisuuksia ja osaamista yrittäjältä vaaditaan. *Mikä tekee yrittäjästä menestyvän?* -kirjassa (Lehti & Rope & Pyykkö 2007) on esitelty ohessa oleva kuvio, jossa kuvataan *menestysyrittäjän tuloskentät*. On siis olemassa ominaisuuksia, jotka ovat edellytyksenä yrittäjyydelle ja tekijöitä, jotka erottavat tuloksellisimmat yrittäjät muista. Tuloskentät voidaan liittää Kainlaurin kaaliin; yritystoiminnan eri osa-alueiden toimivuus on kiinni yrittäjän ominaisuuksista ja kyvystä muuttaa ideansa rahallisesti tuottavaksi toiminnaksi



Kuvio 1. Menestysyrittäjän tuloskentät (Lehti ym. 2007).

Yrittäjällä on oltava vahvat alansa *osaamistaidot*, mutta menestyäkseen hänen on saatava liikeideansa toimimaan. Tämä korostaa tuotteistamisen merkitystä palvelualan yrityksessä. Kun yrittäjällä on alusta lähtien *taloudellinen ajattelu-maailma*, hän tiedostaa, että yritystoiminnassa kaikki tekeminen mitataan rahassa. (Lehti ym. 2007.) Toisaalta palvelualan yrityksessä yksi iso menestyksen mittari on työn laatu, sillä ilman sitä on mahdotonta houkuttaa maksavia asiakkaita palveluidensa piiriin.

Osaamisen ja taloudellisen näkökulman lisäksi aloittavalla yrittäjällä on oltava *yrittäjämieli*, eli palava halu ja asenne toimia yrittäjänä, joka ylläpitää motivaatiota myös haastavissa tilanteissa. Yrittäjämielisistä parhaiten menestyvät kuitenkin ne, jotka pystyvät tuomaan itsestään esille yritystoiminnassa edulliset *yrittäjäpiirteet*. Näitä piirteitä ei tarvitse välttämättä olla valmiina, vaan niitä voi opetella ilmentämään omassa toiminnassaan. (Lehti ym. 2007.)



Kuvio 2. Kuvio 2. Persoonallisuuden Big Five -rakenne (Costa & McCrae 1975, kuvio Lehti ym. 2007).

Lehti et al. käsittelevät yrittäjälle edullisia persoonallisuuspiirteitä Big Five -teorian (Costa & McCrae 1975) kautta. Tunnollisuus, ulospäinsuuntautuneisuus ja uusille kokemuksille avoimuus -lohkojen piirteet ovat yrittäjälle eduksi hallitsevina piirteinä, siinä missä liiallisella mukautuvuudella voi olla kilpailukyvyn ja yrityksen tekemän tuloksen kannalta negatiivinen vaikutus, jos ei ole määrätietoisuutta tuoda omaa näkemystään ja osaamistaan esille eri tilanteissa. Emotionaalinen tasapainoisuus tukee muita ominaisuuksia ja työssä jaksamista. (Lehti ym. 2007.) Tulokset mainittu *sosiaalinen luonteenlaatu* linkittyy Big Five:n ulospäinsuuntautuneisuuteen; kun on sosiaalisesti aktiivinen, niin verkostojen luominen sujuu luontevammin.

Vaikka ei saisikaan korkeita pisteitä niistä ominaisuuksista mitkä ovat eduksi yrittäjyydessä, ei se kuitenkaan tarkoita, etteikö voisi luoda menestyvää yritystä. Kun tiedostaa omat heikkoutensa, on mahdollista kehittää itseään, tai yrittäjäpersoonansa, haluttuun suuntaan.

Yrityksen *ydintulos* voidaan määritellä sille asetettujen tavoitteiden kautta. Yrityksen tulostekijöitä onkin monia riippuen yrittäjätyyppistä. Lehti ym. on luokitellut yrittäjät neljään eri tyyppiin; harrastajayrittäjä, elämäntapayrittäjä, työyrittäjä ja liikeyritysyrittäjä. *Harrastajayrittäjä* on onnistunut luomaan itselleen mielekkästä tekemisestä taloudellisesti kannattavaa sisältöä elämäänsä, niin että tulot kattavat toiminnan kulut ja yrityksen talous on tasapainoinen. Harrastajayrittäjä voisi esimerkiksi toimia kevytyrittäjänä, jolloin kyseessä olisi sivutyö varsinaisen ansiotyön ohella. *Elämäntapayrittäjät* ovat vuorostaan

ajautuneet yrittäjyyteen asettamatta sille suuria taloudellisia odotuksia, koska se on ollut lähes ainoa sopiva toimintamuoto heidän tekemälleen työlle, esimerkkeinä toimivat maatalousyrittäjät ja käsityöläiset. *Työyrittäjän* tavoitteena on saavuttaa yritystoiminnallaan ansiotulot, joilla hän voi kattaa omat, ja myös mahdollisen perheen, elinkustannukset ja olla tyytyväinen elämäänsä. *Liikeryrittäjän* erottaa muista tyypeistä se, että yritys on perustettu täyttämään tietyn tehtävän, ja sille on asetettu selkeät tulos- ja liiketoimintatavoitteet. (Lehti ym. 2007.)

Yrittäjätyyppin lisäksi on otettava huomioon *yrityksen tulostavoitteet*, jotka voidaan jakaa markkina-, voitto- ja jatkuvuustuloksiin. Tulostavoitteet liittyvät suoraan toisiinsa; mikäli ei saavuteta hyvää markkina-asemaa, ei myöskään päästä hyviin voittotuloksiin, mikä johtaa yrityksen jatkuvuuden vaarantumiseen.



Kuvio 3. Kuvio 3: Yrityksen keskeiset tulostavoitteet (Lehti ym. 2007).



Kuvio 4. Kuvio 4: Yrityksen markkinamenestyksen tuloskomponentit (Lehti ym. 2007).

Yrityksen tulosta kannattaa siis lähteä rakentamaan *markkinatulosten* kautta. Osalla yrittäjistä on vallalla ajattelumalli, jossa laadukas tuote tai palvelu myy itse itseään, mutta kestävien tulosten aikaansaamiseksi on panostettava *markkinoinnilliseen toimintaotteeseen*, eli kaikkea toimintaa on ajateltava kaupallisesta näkökulmasta. Keskeistä on siis

rakentaa yritys markkinoinnillisesti, varsinkin mikäli kyseisen palvelun tarjoavia yrittäjiä on alueella paljon ja halutaan erottautua kilpailijoista. (Lehti ym. 2007.) Ostajan markkinoilla itseään menestyksekkäästi ja laajalti mainostava yrittäjä on todennäköisimmin se, jonka luokse epäröivä asiakas päätyy.

Näin ollen, kun kokee tarpeelliseksi kehittää ja laajentaa toimintaansa kouluttautumisen kautta, on otollista tehdä alustava suunnitelma osaamisensa kaupallistamiseksi. Kainlaurinkin esille nostamien *asiakassegmenttien* ostokäyttäytymiseen on hyödyllistä perehtyä, jotta ollaan tietoisia segmentin odotuksista, toiveista, tarpeista ja emootioperustoista, joiden pohjalta siihen kuuluvat asiakkaat tekevät ostopäätöksensä (Lehti ym. 2007).

Voittotulokset voidaan nähdä joko puhtaasti euromääräisenä voittona, tai määrittää se *pääoman tuottoasteen* kautta, jolloin yritys nähdään sijoituskohteena muiden joukossa. Yritykseen sijoitetun pääoman vaikutusta tuottoon tarkastellaan pitkällä aikavälillä. (Lehti ym. 2007.) Lehti et al. mukaan tämä näkökulma on yleensä vain liikeyritysyrittäjillä, mutta ei niinkään työ- tai elämäntapayrittäjillä, joihin jalkaterapeutit voisi luokitella kuuluviksi. Jalkaterapeutin työssä tarvitaan kuitenkin tiettyjä laitteita ja välineitä perustyön tekemiseksi, jolloin yrityksen perustamisvaiheessa on sijoitettava niihin rahaa. Tästä näkökulmasta yrityksen voi nähdä sijoituskohteena, ja jos mukaan lasketaan vielä oman tietoperustan ylläpitoon käytetyt tunnit varsinaisten työtuntien lisäksi, on yritykseen sijoitettu myös paljon aikaa ja energiaa.

