

Palveluita yriytysten tarpeisiin

Turun ammattikorkeakoulu





Tutkimusryhmämme

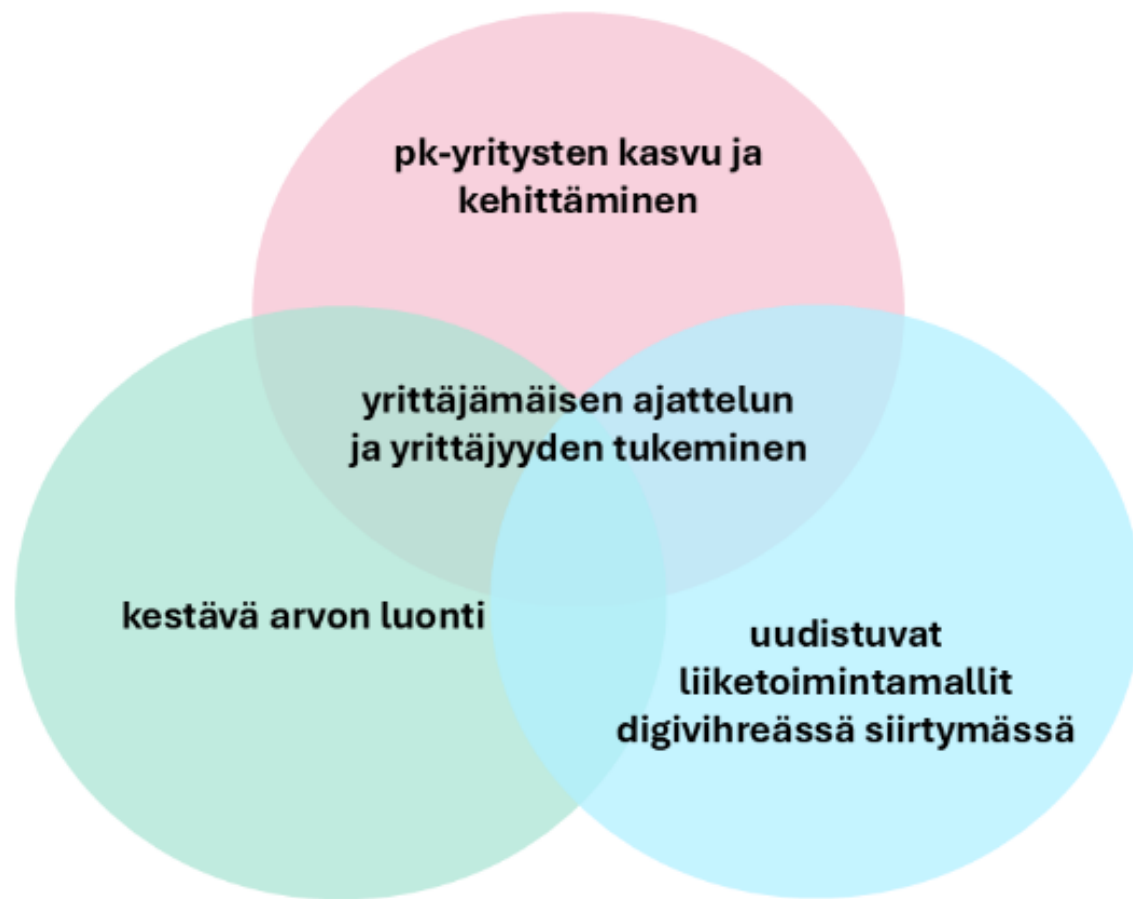
tärkeä tavoite on auttaa yrityksiä
vastaanottamaan muutosta, joka
liittyy digitaalisuuden
lisääntymiseen ja kestävyysteemaan.

