



Innovaatiokyvykkyyden vahvistaminen

Yritystoiminnan buustaus -hanke

Webinaari, 8.6.2026

Jussi Hietala



European unionin
osarahoittama

Suomen Yrittäjäopisto 

Mitä innovaatio oikeastaan tarkoittaa?

Innovaatio voi olla uusi tuote tai palvelu.

Tai se voi olla uusi tapa tehdä jokin asia.

Nämä kolme kysymystä mittaavat sitä, voiko ideasta syntyä toimiva innovaatio:

Innovaatioita voi hyvin syntyä myös pienissä yrityksissä, tai ilman yritystäkin.

1. Asiakastarve

Perustuu todelliseen tarpeeseen tai ratkaisee asiakkaan ongelman

2. Kannattavuus

Toteutettavissa taloudellisesti kestäväällä tavalla

3. Resurssit

Kehittämiseen ja toteuttamiseen löytyvät tarvittavat voimavarat



Esimerkki: Asiakaslähtöinen innovaatioita pienyrityksestä

MJ Sammutus / Rainmaker



Innovatiivinen sadetinjärjestelmä

Helppokäyttöinen ja kevyt Rainmaker muodostaa tasaisen, jopa 200m leveän vesiseinän, jolla voidaan kastella laajojakin alueita.

Sadetinjärjestelmä voidaan koota yksilöllisten tarpeiden mukaan paloletkuista, sadettimista, t-haaraliittimistä ja pumpuista. Yksittäiset paloletkut liitetään sadettimien ja t-haarojen avulla järjestelmäksi, tai jopa paloa sulkevaksi laajaksi ympyräksi.

Esimerkki palveluinnovaatiosta: Gubbe



Vaihe 1: Maksuton palvelutarpeen kartoitus

Kartoitamme puhelussa tarpeet, toiveet ja tilanteen, joiden perusteella luomme räätälöidyn palvelusuunnitelman sinulle tai läheisellesi. Sovimme myös tutustumiskäynnin ajankohdan.



Vaihe 2: Avustajan haku

Valitsemme huolellisesti yhteensopivan Gubbe-avustajan toiveiden, kiinnostuksen kohteiden ja tarvittavan tuen perusteella.



Vaihe 3: Tutustumiskäynti

Tutustumiskäynnillä pääsette tutustumaan teille valittuun avustajaan ja suunnittelemaan yhdessä seuraavia käyntejä. Omainen voi olla läsnä vierailun aikana.

Megatrendit muovaavat kysyntää

Innovaatiot eivät synny tyhjiössä. Niihin vaikuttavat ympäröivän maailman kehityskulut. Sitran Megatrendit 2026 nostavat esille kolme keskeistä muutosvoimaa, jotka vaikuttavat pienyritysten toimintaympäristöön.

Väestörakenteen muutokset

Väestö ikääntyy ja keskittyy kaupunkeihin. Se muuttaa palveluiden tarvetta, myös maaseudulla.

Teknologia

Tekoäly ja digitalisaatio avaavat uusia liiketoiminta-mahdollisuuksia. Samalla eräät vanhat toiminnot käyvät kannattamattomiksi.

Kuluttajien arvot

Ympäristötietoisuus, eettisyys, vastuullisuus ohjaavat ostokäyttäytymistä. Kyse ei ole enää vain nuorista.

Ympäristön tila

Esimerkiksi ilmaston muutos ja siihen varautuminen nostavat esiin tiettyjä tuote- ja palvelutarpeita.



Asiakasymmärrys — innovaation kompassi

Asiakkaat eivät osta vain tuotteita. Taustalla on aina jokin tarve. Hyöty, helpuus, hauskuus, joku muu? Menestyvä innovaatio rakentuu syvemmän tarpeen ymmärtämiselle.

Kysy suoraan

Asiakashaastattelut, kyselyt ja arkinen keskustelu paljastavat enemmän kuin mikään raportti

Seuraa käyttäytymistä

Mitä asiakas todella tekee — ei vain mitä hän sanoo tekevänsä?

Aina asiakas ei osaa sanoa suoraa vastausta

Jos tuotetta tai palvelua ei vielä ole olemassa, asiakas ei ehkä osaa kertoa mitä hän haluaa. Mutta tarvekartoituksen pohjalta sinä voit kehittää sen.

Sisäinen uudistuminen — tehokkuus ja mielekkyys

Jotkin innovaatiot eivät näy uusina tuotteina asiakkaille. Innovaatio voi myös olla sellainen, joka kehittää tekemistä sisältäpäin.

Tällaisen innovaation tulisi tuottaa parannusta vähintään yhdellä näistä alueista:



Laatu

Tasaisempi ja parempi lopputulos



Kustannukset

Vähemmän hukkaa ja tehokkaampi resurssien käyttö



Kapasiteetti

Enemmän aikaan samalla tai pienemmällä panoksella



Ajankäyttö

Oikeisiin asioihin keskittyminen, turha työ pois



Työn mielekkyys

Yrittäjän ja henkilöstön jaksaminen paranee

Esimerkkejä sisäisistä innovaatioista

Pienleipomon ennustava tuotanto

Aiemmin tuotteita valmistettiin kokemuksen perusteella.

Innovaatio: Kassajärjestelmän dataa alettiin hyödyntää tuotantomäärien suunnittelussa.