Kun jalkaterapeutti on löytänyt paikkansa markkinoilla ja onnistunut luomaan yrityksensä voittoa tuottavan, on aika keskittyä *jatkuvuustuloksiin*. Jatkuvuustulos on siis riippuvainen sekä voitto- että markkinatuloksista. Siihen liittyvät myös yrittäjän motivaatio, jatkuva itsensä ja yrityksensä kehittäminen ja jaksaminen, niin fyysinen kuin psyykinenkin. (Lehti ym. 2007.) Yrityksen menestys kiteytyykin jatkuvaan toimintaan ja progressioon eri osa-alueilla, ja kaiken pohjana on omasta hyvinvoinnista huolehtiminen. Mikäli työkuormansa kasvattaa liian suureksi ja altistaa itsensä eksessiiviselle stressille, fokus voi kadota kokonaiskuvasta, joka on pidettävä tasapainossa pitkäjänteisten tulosten saavuttamiseksi. On siis luotava kestäviä ratkaisuja, joita voidaan viedä eteenpäin rauhassa ja ajatuksella.

Yrittäjyyteen liittykin *proaktiivisuus*, eli asioita kehitetään omilla ehdoilla mielekkääseen suuntaan sen sijaan, että odotettaisiin ulkoa tulevaa painetta, joka pakottaa yrittäjän reagoimaan muuttamalla toimintaansa (Lehti ym. 2007). Tästä syystä elinikäinen oppiminen on olennainen osa yrittäjän työtä.

2.4 Lainsäädäntö yritystoiminnan taustalla

Yrityksen toimintaa säätelee myös lainsäädäntö. Nostan lainsäädännön näkökulman esiin tässä työssä, koska varsinkin aloitteleville jalkaterapiayrittäjille ensimmäinen haaste on selvittää yrityksen perustamiseen ja ylläpitämiseen liittyvä byrokratia.

Jalkaterapeutti on nimikesuojattu terveydenhuollon ammattinimike. Oikeutta käyttää jalkaterapeutin nimikettä tulee hakea Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirastosta Valvirasta. Aluehallintovirasto valvoo terveydenhuollon ammattihenkilöiden toimintaa toimialueellaan, ja Valvira valvoo toimintaa valtakunnallisella tasolla. (Valvira 2019.) Markkinoinnin lainmukaisuutta valvoo kuluttaja-asiamies (Kuluttajansuojalaki 38/1978).

Laki terveydenhuollon ammattihenkilöistä (559/1994) edistää potilasturvallisuutta ja terveydenhuollon palvelujen laatua, sekä määrittelee viitekehyksen, jonka sisällä ammattilainen voi toimia. Lain tarkoituksena on varmistaa, että kyseisellä terveydenhuollon ammattihenkilöllä on ammattitoiminnan vaatima pätevyys, järjestää ammattihenkilöiden valvonta terveyden- ja sairaanhoidossa ja helpottaa ammatillisesti perusteltua terveydenhuollon ammattihenkilöiden yhteistyötä ja tarkoituksenmukaista käyttöä. Tietosuojalaki (1050/2018) pyrkii takaamaan asiakkaan henkilötietojen käsittelyn ja käytön turvallisuuden.

Laki yksityisestä terveydenhuollosta (152/1990) säätelee palveluntuottajien ja itsenäisten ammatinharjoittajien oikeutta tuottaa yksityisiä terveydenhuollon palveluita. Lain kattamia palveluja ohjaavat ja valvovat aluehallintovirasto, ja lakiin liittyvä yleinen ohjaus ja valvonta kuuluvat sosiaali- ja terveystieteiden ministeriölle.

Ammatinharjoittajalla tulee lain mukaan olla asianmukaiset tilat ja laitteet palvelujen tuottamiseksi. Tilojen sijainti vaikuttaa myös palvelujen saatavuuteen, sillä ihmiset, joiden liikkuminen on jollain tapaa rajoittunutta, valitsevat hoitopaikkansa todennäköisemmin hyvien kulkuyhteyksien läheltä. Toiminnan on oltava lääketieteellisesti asianmukaista ja siinä tulee ottaa huomioon potilasturvallisuus. Itsenäisenä ammatinharjoittajana toimivan

jalkaterapeutin täytyy tehdä kirjallinen ilmoitus toiminnastaan aluehallintovirastolle ennen palvelujen antamista asiakkaille. Ilmoituksesta on tultava ilmi ammatinharjoittajan perustiedot, koulutus, annettavat palvelut, paikka, jossa palveluja annetaan, tieto rekisteröitymisestä ennakkoperintälaissa tarkoitettuun ennakkoperintärekisteriin, potilasasiakirjojen säilyttämispaikka, toiminnan aloittamispäivä, lääkäriltä selvitys käytännön kokemuksesta ja toiminimi, jolla hän aikoo tehdä töitä. Lupaviranomaiselle on myös toimitettava vuosittain toimintakertomus, josta ilmenevät palveluja koskevat tiedot sekä tilojen ja toiminnan muutokset. (Laki yksityisestä terveydenhuollosta 152/1990.)

3 Työn tavoite, tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää jalkaterapiayrityksen menestykseen vaikuttavia tekijöitä ja jalkaterapiayrittäjien käymiä lisä- ja jatkokoulutuksia. Tavoitteena oli lisätä valmistuvien jalkaterapeuttien ja alalla jo pidempäänkin toimineiden tietoutta jalkaterapiayrityksen menestystekijöistä. Tutkimuskysymykset ovat siis:

1. Mitä lisä- ja jatkokoulutuksia jalkaterapiayrittäjät ovat käyneet?
2. Mitkä tekijät jalkaterapiayrittäjät kokevat tärkeiksi yrityksen menestyksen kannalta?

4 Opinnäytetyön menetelmälliset ratkaisut

4.1 Strukturoitu kysely

Tässä opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelmänä strukturoitua kyselyä. Strukturoitu kyselytutkimus on kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, jossa on tarkasti jäsenellyt yksiselitteiset kysymykset. Strukturoitu kysely ei sisällä avoimia kysymyksiä, vaan vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi. (Kyselylomakkeen laatiminen, KvantiMOTV 2010.) Strukturoinnilla vältettiin aiheen ulkopuolelle polveilevat vastaukset, jotta saatava aineisto vastasi mahdollisimman kattavasti tutkimuskysymyksiin, mikä helpotti myös aineiston käsittelyä. Aihe oli rajattu jalkaterapiayrittäjiin, joten voitiin olettaa, että tutkimukseen osallistuvat henkilöt olivat perehtyneet tutkittavaan aiheeseen hyvin.

Kyselytutkimus toteutettiin Google Forms -alustalla. Kyselylomakkeeseen (Liite 2) pysyivät vastaamaan kaikki, joille kyselyn hyperlinkki jaettiin. Tutkimus oli suunnattu opinnoista jo valmistuneille jalkaterapeuteille, jotka ovat toimineet yrittäjinä. Google Forms -linkki jaettiin jalkaterapeuttien Facebook-ryhmässä. Sähköinen toteutustapa oli taloudellisesti kannattavampi vaihtoehto kuin postikyselyaineiston käyttäminen.