*Anette Kairikko,
yliopettaja, tutkimusvastaava*

Yrittäjyys ja arvonluonti

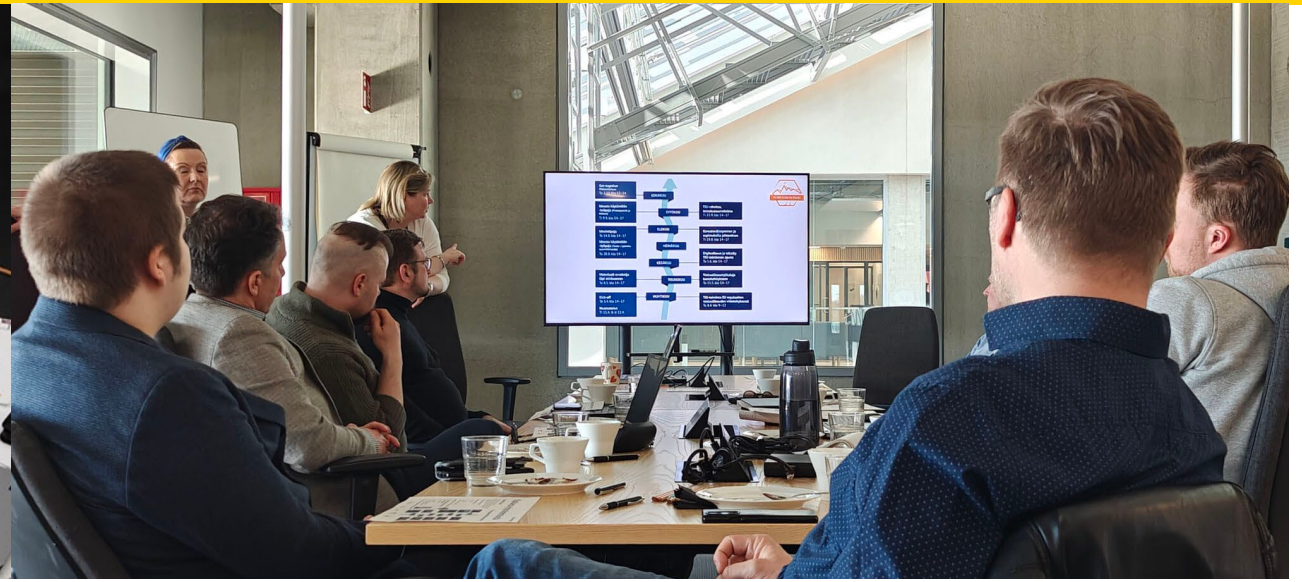
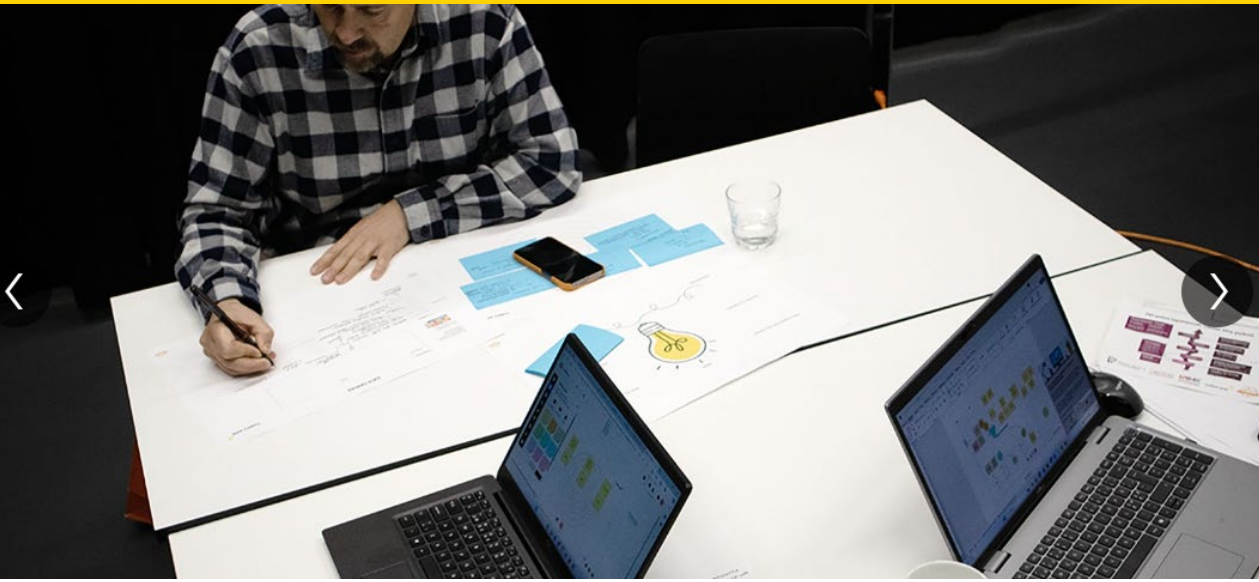
Entrepreneurship and Value Creation