Tulokset:

- Hävikki väheni
- Myynti kasvoi
- Raaka-ainekustannukset pienenivät

Matkailuyrityksen palvelun tuotteistus

Aiemmin asiakas varasi majoituksen, aktiviteetit ja ruokailut erikseen.

Innovaatio: Yritys rakensi sisäisen toimintamallin, jossa yksi työntekijä kokoaa asiakkaalle valmiin paketin useiden toimijoiden palveluista.

Tulokset:

- Myynti kasvoi
- Asiakastyytyväisyys parani
- Paikallisten yritysten yhteistyö lisääntyi

5 x miksi - keino löytää ideoita sisäisiin innovaatioihin

Esimerkki: Toimitus myöhästyi asiakkaalle

Ongelma: Asiakas sai tilauksensa kaksi päivää myöhässä.

1. Miksi?

Tuotetta ei ehditty valmistaa ajoissa.

2. Miksi tuotetta ei ehditty valmistaa ajoissa?

Tarvittava komponentti puuttui varastosta.

3. Miksi komponentti puuttui varastosta?

Uutta tilausta ei tehty ajoissa.

4. Miksi tilausta ei tehty ajoissa?

Varastosaldo oli järjestelmässä virheellinen.

5. Miksi varastosaldo oli virheellinen?

Komponenttien kulutusta kirjattiin käsin, eikä kirjausta tehty aina tuotannon aikana.

Juurisyy

Ongelma ei ollutkaan tuotannossa tai hankinnassa, vaan varastokirjausten epäluotettavassa toimintatavassa.

Kehitystoimenpide

- Otetaan käyttöön viivakoodilukijat.
- Varastosta otetut komponentit kirjautuvat automaattisesti järjestelmään.
- Määritellään vastuuhenkilö seuraamaan saldojen oikeellisuutta.

Varaa aikaa kehittämiselle

Kehittäminen hukkuu helposti arjen kiireisiin. Eisenhowerin nelikenttä auttaa priorisoimaan — ja muistuttaa, että tärkeimmät asiat harvoin ovat kiireellisiä.



Kehittäminen on tärkeää mutta ei kiireellistä — siksi se jää aina huomiselle. Mutta jos se jää sivuun viikosta toiseen, kuukaudesta toiseen, seuraukset alkavat näkyä.

→ **Kalenteroi kehittämissaika**

Varaa viikosta kiinteä aika uudistamiselle — vaikka yksi tunti

→ **Suojele se**

Älä anna kiireellisten mutta vähemmän tärkeiden asioiden syödä sitä

Tuote- ja palveluinnovaatiot — ideasta toteutukseen

Idea ei vielä ole innovaatio. Toteutus ratkaisee. Harva yrittäjä selviää matkasta yksin — eikä tarvitsekaan.

01

Idea ja testaus

Asiantuntijat, alueelliset kehittämisorganisaatiot, oppilaitokset voivat antaa sparrausta ja pilotointitukea

02

Kokeilu ja testaus

Tässä vaiheessa tarvitset todennäköisesti jo kumppaneita siihen, että saat toimivan tuotteen tai palvelu tuotettua ensimmäisiin kokeiluihin.

03

Vakiinnuttaminen

Tässä vaiheessa on varmistettava, että resurssit tuotteen/palvelun toteuttamiseen ja kasvattamiseen ovat riittävät, ja että pystyt toteuttamaan markkinointia ja myyntityötä.

04

Skaalaus ja kasvu

Rahoittajat, Leader-ryhmät, muut tuet — kasvun tuki ja verkostot



Onko sinulla brändi? Oletko Vasa-laiva vai Suomen Joutsen?



Ruotsalainen sotalaiva Vasa (upposi 1628) kerää yli miljoona kävijää vuodessa museonsa Tukholmassa.

Suomen Joutsen on historiallisesti merkittävä purjelaiva Turussa, mutta ei kerää juurikaan kansainvälisiä matkailijoita. Miksi?

☐ Imago syntyy tuotteesta, tarinasta, asiakaskokemuksesta ja siitä, mitä muut sanovat sinusta.

Tarina ja draama

Vasa kertoo tarinan — se herättää tunteita ja jää mieleen

Kokemus ja ympäristö

Upea museotila nostaa elämyksen arvon moninkertaiseksi

Näkyvyys ja markkinointi

Brändi on rakennettu määrätietoisesti ja pitkäjänteisesti

Rahoituslähteet maaseudun innovaatioille

Innovaatioihin on tarjolla monipuolista rahoitusta — avain on löytää oman hankkeen kannalta sopivimmat kanavat.

Leader-ryhmät

Paikallinen maaseudun kehittämisrahoitus, pienhankkeet ja yritystuet

Elinvoimakeskus


Maaseutuyritysten investointi- ja kehittämistuet, myös digitaaliset hankkeet

Business Finland

Innovaatorahoitus, tutkimus- ja kehitysavustukset kasvuhakuisille yrityksille

Alueelliset yrityspalveluorganisaatiot, ProAgria

Neuvonta, verkostot ja hankeyhteistyö maaseutuyrittäjille

 Useimmat rahoitushaut edellyttävät kirjallisen kehittämissuunnitelman. Aloita siitä — se selkeyttää ajatukset ja avaa ovet rahoitukseen.