Kyselyä rakennettaessa tärkeimpiä asioita olivat kysymysten yksiselitteisyys, kattavuus ja looginen järjestys, sekä selkeä ulkoasu ja sopiva pituus. Liian pitkän kyselyn vastaukset olisivat voineet jäädä vaillinaisiksi, joten vastaajien motivoimiseksi kyselystä tehtiin mahdollisimman lyhyt, mutta kattava. Kysymysten sisältöä harkittiin tarkasti, jotta ne eivät olisi olleet johdattelevia tai liian suppeita. (Kyselylomakkeen laatiminen, KvantiMOTV 2010.) Kysymykset oli esitetty pääsääntöisesti yksittäisinä ja osassa oli yksi jatkokysymys. Kolmannessa kysymyksessä vastaukset oli siirretty Microsoft Word -tiedostoon ja analysoitu värikoodauksen avulla.

4.2 Tutkimusetiikka

Olennaisena osana opinnäytetyöprosessiin kuului hyvän tieteellisen käytännön noudattaminen. Suomessa hyvää tieteellistä käytäntöä edistää TENK eli Tutkimuseettinen neuvottelukunta. TENK on julkaissut sivuillaan HTK-ohjeen, joka määrittelee myös ammatikorkeakoulun opinnäytetyöhön liittyviä tutkimuseettisiä kysymyksiä. Ohjeen mukaan tieteellinen tutkimus on luotettavaa, uskottavaa ja eettisesti hyväksyttävää vain, jos se

on suoritettu hyvän tieteellisen käytännön periaatteiden mukaan. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry on myös julkaissut omat eettiset normistonsa TENK:n sivuilla opinnäytetöihin sovellettavaksi. (TENK 2012.)

Hyvän tieteellisen käytännön noudattamiseen kuuluu tutkimusetiikka, joka täytyi ottaa huomioon läpi tutkimusprosessin. TENK on laatinut ihmistieteisiin liittyvät eettiset periaatteet, joihin kuuluvat tutkittavan itsemääräämisoikeuden kunnioittaminen, vahingoittamisen välttäminen, yksityisyys ja tietosuojat. Kyselyssä saatekirje on ensimmäinen asia, joka kiinnittää vastaajan huomion, joten siihen sisällytettiin kaikki olennainen tieto tutkimuksen aiheesta ja kulusta, vastaajien tietosuojasta, osallistumisen vapaaehtoisuudesta sekä kerätyn aineiston käsittelystä, käyttötarkoituksesta ja säilytyksestä. Oli tärkeää, että potentiaalisille vastaajille tuli tutkimuksesta mahdollisimman asiantunteva ja hyödyllinen kuva, jotta mahdollisimman moni koki osallistumisen hyvänä ajatuksena. Tietosuoja-asiat oli otettava huomioon erityisesti kyselyn laatimisessa sekä tulosten raportoinnissa, jotta missään tutkimuksen vaiheessa ei olisi kerätty tarpeettomasti tunnistetietoja tai muutoin vahingoitettu osallistujien yksityisyyttä. (TENK 2012.)

Kyselyyn vastatessa ei kerätty henkilötietoja, vaan siihen vastattiin anonyymisti. Kyselyssä keskityttiin jalkaterapiayrittäjyyteen kokonaisuudessaan, eikä esimerkiksi vastaajien sukupuolijakaumaa tarvinnut selvittää. Kysymykset rakennettiin neutraaleiksi, jotta esille ei olisi noussut tietoja, jotka olisi voitu liittää tiettyyn yritykseen.

Tässä opinnäytetyössä kyselyyn vastasivat yksityishenkilöt, jotka kyselyyn vastaamalla antoivat suostumuksensa vastausten käsittelyyn osana tutkimusaineistoa. Kyselytutkimusta varten ei siis tarvinnut hakea erikseen eettistä ennakoarviota, koska osallistuminen oli vapaaehtoista ja kerätyt tiedot eivät liittyneet osallistujan yksityisiin terveys- tai henkilötietoihin.

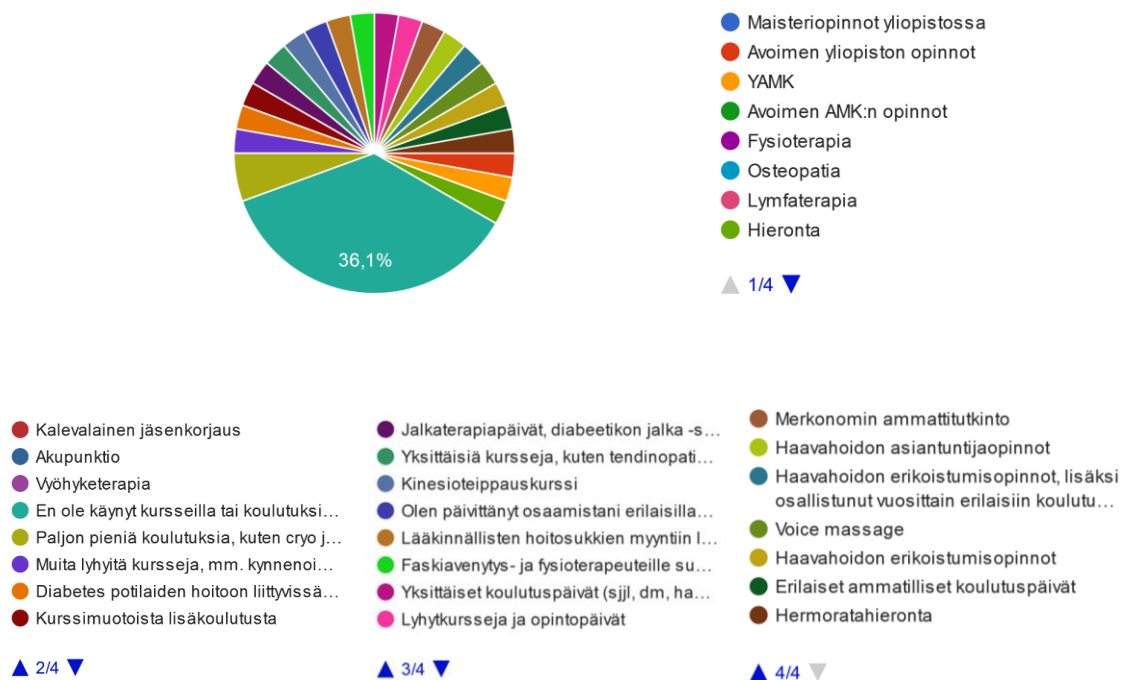
5 Tulokset

Opinnäytetyön kysely jaettiin Facebookin Jalkaterapeutit-ryhmässä, ja siihen saatiin 36 vastausta. Aikaa vastaamiseen oli 12 päivää. Kyselyssä otettiin huomioon vastaajan kokemus jalkaterapia-alalta ja hänen ikänsä, koska nämä tekijät voivat vaikuttaa vastaajien suhtautumiseen eri asioihin. Vastaajista neljäsosa on ollut alalla 0-2 vuotta. Alalla 2-5 vuotta, 5-10 vuotta ja 10-15 vuotta olleiden kesken prosenttiosuudet jakautuivat tasan; jokaiseen ryhmään kuului noin viidesosa (19,4%) vastaajista. 15 vuotta tai kauemmin alalla oli ollut kuudesosa (16,7%) vastaajista. Reilu kolmasosa (38,9%) oli 20-30-vuotiaita, 30-40-vuotiaita ja 40-50-vuotiaita noin viidesosa (22,2%) ja 50-60-vuotiaita kuudesosa (16,7%).

5.1 Lisä- ja jatkokoulutukset

Yrityksen menestyksen kannalta on tärkeää kehittää ja mahdollisesti myös laajentaa osaamistaan. Ensimmäisellä kysymyksellä haluttiin kartoittaa eri lisä- ja jatkokoulutusvaihtoehtoja. Kysymykseen tuli 31 erilaista vastausta. Tässä kysymyksessä oli mahdollista vastata vain yhteen kohtaan, mutta moni vastaajista oli käynyt useilla eri kursseilla ja koulutuksissa.