Tutkimusryhmän painopisteet





“Teemme tutkimusta ja kehittämistyötä yhdessä pk-yritysten kanssa erilaisissa hankkeissa.”



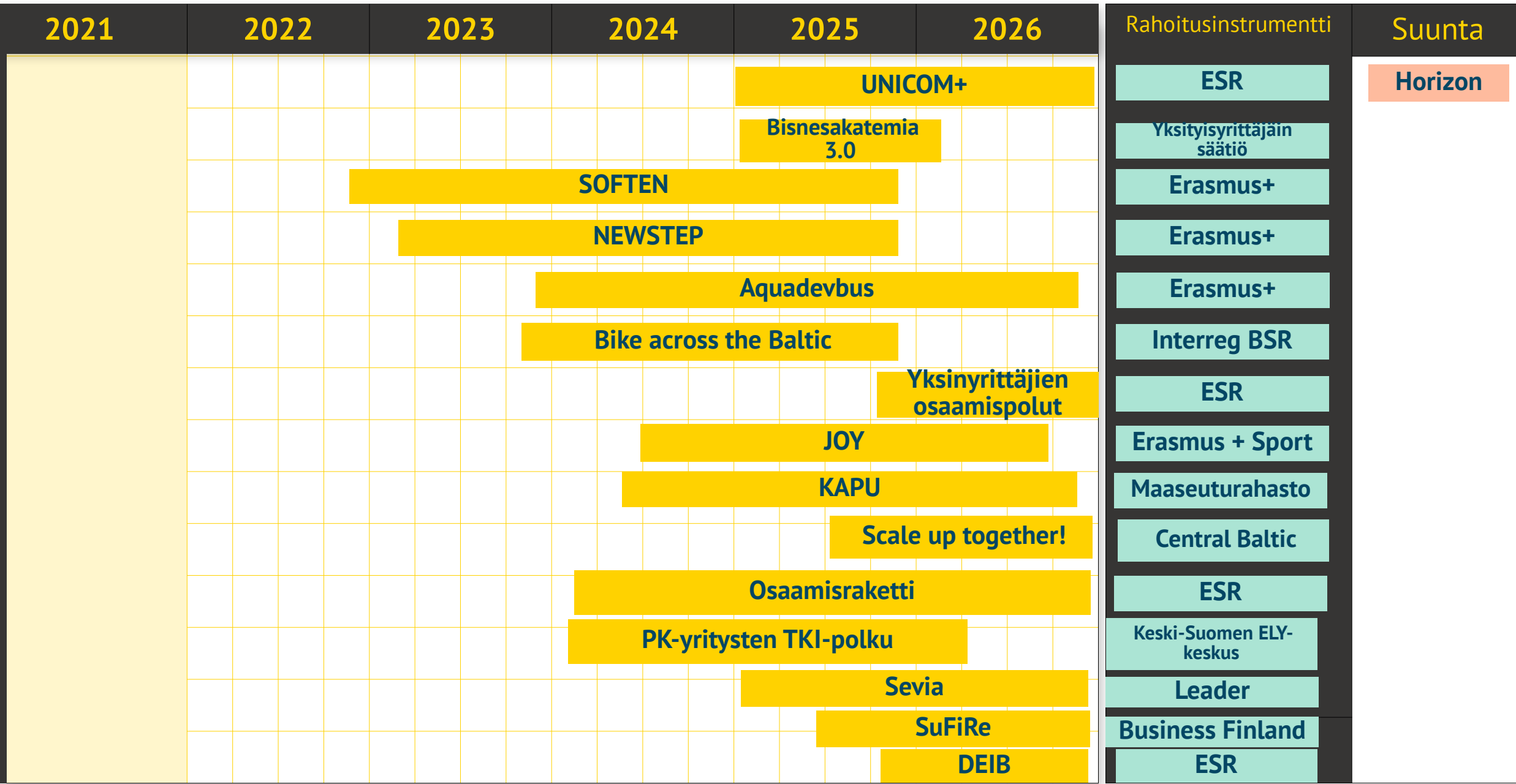
Yrittäjyyden avulla kestävämpää tulevaisuutta

