

Innovointi on asiakkaalle arvo ja yritykselle elinehto

11.3.2025

Innovaation käsitettä kuvataan usein uuden idean syntymisenä tai luomisena (Viitala & Jylhä 2019, luku Innovaatiojohtaminen). Usein siihen liittyy uusien tuotteiden tai palveluiden kaupallistaminen sekä arvon saaminen asiakkaan näkökulmasta. Innovaation kriteeri täyttyykin, jos asiakas kokee saavansa siitä arvoa. Kehittyvien ja kasvavien yritysten odotetaan tuottavan innovaatioita aktiivisesti. Yhä suositummaksi on noussut myös avoin innovointi, jossa uusia ideoita ja kehitystä etsitään yhdessä muiden tahojen kanssa. Asiakkaita kannustetaan osallistumaan tällaiseen avoimeen innovaatioprosessiin.

Voidaankin todeta, että nykypäivän liiketoimintaympäristössä innovaatioilla on iso merkitys. Sonya Zouiter, Heim Hostel Oy:n yrittäjä, avaa omaa näkemystään innovaatioista pk-yrityksen näkökulmasta. Hän pohtii muun muassa sitä, mitä innovaatio käsitteenä hänelle tarkoittaa, ja miten pienet ja keskisuuret yritykset voivat kehittää innovaatioita menestyäkseen.

– Henkilökohtaisesti, minulle pelkästään, innovointi on lähtökohtaisesti itsensä toteuttamista. Mutta sitten yritykselle se on elintärkeä toimintatapa, mikä täytyy olla kirjattuna strategiaan, miten sitä yritystä pyöritetään, Zouiter kertoo.

Innovointi tuo mukanaan muutakin kuin vain palveluiden ja tuotteiden kehittämisen. Innovaatio voidaan määritellä useista eri lähtökohdista; tietoon perustuvana, tuloksiin keskittyvänä näkökulmana tai toiminnan kehittämiseen liittyen (Quintane, et.al 2011, s. 940). Edellisten lisäksi se voidaan yhdistää myös kokonaisten liiketoimintamallien innovointiin (Viitala & Jylhä 2019, luku Innovaatiojohtaminen). Innovaatio ymmärretään usein uutena tietona, jolloin uutuus voi tarkoittaa myös uutuutta jossain kontekstissa. Laajemmin innovaatiokäsite tulisi yhdistää myös tuotekehittelyyn, prosesseihin tai palveluiden kehittämiseen (Quintane,

et.al 2011, s. 940). Myös Zouiter korostaa, että innovaatiot eivät rajoitu pelkästään tuotekehitykseen ja nykypäivänä innovointiin liittyy läheisesti myös vastuullisuus ja sen merkitys yrityksen toiminnassa.

– Innovointi on yritykselle myös taloudellisen, ekologisen ja sosiaalisen vastuullisuuden kantamista yrityksen sisällä. Se on yhdessä sitä elintärkeyttä näiden kolmen osa-alueen ympärillä, Zouiter kiteyttää.

Innovoinnin mahdollisuudet ja haasteet

Zouiter kannustaa ajattelemaan laajemmin ja miettimään, mitä lisäarvoa yrityksen sisällä voidaan tuottaa. Hän nostaa esiin, että yrityksen ei tarvitse keskittyä pelkästään ydinliiketoimintaansa vaan siihen rinnalle voi kehittää hyvin myös jotain ihan muuta toimintaa.

– Liiketoiminnan sisälle voit miettiä paljon sellaista ekstraa, mikä sitten lisää esimerkiksi liikevaihtoa yritykselle. Ajatellaan boksin ulkopuolelta, että mitä muuta se voi olla tämän sisällä.

Monille pk-yrityksille innovointi voi tuntua pelottavalta, mutta Zouiter korostaa, että se ei aina vaadi suuria investointeja tai resursseja. Hän painottaa, että innovaatiot voivat alkaa pienestä kokeilusta tai muutoksesta, joka parantaa nykyisiä toimintatapoja.

– Tärkeintä on avoin mieli ja halu kehittää, hän toteaa.

Suurimpana haasteena innovoinnille Zouiter nostaa esiin yksin yrittämisen ja korostaa tiimin merkitystä. Taloudelliset haasteet ovat myös yleisiä, mutta onneksi yrityksille on tarjolla monia erilaisia tukia ja apurahoja. Zouiterin mukaan innovaatioiden edistämisessä on tärkeää luoda yhteistyötä eri toimijoiden välillä. Tämä voi tarkoittaa yhteistyötä asiakkaiden, toimittajien tai jopa niin sanottujen kilpailijoiden kanssa. Yhteistyö voi tuoda uusia näkökulmia ja mahdollisuuksia, jotka eivät olisi muuten saavutettavissa.

– Yhteistyö on avainasemassa, sillä se mahdollistaa tiedon ja resurssien jakamisen, mikä voi johtaa parempiin innovaatioihin. On tärkeää rakentaa verkostoja ja hyödyntää niitä tehokkaasti.

Kestävän kehityksen näkökulma on yhä tärkeämpi liiketoiminnassa ja yrityksen johtamisessa. Zouiter korostaa, että tulevaisuuden innovaatiot eivät voi olla pelkästään taloudellisesti kannattavia, vaan niiden on myös edistettävä ekologista ja sosiaalista kestävyyttä. Lopuksi Zouiter muistuttaa, että innovointi on prosessi, joka vaatii sitoutumista ja avoimuutta muutoksille. Innovointi tulee nähdä myös olemassa olevien toimintatapojen jatkuvana parantamisena ja kehittämisenä.

Innovaatioiden merkitys liiketoiminnassa on kiistaton, ja niiden avulla yritykset voivat varmistaa toimintansa jatkuvuuden, saavuttaa kilpailuetua ja kestävää kasvua. Onnistunut innovointi vaatii rohkeutta, yhteistyötä ja sitoutumista jatkuvaan kehitykseen.

Tämä artikkeli on tehty osana Innovaatiosilta Pk-yritykset ja AMK:t yhdessä yli innovaatioesteiden -hanketta, jonka toteutuksesta vastaavat kolme korkeakoulua, Centria, SeAMK ja SAMK. Hanke rahoitetaan Työ ja elinkeinoministeriön toimintaympäristön kehittämisavustuksesta, Keski-Suomen ELY-keskuksen kautta.

Katso artikkeliin liittyvä video täältä.

Saija Råtts
SeAMK
Aila Hemminki
SeAMK
Salla Kettunen
SeAMK

Kirjoittajat toimivat asiantuntijoina Innovaatiosilta -hankkeessa.

Lähteet

Quintane, E., Casselman, M.R., Reiche S.B. & Nylund. P.A. 2011. Innovation as a knowledge-based outcome. *Journal of Knowledge Management*, 15(6), pp. 928–947. https://doi.org/10.1108/13673271111179299

Viitala, R. & Jylhä, E. 2019. *Johtaminen: keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit*. Helsinki: Edita.