Mitä lisä- tai jatkokoulutuksia olet käynyt jalkaterapiatutkintosi suorittamisen jälkeen?
36 vastausta



Vastaajista reilu kolmasosa (36,1%) ei ollut käynyt kursseilla tai koulutuksissa. Muissa vastaajaryhmissä hajonta oli suurta, ja jokaisessa oli pääsääntöisesti yksi vastaaja. Tämä johtuu todennäköisesti avoimen vastausvaihtoehdon 'Muu' runsaasta käytöstä.

Vajaa kymmenesosa (8,3%) vastaajista oli käynyt haavahoidon erikoistumisopinnot. Koulutuspäivillä oli käynyt kuudesosa (16,6%) vastanneista. Koulutuspäivistä oli mainittu diabeetikon jalka -symposium, haavahoitopäivät ja jalkaterapiapäivät. Kyseisillä koulutuspäivillä on saattanut käydä myös moni muu vastaajista, mutta he ovat voineet vastata esimerkkikohtia vastaavilla laajemmilla koulutuksilla.

Kolmannen asteen koulutuksia oli käynyt kuudesosa (16,7%) vastaajista, ja esille nousivat maisteriopinnot yliopistossa, avoimen yliopiston ja ammattikorkean opinnot, YAMK, fysioterapia ja osteopatia. Toisen asteen koulutuksista oli mainittu merkonomin ammatitutkinto, jonka oli käynyt 2,8% vastaajista. Lyhyemmissä koulutuksissa oli käynyt neljäsosa, ja niistä oli edustettuina hieronta, lymfaterapia, kalevalainen jäsenkorjaus, akupunktio, vyöhyketerapia, voice massage ja hermoratahieronta. Reilu kolmasosa (36,1%) vastaajista oli käynyt kursseilla ja lyhytkoulutuksissa. Kurkseista ja muista lyhytkoulutuksista tulivat esille kryohoito, footbic, faskiavenytys, fysioterapeuteille suunnatut kurssit, kynnenhoito, alaraajojen tendinopatiat, diabetespotilaiden hoitoon liittyvät koulutukset, SJJL:n järjestämät koulutukset ja seminaarit, dynamic tape, kinesioiteippaus, kinetic control, lääkinnällisten hoitosukkien myyntiin liittyvät koulutukset ja voice massage.

Lisä- ja jatkokoulutukseen oli liitetty myös jatkokysymys: kuinka tärkeäksi koet kursseilla ja koulutuksissa käymisen ammattitaitosi ylläpitämiseksi? Vastaukset ilmoitettiin Likertasteikossa, jossa 1 = En lainkaan tärkeäksi ja 5 = Erittäin tärkeäksi. Kohtaa 2 kannatti 5,6% vastaajista, kohtaa 3 kuudesosa (16,7%), kohtaa 4 vajaa puolet (41,7%) ja kohtaa 5 reilu kolmasosa (36,1%) vastaajista. Noin kolme neljästä (77,8%) vastaajasta koki itsensä kurssittamisen ja koulutuksissa käymisen joko melko tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi. Loput, eli reilu viidesosa (22,2%), koki kursseilla ja koulutuksissa käymisen joko hieman tärkeäksi tai ei kovin tärkeäksi.

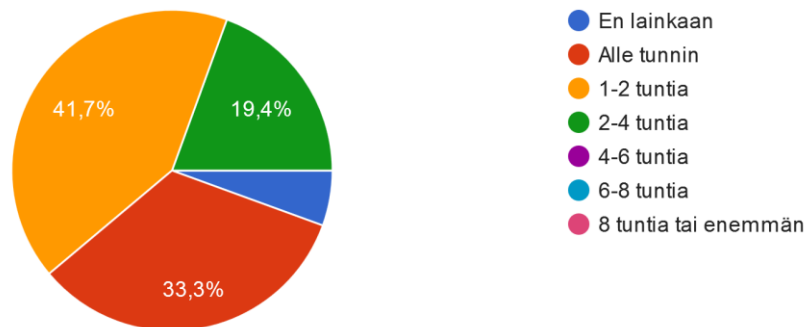
Toisaalta vain noin kaksi kolmesta (65,9%) vastaajasta oli kertonut käyneensä erilaisilla kursseilla tai kouluttautunut edelleen. Syyinä on voinut myös olla lisä- ja jatkokoulutuksia koskevan kysymyksen vastausvaihtoehtojen ehdottomuus, sillä siinä ei ollut mahdollista valita lisäkoulutuksista ja kurkseista useampaa vaihtoehtoa. Toisaalta oman alan ydinosaaminen on jalkaterapeutin tärkein anti, ja sen hiominen on mahdollisesti ollut syyinä

sille, miksi noin kolmasosa (36,1%) vastaajista ei ole käynyt kursseilla tai koulutuksissa. Kolme neljästä vastaajasta koki säännöllisen alan kirjallisuuden ja muun materiaalin seuraamisen joko melko (38,9%) tai erittäin tärkeäksi (36,1%). Hieman tärkeäksi sen koki noin joka viides (22,2%) ja 2,8% ei kovin tärkeäksi. Tämä oli odotettavissa oleva tulos, sillä oman tietovarannon päivittäminen ajankohtaiseksi on tärkeää hoidon laadun kannalta.

5.2 Alan kirjallisuuden ja muun materiaalin seuraaminen

Kuinka paljon aikaa käytät viikossa alan kirjallisuuteen tai muuhun ajankohtaiseen materiaaliin perehtymiseen? (kirjat, tutkimusartikkelit, podcastit, blogit, jne.)

36 vastausta

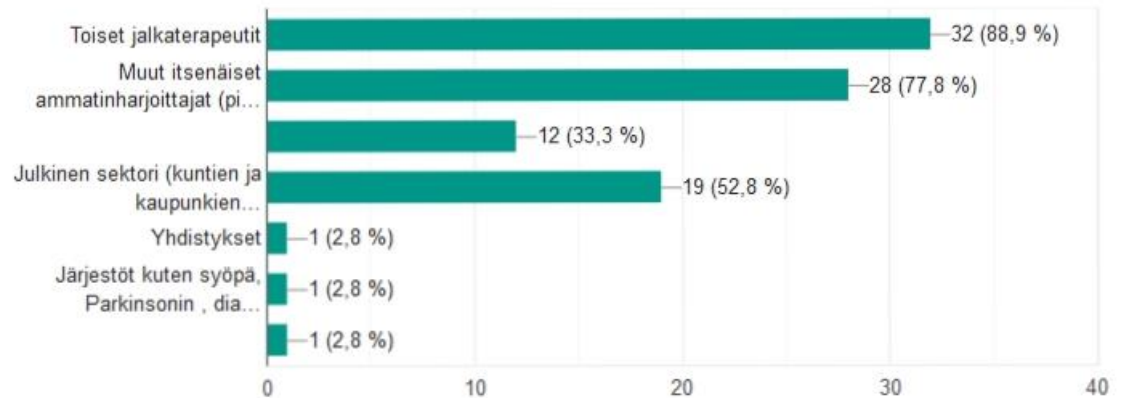


Kaavion mukaan kolmasosa (33,3%) vastanneista käyttää viikon aikana alle yhden tunnin tietojensa kerryttämiseen, noin kaksi viidestä (41,7%) 1-2 tuntia, noin viidesosa (19,4%) 2-4 tuntia ja 5,6% ei lainkaan. Tämänkin kysymyksen jatkokysymyksenä oli Likert-asteikollinen (1 = En lainkaan tärkeäksi, 5 = Erittäin tärkeäksi) ”Kuinka tärkeäksi koet säännöllisen alan kirjallisuuden ja muun materiaalin seuraamisen?”. Kolme neljästä vastaajasta koki sen joko melko tärkeäksi (38,9%) tai erittäin tärkeäksi (36,1%). Noin viidesosa (22,2%) vastaajista oli sitä mieltä, että se on hieman tärkeää. 2,8% vastaajista ei pitänyt sitä kovin tärkeänä, mutta yksikään ei vastannut ’En lainkaan tärkeäksi’.

5.3 Verkostoituminen

Millaiset verkostot koet tärkeiksi yrityksellesi?