Tutkimusryhmän kohderyhmiä ovat mm.

- erilaiset pk-yritykset
- erilaiset osa-aika-, kevyt- ja yksinyrittäjät
- erilaiset kunnalliset ja kolmannen sektorin toimijat, urheiluorganisaatiot
- eri koulutusasteiden henkilökunta ja opiskelijat



Hankesalkku (lokakuu 2025)



Contact us!



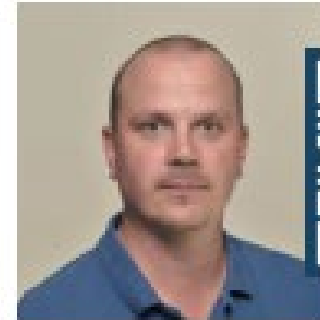
Anette Kairikko

Research group leader, PhD,
SME growth and innovation
anette.kairikko@turkuamk.fi



Ritva Hyttinen

Deputy Research group leader,
PhD, Inclusion and diversity
ritva.hyttinen@turkuamk.fi



Johnny Långstedt

Deputy Research group leader, PhD,
New technologies and cultural change
johnny.langstedt@turkuamk.fi

Tutustu meihin nettivuilla: [Entrepreneurship and Value Creation - research group - Turku AMK](#)

[Entrepreneurship and Value Creation | Turku UAS](#)

Seuraa meitä LinkedInissä [Entrepreneurship and Value Creation: About | LinkedIn](#)



Yrityskysely 2025

- Kohderyhmä V-S pk-yritykset
- Otos n. 1450 yritystä
- Vastaajien määrä 74
- Kysyttiin kehittämistarpeista
 - Osaamisesta
 - Uudistumisesta
 - Tekoälystä
 - Kansainvälistymisestä
 - Markkinoista ja asiakkaista
 - Vihreästä siirtymästä



Tärkeimmät kehittämistarpeet?

- Johtaminen ja esihenkilötyö
- Myynti ja asiakkuudet
- Automaatio ja tekoäly
- Markkinointi ja brändäys

Tulevaisuuden näkymät

- Kasvuhakuisuus (89 % tavoittelee kasvua)
- Uusien markkinoiden avaaminen
- Palvelu- ja tuoteinnovaatiot
- Digiratkaisujen käyttöönotto



Kansainvälistyminen

- 54 % ei tähtää ulkomaille lyhyellä aikavälillä, 25 % haluaa edistää vientä
 - Kotimarkkinat pääkohdealueena
- Tarpeet kohdemarkkinoiden tunnistamisessa
- Kumppaneiden löytäminen
- Valikoivat kasvupolut

Kestävyys ja vihreä siirtymä

- Kestävyys nähdään mahdollisuutena
- Digijärjestelmien rooli kasvaa
- Ympäristö- ja sosiaalinen vastuu korostuvat



Kehittämisen esteet

- Ajan puute
- Rahoituksen rajallisuus
- Osaamisen puute
- Painotus muihin strategisiin tavoitteisiin

Mitä toivotaan amk:lta?

- Opiskelijaharjoitteluja
- Opinnäytetöitä
- Opiskelijaprojekteja
- Hankkeiden työpajoja

Kiiitos