36 vastausta

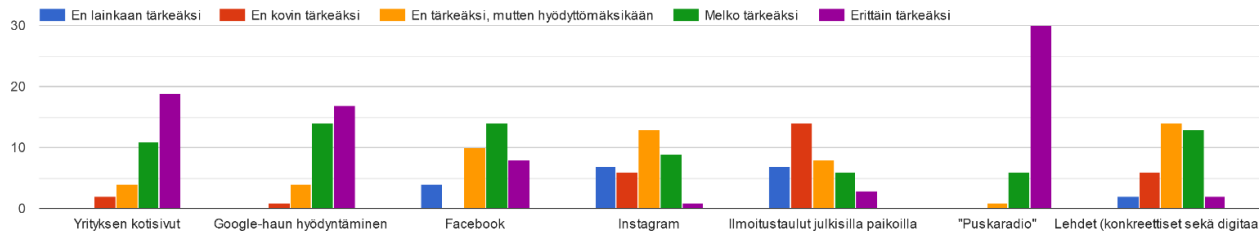


Kaaviosta voidaan havaita, että jalkaterapeutit kokevat toiset jalkaterapeutit tärkeimmäksi verkostokseen (88,9%), ja toisena tulevat muut itsenäiset ammatinharjoittajat (77,8%) kuten fysioterapeutit ja osteopaatit. Vastaaajista noin puolet (52,8%) koki julkisen sektorin tärkeäksi verkostoksi, kun taas yksityisen sektorin isot toimijat (lääkäriasemat, kuntoutuskeskukset ym.) kolmasosa vastaajista. Joka kolmastoista vastaaja (7,8%) koki myös yhdistykset ja järjestöt tärkeäksi verkostoksi.

Verkostoitumiseen oli liitetty kysymys ”Kuinka tärkeäksi koet kunnallisen toimintaympäristön (eli kunnan/kaupungin elinkeinostrategian, kilpailutukset ja arvoilmapiirin) yritystoiminnan kannalta?”. Kunnallista toimintaympäristöä, eli kunnan/kaupungin elinkeinostrategiaa, kilpailutuksia ja arvoilmapiiriä, piti melko tärkeänä kolmasosa (33,3%) ja erittäin tärkeänä noin viidesosa (22,2%) vastaajista. Kuudesosa (16,7%) vastaajista koki, ettei kunnallinen toimintaympäristö ole tärkeä, muttei hyödytönkään. Noin viidesosa (22,2%) vastaajista ei kokenut kunnallista toimintaympäristöä kovin tärkeäksi. Vain 5,6% koki, ettei kunnallinen toimintaympäristö ole lainkaan tärkeä yritystoiminnan kannalta. Reilu puolet vastaajista (55,5%) oli siis sitä mieltä, että kunnallinen toimintaympäristö on melko tärkeä tai erittäin tärkeä yritystoiminnan kannalta. Tämä tukee edellisen kysymyksen tulosta, jossa noin puolet (52,8%) vastaajista koki julkisen sektorin myös tärkeäksi verkostoksi. Ilmeisesti loppuilla vastaajista ei joko ole ollut tarvetta luoda yhteyksiä julkiselle puolelle, tai sitten yhteistyön tekeminen ei ole ollut mahdollista.

5.4 Markkinointi

Kuinka tärkeiksi koet seuraavat markkinoinnin muodot?



Yrityksen markkinointiin on nykyään käytettävissä useita eri medioita, mutta kyselyssä annetuista vaihtoehdoista sai vahvimman kannatuksen niin kutsuttu puskaradio. Se oli ainut vastausvaihtoehto, jota yksikään vastaajista ei pitänyt lainkaan tai kovin tärkeänä. Noin neljä viidestä (83,3%) vastaajasta pitikin sitä erittäin tärkeänä markkinointikeinona. Seuraavaksi eniten ääniä saivat Google-haun hyödyntäminen ja yrityksen kotisivut, sillä valtaosa vastaajista koki ne joko melko tai erittäin tärkeiksi. Nämä vaihtoehdot toisaalta linkittyvät toisiinsa, sillä Google-haun kautta asiakkaan on mahdollista päätyä yrittäjän kotisivuille, mistä hän saa laajemman käsityksen yrityksen tarjoamista palveluista.

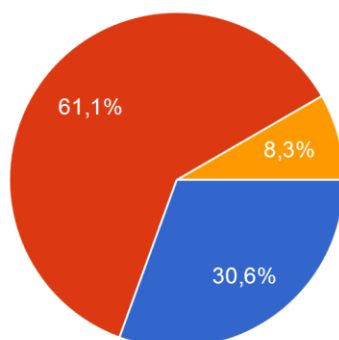
Facebookin, Instagramin, ilmoitustaulujen ja lehtien kesken äänissä oli enemmän hajontaa kuin muissa vaihtoehdoissa. Instagramia ja Facebookia vertailtaessa Facebookin kokee melko tai erittäin tärkeäksi noin puolet isompi vastaajajoukko (61,1%) kuin Instagramin (27,8%). Instagram on saanut myös enemmän ääniä vaihtoehtoihin ”En lainkaan tärkeäksi” tai ”En kovin tärkeäksi”. ’Ilmoitustaulut julkisilla paikoilla’ sai eniten ääniä ”En lainkaan tärkeäksi” ja ”En kovin tärkeäksi” -kohtiin, mutta toisaalta neljäsosa piti niitä joko melko tai erittäin tärkeinä. Myös Instagram sai suhteellisen paljon vastauksia näihin kohtiin (36,1%). Lehtien hyödyntämistä noin kaksi viidestä vastaajasta (38,9%) ei kokenut tärkeäksi, muttei hyödyttömäksi, ja reilu kolmasosa (36,1%) koki sen melko tärkeäksi. Erittäin tärkeäksi ja ei lainkaan tärkeäksi -vaihtoehdot saivat molemmat vain 5,6% äänistä, ja kuudesosa (16,7%) ei kokenut lehtiä kovin tärkeäksi.

5.5 Tuotteistaminen ja proaktiivisuus

Tuotteistamisen merkitystä yrittäjille mitattiin kysymyksellä “Kuinka tärkeäksi koet uusien toimintamallien ja tuotekokonaisuuksien kehittämisen yrityksen menestyksen kannalta?”. 5,6% vastaajista ei kokenut uusien toimintamallien ja tuotekokonaisuuksien kehittämistä kovin tärkeäksi ja noin kaksi viidestä (41,7%) koki sen hieman tärkeäksi. Hieman alle puolet (47,2%) vastaajista koki nämä asiat melko tärkeiksi ja 5,6% t erittäin tärkeiksi.

Koetko tärkeäksi kehittää yrityksesi toimintaa jatkuvasti, vai vannotko vanhojen hyvien toimintatapojen nimeen?

36 vastausta



- Kartoitan jatkuvasti alan tilannetta, ja pyrin kehittämään yritystoimintaani ennakoivasti.
- Seuraan alan kehitystä, mutta en muuta toimintatapojani, ellei siihen ole ilmaantunut ulkoista syytä.
- Yritykseni toimintatavat ovat tällaisenaan hyvät, enkä näe tarpeelliseksi muuttaa niitä.

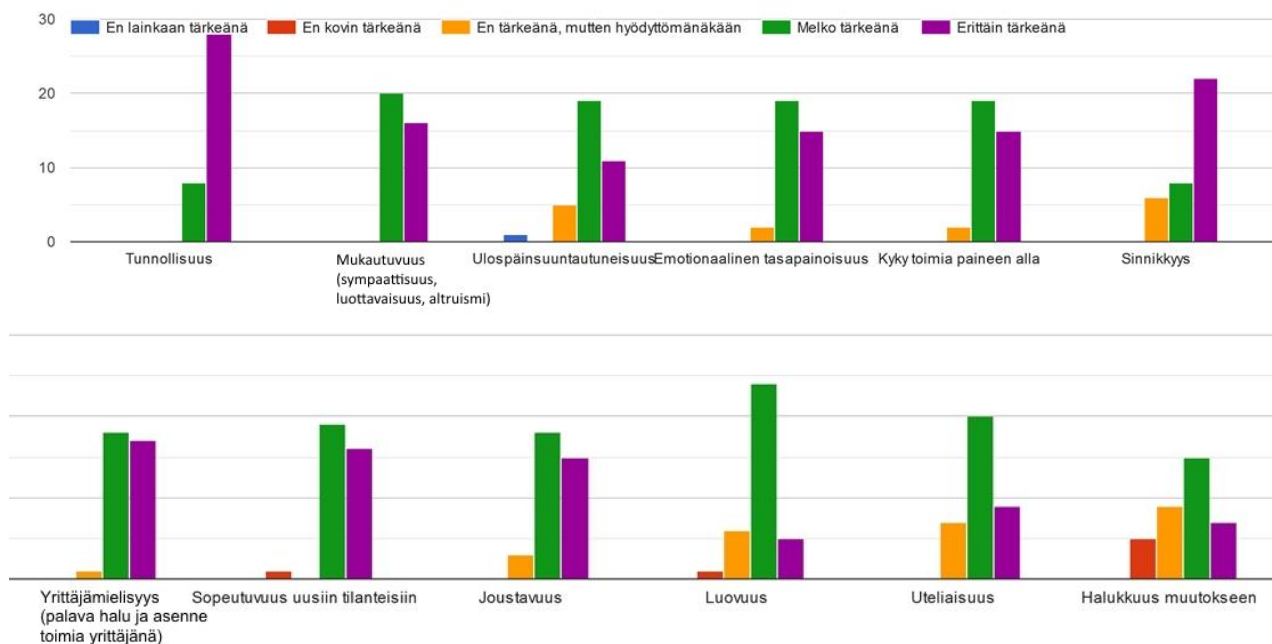
Tuotteistamiseen liittyy myös muuttuvien tilanteiden ja asiakastarpeiden ennakointi ja niihin reagointi. Joka kahdestoista (8,3%) vastaaja oli sitä mieltä, että yrityksen toimintatavat ovat tällä hetkellä hyvät, eivätkä he kokeneet tarpeelliseksi muuttaa niitä. Vajaa kolmasosa (30,6%) kartoittaa jatkuvasti alan tilannetta ja pyrkii kehittämään yritystoimintaa ennakoivasti. Noin kolme viidestä vastaajasta (61,1%) seuraa alan kehitystä, mutta ei muuta toimintatapojaan, ellei siihen ole ilmaantunut ulkoista syytä. Tällä kysymyksellä mitattiin vastaajien proaktiivisuutta yritystoiminnassa.

5.6 Yrittäjän ominaisuudet

Viimeisessä kysymyksessä kartoitettiin, mitä ominaisuuksia yrittäjät pitivät tärkeänä yrittäjänä menestymisen kannalta. Ominaisuudet oli valittu Big Five -teorian (Costa & McCrae 1975) ja menestysyrittäjän tuloskenttien pohjalta (Lehti et al. 2007). Kartoitetta-

vat ominaisuudet ovat tunnollisuus, mukautuvuus (sympaattisuus, luottavaisuus, altruismi), ulospäinsuuntautuneisuus, emotionaalinen tasapaino, kyky toimia paineen alla, sinnikkyys, yrittäjämielisyys (palava halu ja asenne toimia yrittäjänä), sopeutuvuus uusiin tilanteisiin, joustavuus, luovuus, uteliaisuus ja halukkuus muutokseen.

Pisteitä seuraavat ominaisuudet sen mukaan, kuinka tärkeinä pidät niitä yrittäjänä menestymisen kannalta.



Yleisesti ottaen voidaan havaita, että valtaosaa vaihtoehtoista pidettiin pääsääntöisesti melko tai erittäin tärkeänä. Ainoastaan luovuudessa ja halukkuudessa muutokseen vaihtoehto ”Hieman tärkeänä” on saanut enemmän ääniä, kuin ”Erittäin tärkeänä”. Tosin näissäkin vastauksissa suurin osa oli sitä mieltä, että kyseiset ominaisuudet ovat melko tärkeitä. Tunnollisuus ja sinnikkyys koetaan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi.

Vain neljässä ominaisuudessa oli valittu vaihtoehtoista joko ”En lainkaan tärkeänä” tai ”En kovin tärkeänä”: ulospäinsuuntautuneisuudessa, sopeutuvuudessa uusiin tilanteisiin, luovuudessa ja halukkuudessa muutokseen. Halukkuudessa muutokseen oli myös eniten hajontaa äänten jakautumisessa; joka seitsemäs vastaaja (13,9%) ei pitänyt sitä kovin tärkeänä, neljäsosa (25%) piti hieman tärkeänä, kolme viidestä (41,7%) melko tärkeänä ja kaksi viidestä (19,4%) erittäin tärkeänä. Luovuudessa ja sopeutuvuudessa uusiin tilanteisiin oli vain yksittäiset vastaukset kohdassa ”En kovin tärkeänä”. Ulospäinsuuntautuneisuudessa oli ainoa ”En lainkaan tärkeänä” -ääni.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli lisätä valmistuvien jalkaterapeuttien tietoutta yrityksen menestystekijöistä, joten teoreettiseen viitekehykseen sisällytettiin asioita liittyen yrittäjyyden eri osa-alueisiin, kuten yrittäjän ominaisuuksiin, lainsäädäntöön ja yritystoimintaan. Jalkaterapiatutkintoon sisältyy yrittäjyyskurssi, mutta tässä opinnäytteessä syvennyttiin yrityksen menestykseen ja sitä edistäviin tekijöihin, koska yrittäjyyteen liitetään yleisesti ottaen haastavuus ja taloudellinen epävarmuus. Lainsäädännön näkökulma nostettiin esiin tässä työssä, koska varsinkin aloitteleville jalkaterapiayrittäjille ensimmäinen haaste on selvittää yrityksen perustamiseen ja ylläpitämiseen liittyvä byrokratia.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää kyselyn avulla, kuinka tärkeiksi jalkaterapeutit kokevat eri tekijät yrityksen menestyksen kannalta. Tutkimuskysymyksenä oli ”Mitkä tekijät jalkaterapiayrittäjät kokevat tärkeiksi yrityksen menestyksen kannalta?”. Kyselyssä kartoitettiin myös jalkaterapeuttien lisä- ja jatkokoulutusmahdollisuuksia, jotta saatiin koottua niistä yleisimmät. Opinnäytteen aineisto hankittiin strukturoidun kyselyn avulla, ja valitsin tämän menetelmän, jotta aikaresurssit riittäisivät aineiston käsittelyyn ja opinnäytetyöprosessin läpiviemiseen.

Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa käytetyn mittarin luotettavuutta ja toistettavuutta ilmiön mittaamisessa (Tilastokeskus n.d). Opinnäyte toteutettiin strukturoituna kyselynä, jonka kysymykset oli tarkkaan harkittu. Jos kysely toistettaisiin uudelleen samoilla vastaajilla, niin todennäköisesti vastaukset pysyisivät hyvin samanlaisina. Osassa kysymyksistä vastausvaihtoehdot olisi kuitenkin voinut joko koostaa tai järjestää eri tavalla. Esimerkiksi kolmannessa kysymyksessä ”Mitä lisä- ja jatkokoulutuksia olet käynyt jalkaterapiatutkintosi jälkeen?” olisi ollut tarkoituksenmukaisempaa antaa mahdollisuus valita useampi vaihtoehto, kun nyt siihen pystyi vastaamaan vain yhdellä vaihtoehdoista tai valita kohdan ”Muu...” ja kirjoittaa siihen kaikki käydyt koulutukset. Tämän kysymyksen vastausvaihtoehtojen muokkaaminen paremmaksi aiheuttaisi todennäköisesti erilaisen jakauman vastauksissa, eli se ei ole tällä hetkellä reliaabeli. Osassa Likert-asteikollisista kysymyksistä vastausvaihtoehtoista oli määritelty vain 1 = En lainkaan tärkeäksi ja 5 = Erittäin tärkeäksi. Tulosten analyysissä oli siis hankaluuksia tulkita, tarkoittiko vastausvaihtoehto 3 vastaajien mielestä ”En tärkeäksi, mutten hyödyttömäksiään” vai ”Hieman tärkeäksi”, mikä vaikutti tuloksiin. Kyselyaineisto jäi myös todella suppeaksi, joten tulokset ovat korkeintaan suuntaa-antavia, eikä niistä voida vielä tehdä yleistyksiä.

Tutkimuksen validiteettia tarkastellessa selvitetään, mittaako käytetty tutkimusmenetelmä juuri sitä ominaisuutta ilmiöstä, mitä on tarkoituskin mitata (Tilastokeskus n.d). Tutkimuskysymyksessä viitataan kokemusperäiseen tietoon, jonka keräämisessä käytetään perinteisesti kvalitatiivisia menetelmiä kvantitatiivisten sijaan. Toisaalta strukturoidun kyselyn kysymyksillä saatiin tietoa siitä, kuinka tärkeiksi jalkaterapiayrittäjät kokevat yritykseen liittyvät asiat, joten ne vastasivat alkuperäistä tarkoitusta. Toisaalta osaan kysymyksistä olisi kaivannut vastauksia siitä, miksi yrittäjät kokevat juuri tietyllä tavalla. Ilmiöön olisi siis voitu saada esimerkiksi teemahaastattelulla sellaisia näkökulmia, mitä kyselyssä ei osattu ottaa huomioon. Toisin sanoen tutkimuksen validiteetti olisi ollut parempi, mikäli se olisi toteutettu hyödyntämällä kahta eri menetelmää. Tällöin tuloksista olisi saatu kattavimmat ja validimmat tutkimuksen tarkoituksen täyttämiseen, eli valmistuvien jalkaterapeuttien yritystietouden lisäämiseen. Esimerkiksi yrityksen verkostoitumiseen ja tuotteistamiseen liittyviin asioihin olisi toivottu syväluotaavampia vastauksia.

Tuloksista suurin osa vastasi odotuksia. Oli kuitenkin hieman yllättävää, että jopa 52,8% koki julkisen sektorin tärkeäksi verkostoksi. Reilu puolet vastaajista (55,5%) oli myös sitä mieltä, että kunnallinen toimintaympäristö on melko tärkeä tai erittäin tärkeä yritystoiminnan kannalta. On siis kannattavaa pyrkiä tekemään yhteistyötä kunnan tai kaupungin kanssa, varsinkin jos kyseessä on paikkakunta missä ei ole töissä julkisen puolen jalkaterapeutteja. Tällöin on mahdollista saada asiakasvirtaa maksusitoumusasiakkaiden muodossa. Toisaalta mitä pohjoisempaan siirrytään, sitä vähemmän jalkaterapeuttien työnkuvaa tunnetaan, koska heitä on siellä harvemmassa. Sitä suuremmalla syyllä on kannattavaa tuoda julki oma osaamisensa sekä sen tarpeellisuus ja merkitys suhteessa muihin terveydenhuollon ammattilaisiin. Yrittäjän ominaisuuksista tärkeimmiksi koettiinkin sinnikkyys ja tunnollisuus.

Markkinoinnin kannalta tärkeintä on antaa asiakkaalle hyvä ja laadukas kokemus omista palveluistaan, jotta hän suosittelisi niitä myös muille ja niin sanottu puskaradio toimisi yrittäjän eduksi. Toisaalta ensi alkuun on löydettävä ensimmäiset asiakkaat, jolloin on hyödynnettävä muita markkinointistrategioita. Digi-aiikana Google-haku ja yrityksen kotisivut ovat tärkeä kanava, mutta kohderyhmän mukaan voi hyödyntää myös muita medioita, kuten Instagramia, Facebookia, lehtiä tai ilmoitustauluja. Yrityksen tulevaisuuden kannalta on siis hyödyllisintä tuoda osaamistaan esille useassa eri paikassa.

94,4% vastaajista oli kokenut kursseilla ja koulutuksissa käymisen vähintään hieman tärkeäksi. Tuloksiin olikin saatu laajahko valikoima lyhyempiä kursseja ja koulutuksia, ja

osa vastaajista oli käynyt myös kolmannen asteen tutkinnon tai avoimen yliopiston ja ammattikorkeakoulun kursseja. Niistä voisi löytyä valmistuville jalkaterapeuteille ideoita jalkaterapiaosaamisen tueksi, vaikkakin oman alan ydinosaaminen on tärkein antimme asiakkaille.

Kyselyn pohjalta olisi mahdollista toteuttaa teemahaastattelu, jolla syvennettäisiin kyselystä saatua tietoa. Osa kysymysten vastauksista jäi hieman irrallisiksi, ja voisikin olla hyödyllistä selvittää millaisia tausta-ajatuksia niistä heräsi. Voisi myös selvittää, millaista yhteistyötä jalkaterapeutit tekevät esimerkiksi julkisen ja yksityisen sektorin eri toimijoiden kanssa, ja kuinka vaativaa näiden verkostojen luominen on eri alueilla Suomessa.

Lähteet

Holma, Tuula 2006. Tuotteistus on määrittelyä ja tarkentamista. Teoksessa Lehtoranta, Heini & Päätaalo, Margit (toim.): Raportti palvelujen tuotteistamisesta ja laadun kehittämisestä aluekeskuseuduilla. 22. Aluekeskusohjelman teemaverkostojulkaisu 2/2006. Saatavana osoitteessa: <<https://docplayer.fi/41355874-Raportti-palvelujen-tuotteistamisesta-ja-laadun-kehittamisesta-aluekeskuseuduilla.html>>. Luettu 27.2.2020.

HTK-ohje. Tutkimuseettinen neuvottelukunta. Julkaistu 14.11.2012. Saatavana osoitteessa: <https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf>. Luettu 19.3.2019.

Kainlauri, Anne 2007. Ideasta hyvinvointialan yrittäjäksi. Juva: WSOY.

Kangasniemi, Mari 2012. Tuottavuuden mittaaminen palvelualoilla. Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, julkaisuja 1/2012. Palkansaaajien tutkimuslaitos, raportteja 23/2012. Helsinki: Libris Oy. Saatavana osoitteessa: <https://www.pam.fi/media/1.-materiaalipankki-tiedostot-nakyvat-julkisessa-materiaalipankissa/tilastot-ja-tutkimukset/1330_tuottavuuden-mittaaminen_pam_pt_lr.pdf>. Luettu 7.5.2020.

Kuluttajansuojalaki 1978/38. Annettu Helsingissä 20.1.1978.

Kyselylomakkeen laatiminen. KvantiMOTV - menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Päivitetty 26.8.2010. Saatavana osoitteessa: <<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>>. Luettu 7.1.2019.

Laki terveydenhuollon ammattihenkilöistä 1995/559. Annettu Helsingissä 01.07.1994.

Laki yksityisestä terveydenhuollosta 1990/152. Annettu Helsingissä 01.01.1991.

Lehti, Eero & Pyykkö, Manne & Rope, Timo 2007. Mikä tekee yrityksestä menestyvän? Talentum.

Lehti, Eero & Pyykkö, Manne & Rope, Timo 2007. Mikä tekee yrityksestä menestyvän? Kuvio 8-1: Menestysyrittäjän tuloskentät. Talentum.

Lehti, Eero & Pyykkö, Manne & Rope, Timo 2007. Mikä tekee yrityksestä menestyvän? Kuvio 6-10: Yrittäjätoiminnan ja yrittäjän omien ominaispiirteiden vastaavuusmalli. Talentum.

Muurman, Kukka-Maria & Tenkanen, Miska & Vauhkonen, Eva-Maria 2006. Jalkaterapeuttien sijoittuminen ja työnkuva Suomessa. Opinnäytetyö. Savonlinna: Mikkelin ammattikorkeakoulu. Jalkaterapian tutkinto-ohjelma.

Reliabiliteetti. Käsitteet. Tilastokeskus. N.d. Saatavana osoitteessa: <<https://www.stat.fi/meta/kas/reliabiliteetti.html>>. Luettu 11.11.2020.

Siltala, Reijo 2009. Innovaatiot, luovuus ja innovatiivisuus. Teoksessa Taatila, Vesa (toim.): Innovaatioiden lähteillä. Vantaa: Laurea-ammattikorkeakoulun julkaisusarja A68. 8-28. Saatavana osoitteessa: <https://www.academia.edu/2055844/Innovaatiot_luovuus_ja_innovatiivisuus>. Luettu 27.2.2020.

Tietosuojalaki 2018/1050. Annettu Helsingissä 5.12.2018.

Terveydenhuollon valvonta. Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira. Päivitetty 15.2.2019. Saatavana osoitteessa: <<https://www.valvira.fi/terveydenhuolto/valvonta>>. Luettu 12.11.2020.

Validiteetti. Käsitteet. Tilastokeskus. N.d. Saatavana osoitteessa: <<https://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html>>. Luettu 11.11.2020.

Yhteistyöllä isomman kumppaniksi – Työkirja. Kaakkois-Suomen yritysverkko. Saatavana osoitteessa: <<https://docplayer.fi/834813-Yhteistyolla-isomman-kumppaniksi-tyokirja-verkoston-luominen-verkoston-kokoajan-seitseman-askelta-alkusanat-1-askelmita-mina-haluan-tehda.html>>. Luettu 27.2.2019.

Saatekirje

Hei!

Olen neljännen vuoden jalkaterapeuttiopiskelija Metropolia ammattikorkeakoulusta, ja teen opinnäytetyönäni kyselytutkimuksen, jonka tarkoituksena on selvittää yksityisten jalkaterapiayritysten menestystekijöitä. Kysely on suunnattu valmistuneille jalkaterapeuteille, joilla on kokemusta yrittäjyydestä. Tavoitteena on lisätä varsinkin valmistuvien jalkaterapeuttien tietoutta yrityksen menestymiseen liittyvistä tekijöistä. Jalkaterapia on suhteellisen vähän tunnettu ala, joten entistä vahvempi osaaminen ja laajempi asiakaskunta lisäisivät tietoutta jalkaterapiapalveluiden olemassaolosta ja tarpeellisuudesta.

Kyselyä varten ei kerätä henkilötietoja, vaan siihen vastataan anonyymisti. Kysymykset liittyvät yleisesti yrityksen menestystekijöihin, ja jokaisen oikeutta liikesalaisuuksiinsa kunnioitetaan. Kyselyaineiston käsittelyssä ja opinnäytteen raportissa ei nosteta esille yksittäisiä lomakkeita.

Kysely toteutetaan Google Forms -lomakkeella, ja siihen vastaamisessa menee noin 5 minuuttia:

<https://forms.gle/aBKsyTPpUg5FeTTW9>

Kyselyyn on vastattava viimeistään 31.10.

Kiitos jo etukäteen tutkimukseen osallistuneille!

Kysely

Jalkaterapiayrityksen menestystekijät

Kyselyyn ei kuulu avoimia kysymyksiä, vaan siihen vastataan valitsemalla osuvin vastaus annetuista vaihtoehdoista. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5 minuuttia.

*Pakollinen

Kuinka kauan olet toiminut yrittäjänä? *

- 0-2 vuotta
- 2-5 vuotta
- 5-10 vuotta
- 10-15 vuotta
- 15 vuotta tai kauemmin

Minkä ikäinen olet? *

Valitse

Mitä lisä- tai jatkokoulutuksia olet käynyt jalkaterapiatutkintosi suorittamisen jälkeen? *

- Maisteriopinnot yliopistossa
- Avoimen yliopiston opinnot
- YAMK

- Avoimen AMK:n opinnot
- Fysioterapia
- Osteopatia
- Lymfaterapia
- Hieronta
- Kalevalainen jäsenkorjaus
- Akupunktio
- Vyöhyketerapia
- En ole käynyt kursseilla tai koulutuksissa
- Muu: _____

Kuinka tärkeäksi koet kursseilla ja koulutuksissa käymisen ammattitaitosi ylläpitämiseksi? *

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| En lainkaan tärkeäksi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Erittäin tärkeäksi |

Kuinka paljon aikaa käytät viikossa alan kirjallisuuteen tai muuhun ajankohtaiseen materiaaliin perehtymiseen? (kirjat, tutkimusartikkelit, podcastit, blogit, jne.) *

- En lainkaan
- Alle tunnin
- 1-2 tuntia

- 2-4 tuntia
- 4-6 tuntia
- 6-8 tuntia
- 8 tuntia tai enemmän

Kuinka tärkeäksi koet säännöllisen alan kirjallisuuden ja muun materiaalin seuraamisen? *

| | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| En lainkaan tärkeäksi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Erittäin tärkeäksi |

Millaiset verkostot koet tärkeiksi yrityksellesi? *

- Toiset jalkaterapeutit
- Muut itsenäiset ammatinharjoittajat (pienyrietykset: esim. fysioterapeutit, osteopaatit jne.)
- Yksityisen sektorin isot toimijat (lääkäriasemat, kuntoutusyksiköt, ym.)
- Julkinen sektori (kuntien ja kaupunkien terveysasemat tmv. laitokset)
- Muu: _____

Kuinka tärkeäksi koet kunnallisen toimintaympäristön (eli kunnan/kaupungin elinkeinostrategian, kilpailutukset ja arvoilmapiirin) yritystoiminnan kannalta? *

| | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| En lainkaan tärkeäksi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Erittäin tärkeäksi |

Kuinka tärkeiksi koet seuraavat markkinoinnin muodot? *

| | En lainkaan tärkeäksi | En kovin tärkeäksi | En tärkeäksi, mutten hyödyttömäksiäkään | Melko tärkeäksi | Erittäin tärkeäksi |
|--|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|
| Yrityksen kotisivut | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Google-haun hyödyntäminen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Facebook | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Instagram | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ilmoitustaulut julkisilla paikoilla | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| "Puskaradio" | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Lehdet (konkreettiset sekä digitaaliset) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Kuinka tärkeäksi koet uusien toimintamallien ja tuotekokonaisuuksien kehittämisen yrityksen menestyksen kannalta? *

| | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| En lainkaan tärkeäksi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Erittäin tärkeäksi |

Koetko tärkeäksi kehittää yrityksesi toimintaa jatkuvasti, vai vannotko vanhojen hyvien toimintatapojen nimeen? *

- Kartoitan jatkuvasti alan tilannetta, ja pyrin kehittämään yritystoimintaani ennakoivasti.
- Seuraan alan kehitystä, mutta en muuta toimintatapojani, ellei siihen ole ilmaantunut ulkoista syytä.
- Yritykseni toimintatavat ovat tällaisenaan hyvät, enkä näe tarpeelliseksi muuttaa niitä.

Pisteytä seuraavat ominaisuudet sen mukaan, kuinka tärkeinä pidät niitä yrittäjänä menestymisen kannalta. *

| | En lainkaan tärkeänä | En kovin tärkeänä | En tärkeänä, mutten hyödyttömänäkään | Melko tärkeänä | Erittäin tärkeänä |
|---|-----------------------|-----------------------|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Tunnollisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mukautuvuus (sympaattisuus, luottavaisuus, altruismi) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ulospäinsuuntautuneisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Emotionaalinen tasapainoisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kyky toimia paineen alla | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sinnikkyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yrittäjämielisyys (palava halu ja asenne toimia yrittäjänä) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Sopeutuvuus uusiin tilanteisiin | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Joustavuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Luovuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uteliaisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Halukkuus muutokseen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |