

Maria Ljungberg

**YHTEISTYÖ JA VERKOSTOITUMINEN SEKÄ YHTEISET INNO-
VAATIOT NUORTEN YRITTÄJIEN TUKENA KESKI-
POHJANMAALLA**

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen
Kesäkuu 2017**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Yksikkö Kokkola-Pietarsaaren yksikkö	Aika Kesäkuu 2017	Tekijä Maria Ljungberg
Koulutusohjelma Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen		
Työn nimi YHTEISTYÖ JA VERKOSTOITUMINEN SEKÄ YHTEISET INNOVAATIOT NUORTEN YRITTÄJIEN TUKENA KESKI-POHJANMAALLA		
Työn ohjaaja Marko Ovaskainen	Sivumäärä 77 + 39	
Työelämäohjaaja Mervi Järkkälä		
<p>Nuorten yrittäjien rooli alueen tulevaisuuden yritys- ja talouselämässä on merkittävä ja nuoret yrittäjät ovat tärkeä osa aluetta ja sen tulevaisuutta. Yrittäjäksi ryhtyminen voi olla monen yhtälön summa, kuten myös yrittäjänä menestyminen. Jotta yritystoiminta olisi kannattavaa, täytyy yrityksen löytää oikeat toimintatavat sekä asiakas- ja jakelukanavat. Yhteistyöllä, verkostoitumisella, luovuudella ja innovoinnilla on tässä prosessissa merkittävä rooli.</p> <p>Tässä opinnäytetyössä selvitetään Keski-Pohjanmaan Nuorten Yrittäjien tämänhetkistä yhteistyön ja verkostoitumisen astetta, innovaatioinnokkuutta sekä kiinnostusta yhteistyöhön ja verkostoitumiseen sekä yhteisiin innovaatioihin tulevaisuudessa. Työn tavoitteena on, että siinä esille tuodut tulokset ja teorian näkökohdat innostavat yrittäjäjärjestöä, Centria-ammattikorkeakoulua sekä erityisesti nuoria yrittäjiä edelleen kehittämään toimintaansa niin, että tulevaisuudessa nuorten yrittäjien rooli alueen kehittäjinä ja vaikuttajina korostuu.</p> <p>Työ koostuu teoreettisesta viitekehuksesta sekä Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille toteutetusta Webropol-kyselystä. Kyselyä täydensivät Keski-Pohjanmaan Nuorten Yrittäjien aktiivisille jäsenille tehtyt teemahaastattelut. Osa kehittämistehtävän empiirisen tutkimuksen tuloksista koostuu kahdesta yrittäjille ja yrittäjyydestä kiinnostuneille järjestetystä tapahtumasta sekä niiden muistiinpanoista ja havainnoista. Tutkimukselliseksi lähestymistavaksi muodostui näin kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen yhdistelmä, joka sisälsi eri aineistonkeruumenetelmiä. Työn toteuttaminen koostui eri tiedonkeruumenetelmistä, jotta asialle saataisiin mahdollisimman laaja tietopohja.</p> <p>Tutkimustulosten valossa voidaan todeta, että yhteistyö, sosiaaliset kanssakäymiset sekä avoin ja kannustava ilmapiiri auttavat yrittäjiä arjen toiminnoissa. Yhteistyö ja verkostoituminen sekä yhdessä tekeminen koetaan yhtä lailla tärkeäksi sosiaalisten suhteiden synnyttämisessä kuin liiketoimintahyödyn saavuttamisessa. Innovointiin ja yhdessä tekemisen potentiaaliin uskotaan, mutta ajankäytölliset haasteet sekä yhteisen toiminnan käytänteet mietityttävät. Opinnäytetyön konkreettisina toimenpide-ehdotuksina syntyivät alueellisen osaamiskartoituksen tekeminen sekä <i>Tekijöiden verkosto</i> -tietokannan luominen.</p>		

Asiasanat

Innovaatiot, Keski-Pohjanmaan Nuoret Yrittäjät, luovuus, verkostoituminen, yhteistyö

ABSTRACT

CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Kokkola-Pietarsaari Unit	Date June 2017	Author Maria Ljungberg
Degree programme Entrepreneurship and Business Competence		
Name of thesis COOPERATION, NETWORKING AND JOINT INNOVATIONS AS YOUNG ENTREPRENEURS' SUPPORT IN CENTRAL OSTROBOTHNIA		
Instructor Marko Ovaskainen	Pages 77 + 39	
Supervisor Mervi Järkkälä		
<p>The role of young entrepreneurs in Central Ostrobothnia is significant – they are important contributors to the area and its future. Becoming an entrepreneur and being successful at it can be a sum of many things. For entrepreneurship to be profitable, a company must discover suitable modes of operation for its purpose and establish appropriate customer and distribution channels. Cooperation, networking, creativity and innovation play a considerable role in this process.</p> <p>The present study examines the levels of cooperation and networking among the Young Entrepreneurs of Central Ostrobothnia. It also explores their drive for innovation as well as their general interest in cooperation, networking and engaging in potential joint innovation ventures in the future. The aim of the study was to encourage and inspire – through its results and through some of the key theoretical aspects within it – the Young Entrepreneurs of Central Ostrobothnia, Centria University of Applied Sciences and, most importantly, young entrepreneurs in general to develop their operations, ultimately so that their role as influencers and developers in the area would grow even further in the future.</p> <p>The study consists of a theoretical framework and a Webropol survey conducted on the young entrepreneurs of the Regional Organization of Enterprises in Central Ostrobothnia. To supplement the survey, semi-structured interviews were carried out with active members of Young Entrepreneurs of Central Ostrobothnia. Furthermore, some additional conclusions were drawn based on observations and notes on two events organised for entrepreneurs and those interested in entrepreneurship. The approach of the study was thus a combination of quantitative and qualitative research methods and it incorporated different ways of collecting information to ensure a knowledge base as wide as possible.</p> <p>The results suggest that cooperation, social intercourse and an open, encouraging work environment support entrepreneurs in their everyday functions. Cooperation, networking and engaging in work together are regarded important in both developing social relations and achieving business advantage. Likewise, entrepreneurs believe in the potential of innovation and working together, but find themselves being challenged by limited time and the practices of collaboration. For future development, the study proposes to conduct a regional know-how survey and to create a Network of Doers database.</p>		

Key words

Cooperation, creativity, innovations, networking, Young Entrepreneurs of Central Ostrobothnia.

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 YHTEISTYÖ JA VERKOSTOITUMINEN	4
2.1 Yhteistyön ja verkostoitumisen määrittely	4
2.2 Verkostojen merkitys yritystoiminnassa	8
2.3 Verkoston sosiaalinen pääoma	12
2.4 Verkostoitumisen hyödyt ja haasteet	14
3 LUOVUUS JA INNOVAATIOT	16
3.1 Luovuuden merkitys innovaatioissa	16
3.2 Ideasta innovaatioon	18
3.3 Ideointimenetelmistä	20
3.4 Innovaatioprosessit	24
3.5 Yrityksen innovaatiokyvykyys	25
3.6 Avoin innovaatio	27
3.7 Monialaiset innovaatiot, ”välimaastoideat”	28
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄT	29
4.1 Tutkimuksen kohderyhmä	29
4.2 Tutkimuskysymykset ja -tavoitteet	30
4.3 Tutkimusmenetelmät	31
4.3.1 Kysely	33
4.3.2 Teemahaastattelu	33
4.3.3 Havainnointi	34
4.4 Tutkimusprosessin kulku	36
5 TUTKIMUSTULOKSET	38
5.1 Webropol -kysely	38
5.1.1 Vastaja-profiili	38
5.1.2 Yrittäjyyden ja yritystoiminnan lähtökohdat	40
5.1.3 Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yrityksen toiminnan kannalta	42
5.1.4 Yhteistyön ja verkostoitumisen tämän hetkinen tilanne ja luonne	43
5.1.5 Tulevaisuuden yhteistyö	46
5.1.6 Innovoinnin tärkeys yrityksen toiminnassa	47
5.1.7 Kiinnostus innovaatiotoimintaan	48
5.2 Teemahaastattelut	50
5.2.1 Teema 1 - Yrittäjähenkisyys ja ura yrittäjänä	51
5.2.2 Teema 2 - Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yritystoiminnassa	51
5.2.3 Teema 3 - Kiinnostavat yhteistyön ja verkostoitumisen muodot	52
5.2.4 Teema 4 - Innovointi osana yrityksen toimintaa	54
5.2.5 Teema 5 - Innovoinnin kehittäminen	55
5.2.6 Yhteenveto teemahaastatteluista	55
5.3 Havainnointi eli observointi	57
5.3.1 Tapahtumien sisällöllinen purku	58
5.3.2 Yhteenveto tapahtumista	61

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	63
6.1 Toimenpide-ehdotukset	68
6.2 Opinnäytetyön arviointi ja itsearviointi	70
6.3 Opinnäytetyön luotettavuuden arviointi	71

LÄHTEET	73
----------------------	-----------

LIITTEET

KUVIOT

KUVIO 1. Verkostoitumisen määritelmä.....	7
KUVIO 2. Sosiaalisen pääoman tuottaminen verkostossa.....	13
KUVIO 3. Luovuuden kokonaisvaltainen systeemimalli	17
KUVIO 4. Innovaatioprosessi.....	24
KUVIO 5. Aineistonhankintamenetelmät.....	32
KUVIO 6. Aineiston käsittelyvaiheet	33
KUVIO 7. Havainnoinnin eri muodot	35
KUVIO 8. Tutkimusprosessin kulku	36
KUVIO 9. Tahdon / asenteen merkitys yrittäjäuran aloittamiseen.....	40
KUVIO 10. Yrittäjäuran lähtökohta.....	41
KUVIO 11. Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yrityksen toiminnan kannalta	43
KUVIO 12. Yhteistyön tämän hetkinen tilanne ja luonne	44
KUVIO 13. Verkostoitumisen tämän hetkinen tilanne ja luonne.....	45
KUVIO 14. Kiinnostavat yhteistyön muodot	46
KUVIO 15. Innovoinnin tärkeys osana yrityksen toimintaa.....	48
KUVIO 16. Kiinnostus innovaatiotoimintaan	49

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Ajatustyökalujen sisältö ja hyödyt.....	21-23
TAULUKKO 2. Yrityksen taustatiedot	39
TAULUKKO 3. Tahdon / asenteen merkitys yrittäjäuran aloittamiseen.....	40
TAULUKKO 4. Yrittäjäuran lähtökohta.....	41
TAULUKKO 5. Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yrityksen toiminnan kannalta	42
TAULUKKO 6. Yhteistyön tämän hetkinen tilanne ja luonne	43-44
TAULUKKO 7. Verkostoitumisen tämän hetkinen tilanne ja luonne.....	45
TAULUKKO 8. Tulevaisuuden yhteistyö	46
TAULUKKO 9. Innovoinnin tärkeys.....	47
TAULUKKO 10. Kiinnostus innovaatiotoimintaan	49

1 JOHDANTO

Nuorten yrittäjien rooli alueen tulevaisuuden yritys- ja talouselämässä on merkittävä ja nuoret yrittäjät ovat tärkeä osa aluetta ja sen tulevaisuutta. Yrittäjäksi ryhtyminen voi olla monen yhtiön summa, kuten myös yrittäjänä menestyminen. Jotta yritystoiminta olisi kannattavaa, täytyy yrityksen löytää oikeat toimintatavat sekä asiakaskanavat. Yhteistyöllä ja verkostoitumisella sekä luovuudella ja innovoinnilla on tässä prosessissa merkittävä rooli. Luovuuden takana on aina yksilö omine tietoineen ja taitoineen, mutta yhteistyössä nämä voimavarat synnyttävät parhaimmillaan jotain uutta ja merkityksellistä. Luovuus on myös innovatiivisuuden lähtökohta, ja kun uudet ideat voidaan viedä käytäntöön, tuotteistaa, markkinoida ja myydä, voidaan puhua aidosta innovatiivisuudesta. (Stähle & Wilenius 2006, 182.)

Yrittäjien ikääntyminen ja eläköityminen tuovat Suomen Yrittäjien teettämän kyselyn mukaan markkinoille tuhansia yrityksiä lähivuosina, mutta samanaikaisesti huolena on yritysten toiminnan loppuminen (KP24 2015). Keski-Pohjanmaan Yrittäjien järjestöpäällikön Nina Niemen mukaan Keski-Pohjanmaalta eläköityy tulevaisuudessa suhteessa eniten yrittäjiä ja yritystoiminnan jatkuvuus on tärkeää, toteaa (Harju 2016). Nämä tosiasiat korostavat nuorten yrittäjien roolia alueen tulevaisuuden yritys- ja talouselämässä ja vahvistavat heidän asemaansa alueen tulevaisuuden kehittäjinä.

Alueen nuorten yrittäjien yhteistoiminta on ollut verrattain vähäistä, mutta toiminta sai positiivista virettä vuoden 2016 alussa, kun Keski-Pohjanmaan Yrittäjänuoret –ryhmä perustettiin. Vertaistuen saaminen ja samanikäisten ja -henkisten yrittäjien kanssa toimiminen tukevat yritystoimintaa. Parhaimmassa tapauksessa joukko oman alansa ammattilaisia kokoontuu yhteen ja alkaa kehittää aivan jotain uutta bisnesideaa. (Store 2016.)

Tämä opinnäytetyö on tehty yhteistyössä Keski-Pohjanmaan Yrittäjien ja Centria-ammattikorkeakoulun kanssa. Keski-Pohjanmaan Yrittäjät toimii Suomen Yrittäjien virallisena aluejärjestönä 22 paikallisyhdistyksen kautta. Paikallisyhdistysten tehtävänä on olla mukana vaikuttamassa oman kuntansa päätöksentekoa yrittäjäystävällisemmäksi ja samalla ylläpitää ja rakentaa verkostoja paikkakunnan yrittäjien kanssa. (Keski-Pohjanmaan Yrittäjät.)

Centria-ammattikorkeakoulun tärkeänä tehtävänä on toimia tiiviissä yhteistyössä alueen yritysten kanssa. Ammattikorkeakoulun missiona on edistää alueen opiskelijoiden ja yritysten

hyvinvointia, kilpailukykyä ja kehittymistä korkeakouluopetuksen ja vahvan alueellisen TKI-toiminnan kautta. Aluevaikutuksesta tunnettu ammattikorkeakoulu tukee yrittäjyyttä sekä elinkeino- ja työelämän kansainvälistymistä. (Centria-ammattikorkeakoulu.)

Opinnäytetyössä selvitetään muun muassa nuorten yrittäjien kiinnostusta yhteistyöhön ja verkostoitumiseen sekä yhteiseen innovointiin. Myös yrittäjäksi ryhtymisen syitä ja motiiveja selvitetään. Työn empiirisen osion tutkimuksen kohderyhmänä ovat Keski-Pohjanmaan Nuoret Yrittäjät. Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä on keskitytty neljään eri aihealueeseen. Nämä ovat yhteistyö ja verkostoituminen sekä luovuus ja innovaatiot. Tarkoituksena on tuoda esille näiden teemojen keskinäistä yhteyttä sekä niiden merkitystä yritystoiminnassa. Viitekehys myös ohjaa tutkimuksen empiiristä työtä ja yhdistää empiirisen ja teoreettisen osan ehjäksi kokonaisuudeksi. (Heikkilä 2004, 26).

Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille toteutettiin Webropol -kysely, jolla selvitettiin muun muassa nuorten yrittäjien kiinnostusta yhteistyöhön ja verkostoitumiseen sekä yhteiseen innovaatiotoimintaan. Kyselyä täydensivät Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille aktiivisille jäsenille tehty teemahaastattelut, joiden tavoitteena oli käsitellä tehdyn kyselyn teemoja syvällisemmin ja tuoda esille yrittäjien omia näkemyksiä ja kannanottoja. Osa kehittämistehtävän empiirisen tutkimuksen tuloksista koostuu kahdesta yrittäjille ja yrittäjyydestä kiinnostuneille järjestetystä tapahtumasta ja niiden muistiinpanoista ja havainnoista.

Opinnäytetyön tavoitteena oli, että siinä esille tuodut tulokset ja teoreettiset näkökohdat innostavat yrittäjäjärjestöä, Centria-ammattikorkeakoulua sekä erityisesti nuoria yrittäjiä edelleen kehittämään ja jalostamaan toimintaansa niin, että tulevaisuudessa nuorten yrittäjien rooli alueen kehittäjinä ja vaikuttajina korostuu. Tutkimukselliseksi lähestymistavaksi muodostui kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen yhdistelmä, joka sisälsi eri aineistokeruumenetelmiä. Työn toteuttaminen koostui eri tiedonkeruumenetelmistä, jotta tutkimukselle saataisiin mahdollisimman laaja tietopohja.

Saatujen tulosten pohjalta voidaan todeta, että yhteistyö, sosiaaliset kanssakäymiset sekä avoin ja kannusta ilmapiiri auttavat yrittäjiä arjen toiminnoissa. Yhteistyö ja verkostoituminen sekä yhdessä tekeminen koetaan yhtä lailla tärkeäksi sosiaalisten suhteiden synnyttämisessä kuin liiketoimintahyödyn saavuttamisessa. Innovointiin ja yhdessä tekemisen potentiaaliin uskotaan, mutta ajankäytölliset haasteet sekä yhteisen toiminnan käytänteet mietityttävät.

Opinnäytetyön konkreettisenä toimenpide-ehdotuksena syntynyt *tekijöiden verkoston* luominen antaa alueen yrittäjille ja muille toimijoille mahdollisuuden uudenaikaiseen yhteistyöhön ja verkostoitumiseen sekä mahdollisuuden tehokkaaseen ja nykyaikaiseen tapaan toimia ja vaikuttaa. Verkoston luominen antaa positiivista viettä aluekehitykseen ja tuo alueen toimijat yhteen kehittämään ja edelleen tiivistämään jo olemassa olevia yhteistyömuotoja.

Opinnäytetyö koostuu kuudesta eri osa-alueesta. Ensimmäisessä luvussa käydään läpi kehittämistehtävän taustaa, työn tavoitteita, rajausta ja rakennetta. Toisessa luvussa käsitellään yhteistyötä ja verkostoitumista, verkostojen merkitystä yritystoiminnassa sekä verkostojen sosiaalista pääomaa. Kolmannessa luvussa käsitellään luovuutta sekä innovaatioita ja niiden merkitystä yrityksen toiminnassa. Myös valittuja ideointimenetelmiä ja ideoinnin malleja on esitelty.

Neljännessä luvussa keskitytään tutkimuksen toteutukseen ja käytettyihin tutkimusmenetelmiin. Myös kohdeorganisaatiota, sen toiminnan tavoitteita sekä tulevaisuuden näkymiä käydään läpi. Viidennessä luvussa käydään läpi eri tutkimustavoin saatuja tutkimustuloksia ja tulosten yhteenvetoa. Viimeisessä eli kuudennessa luvussa annetaan toimenpide-ehdotuksia mahdollisista jatkotoimenpiteistä sekä keskitytään kehittämistehtävän arviointiin sekä itsearviointiin.

2 YHTEISTYÖ JA VERKOSTOITUMINEN

2.1 Yhteistyön ja verkostoitumisen määrittely

Aito yhteistyö on vastavuoroinen prosessi. Siinä eri osapuolilla on mahdollisuus antaa toiselle ihmiselle jotain sellaista, jota he pitävät itselleen arvokkaana ja hyödyllisenä ja saada itse jossakin vaiheessa jotain itselle tärkeää. (Silvennoinen 2008, 36.) Yhteistyö ja verkostoituminen ovat myös yhtä vanhoja ilmiöitä kun yrittäminen. Aalto-Yliopiston kauppakorkeakoulun professori Markku Virtasen mukaan se on yrittäjyyden ydintä. (Satuli 2010.) Jokainen yrittäjä on verkottunut ainakin asiakkaisiinsa, alihankkijoihinsa ja tavarantoimittajiinsa, vaikka ei sitä ole tullut ajatelleeksi. Tämän lisäksi yrittäjät verkostoituvat tietoisesti.

Verkostoituminen on prosessi, jossa yritysten arvot, osaaminen ja tieto yhdistetään lisäarvoa synnyttäväksi toiminnaksi. Verkostoituminen tähtää yritysten pidemmän tähtäimen kilpailukykyyn edistämiseen. Verkostoitumisen voidaan sanoa olevan myös strategista kumppanuutta, joka on tavanomaista yhteistyötä monitasoisempaa ja syvempää. Kun yhteistyösuhde kehittyy kumppanuustyypiseksi verkostoksi, sen tärkeäksi tekijäksi nousee molemminpuolinen luottamus. (Toivola 2006, 17.)

Pienten ja keskisuurten yritysten yksi tärkeimmistä syistä verkostoitumiseen liittyy useimmiten markkinointiin ja asiakasyymmärrykseen. Verkostoyhteistyö auttaa yrityksiä pääsemään keskittyviin, kansainvälistyviin ja usein isoilla volyymeillä toimiviin jakeluteihin. Yhdessä on mahdollista tehdä sellaista, mihin yhden yrityksen voimat eivät riitä. (Niemelä 2002, 21.)

Verkostoitumisen vahvimpana kasvualueena ovatkin suurten globaalien toimijoiden ja pienten yritysten väliset kumppanuudet. Isot yritykset kaipaavat tuoreita ja ketteriä toimintatapoja uudistuakseen. Pienet puolestaan tarvitsevat kansainvälisiä kontakteja ja jakelukanavia. Tämä mahdollistaa pk-yritykselle mahdollisuuden saavuttaa suuren yrityksen edut ilman liiallista byrokratiaa, kuluja ja jäykkyyttä. (Satuli 2010.)

Suomalaiset yritykset ovat varovaisempia käyttämään virtuaaliverkostoja kuin ulkomaalaiset kollegat. Monelle nuorelle yrittäjälle yhteisöllisen median verkostot ovat perinteisiä kokouksia luontevampi tapa toimia, mutta virtuaaliverkostot eivät voi kuitenkaan koskaan korvata perinteistä verkostoitumista. Loppujen lopuksi sosiaalisen median palvelut ovat yhteisen tekemi-

sen apuväline, kun sisällön ja hyödyn tekevät aina verkostossa toimivat ihmiset. Verkostoissa toimiminen tuo yritykselle uskottavuutta ja kollegoiden tuki ja arvostus ovat yrittäjän motivaatiolle ja jaksamiselle yhtä keskeisiä kuin puhdas liiketoimintahyöty. (Satuli 2010.)

Verkostot mahdollistavat myös eri alojen tietojen ja taitojen kohtaamiset. Eri alojen välisten yhteyksien avulla yritysten on mahdollista ylittää omat rajansa ja yhdistää tietonsa muiden alojen tietoon ja käsitteisiin. Tällainen välimaasto on otollinen uusien, mullistavienkin ideoiden synnylle. (Silvennoinen 2008, 53.)

Yrittäjien yhteistyö ja verkostoituminen on ollut tarkastelun alla myös väitöskirjassa (Leskinen 2011; Aalto Yliopisto), joka korostaa ennen kaikkea yksinyrittäjien verkostoitumisen tärkeyttä. Aalto Yliopiston kauppakorkeakoulun Pienyrityskeskuksesta työskentelevä KTM Raija Leskinen tarkasteli väitöskirjassaan yrittäjien verkostoitumisprosessia yksilön näkökulmasta. Artikkelimuotoisen väitöskirjan erityisenä kiinnostuksen kohteena olivat yksilöiden välinen dynamiikka ja yhteisölliset prosessit yrittäjien verkostoitumisprosessissa. Väitöskirjassa tutkitaan niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat yrittäjien välisiin suhteisiin ja näin ollen edistävät yhteistyötä tai vaikuttavat epäonnistumiseen verkostoitumisprosessin aikana.

Tämän opinnäytetyön kohderyhmänä ovat Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuoret jäsenyrittäjät, joista suuri osa on mikro- ja yksinyrittäjiä. Näin ollen väitöskirjatutkimuksesta saatuja tuloksia voidaan tarkastella myös tämän opinnäytetyön puitteissa.

Leskisen (2011) tutkimus lisää tietoa yrittäjien verkostoitumisprosessista, jossa sen jäsenet rakentavat verkostoyhteistyötä keskinäisessä vuorovaikutuksessa ja vuoropuhelussa toistensa kanssa. Yrittäjäominaisuudet, kuten sitkeys, vastuullisuus ja motivaatio vaikuttavat luottamuksen syntyyn ja sitoutumiseen. Väitöskirjatutkimus osoittaa, että yrittäjien välinen verkostoyhteistyö perustuu luottamukseen eikä sitoutumista verkostoyhteistyöhön synny ilman kunnioittavaa vuoropuhelua ja luottamusta toisia verkostossa mukana olevia yrittäjiä kohtaan. Toisia kunnioittavaan dialogiin perustuvat käytännöt kannustavat yrittäjiä myös luovuuteen, ideointiin, yhteistyöhön ja uusien palvelujen kehittämiseen. Tuki ja kannustus verkoston muilta yrittäjiltä luo liiketoimintamahdollisuuksia ja –kanavia sekä auttaa jaksamaan yrittäjänä.

Tutkimuksen keskeinen johtopäätös oli, että yrittäjien keskinäinen vuorovaikutus ja toisia kunnioittava vuoropuhelu toimivat luottamuksen rakentajina ja vaikuttavat sitoutumiseen ver-

kostoitusprosessin aikana. Yrittäjäominaisuudet vaikuttavat myös verkoston toimintaan ja yhteistyöhön prosessin aikana. Sosiaalisten suhteiden rakentuminen on tärkeää ja merkittävä lisäarvo yrittäjille ja heidän yrityksilleen. Tutkimuksen mukaan verkostoyhteistyössä taloudellinen lisäarvo ei ole niin tärkeä kuin sosiaaliset suhteet. (Leskinen 2011.)

Elinkeinoelämän keskusliiton julkaisemassa Yritysten liiketoimintasuhteet – Selvitys liiketoimintasuhteista ja verkostoitumisesta Suomessa (Tsupari, Sisto, Godenhjelm, Oksanen & Urtila 2004) todetaan, että verkostojen oppimista koskevien tutkimusten mukaan yritysten väliset yhteistoimintasuhteet kehittyvät vaiheittain ja niiden kehitystä on verrattu muun muassa avioliittoon. Verkostoitumisessa osapuolet yhdistävät osaamistaan ja jakavat keskenään aidosti kriittistä tietoa. Verkostoituminen on normaalia yhteistyötä syvempää, ja siinä on havaittavissa monia tasoja.

Selvityksessä (Tsupari ym. 2004) verkostoitumisen määritelmä on esitetty kuviossa 1 seuraavalla tavalla.

Verkostoitumisen määritelmä

VERKOSTOITUMINEN on prosessi, jossa yhteistyöyrittäjien tieto, osaaminen ja arvot yhdistetään lisäarvoa synnyttäväksi toiminnaksi.

Verkostoitunut toiminta kahden tai useamman osapuolen välillä on:

1. **Tavoitteellista, pitkäaikaista, jatkuvaa ja säännöllistä** yhteistyötä lopputuotteiden tuotannossa (Verkostoituminen edellyttää sen kaltaista henkilöiden ja organisaatioiden tuntemusta sekä yhteisen arvo- ja ajattelumaailman jakamista tai ainakin ymmärtämistä, ettei kertaluonteinen tai hyvin satunnainen yhteistyö ole mahdollista).
2. **Yhteistyötä ydinprosesseissa, joko lopputuotteiden tai palveluiden tuotannossa tai tuotantoa tukevissa toiminnoissa**, kuten tutkimuksessa ja kehitystoiminnassa, tieto- ja viestintätekniikassa, myynnissä ja markkinoinnissa.
3. **Vuorovaikuteista ja luottamuksellista** (Mitä kehittyneempää ja tiiviimpää vuorovaikutus on, sitä paremmat edellytykset on luottamuksen synnylle. Vuorovaikutus on myös edellytys, että eri organisaatioiden toimijat tiedostavat yhteisen viitekehyksen ja mieltävät yhteistyön sisällön samalla tavoin).
4. **Molempien osaamista kehittävää strategista kumppanuutta**, jossa oppiminen on väline tulevaisuuden taloudellisten hyötyjen tavoittelussa. (Mikäli vain toisen ydinosaaminen kehittyy yhteistyön seurauksena, on kyse pikemminkin alihankinnasta tai muusta vastaavasta. Kaiken yritystoiminnan lähtökohtana on lopulta voitontavoittelu, joten strategisessa yhteistyössä kyse on aikajänteestä: verkostoituminen tähtää välittömien hyötyjen ohella pidemmän aikavälin kilpailukykyyn edistämiseen).

KUVIO 1. Verkostoitumisen määritelmä (mukaillen Tsupari ym. 2004)

Verkostoitumisen määritelmässä tavoitteellisuus, pitkäaikaisuus, jatkuvuus ja säännöllisyys on nostettu merkittäviksi tekijöiksi, kuten myös vuorovaikutteisuus ja luottamuksellisuus. Verkostoituminen on myös kuvattu molempien osaamista kehittävänä strategisena kumppanu-

tena. Parhaimmillaan verkostoitunut toiminta on yhteistyötä ydinprosesseissa, joko lopputuotteiden tai palvelujen tuotannossa tai tuotantoa tukevissa toiminnoissa.

2.2 Verkostojen merkitys yritystoiminnassa

Verkostoissa toimimisen ideana on, että siihen kuuluvat saavat jonkinlaista lisäarvoa verkoston jäsenyydestä. Lisäarvo tai hyöty voi olla esimerkiksi mahdollisuus saada tukea, tietoa tai luotettavaa kumppanuutta. Lisäarvon saamiseksi ihmisten on voitava kokea suhde yhteistyöhön kannustavaksi ja henkisesti rakentavaksi. (Silvennoinen, 2008, 18.)

Kaikki yrittäjät toimivat yrittäjämäisesti yritystä perustettaessa, tämä on välttämätöntä hankittaessa tarvittavia resursseja yritystoiminnan käynnistämiseen. Yrittäjät alkavat erottua toisistaan siinä vaiheessa, kun toiset lähtevät kehittämään toimintaansa ja rakentamaan uusia verkostoja ja toiset tyytyvät yritystoiminnan senhetkiseen tilaan ja toimivan yrityksen johtamiseen. Verkostojen edelleen kehittäjät ovat ne yrittäjät, jotka näkevät ympärillään jatkuvasti uusia mahdollisuuksia. (Toivola 2006, 26.)

Verkostoituminen onkin parhaita tapoja turvata pienen yrityksen menestyminen. Pienen yrityksen voimavarat eivät useinkaan riitä markkinoilla tarvittavaan tuotekehitykseen ja uudistamiseen. Kansainvälistyminen on myös suuri haaste monelle pienyritykselle. Verkostoituminen tarjoaa ratkaisuja muun muassa näihin ongelmakohtiin. (Niemelä 2002, 5.)

Toimiva verkosto syntyy yritysten ja seudun vahvuuksista. Toimiakseen se tarvitsee ympärilleen ainakin seuraavia voimavaroja:

- Toimivat yritykset
- Osaaminen
- Luonnonvarat
- Yhteistoimintaperinne
- Yrittäjäperinne
- Rahoitus ja muut sidosryhmät.

Paras pohja verkoston syntymiselle ovat jo toimivat yritykset. Yritysten ja niiden omien kehittämistoiveiden kartoitus auttaa näkemään niitä yhteisiä mahdollisuuksia, joissa voi olla alku merkittävällekin verkostoyhteistyölle. Yrityskartoitus on samalla osaamiskartoitusta, mutta osaamista ja sen kehittämisen mahdollisuuksia tulee myös selvittää tarkemmin. Kartoituksessa tulee ottaa huomioon yritysryhmän ja alueen kaikki osaaminen. Usein tärkeät luonnonvarat ovat jo tuotannollisen yritystoiminnan pohjana ja joissakin tapauksissa verkosto kannattaa synnyttää aivan alusta, jos luonnonvarojen saatavuus tai ainutlaatuisuus antaa siihen aiheita. (Niemelä 2002, 34–36.)

Verkostoissa tarvitaan myös valmiutta arvioida asioita samanaikaisesti sekä oman yrityksen että koko verkoston kannalta. Tässä tarvitaan ikivanhaa kykyä, jota viime vuosina on alettu nimittää sosiaaliseksi pääomaksi. Tällä tarkoitetaan lyhyesti sanottuna kokemuksen mukanaan tuomaa kykyä toimia yhdessä yhteisten päämäärien hyväksi. Sosiaalisen pääoman perustana ovat luottamus ja vastavuoroisuus. Yrittäjäperinteen juuret Suomessa ovat vahvat ja yritysverkosto tarjoaa tärkeän avun yrittäjäperinteen siirtämiseen uusille sukupolville. Pienyrityksen ei tarvitse osata kaikkea, vaan riittää että yritys keskittyy järkevän kokoiseen osa-alueeseen ja sen mukaiseen osaamiseen ja investointeihin. Myös rahoittajilla ja muilla sidosryhmillä on tärkeä rooli verkostoyhteistyössä. Onkin tullut tavaksi sanoa, että yksikään hyvä yritysidea ei kaadu rahoituksen puutteeseen, ja osin tämä onkin totta. (Niemelä 2002, 36–37.)

Järjestöpuolella yrittäjien tärkeänä tukena toimii Suomen Yrittäjät ja nuorten yrittäjien vahvana tukena ja yhteistyökumppanina Suomen Yrittäjien nuorten yrittäjien verkosto. Nuorten Yrittäjien toiminta on kehitetty tarkoituksena vahvistaa juuri nuorten yrittäjien verkostoitumista ja auttaa uusia yrityksiä kehittymään vertaistuen avulla. (Nuoret Yrittäjät 2013.) Toiminnan tehtävänä on varmistaa, että nuorten yrittäjien ääni kuuluu Suomen Yrittäjissä ja yrittäjyyttä koskevissa päätöksissä ja linjauksissa. Tärkein vaikuttamisväylä järjestön sisällä on nuorten yrittäjien valiokunta. Toiminnan tavoitteena on verkostoituminen samanhenkisten ja –ikäisten kanssa.

Nuoret yrittäjät toimivat myös suunnannäyttäjinä yrittäjäjärjestön toiminnassa. Valtakunnallinen nuorten yrittäjien verkosto tuo yhteen eri aluejärjestöjen ja paikallisyhdistysten nuoret yrittäjät vaikuttamaan ja verkostoitumaan. (Nuoret Yrittäjät 2013.) Nuorten Yrittäjien valiokunta pyrkii omalla toiminnallaan muuttamaan yleistä yrittäjyyden mielikuvaa positiivisemmaksi ja

piristämään mielikuvaa yrittäjäjärjestöstä. Valiokunta koostuu siihen valituista nuorista yrittäjistä, joita alue- ja toimialajärjestöt ehdottavat. Valiokunnan yksi pysyvä tavoite on edistää nuorten yrittäjien verkostoitumismahdollisuuksia. Suomen Yrittäjien nuorten yrittäjien alueverkosto koostuu aluejärjestön toimihenkilöistä ja alueen nuorten yrittäjien verkoston yrittäjäjäsenistä. (Nuoret Yrittäjät 2013.)

Nuorten yrittäjien näkyvin tapahtuma on vuotuinen Get together –tapahtuma, jossa Suomen Yrittäjät palkitsevat vuosittain vuoden nuoren yrittäjän. Valinnassa korostetaan erityisesti ansioita toimialalla, innovatiivisuudessa tai yrittäjäasenteessa. Vuoden nuori yrittäjä 2016 –kilpailun voitti vaatetusalan yritys PaaPii Design, joka toimii Keski-Pohjanmaan Yrittäjien toiminta-alueella Kokkolassa. (Kivioja 2016.)

Nuorten yrittäjien alueverkostojen järjestämiin tapahtumiin on mahdollisuus tutustua tarkemmin *Suomen nuorten yrittäjien verkostot* –toiminnan käsikirjasessa. (Nuoret Yrittäjät 2013.) Toiminta on valtakunnallisesti monipuolista ja yritystoimintaa tukevaa. Yhteisöllisyys ja verkostoituminen ovat usein tilaisuuksien punaisia lankoja.

Eri tavoin ja eri tarkoituksiin rakennetut verkostot tarjoavat mahdollisuuksia rikastuttaa ja tukea niin yksityisten ihmisten kuin erilaisten yhteisöjenkin innovatiivisia hankkeita. Verkostot toimivat tehokkaina informaatiokanavina ja edesauttavat sosiaalisten suhteiden rakentamista. Nämä ovat merkittäviä tekijöitä luovien prosessien ylläpitämisessä ja uusien innovaatioiden luomisessa. (Heikkilä 2010, 382.)

Alueellista tukea yhteisölliseen toimintaan Keski-Pohjanmaalla tuo Kokkolan seudun Kehitys Oy:n, KOSEKin, hallinnoima hanke KOHTAAMO. Se tarjoaa yrityksille avoimen, joustavan ja innostavan toiminta- ja työympäristön, jossa itsenäiset yrittäjät voivat toimia yhteisissä toimitiloissa. KOHTAAMO on Euroopan aluekehitysrahaston sekä Kokkolanseudun Kehitys Oy:n osarahoittama hanke, joka toimi Kokkolassa alunperin ajalla 1.3.2015 - 28.2.2017. KOHTAAMO tarjoaa yrittäjälle säästöjä muun muassa toimitilan ja toimistokaluston ylläpitokustannuksissa, mutta antaa myös mahdollisuuden tehostaa yritysten välistä yhteistyötä ja yhteistuotantoja. Modernien ja viihtyisien työtilojen lisäksi KOHTAAMO saattaa eri alojen osaajat yhteistyöhön ja tarjoaa huippuasiantuntijoiden vetämiä sparrauspäiviä. (Kohtaamo; Kosek.)

Yrityskohtainen kehittäminen, sparraus ja avoimet tapahtumat ovat olleet KOHTAAMO – hankkeen toimintamallin perusta. Kun yrittäjän osaaminen kehittyy, yritysikin kehittyy. (KOHTAAMO – kokemuksia yhteisöllisestä yrityskehittämisestä 2017.)

KOHTAAMOn kohderyhmänä ovat olleet erityisesti pienet yritykset. Avoimissa tapahtumissa ja sparrauksissa yrittäjät ovat tavanneet toisia yrittäjiä ja mahdollisia yhteistyökumppaneita. Tavatessaan muita yrittäjiä, yrittäjät ovat voineet vaihtaa kokemuksia ja samalla oppia toisilta. Tämä on koettu suureksi voimavaraksi. Ratkaisun ongelmaan voi antaa asiantuntijan sijaan naapuriyrittäjä, joka kertoo, että ”meillä asia on tehty näin, voisiko se toimia myös teillä”, kertoo KOHTAAMO –projektin projektipäällikkö Essi Myllylä. Jotta tällainen toimintamalli toimii, edellyttää se, että yritykset ovat valmiita jakamaan osaamistaan ja kokemuksia. Myllylän mukaan kokemukset ovat olleet todella hyviä. Sparrauksissa yrittäjät vaihtoivat ajatuksia vilkkaasti ja keskusteluja leimasi luottamuksellinen ilmapiiri. (KOHTAAMO – kokemuksia yhteisöllisestä yrityskehittämisestä 2017.)

Vuonna 2015 alkunsa saanut hanke on saanut jatkoa KOHTAAMO 2 -hankkeesta. Vuoden 2018 loppuun kestävässä jatkohankkeessa jo hankittuja kokemuksia syvennetään ja parhaita käytäntöjä jatkojalostetaan. Suuren suosion saaneita avoimia yleisötilaisuuksia ja sparrauspolkuja järjestetään myös uudessa KOHTAAMO 2 -hankkeessa juuri niistä lähtökohdista ja tarpeista, joita yrityksistä itsestään nousee. (KOHTAAMO – kokemuksia yhteisöllisestä yrityskehittämisestä 2017.)

Yritykset voivat myös pyrkiä edistämään ennakkointia eri tahojen välisellä yhteistyöllä. Yritysten keskinäinen verkostomainen ennakkointiyhteistyö tai yritysten ja julkisen sektorin toimijoiden (kuten koulutusorganisaatiot) välinen yhteistyö auttavat pk-yrityksiä varustautumaan tulevaisuuden haasteisiin. Tulevaisuudessa mennään yhä enemmän kohti verkostomaista taloutta, eikä siinä ympäristössä pärjää toimimalla yksin. (Ovaskainen 2013.)

Mikroyritykset tarvitsevat verkostoja rakentaakseen kriittisen massan. Verkostoista löytyy mikroyrityksille myös jatkuva tuki oman toiminnan kehittämiseen sekä uusien ajatusten arviointiin, kertoo Oulun Yliopiston Kerttu Saalasti Instituutissa mikroyrittäjyyden tutkimusjohtajana toimiva dosentti TkT Matti Muhos. Ajatuksena mikroyrittäjyyden kehittämisessä on se, että yrityksistä kasvaisi isompia. (KOHTAAMO – kokemuksia yhteisöllisestä yrityskehittämisestä 2017.)

Suomen yrityskannasta yli 95 prosenttia on mikro- ja pk-yrityksiä. Näiden yritysten arvo Suomen kansantaloudelle on merkittävä. Vuonna 2011-2014 lähes puolet yrityksiin syntyneistä uusista työpaikoista syntyi mikro- ja pk-yrityksiin. On siis selvää, että todellinen kasvupotentiaali on juuri näissä yrityksissä. (KOHTAAMO – kokemuksia yhteisöllisestä yrityskehittämisestä 2017.)

Yhteistyön ja innovoinnin kehittäminen lähtee siitä joukosta ja sen intresseistä, joka yhteistyötä ja innovointia kehittää. Alueellisia vahvuuksia yhteistyön ja innovoinnin näkökulmasta Keski-Pohjanmaalla ovat muun muassa välitön toimintaympäristö sekä kommunikointi ihmiseltä ihmiselle. Myös sosiaalisen pääoman positiivinen vaikutus vaikuttaa asioiden kehittymiseen. (Myllylä 2017.)

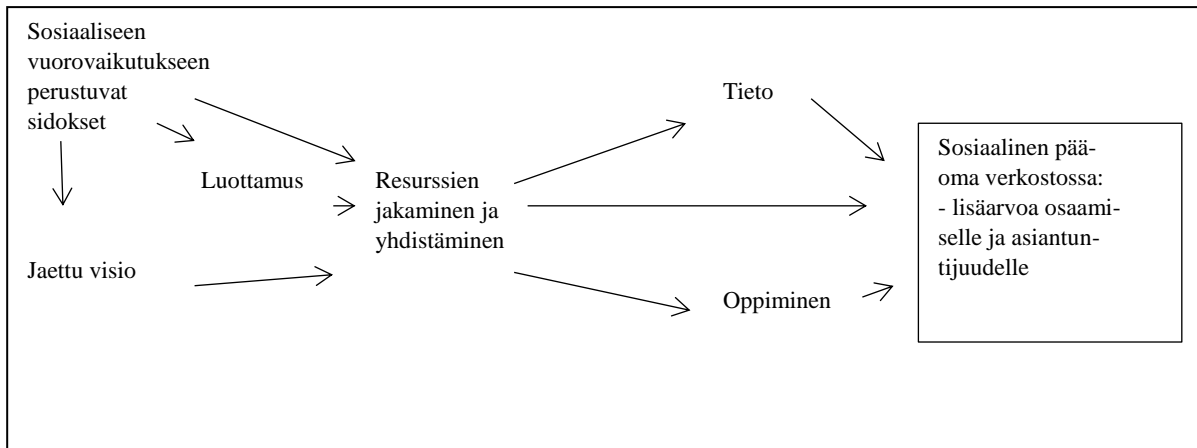
2.3 Verkoston sosiaalinen pääoma

Taloudellisen toiminnan suora yhteys sosiaalisiin suhteisiin, sosiaalisiin rakenteisiin ja sosiaalisiin laitoksiin on 1980-1990-lukujen kuluessa muodostunut yhteiskuntatieteellisesti orientoituneen talouden tutkimuksen keskeiseksi käsitteeksi (Stähle & Sotarauta 2002).

Sosiaalisella pääomalla viitataan yleisemmin sosiaalisiin verkostoihin, vastavuoroisuuden malleihin ja luottamukseen. Sosiaalisen pääoman avulla selitetään usein yksilöiden, yhteisöjen ja yhteiskuntien menestystä ja hyvinvointia. Keskeistä käsitteessä ja siihen liittyvässä tutkimuksessa on se, että sosiaalisella pääomalla ajatellaan olevan jokin *tuotos*, jokin mihin sosiaalinen pääoma vaikuttaa. (Iisakka & Alanen 2006.)

Käsite on vuosien varrella herättänyt paljon kiinnostusta, mutta yhtenäistä määritelmää ei sosiaalisesta pääomasta ole vielä olemassa. Viime aikoina on kuitenkin esiintynyt yhteisymmärrystä siitä, että sosiaalinen pääoma liittyy hyvin pitkälle epävirallisiin verkostoihin ja normeihin. (Halpern 2005, 17.) Sosiaalista pääomaa voi olla muodoltaan monentyyppistä. Se voi olla verkostoon sidottua osaamista, synergiaa, tietoa ja asiantuntijuutta. Kyse on inhimillisistä, kulttuurisista ja intellektuaalisista voimavaroista muun muassa sosiaalisten innovaatioiden taustalla. (Poikela 2005, 203.)

Tsain ja Ghoshalin (1998, 465-466) mukaan sosiaalisen vuorovaikutuksen kautta syntyvät sidokset ja verkostoon kuuluvien osapuolten kesken jaettu päämäärä ja visio synnyttävät luottamusta henkilösuhteellisuudella ja ovat verkoston toimintaa rakentavia (ks. KUVIO 2)



KUVIO 2. Sosiaalisen pääoman tuottaminen verkostossa (mukaillen Tsai & Ghoshal 1998, 466)

Sosiaalisen pääoman positiivisia seurauksia ovat yhteistyö, luottamus ja molemminpuolinen tuki. Sosiaalinen pääoma voi olla sitovaa tai uusia kontakteja rakentavaa. Uusia kontakteja rakentava sosiaalinen pääoma yhdistää erilaisia ihmisiä, kun taas sitova sosiaalinen pääoma liittyy yhteen tiettyä ryhmää ja sulkee pois ulkopuolisia tahoja. Sosiaalisen pääoman ydinajatus on, että verkostoilla on arvo, joka perustuu ihmisten välisiin suhteisiin. (Putnam 2000; Borgatt & Foster 2003.) Sosiaalinen pääoma edistää myös toimijoiden vaikuttavuutta, resurssien saatavuutta sekä uskottavuutta ja mainetta, ja se auttaa tiedon siirtymistä osapuolten välillä (Toivola 2006, 69).

Etenkin pienistä yrityksistä koostuvan yritysverkoston pohjimmainen kysymys liittyy kysymykseen henkilökemiasta. Jos kemia toimii, verkostoyhteistyön tuomiin etuihin päästään nopeasti käsiksi ja vaikeiltakin tuntuvat haasteet voidaan voittaa. Jos yhteistyö takkuu, voidaan suurikin mahdollisuudet hukata. (Niemelä 2002, 71.)

Verkostomaisessa toiminnassa luottamus on kaiken perusta, ja sitä voidaan kutsua myös verkostosuhteen mittariksi. Luottamus syntyy tekojen, toiminnan ja yhteisten kokemusten kautta. Sen rakentaminen on pitkä prosessi, mutta samalla se on arvokasta pääomaa yrityk-

selle. Sen toimintatavoissa painottuvat molemminpuolinen yhteistyö ja vastavuoroisuus. Sosiaalinen sidoksisuus näkyy yhteisenä ongelmanratkaisuna ja tiiviinä vuorovaikutuksena. (Toivola 2006, 98.)

Sosiaalinen pääoma vaikuttaa myös merkittävästi yrityksen kasvuun. Verkostoja hyödyntämällä yritys saa tarvittavia resursseja ja se houkuttelee yrittäjää kasvattamaan yrityksen toimintaa. (Toivola 2006, 69.) Sosiaalisen pääoman on myös todettu edistävän yhteistoiminnallisuutta ja sitä kautta uusia organisoitumistapoja sekä innovatiivisuutta (Fukuyama 1995).

2.4 Verkostoitumisen hyödyt ja haasteet

Usein kuulee sanottavan, että verkosto on uusi nimitys yhteistyölle. Vaikka verkostomainen toiminta perustuukin yhteistyöhön, ei tästä ole kysymys. Verkostoissa yhteistyön luonne on erilainen kuin esimerkiksi markkinasuhteissa tai hierarkioissa. Verkostoitumisella kuvataan vastavuoroisten, ei-hierarkkisten vuorovaikutussuhteiden merkityksen kasvua, toimijoiden lisääntynyttä keskinäisriippuvuutta. Verkosto voidaan nähdä eriasteisesti ja eri tavoin vakiintuneiksi sosiaalisiksi suhteiksi toisistaan riippuvaisten toimijoiden välillä, jotka ovat organisoituneet yhteisen tavoitteen ympärille. Verkostosuhteiden syntyminen edellyttää ensisijaisesti keskinäisen riippuvuuden oivaltamista ja hyväksymistä. (Sotarauta & Mustikkamäki 2001.)

Kun verkoston käsite sovitetaan alueelliseen kehittämiseen, voidaan sen parissa toimivien toimijoiden kokonaisuutta hahmottaa alueellisen kehittäjäverkoston käsitteen avulla. Kehittäjäverkosto muodostuu niistä keskeisimmistä toimijoista, jotka omalla toiminnallaan ja keskinäisellä yhteistyöllään vaikuttavat olennaisesti ko. alueen kehitykseen, ja joiden välillä on toiminnallinen yhteys. Kehittäjäverkostoissa toimijat ovat riippuvaisia verkostokumppaneiden kanssa tehtävästä yhteistyöstä, koska ilman kumppaneita he eivät kykenisi yhtä hyvään lopputulokseen. Asioiden tekeminen yhdessä edellyttää yhteisiä lisäarvoa tuottavia ratkaisuja verrattuna yksin tekemiseen. (Sotarauta & Mustikkamäki 2001, 63.)

Verkostoitunut yritys voi myös saavuttaa lukuisia hintakilpailukykyyn ja pääoman tuottoon vaikuttavia etuja. Verkostoitunut yritys saa markkinointiin lisää tehoa, joka kasvattaa tuotannon määrää ja kiertonopeutta. Yritys voi saavuttaa myös huippuosaamisen omalla alallaan keskittymällä vain ydinosaamiseensa, ja kun osaaminen kehittyy, myös työn tuottavuus para-

nee. Koska yritys voi keskittyä vain ydinosaamiseensa, ovat tehtävät investoinnitkin kapea-alaisempia ja tehokkaammin hyödynnettyjä. Tästä johtuen pääoman tarve pienenee ja riski hajaantuu eri osapuolien välille. Verkostoitunut toiminta sopeutuu myös paremmin ja joustavammin kysynnänvaihteluihin. (Niemelä 2002, 96–99.)

Vaikka joustavuus on verkoston yksi suurimmista eduista, isojen muutosten edessä verkosto saattaa osoittautua jäykäksi ja olemassa olevan ympäristön suhteen sokeaksi. Verkoston vahvuus, sosiaaliset suhteet, voi koitua sen heikkoudeksi. Jos pinttyneet verkostosuhteet saavat vallan ja synnyttävät liian yhdenmukaisen toimintaympäristön, saattaa se estää verkostoyrityksiä ottamasta huomioon ympärillä tapahtuvia muutoksia. (Ollus, Ranta & Ylä-Anttila 1998, 52.)

Verkostoyhteistyö vaatii yrityksiltä myös paljon ja usein se ei saavuta toivomiaan tuloksia. Yleisimpiä epäonnistumisen syitä ovat muun muassa huono oman yrityksen tuntemus, henkiset ja asenteelliset esteet kuten kärsimättömyys ja kateus, riittämätön sitoutuminen yhteistyöhön, selkeän vetäjäyrityksen puuttuminen, rahoituspohjan riittämättömyys ja selkiytymättömät tavoitteet ja strategiat. (Suomen Riskienhallintayhdistys.)

Verkostoyritysten onkin erittäin tärkeää luoda siltoja perinteisten ydinverkostojen ulkopuolelle ja jatkuvasti kyseenalaistaa omia toimintatapoja sekä peilata toimintaansa ulkoisia muutoksia vastaan. Verkostosuhteissa olevat yritykset ja niiden väljät keskinäiset kytkennät edistävät koko verkoston avoimuutta ja muutoskykyä. Tämä on yksi tärkeimmistä itsenäisistä yrityksistä koostuvan verkoston ominaisuuksista. (Ollus ym. 1998, 54.)

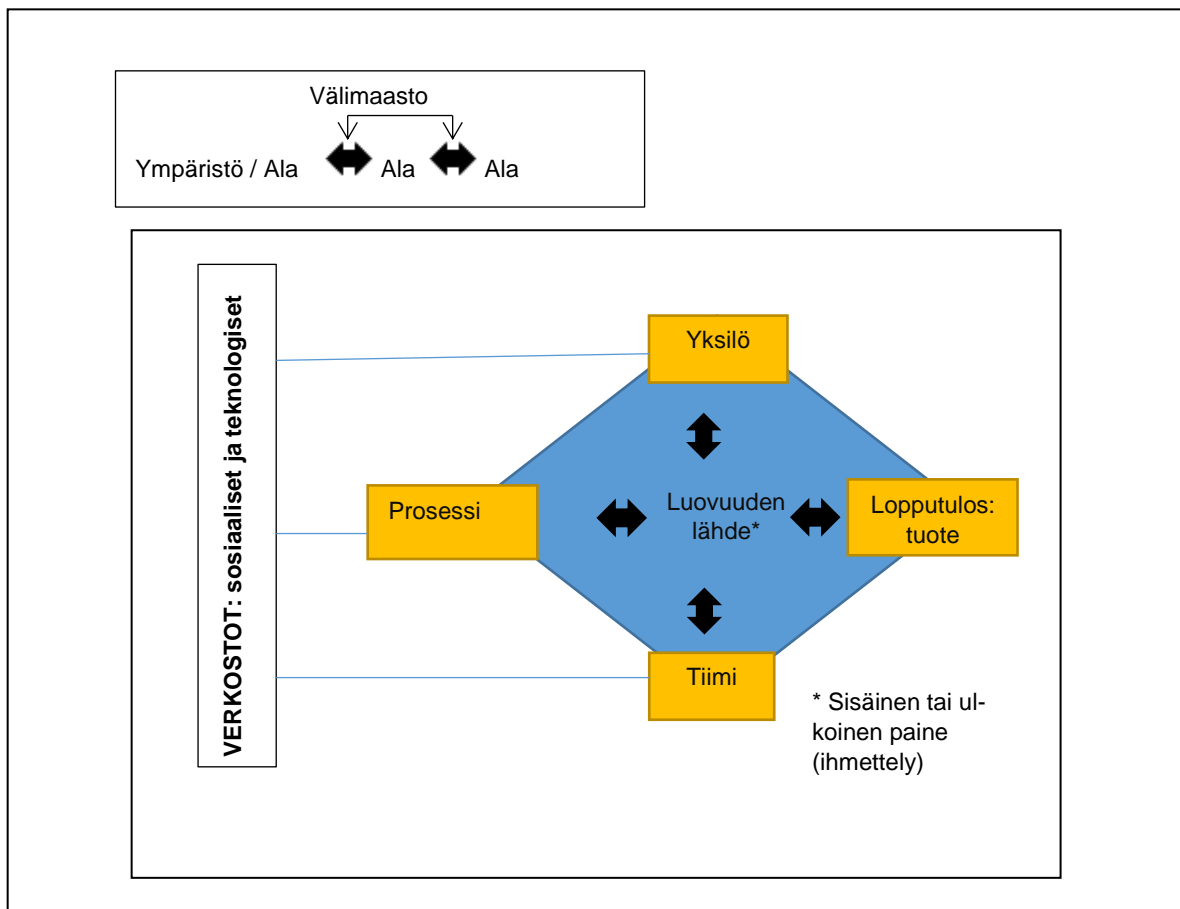
3 LUOVUUS JA INNOVAATIO

3.1 Luovuuden merkitys innovaatioissa

Luovuuden tutkimus on edelleen moniselitteistä johtuen erilaisista tavoista määritellä luovuskäsite sekä erilaisista uskomuksista ja olettamuksista, jotka heijastavat käyttäjiensä ihmiskäsityksiä. Koska luovuuden yhtenäinen määrittely puuttuu, tutkijat eivät voi johtaa oletuksiaan samasta määritelmästä. Mitkä tahansa määritelmät ovatkaan, luovuuden tutkijat eivät voi välttyä inhimillisen käyttäytymisen monivivahteisesta kohtaamisesta ja määrittelystä. Tällaisia ovat esimerkiksi mielikuvituksellisuus, kekseliäisyys, uteliaisuus, joustavuus, taidokkuus, kokeilunhalu, lapsenomainen ihmettely, omaperäisyys, spontaani aloitteisuus, tuotteliaisuus, alitajuisuus, tiedostamattomuus, laadullisuus ja määrällisyys. (Heikkilä & Heikkilä 2001, 140–143.)

Innovaatiotyön perusta on luova ympäristö. Ilman luovuutta ei synny ideoita eikä innovaatio toiminta pääse alkuun. Luovuus on jotain, mikä on kohdattava ja sytytettävä. Luovuutta on meissä kaikissa, sen sydän on vain löydettävä ja saatava palamaan. (Sydänmaanlakka 2009, 231.) Luovuus edellyttää usein myös rohkeutta, sillä luovuus syntyy itsensä ilmaisemisen ja toiminnan kautta. Varsinkin yrityksessä luovuus ja innovatiivisuus ilmenevät sosiaalisen rohkeuden ja aloitteellisuuden myötä. Rohkeus lieneekin kaikkein tärkein luovuuden edellytys. (Stähle & Wilenius 2006, 183.)

Sydänmaanlakan (2009, 239–240) mukaan luovuutta tulee tarkastella kokonaisvaltaisesti. Hän esittää luovuuden kokonaisvaltaisen systeemimallin, johon sisältyy neljä luovuuden peruselementtiä: yksilö, prosessi, tuote ja ympäristö. Näiden peruselementtien lisäksi tarvitaan hänen mukaansa vielä luovuuden lähde, tiimi ja verkostot, jotta saadaan kokoon luovuuden kokonaisvaltainen systeemimalli.



KUVIO 3. Luovuuden kokonaisvaltainen systeemimalli (mukaillen Sydänmaanlakka 2009, 239)

Luovuuden lähde on joko sisäinen tai ulkoinen paine, tarve muutokselle. Luovuus kumpuaa perinteisesti yksilöstä ja luovat yksilöt ovat luovan toiminnan ehto, mutta eivät riittävä edellytys luovuuden kukoistamiseen. Nykyään luovuus esiintyy enemmän tiimeissä, ja sitä syntyy yhteistoiminnan kautta. Luovuutta tulee tarkastella myös prosessina sekä yksilö- että tiimitasolla. Luovan prosessin tärkeät ominaispiirteet ovat asian syvälinen pohdinta ja hautomisvaihe sekä asian kirkastuminen oivallukseksi. (Sydänmaanlakka 2009, 240–241.)

Verkostoista on tullut merkittävä tekijä luovuuden kehittämisessä. Luovan henkilön on oltava taitava hyödyntämään verkostoja ja hänen on osattava käyttää sosiaalisia verkostoja. Luovuus syntyy myös yhä enemmän välimaastossa. Kun erilaiset ihmiset, alat ja kulttuurit kohtaavat sosiaalisessa verkostossaan, syntyy yllättäviä ja kiehtovia harppauksia uusiin suuntiin ja välimaastoideat avaavat usein myös uusia aloja. (Sydänmaanlakka 2009, 241–242.)

Luovuuden paikka innovaatioprosessissa on toimia moottorina idean synnyttyä, ennen varsinaista innovaatiota. Ilman luovuutta ideasta ei koskaan synny innovaatiota. Luova prosessi etenee ideoinnin ja tuotteistamisen kautta innovaatioon. Innovaatiot voivat olla palvelu-, tuote-, prosessi- tai toimintamalli-innovaatioita tai näiden erilaisia yhdistelmiä. (Sydänmaanlakka 2009, 243.)

Elämme uutta globalisoitumisen vaihetta, joka haastaa yritykset käyttämään ja kehittämään luovaa tietopääomaansa. Yritysten on rakennettava organisaatioiden toimintoihin uusiutumiskykyä ja joustavuutta, ja siksi niiden on opittava tukemaan ja hyödyntämään inhimillistä luovuutta. Ainoastaan luovasta tietopääomasta syntyy kestävä kilpailuetua sekä yrityksille että koko yhteiskunnalle. (Stähle & Wilenius 2006, 214.)

Luovuus syntyy yhä enemmän yhteistyössä. Harvoin kenelläkään on niin laaja asiantuntemus, että pärjäisi yksin. Todellinen luovuus ja innovatiivisuus perustuvat avoimeen yhteistyöhön ja luottamukseen. Vuorovaikutus verkoissa, sekä sosiaalisissa että teknologisissa, on tullut yhä tärkeämmäksi. (Sydänmaanlakka 2009, 185.)

3.2 Ideasta innovaatioon

Innovaation peruselementtinä ovat yksilöiden luovat ideat. Tarvitaan ideoita ennen kuin niitä on mahdollista kehittää ja toteuttaa. (Amabile 1988, 126, 151.) Luovuus on siis innovatiivisuuden lähtökohta, mutta ei vielä sellaisenaan riittävä. Innovatiivisuus edellyttää, että ideat voidaan viedä käytäntöön: tuotteistaa, markkinoida ja myydä. (Stähle & Wilenius 2006, 194; Sydänmaanlakka 2009, 116.)

Innovaatio on siis uuden idean konkreettinen toteuttaminen käytännössä, idean soveltaminen ja käyttöönotto organisaatiossa, koskien tuotetta, prosessia, palvelua tai metodologiaa. Etenkin liiketoiminnan alalla keskeinen piirre on keksinnön tai idean kaupallistaminen tai uuden tuotteen lanseeraus. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 15.)

Sydänmaanlakka (2009, 232–233) toteaa innovatiivisuuden olevan yksilön, tiimin ja organisaation kykyä tuottaa ja soveltaa uusia ideoita lisäarvon tuottamiseen. Innovatiivisuudella on aina suunta ja päämäärä ja tavoitteena on tuottaa innovaatio. Innovaatio on lisäarvoa omaa-

va tuote, palvelu, keksintö tai toimintamalli. Jatkuva uudistuminen on organisaatioiden elinehto. Solatie & Mäkeläinen (2009, 29) ajattelevat asian vielä laajemmasta näkökulmasta. Heidän mukaansa innovaatioita on monenlaisia. Usein innovaatioiden ajatellaan liittyvän vain palveluihin ja tuotteisiin, mutta yhtä hyvin uusi design, teknologia, markkinointikeino, jakelutavan muutos, prosessimuutos tai strategia on innovaatio. Innovaatioiden tulee heidän mukaansa liittyä kaikkeen yritystoimintaan.

Innovaatiotoiminta näyttää olevan usein myös hyvin satunnaista, jopa kaoottista ja ennustamatonta. Peter Drucker esittääkin innovaatioita koskevassa artikkelissaan kysymyksen: *”Voiko johto ylipäättänsä suunnitella tai tehdä ennakkolaskelmia prosessista, joka on itsessään paljolti riippuvainen luovuudesta, inspiraatiosta tai vain pelkästä onnesta?”*. Hän vastaa toteamalla, että vain harva innovaatio syntyy nerokkaasta hetkellisestä oivalluksesta. Hyvin usein innovaatiot syntyvät tietoisien, mahdollisuuksia kartoittavan haku- ja kehitysprosessin tuloksena. (Korpelainen & Lampikoski 1997, 137.)

Drucker (2002) toteaa innovoinnin olevan todellista työtä, ja sitä tulisi johtaa aivan kuten mitä tahansa yrityksen toimintoa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että se olisi samanlaista kuin yrityksen muu toiminta. Innovointi on enemmän tietämistä kuin tekemistä. Ollakseen tehokas innovaation täytyy olla yksinkertainen, ja se täytyy olla kohdistettavissa. Sillä täytyisi olla vain yksi funktio, muuten se saa ihmiset hämilleen. Innovaation pitäisi saada ihmiset miettimään: *”Tämähän on itsestäänselvä asia! Miksi en keksinyt sitä aikaisemmin? Niin yksinkertaista!”*. Jopa innovaation, joka luo uusia käyttäjiä ja uusia markkinoita, pitäisi ohjata tiettyyn, selvään ja huolellisesti suunniteltuun käyttötarkoitukseen.

Silloin kun yritys kykenee avaamaan uutta, kilpailun piiriin kuulumatonta markkinatilaa tarkoituksena tehdä kilpailusta merkityksetöntä, puhutaan arvoinnovaatiosta. Arvoinnovaatio edellyttää, että siinä yhdistyvät sekä arvo ja innovaatio. Arvoinnovaatiossa tavoitellaan samanaikaisesti differointia ja pieniä kustannuksia. Sitä pidetään myös sinisen meren strategian kulmakivenä. (Kim & Mauborgne 2005, 334.)

Innovaatioiden synnyttämiseksi tarvitaan useiden toimijoiden välistä yhteistoimintaa. Yritys- ja yhteisörajat ylittävä verkostoitunut toiminta tuo erilaisia ideoita ja tietoa hyödynnettäväksi yhteisten tavoitteiden toteuttamiseksi. Yhdeksi tärkeimmistä asioista nousee osapuolten välinen luottamus. Ihmisten väliset verkostot voivat myös edistää monin tavoin innovatiivisuutta ja

avata tarkasteltavaksi monenlaisia uusia mahdollisuuksia. Verkosto auttaa arvioimaan innovaatioiden hyödyllisyyttä ja merkitystä ja konseptien luomista. (Silvennoinen 2008, 54–55.)

Alueellisen innovaatiojärjestelmän käsitettä on kehitetty vuosia ja sillä on paljon yhteistä muun alueellisen tutkimuksen kanssa. Cooke & Morgan (1998) ovat määritelleet alueellisen innovaatiojärjestelmän järjestelmäksi, jossa on kytkennät eri tiedon tuottajien (korkeakoulut, tutkimuslaitokset), välittäjäorganisaatioiden (yksityiset ja julkiset innovaatiopalvelut) ja yritysten välillä (suuret, pk).

Innovaatiojärjestelmä on aina sosiaalinen toimintatapa ja innovaatiot ovat seurausta sosiaalisesta vuorovaikutuksesta eri toimijoiden välillä. Innovaatiojärjestelmä on myös avoin systeemi, joka on vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa, ja jolle palautejärjestelmät ovat välttämättömiä uutta tietoa ja teknologiaa kehitettäessä. Systeemi on jatkuvassa liikkeessä ja muuttaa siten koko ajan sekä itseään että ympäristöään. (Stähle & Sotarauta 2002.)

3.3 Ideointimenetelmistä

Olemassa oleviin ongelmiin ei yleensä ole vain yhtä ainutta oikeaa ratkaisua. Ideointimenetelmillä voidaan kuitenkin lyhyessä ajassa etsiä tehokkaasti mahdollisia ratkaisuideoita. Menetelmän tehokkuus tarkoittaa sitä, että eri tekniikoilla voidaan tuottaa useita kymmeniä, jopa satoja ideoita. Ideointitekniikoita tarvitaan, koska ongelmien ratkaisu on iso osa jokaisen organisaation arkipäivää. Käytännössä organisaation jokainen työntekijä ratkoo erilaisia ongelmia työssään. (Harisalo 2011, 78–79.)

Gray, Brown & Macanuso (2010) ovat koonneet teokseensa *Game storming* yli 80 erilaista menetelmää, joilla voidaan rikkoa esteitä, oppia kommunikoimaan paremmin sekä kehittämään uusia ideoita ja strategioita yritystoiminnan hyödyksi. Teoksen tavoitteena on ollut koota parhaimmat työkalut ja käytänteet yhteen kokonaisuuteen, josta käyttäjän on helppo löytää itselleen sopivat ideointimenetelmät.

Jotkut tekniikat toimivat paremmin yhdellä käyttäjällä, toiset tekniikat toisella. Myös jokainen tilanne on erilainen. Riippuu tavoitteista ja ratkottavana olevasta haasteesta, mikä työkalu on tehokkain. Innovaatiotekniikoiden hyödyntäminen on yksinkertaista ja yleensä nopeaa. Tek-

nisiä apuvälineitä ei välttämättä tarvita, vaan usein kynä ja paperi riittävät. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 107–108.)

Innovointityö voi olla spontaania tai suunnitelmallista. Tärkeintä on, että ideoinnille annetaan aikaa ja tilaa, ja että innovointiin ryhtyvät henkilöt ovat mieleltään avoimia ja vastaanottavia. Tärkeintä ei ole käytettävä innovointitekniikka, vaan halu luoda uusia asioita ja ajattelutapoja. Innovaatiotyössä on mahdollista tukeutua jo kehitettyihin innovointitekniikoihin ja –tapoihin.

Solatie & Mäkeläinen (2009, 107–134) ovat koonneet yhteen kahdeksan ajatustyökalua, joita on mahdollista käyttää jo muutaman henkilön kesken, toisia voi tehokkaasti hyödyntää jo yhden henkilön voimin. Tutustuminen erilaisiin tekniikoihin herättelee ajattelemaan uudella tavalla. Kun ajatustyö pääsee alkuun, on mahdollista siirtyä kokeilemaan yhä erilaisia tekniikoita. Tärkeintä on päästä ajatustyössä alkuun ja olla vastaanottavainen uusille mahdollisuuksille ja tavoille toimia. Seuraavassa taulukossa (Taulukko 1) on avattu näiden kahdeksan eri ajatustyökalun sisältöä ja niiden hyötyjä:

TAULUKKO 1. Ajatustyökalujen sisältö ja hyödyt

<p>Strategiajana on yksinkertainen ja selkeä tekniikka, jonka avulla on helppo hahmottaa innovoinnin suuntaa sekä kartoittaa innovatiivisesti uusia mahdollisuuksia. Tekniikka toimii parhaiten useamman henkilön yhteistyössä. Strategiajanatyössä pyritään tunnistamaan toimialan neljä keskeisintä kilpailutekijää, ne joihin yleisesti panostetaan, koska niitä pidetään erityisen tärkeinä. Nämä kirjataan vaak akselin positiiviselle puolelle. Samoin nimetään neljä tekijää, joiden katsotaan yleisesti aiheuttavan ongelmia kyseisen alan toimijoille. Nämä tekijät kirjataan vaak akselin negatiiviselle puolelle.</p> <p>Kun tekijät on asetettu akselille, tarkastellaan kutakin tekijää pysty akselin suuntaisesti asteikolla yhdestä neljään. Arvon neljä saa tekijä, jonka eteen nähdään eniten vaivaa. Mitä enemmän tekijään panostetaan, sitä suuremman arvon se saa. Vaaka-</p>	<p>Arvopeili on työkalu, jonka tavoitteena on kyseenalaistaa tuttuja näkökulmia ja pakottaa meidät uusille vesille innovointityöskentelyssä. Arvopeili kyseenalaistaa omaksumamme arvot ja vaikuttaa toimintatapoihimme sitä kovemmin, mitä sitoutuneempia niihin olemme. Työkalun käyttö voi tuntua julmalta, mutta mitä syvällisemmin siihen perehtyy, sitä kiehtovammalta se alkaa tuntua. Etsiessäsi keinoja uhkien ja pelkojen syrjäyttämiseen, joudut kohtaamaan ja voittamaan pelkosi. Parhaimmillaan uudet keinot vahvistavat nykytilannettasi tai pystyt muuttamaan toimintatapojasi.</p> <p>Aluksi on mietittävä tämänhetkiset toimintamallit ja yritystoiminnan vahvuudet. Niiden pohjalta tulee miettiä viidestä kymmeneen vahvinta arvoa, strategista valintaa ja toimintamallia, jotka ohjaavat yrityksen toimintaa. Kolmannessa vaiheessa arvot ja toi-</p>
--	---

<p>akselin negatiivista puolta tulee tarkastella yhtä tarkasti kuin positiivista puolta. Strategiajana kertoo, missä olisi mahdollisuus toimia ja mihin suuntaan innovaatiotyössä kannattaa lähteä. Millä tavoin riskitekijät rajoittavat tämänhetkistä tilannetta? Onko jokin riskitekijöistä mahdollista kääntää eduksi?</p>	<p>mintamallit tulee pisteyttää yhdestä kolmeen sen mukaan, kuinka vahvasti kukin arvo tai toimintamalli ohjaa yrityksen toimintaa. Keskeisimmät arvot ja toimintamallit saavat korkeimmat pisteet. Kun pisteytys on valmis, tulee kunkin arvon tai mallin pisteet kääntää negatiiviseksi. Tämä tarkoittaa, ettei ole-massa oleviin arvoihin voida enää tukeutua.</p> <p>Mitä tapahtuu kun aikaisemmin yritystoimintaa ohjanneet arvot eivät ole enää sallittuja? Mitä muita mahdollisuuksia on? Arvopeilin innoittamat uudet ratkaisut voivat nostaa yrityksen toiminnan uudelle innovatiiviselle tasolle.</p>
<p>Outo asiantuntija –tekniikka sopii hyvin tilanteisiin, kun yrityksen toiminnassa pitäydytään aina samankaltaisissa ratkaisuisissa tai kun tarvitaan nopeasti uusia näkökulmia. Tekniikkaa voi käyttää myös silloin, kun uudenlaisia lähestymistapoja ei löydy tai yrityksen toimintamallit, kulttuuri tai ajatusmaailma koetaan niukaksi.</p> <p>Tekniikan ideana on yksinkertaisesti vaihtaa näkökulmaa. Outona asiantuntijana voidaan käyttää ketä tahansa. Oudon asiantuntijan henkilöllisyyttä ei välttämättä tarvitse paljastaa, mutta työ on paljon haus-kempaa, jos asiantuntijoiden henkilöllisyys on tiedossa. Kumman näistä hakijoista vaimosi palkkaisi? Millä tavoin lapsuuden sankarisi ratkaisisi haasteen? Oudot asiantuntijat pystyvät useimmiten tarjoamaan uusia näkökulmia ja erilaisia vaihtoehtoja. Niiden käyttö on myös turvallista, sillä päätösvalta ja vastuu eivät heille siirry.</p>	<p>Muutosmylly toimii parhaiten tilanteissa, joissa tavoitteena on kehittää jo olemassa olevaa tilannetta, palvelua, prosessia tai kokoonpanoa. Tekniikassa haastetta lähestytään valmiiden kysymysten avulla. Mutta sen sijaan, että parannettaisiin jo olemassa olevaa, voisiko sitä rakentaa jollakin toisella tavalla uudelleen? Kehittämiseen pyritään seuraavilla tavoilla:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muokkaamalla osan luonnetta, suurentamalla tai pienentämällä osa-alueita, tekemällä asiat vastakohtaisesti, kääntämällä jokin asia toisin päin, esim. arvo tai hierarkia. - Yhdistämällä osat keskenään tai yhdistämällä johonkin uuteen. - Korvaamalla osa prosessista tai tuote jollakin muulla. - Soveltamalla osa-alueita tai vaihtamalla ominaisuuden toisenlaiseksi. Uuden toteutuksen kopiointi. - Käyttötarkoitusta vaihtamalla uudenlainen tilanne tai kohderyhmä. - Poistamalla osia tai vaiheita. - Lisäämällä osia tai osioita. - Uudelleen järjestämällä asioiden tekeminen toisin päin, erilaiseen muotoon tai käänteisesti.
<p>Oletusten murtaminen on tehokas ja helppo työkalu, kun ensin oppii kyseenalaistamaan olemassa olevat ennako-odotukset. Työkalu toimii parhaiten</p>	<p>Muuraustekniikka perustuu matemaattiseen lainalaisuuteen $1 + 1 = 3$. Muuraaminen aloitetaan peruskivistä ja laastina toimii yhdistävä tekijä kahden</p>

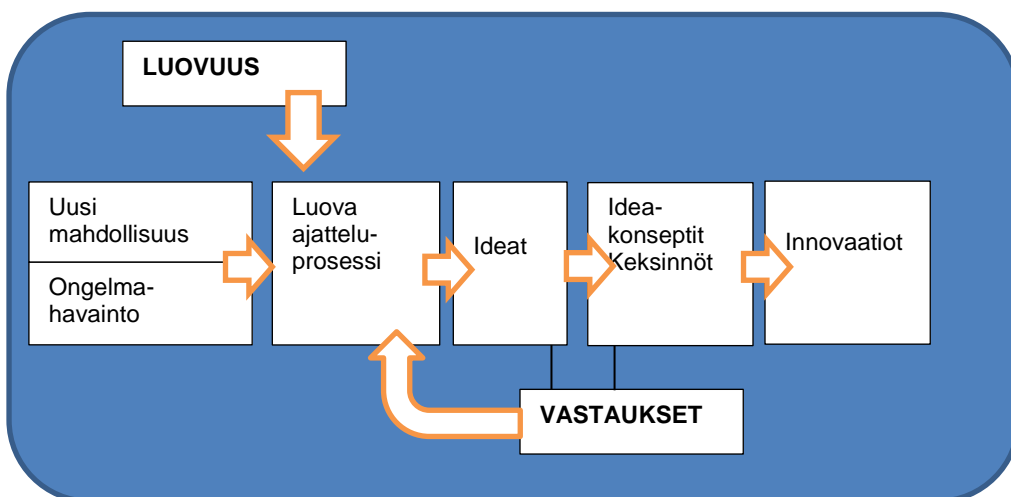
<p>alle kymmenen henkilön ryhmässä ja on tärkeää, että ryhmän henki sallii railakkaan irrottelen. Työs-kentely alkaa listaamalla tiettyyn asiaan liittyvät it-sestänselvyydet. Parhaiten liikkeelle pääsee kysy-myksellä ” Millainen on...?”. Sen jälkeen näitä ites-täänselvyyksiä lähdetään murtamaan yksi kerral-laan. Oletukset tulee pitää yksinkertaisina, tämä antaa uusille ideoille enemmän tilaa. Parasta tekniik-kassa on, että alkuun päästyään se ruokkii itse itse-ään. Hätkähdyttäviä ja mullistavia innovaation alkuja on mahdollista synnyttää kymmenittäin.</p>	<p>idean välillä. Uusi kivi kertoo aina uuden idean. Muu-raamalla synnytetään parhaimmillaan satoja uusia ideoita ja kivien välistä löytyy ihannetilanteessa joh-donmukaisia innovaatiopolkuja. Kun innovaatioseinä on valmis, voidaan sieltä poimia hyviä ideoita ja jopa valmiita ratkaisuja. Muuraustekniikan hyvä puoli on se, että sitä on mahdollista tehdä isolla porukalla ja siihen voi halutessaan palata myöhemmin, joko ha-kemaan ideoita tai muuraamaan lisää.</p>
<p>Sipulin kuoriminen on tekniikkana yksinkertainen, mutta se voi olla myös tuskallista. Ideana on piirtää sipuli ja kirjata uloimpaan kerrokseen tekijät, jotka vaikuttavat voimakkaasti vallitsevaan asiantilaan. Sisempään kerrokseen kirjataan muut asiantilaan vaikuttavat tekijät. Tämän jälkeen aloitetaan kuori-minen. Miltä yrityksen tilanne näyttäisi, jos vain si-sempi kerros olisi voimassa? Millaisiin toimenpitei-siin yrityksessä alettaisiin? Miten se vaikuttaisi markkinatilanteeseen? Tekniikassa on mahdollista käyttää hyödyksi myös muita innovointitekniikoita. Tekniikan käyttäminen synnyttää uusia ajatuspolkuja ja auttaa ohjaamaan yritystä kannattavampaan suuntaan.</p>	<p>Brainstorming eli aivomyrsky on paljon käytetty tekniikka ja se kehitettiin yli 70 vuotta sitten tavoit-teena lisätä mainonnan ideoiden laatua ja määrää. Tekniikka sai nimensä juuri siitä syystä, että osallis-tujien aivoja valmisteltiin ideoiden myrskyn käynnis-tämiseen. Aivomyrskytuimi koostuu kolmesta kym-meneen henkistä, jossa tiimin vetäjä kerää osallistu-jien kehittämät ideat isolle paperille tai post-it lapuil-le. Tärkeää on, että kaikki ajatukset sanotaan ää-neen ja ne synnyttävät taas uusia ideoita. Ideoiden kuuntelu ja niiden jatkokehittäminen ovat tekniikan perusajatus. Aivomyrskyn aikana tulee muistaa luo-van ideoinnin kultainen ohje: mitä enemmän ideoita, sitä parempi. Parhain tulos saavutetaan kun osallis-tujat ovat taustaltaan erilaisia, eri-ikäisiä ja eri aloilta. Tekniikan tavoitteena on kerätä mahdollisimman paljon ideoita, joista valitaan lopulta parhaat.</p>

Aivomyrsky, jota kutsutaan myös aivoriiheksi, on yksi yleisimmin käytetyistä ja tunnetuimmis-ta ideointitekniikoista. Alex Osbornen vuonna 1941 kehittämän tekniikan tarkoitus on tuottaa huomattava määrä erilaisia ideoita, joista parhaat lopulta seulotaan esille. Aivoriihessä on seitsemän eri vaihetta, jotka kaikki ovat yhtä tärkeitä. Vaiheet ovat ongelman asettaminen, ongelman uudelleen muotoilu *kuinka* –lauseina, ongelman lopullinen valinta, lämmittelyide-ointi, varsinainen aivoriihi, viltin idea ja päättäminen. Aivoriihen puheenjohtajan tehtävä on huolehtia, että jokainen ymmärtää asetetun ongelman samalla tavoin. Hän käy myös aivorii-

hen kaikki vaiheet läpi yhteisesti, stimuloi ryhmän ideointia ja kirjoittaa ylös kaikki esitetyt ideat. Puheenjohtajan rooli on keskeinen aivoriihen onnistumisessa. (Harisalo 2011, 79–80.)

3.4 Innovaatioprosessit

Lampikoski & Lampikoski (2004, 21) esittävät innovaatioprosessin vaiheita kuvion mukaisesti. Kuvio 4 voidaan nähdä, että prosessi käynnistyy joko halusta luoda jotain uutta tai korjata ongelma. Luovuudella on suuri merkitys jo prosessin alkuvaiheessa ja ilman tätä vaihetta ei synny uusia, merkittäviä ideoita, joilla prosessia voidaan viedä eteenpäin kohti innovaatiota. On myös tärkeää, että prosessissa voidaan palata taaksepäin ja tehdä korjauksia ja mahdollisia muutoksia. Oppimisella onkin suuri merkitys innovaatioprosessissa.



KUVIO 4. Innovaatioprosessi (mukaillen Lampikoski & Lampikoski 2004, 21.)

Tuloksellisen innovaatiotoiminnan perustana ovat innovaatioprosessi ja -järjestelmät. Nämä eivät kuitenkaan saa olla liian monimutkaisia. Prosessi tai järjestelmä, joka ei taivu hyvään ideaan, on yksinkertaisesti huono. Monet vanhat innovaatiojärjestelmät ovat yksinkertaisesti liian jäykkiä eivätkä ne synnytä mitään uutta. Järjestelmän ylläpito saattaa olla niin monimutkaista, että sen oppiminen ja käyttäminen vie organisaatiolta kaiken energian eikä varsinaiselle innovaatiotyölle jää aikaa. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 164.)

Innovaatioprosessi on kuitenkin yksi yrityksen pääprosesseista, joka tulee nähdä tasavertaisena johtamisprosessien, asiakkuuksien hallintaprosessien sekä tilaus- ja toimintaprosessien rinnalla. Työntekijät on saatava mukaan innovaatiotoimintaan ja heidät tulee saada pelaamaan yhteen ja huomaamaan, miten palkitsevaa tämä työ on. Se edellyttää harmonisoitua prosessia ja yhteistä toimintakulttuuria. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 164–165.)

Innovaatiot vaativat aina laajapohjaista, monen toimijan välistä yhteistyötä. Siksi yritysten välistä ja sisäistä verkostoitumista onkin alettu pitää olennaisena innovaatioiden syntymiselle. Verkostoituminen yksinään ei välttämättä kuitenkaan lisää innovaatiokapasiteettia, vaan innovatiivisuuden lisäämisessä ratkaisevaa on verkostoon syntyvä vuorovaikutuksen laatu ja määrä. (Stähle & Sotarauta 2002.)

3.5 Yrityksen innovaatiokyvykkyys

Yritysten kykyä uudistua voidaan pitää yhtenä ja joskus jopa ainoana tapana menestyä markkinoilla. Samalla menestyksen ja kasvun tulee olla sosiaalisesti, ekologisesti ja taloudellisesti kestävä. Uudistumiskyvyn keskeisenä tekijänä voidaan nähdä innovaatiot, joiden perustana on yrityksen kyky innovoida. Innovaatio voidaan nähdä yrityksen kehityspolkuna, jossa omaksutaan muutokset koskien kaikkia niitä tuotteita, systeemeitä, prosesseja, strategioita ja palveluita, jotka ovat organisaatiolle uusia. Jotta yritys kykenee uudistumaan ja tuottamaan innovaatioita, täytyy sen olla innovaatiokyvykäs. Kun innovaatiokyvykkyuden perustana pidetään kykyä luoda arvoa, täytyy se näkyä myös innovaatiokyvykkyuden määritelmässä. (Saunila & Ukko 2015, 11–12.)

Yksi tapa määritellä innovaatiokyvykkyys on jakaa se kolmeen eri tekijään:

- 1) Innovaatiokyvykkyys voidaan kuvata potentiaaltehtäjinä, jotka muodostavat yrityksen tämän hetken innovaatiokyvykkyuden. Nämä tekijät muodostavat myös sen potentiaalilin, joka organisaatiolla on käytössään innovaatioiden tuottamiseen.
- 2) Innovaatiokyvykkyys voidaan kuvata toimintatapana, systeeminä ja prosessina, joka auttaa organisaatioita hyödyntämään innovaatiopotentiaalilin ja mahdollistamaan täten innovaatioiden syntymisen.
- 3) Innovaatiokyvykkyys voidaan kuvata innovaatiotoiminnan tuloksina eli esimerkiksi tuote-, palvelu- tai prosessi-innovaatioina. (Saunila & Ukko 2015, 11–12.)

Yrityksen innovaatiokyky on monimerkityksinen asia, jossa lähes kaikki osatekijät ovat yhteydessä toisiinsa. Tästä syystä innovaatiokyvyn kehittäminen vaatiikin perinpohjaista, strategista lähestymistapaa. Kyseessä ei kuitenkaan ole ainoastaan johdon kykyjen kehittäminen, vaan tärkeää on huomata yrityksen koko henkilöstön ja sen omaksumien käytäntöjen merkitys voimavarojen hankkimisessa, omaksumisessa ja käyttöönotossa sekä niiden muuttamisessa yrityksen kompetensseiksi. (Sotarauta & Mustikkamäki 2001, 87.)

Kansantalouden kasvun yhtenä kulmakivenä voidaan nähdä pk-yritykset ja niiden innovaatiokyvykyys. Suurin kasvupotentiaali ja -halukkuus ovat pk-yrityksissä ja niiden tuottamissa innovaatioissa. Pk-yritykset eroavat suuremmista yrityksistä usein siinä, että niillä ei ole yhtä suuria resursseja tuotekehitykseen ja osaamisen kehittämiseen kuin suuremmilla yrityksillä. Tällöin innovaatiot syntyvät usein osana normaalia työskentelyä palvelujen ja tuotteiden valmistuksen ja myynnin osana. (Saunila & Ukko 2015.)

Yrittäjyysaktiivisuutta, innovaatiohakuisuutta, kasvuyrittäjyyttä sekä yrittäjyyden edellytyksiä eri maissa on selvitetty vuodesta 1999 lähtien ilmestyneessä GEM-raportissa (Global Entrepreneurship Monitor). GEM on kansainvälinen yrittäjyystutkimus, johon osallistuu vuosittain kaikkiaan yli 60 maata. Suomi on ollut mukana tutkimuksessa alusta alkaen. Suomessa tutkimuksesta vastaa Turun yliopiston kauppakorkeakoulu. (Kauppalehti 2016; Turun Yliopisto 2016.)

Tutkimuksen mukaan yrittäjyysaktiivisuus Suomessa on kasvanut, mutta yrittäjien tavoitteet ovat edelleen suhteellisen vaatimattomat. Korkeimmalla tasolla alkuvaiheen yrittäjäaktiivisuus on 35-44 -vuotiaiden keskuudessa. Suomalaisista yrittäjistä korkeaa kasvua tavoittelee noin 10 prosenttia, mikä vastaa EU-maiden keskiarvoa. Suomessa yritysten kansainvälistymispyrkimykset ovat vaatimattomat, ja osuus on jopa laskenut vuoden 2015 tuloksista. Vain 7 prosentilla alkuvaiheen yrittäjistä on kansainvälistymispyrkimyksiä, kun korkeimmalla tasolla Luxemburgissa vastaava luku on 40 prosenttia. (Suomalainen, Stenholm, Kovalainen, Heino & Pulkkinen 2016.)

Tutkimuksesta saatujen tulosten mukaan Suomessa innovaatiohakuisia uusia yrittäjiä on noin 20 prosenttia. Tutkimuksessa innovaatiohakuisena yrittäjänä pidetään yrittäjiä, jotka tähtäävät uusilla tuotteilla uusille markkinoille. Arvo on selvästi alle EU-maiden keskiarvon ja innovaatiohakuisuus on jopa laskenut vuodesta 2015, jolloin 23 prosenttia uusista yrittäjistä ra-

portoi innovaatiohakuisuudesta. Tutkimuksessa havaittiin, että yli 3,5 vuotta yrittäjinä toimineiden yrittäjien tavoitteet olivat vaatimattomammalla tasolla kuin uusien yrittäjien tavoitteet. (Suomalainen ym. 2016.)

Tutkimuksessa ei perehdytty asian juurisyihin, mutta yrityksen toiminnan alkuvaiheessa on erityisen tärkeää luoda ne toimintaedellytykset ja verkostot, jotka vievät yrityksen toimintaa eteenpäin. Yhteistyö ja verkostoituminen kasvattavat tietoisuutta sekä asiakas- ja yhteistyökenttää, mikä antaa tilaa luovuudelle ja uuden kehittämiselle.

Tutkimuksen mukaan Suomessa työntekijöiden yrittäjämäinen toiminta on hieman korkeammalla tasolla kuin EU-maissa keskimäärin. Tämän voimavaran hyödyntäminen joko organisaation kehittämisessä tai uuden yritystoiminnan synnyttämisessä on kuitenkin riittämättömästi hyödynnetty mahdollisuus. Tutkimus tunnistaa selvästi nuorten ja korkeasti koulutettujen yrittäjäpotentiaalin, joka on kehittynyt Suomessa myönteisesti viime vuosien aikana. Myönteiset käsitykset eivät kuitenkaan konkretisoidu uusiksi yrityksiksi tai liiketoiminnaksi. (Suomalainen ym. 2016.)

Suomalaisten akilleen kantapäitä ovat kansainvälistyminen ja kasvuhalu. Kyse on toimialoista sekä talouden rakenteesta, mutta se on myös asennekysymys. Mitä suuremmat suunnitelmat yrityksellä on, sitä suuremmat riskit sillä on myös epäonnistua. (Kauppalehti 2016.)

3.6 Avoin innovaatio

Ideat ja innovaatiot ovat perinteisesti olleet varjeltuja, ja yritysten tuotekehitystoiminta on ollut suljettua. Viime aikoina avoimen innovaation käsite on kuitenkin saanut paljon huomiota osakseen. Avoimen innovaation ja sen termistön kehittäjä Henry W. Chesbrough (2013) kertoo, miten yrityksissä on siirrytty niin sanotuista suljetuista innovaatioprosesseista kohti avoimempaa innovaatiotoimintaa.

Useat tekijät ovat johtaneet suljetun innovaatioprosessin murenemiseen. Työntekijöiden liikkuvuus kasvaa ja tulee edelleen kasvamaan tulevaisuudessa. Työpaikkojen vaihtuessa työntekijät vievät mukanaan osaamista yrityksestä toiseen. Myös muiden toimitusketjujen jäsenten, kuten toimittajien ja asiakkaiden, rooli innovaatioprosessissa on muuttunut yhä tärke-

ämmäksi. Avoimen innovaation malli haastaakin perinteisen, tiedon ja osaamisen tiukkaan kontrollointiin perustuvan ajattelutavan. Yritykset hyödyntävät sekä omia että ulkopuolisia ideoita. Kaikki huippuosaajat eivät työskentele omassa yrityksessä, mnkä takia ulkopuolinen tuotekehitys tuo huomattavaa lisäarvoa. (Sydänmaanlakka 2009, 123–126.)

Avoimen innovaation perusajatuksena voidaankin pitää sitä, että yritykset keskittyvät yrityksen ulkopuolisen tiedon ja voimavarojen etsintään ja hyödyntämiseen sisäisen tutkimus- ja kehittämistoiminnan sijaan. Ulkopuolisen tiedon hyödyntäminen ei kuitenkaan ole vain tiedon siirtoa yrityksen ulkopuolisista tiedon lähteistä yrityksen sisälle, vaan myös innovaatioiden teettämistä ulkopuolisina toimeksiantoina. Avoimen innovaation mallissa korostetaan myös kuluttaja- ja käyttäjälähtöisyyttä jo olemassa olevien tuotteiden parantamiseen ja uusien innovaatioiden kehittämiseen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 35.)

3.7 Monialaiset innovaatiot, ”välimaastoideat”

Suhtaudumme usein epäröiden työskentelyyn monialaisissa tiimeissä. Syy tähän löytyy ihmisluonteesta. Meillä on taipumus pysytellä kaltaistemme ihmisten parissa ja vältellä erilaisia persoonia. Psykologit kutsuvat tätä taipumusta samankaltaisuuden puoleensavetävyudeksi. Vaikka siis haluaisimmekin luoda innovatiivisen, erilaisista ihmisistä koostuvan ympäristön, miljoonien vuosien evoluutio on opettanut meitä toimimaan toisin. Tästä huolimatta meidän on mahdollista toimia toisin. Ajautumalla ympäristöihin, joissa muut ovat erilaisia kuin itse, mahdollisuus tuottaa välimaastoideoita kasvaa. Välimaastoissa tarvitaan kuitenkin suuri määrä ideoiden satunnaisia yhdistelmiä, ja tämä voi onnistua juuri erilaisista ihmisistä koostuvissa tiimeissä, joissa voidaan vapaasti yhdistellä ja vaihtaa ideoita. (Johansson 2005, 119.)

Välimaastoideat ovat parhaimmillaan uraauurtavia, koska yhdistetyt konseptit ovat niin erilaisia ja yhdistelmät niin epätavallisia, ettei kukaan olisi pitänyt niitä mahdollisina. Tällaiset yhdistelmät eivät aina tuota hyödyllisiä lopputuloksia, mutta kun ne sen tekevät, saattavat ne olla suorastaan taianomaisia. (Johansson 2005, 101.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄT

Opinnäytetyön tekijän, Keski-Pohjanmaan Yrittäjien toimitusjohtaja Mervi Järkkälän sekä Centria-ammattikorkeakoulun koulutusalapäällikön, opinnäytetyön ohjaajan Marko Ovaskaisen välisten keskustelujen pohjalta päädyttiin tutkimaan Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorten jäsenyrittäjien yhteistyö- ja verkostoitumishalukkuutta sekä innostusta yhteiseen innovointiin.

Tutkimuksen perustana toimi Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille toteutettu Webropol -kysely (LIITE 4), jossa selvitettiin nuorten yrittäjien yhteistyö- ja verkostoitumishalukkuutta sekä innostusta yhteiseen innovointiin. Webropol –kysely toteutettiin 7.4.-29.4.2016 välisenä aikana. Kyselyä täydensivät Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille aktiiviselle jäsenyrittäjille tehdyt teemahaastattelut (LIITE 2), joissa käytiin läpi kyselyn teemoja syvällisemmin ja tuotiin esille yrittäjien omia näkemyksiä ja kannanottoja. Haastattelut tehtiin 24.- 25.1.2017 välisenä aikana. Osa kehittämistehtävän empiirisen tutkimuksen tuloksista koostuu myös kahdesta yrittäjille ja yrittäjyydestä kiinnostuneille järjestetystä tapahtumasta ja niiden muistiinpanoista ja havainnoista.

4.1 Tutkimuksen kohderyhmä

Keski-Pohjanmaan Yrittäjät toimii Suomen Yrittäjien virallisena aluejärjestönä 22:n paikallisyhdistyksen kautta. Järjestön toiminnan tarkoituksena on sen jäsenyritysten kilpailukyvyn ja menestymisedellytysten ylläpitäminen ja parantaminen sekä alueen kaupankäynnin edistäminen. (Keski-Pohjanmaan Yrittäjät 2016.)

Keski-Pohjanmaan Yrittäjät toimii jäsenyrittäjien edunvalvontajärjestönä, joka tekee tiivistä yhteistyötä muiden toimijoiden ja päättäjien kanssa alueen elinvoimaisuuden ylläpitämiseksi. Yrittäjäjärjestö on alueen merkittävin ja suurin elinkeinoelämän järjestö, joka toimii alueen kaikissa kaupungeissa ja kunnissa. Jäsenyrityksiä järjestöllä on noin 2700. (Keski-Pohjanmaan Yrittäjät)

Keski-Pohjanmaan Nuoret Yrittäjät koostuvat Keski-Pohjanmaan Yrittäjien alle 35-vuotiaista jäsenyrittäjistä. Nuoret yrittäjät ovat joutuneet pärjäämään pitkälti omillaan, mutta vuosi 2016

oli merkityksellinen nuorten yrittäjien keskuudessa Keski-Pohjanmaalla. Alkuvuodesta 2016 Keski-Pohjanmaan Nuoret Yrittäjät kokoontuivat ensimmäisen kerran hakemaan suuntaviivoja toiminnalleen. (Harju 2016.) Toiminnan veturina toimii nuorista yrittäjistä koostuva ohjausryhmä, jonka puheenjohtaja toimii Yrityspalvelu Hollström Oy:n toimitusjohtaja Marika Hollström.

Ohjausryhmän tavoitteena on linjata tavoitteita ja toimintatapoja nuorten yrittäjien toiminnan tueksi. Ryhmän toiminta on hyvin innostunutta ja vapaamuotoista. Virallisia kokouskäytäntöjä ja pöytäkirjoja ei ole, kertoo Hollström. (Store 2016.) Keski-Pohjanmaan Nuoret Yrittäjät vaikuttavat sosiaalisessa mediassa ja ryhmä käyttää Facebook -sivuja toimintansa tiedotuskanavana.

Ensimmäinen ryhmän järjestämä tapahtuma, Markkinointi haltuun –ilta (LIITE 3), järjestettiin marraskuussa 2016, ja tilaisuus keräsi paikalle joukon alueen yrittäjänuoria ja aiheesta kiinnostuneita kuulijoita. Tapahtuman sisältöä ja aiheita puretaan tämän työn osiossa *Tutkimustulokset-Havainnointi*, joka on osa työn empiiristä osiota.

Vuosi 2016 toi myös valtakunnallisen Vuoden nuori yrittäjä –kilpailun kautta positiivista julkisuutta yrittäjäjärjestön toiminta-alueelle. Vuoden nuori yrittäjä 2016 –palkinnon voittanut Anniina Isokankaan vaatetusalan yritys PaaPii Design toimii Keski-Pohjanmaan Yrittäjien alueella, toimipaikkana Kokkola. (Kivioja 2016.)

4.2 Tutkimuskysymykset ja –tavoitteet

Empiirisen tutkimuksen kohteena olivat Keski-Pohjanmaan Nuoret Yrittäjät. Tutkimuksessa haluttiin selvittää:

- Keski-Pohjanmaan Nuorten Yrittäjien yhteistyö- ja verkostoitumishalukkuutta, sekä
- Innostusta yhteiseen innovointiin.

Tavoitteen selventämiseksi haettiin vastauksia kysymyksiin:

- Kuinka tärkeäksi nuoret yrittäjät kokevat yhteistyön ja verkostoitumisen muiden yrittäjien kanssa alueella, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti?
- Yhteistyön ja verkostoitumisen tämänhetkinen tilanne. Toimivatko yritykset yhteistyössä muiden yritysten kanssa ja jos toimivat, mikä on yhteistyön luonne?
- Toimivatko yritykset tällä hetkellä osana yritysverkostoa ja jos toimivat, mikä on verkoston luonne?
- Minkälaisesta yhteistyöstä yritykset ovat kiinnostuneet?
- Kokevatko yrittäjät innovoinnin tärkeäksi osaksi yrityksen toimintaa?
- Myös yrittäjäksi ryhtymisen syitä ja motiiveja selvitettiin.

Kehittämistehtävän tavoitteena oli, että siinä esille tuodut tulokset ja teorian näkökohdat innoittavat yrittäjäjärjestöä, Centria-ammattikorkeakoulua sekä erityisesti nuoria yrittäjiä edelleen kehittämään ja jalostamaan toimintaansa niin, että tulevaisuudessa nuorten yrittäjien rooli alueen kehittäjänä ja vaikuttajana korostuu.

4.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusaineistot voivat olla hyvin erilaisia ja tästä syystä myös aineistonhankintamenetelmiä on erilaisia. Aineistohankintamenetelmiin vaikuttaa suurelta osin se, miten aineistoa on tarkoitus tutkimuksessa hyödyntää. Tietynlaiset aineistot sopivat tietynlaisiin ongelmanasetteluihin, ja vastaavasti tietynlaisia aineistoja on luontevaa analysoida tietyillä analyysimenetelmillä. Näitä erilaisia menetelmiä havainnollistetaan Kuviossa 5. (Jyväskylän Yliopisto 2014a.)



KUVIO 5. Aineistonhankintamenetelmät (Jyväskylän yliopisto 2014a)

Tämän kehittämistehtävän aineiston hankinnassa on käytetty sekä kvantitatiivisia eli määrällisiä että kvalitatiivisia eli laadullisia tutkimusmenetelmiä. Parhaimmassa tapauksessa nämä kaksi tutkimusotetta täydentävät toinen toistaan. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla selvitetään prosenttiosuuksiin ja lukumääriin liittyviä kysymyksiä sekä asioiden välisiä riippuvuuksia. Aineiston keruussa käytetään yleisesti standardoituja tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan yleensä pientä joukkoa tapauksia, mutta ne pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. (Heikkilä 2004, 16–17; Jyväskylän Yliopisto 2014a.)

Tutkija voi kerätä aineistoa myös osallistumalla jollakin tavalla tutkimansa yhteisön toimintaan ja kerätä aineistoa tekemällä havaintoja. Havainnot kohdistuvat ihmisten käyttäytymiseen ja toimintaan, kuten esimerkiksi siihen, miten tutkittavaa ilmiötä käytetään tai miten ihmiset toimivat ilmiöön liittyvissä vuorovaikutustilanteissa. Havainnointia voidaan tehdä sekä ihmisten verbaalista että nonverbaalista ilmaisusta. Tällöin puhutaan havainnoinnista eli observoinnista. (Heikkilä 2004, 16–17; Jyväskylän Yliopisto 2014b.)

4.3.1 Kysely

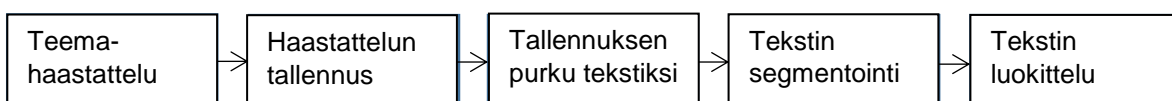
Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tiedetään, mitä kysymyksiä esitetään ja mitä tutkitaan. Tutkimuksessa ratkaistaan tutkimusongelmaa, joka muutetaan tutkimuskysymyksiiksi. Tutkimuskysymyksille pyritään hakemaan aineiston avulla vastaukset, jotta tutkimusongelma saataisiin ratkaistua. Kyselylomake on kvantitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmä, joka koostuu ilmiön muuttujia ja muuttujien ominaisuuksia koskevista kysymyksistä. Menetelmästä voidaan käyttää myös nimitystä lomakekysely tai survey. (Kananen 2012, 122.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa havaintoyksiköitä voi olla satoja, mikä tarkoittaa, että saadut vastaukset tulee käsitellä tilasto-ohjelmallisesti. Nykytekniikalla kyselylomake voidaan muuttaa myös sähköiseen muotoon, mikä mahdollistaa vastaamisen Internetin kautta. Internetkyselyssä ei tarvita tallennusvaihetta, koska vastaukset menevät suoraan tilasto-ohjelman tietokantaan. Tutkimuslomakkeella kerätyt tiedot käsitellään tilasto-ohjelmalla, jolla kerätään aineistosta tiivistettyä tietoa. (Kananen 2012, 133–137.)

4.3.2 Teemahaastattelu

Teemahaastattelu on yksi laadullisen tutkimuksen yleisimmin käytetyistä tiedonkeruumenetelmistä. Teemahaastattelua käytetään silloin, kun ilmiötä ei tunneta ja halutaan saada ymmärrys aiheesta. Haastateltavat valitaan niin, että ilmiö tai asia liittyy heihin, eli valitaan henkilöitä, joita ilmiö koskettaa. Haastattelu vaatii tutkittavan ja tutkijan fyysistä läsnäoloa ja siinä keskustellaan ilmiöön liittyvistä asioista teemoittain. Teemahaastattelu etenee haastateltavan ehdoilla, jossa tutkittava kertoo ja selvittää aiheeseen liittyvää teoriaansa tutkittavasta ilmiöstä. Haastattelija tekee tarvittaessa tarkentavia kysymyksiä. (Kananen 2014, 76; Kananen 2012, 99–111.)

Tallennettu teemahaastattelu puretaan tekstiksi ja teksti segmentoidaan. Sen jälkeen teksti vielä luokitellaan. Aineiston käsittelyvaiheita on kuvattu kuviossa 6. (Kananen 2012, 110.)



KUVIO 6. Aineiston käsittelyvaiheet (mukaillen Kananen 2012, 110)

Haastatteluaineisto on kirjoitettava tekstimuotoon mahdollisimman tarkasti, jolloin sitä voidaan käsitellä sekä manuaalisesti että ohjelmallisesti. Tekstin litterointi on hidas työvaihe. Litteroinnin tasoja on kolme. Ne ovat sanatarkka litterointi, yleiskielinen litterointi tai propositiotason litterointi. Sanatarkassa litteroinnissa jokainen ele ja äänenpaino on kirjattu ylös. Yleiskielisessä litteroinnissa teksti on muutettu kirjakielelle, josta on poistettu murre- ja puhekielen ilmaisut. Propositiotasoisessa litteroinnissa kirjataan vain havainnon tai sanoman ydin sisältö ylös. (Kananen 2008, 80–81.)

Teemahaastattelun avulla saadulla aineistolla pyritään saamaan ymmärrys ilmiöstä. Jos teemat on laadittu hyvin ja kattavasti, löytyy kerätystä aineistosta ratkaisu. Se pitää vain löytää joskus suurehkostakin tekstimäärästä. (Kananen 2012, 112.) Haastatteluaineistoihin perustuvissa tutkimuksissa tutkijan pyrkimyksenä on saada aikaan onnistuneita tulkintoja. Samaa haastattelutekstiä voidaan tulkita monin eri tavoin. Onnistuneen tulkinnan tärkein kriteeri on, että myös lukija, joka sisäistää saman näkökulman kuin tutkija, voi löytää tekstistä samat asiat kuin tutkija, riippumatta onko hän asiasta samaa mieltä vai ei. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 151.)

4.3.3 Havainnointi

Havainnointi on yksi vanhimmista tieteellisen tutkimuksen menetelmistä. Havainnointia voidaan käyttää määrällisen ja laadullisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä. Havainnoinnin kohteena ovat yleensä yksilön toiminta tai toiminta ryhmässä. Havainnoinnin käyttö on järkevää tilanteissa, joissa asiasta ei ole paljoa tietoa. Havainnoinnin etuna ovat ilmiön ja tilanteen aitous, sillä ilmiö tapahtuu luonnollisessa ympäristössään ja yhteydessä tutkittavaan asiaan. Havainnoilla saadaan laaja-alaista tietoa, mutta menetelmän käyttökelpoisuus riippuu kuitenkin tutkittavasta ilmiöstä. (Kananen 2014, 65–67.)



KUVIO 7. Havainnoinnin eri muodot (mukaillen Kananen 2014)

Havainnointia voidaan tehdä eri tavoin. Havainnoinnin eri muotoja on kuvattu kuviossa 7. Tilanteita, joissa tutkija on mukana tilanteessa, mutta hänen läsnäolonsa ei vaikuta tilanteen kulkuun, kutsutaan piilohavainnoinniksi ja suoraksi havainnoinniksi. Piilohavainnoinnissa tutkimuskohteella ei ole tietoa tutkijasta ja hänen toiminnastaan. Suorassa havainnoinnissa tutkija ei ole jäsenenä yhteisössä, mutta yhteisön jäsenet tiedostavat havainnoijan olemassaolon. (Kananen 2014, 65–67.)

Osallistavassa havainnoinnissa ja osallistuvassa havainnoinnissa tutkija on mukana yhteisön toiminnassa toimijana ja hän pyrkii pääsemään jäseneksi yhteisöön, jotta voisi elää ilmiön kanssa tehden samalla havaintoja. Osallistavassa havainnoinnissa tutkittavassa yhteisössä on tarkoituksena saada aikaan muutos, joka jatkuisi vielä tutkimuksen jälkeenkin. (Kananen 2014, 65–67.)

Osallistuva havainnointi voi olla aktiivista tai passiivista. Aktiivisessa osallistuvassa havainnoinnissa tutkija vaikuttaa aktiivisesti läsnäolollaan tutkittavaan ilmiöön. Hän voi olla mukana esimerkiksi kehittämistyössä tai projektissa. Passiivisella osallistuvalla havainnoinnilla tarkoitetaan tutkijan osallistumista tutkittavaan tilanteeseen ilman vaikuttamista tilanteiden kulkuun. Molemmissa tapauksissa tutkijan on pystyttävä erittelemään oma roolinsa ja sen mahdollinen vaikutus tutkimustilanteeseen. (Anttila 1996.)

4.4 Tutkimusprosessin kulku

Tutkimusprosessi on kuvattu pääpiirteittäin kuviossa 8.



KUVIO 8. Tutkimusprosessin kulku.

Opinnäytetyön aiheen valinta ja sisällön suunnittelu tapahtuivat marraskuussa 2015. Varsinaisen opinnäytetyön kokonaisuuden suunnittelu tapahtui helmikuussa 2016. Tällöin tapasin myös joukon Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuoria jäsenyrittäjiä ja kerroin heille opinnäytetyön aiheesta ja tavoitteista. Keski-Pohjanmaan Nuorille Yrittäjille suunnatun Webropol kyselyn laadinta tapahtui maaliskuussa 2016 ja toteutus huhtikuussa 2016. Lähinnä opinnäytetyön tekijän työtilanteesta johtuvien kiireiden vuoksi opinnäytetyöprosessi seisoipaikoillaan toukokuusta 2016 lokakuuhun 2016.

Työn teoriaosuuden suunnittelu ja valmistelu alkoivat lokakuussa 2016. Webropol -kyselyn raportointi ja tapahtumiin osallistuminen ajoittuivat marraskuulle 2016. Tapahtumien raportointi ja yhteenveto, opinnäytetyön teoriaosuuden kirjoittaminen sekä kyselyn vastausten raportointi ja tulosten julkaisu ajoittuivat joulukuulle 2016. Nuorten yrittäjien haastattelut sijoituivat tammikuulle 2017. Samoin muita opinnäytetyöprosessiin liittyviä tapaamisia ajoittui tammi-helmikuulle 2017. Haastatteluiden litterointi eteni ja valmistui helmikuussa 2017. Aineiston analysointi ja tulkinta ajoittuivat maaliskuulle-huhtikuulle 2017. Opinnäytetyön viimeistely, tulosten yhteenveto ja tulosten esittäminen tapahtuivat toukokuussa 2017 ja työn lopullinen valmistuminen kesäkuussa 2017.

5 TUTKIMUSTULOKSET

Seuraavassa käydään läpi opinnäytetyössä eri tutkimusmenetelmin saatuja tuloksia.

5.1 Webropol -kysely

Tutkimuksen pohjana toimi Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille toteutettu Webropol –kysely. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää perustietojen (sukupuoli, ikä, koulutustausta, yrityksen sijainti ja toimiala sekä yrityksen ikä ja työntekijöiden määrä) lisäksi muun muassa yrittäjäksi ryhtymisen lähtökohtia, yhteistyön ja verkostoitumisen merkitystä yrityksen toiminnan kannalta, yhteistyön ja verkostoitumisen tämän hetkistä tilannetta, sekä selvittää innovoinnin tärkeyttä osana yrityksen toimintaa ja kiinnostusta innovaatiotoimintaan alueellisesti, valtakunnallisesti sekä kansainvälisesti. Webropol –kyselyn kyselylomake (LIITE 4) sekä kutsu vastaamaan kyselyyn (LIITE 5) löytyvät tämän opinnäytetyön liitteistä.

Vastauksia kyselyyn saatiin 45 ja vastausprosentti oli 14,5. Vastauksia saatiin lähestulkoon kaikista jäsenkunnista pois lukien Lestijärvi, Reisjärvi ja Sievi. Kyselyssä käytettiin seuraavaa toimialajaottelua (LIITE 6): Teollisuus (01-39), Rakentaminen (41-43), Kauppa (45-47), Osaamisintensiiviset palvelut KIBS (64-66, 69-75), Muut palvelut (55-56, 68, 86-96). Suhteellisen pieneksi jääneestä vastausmäärästä johtuen saatuja tuloksia ei ole vertailtu toimialakohtaisesti. Kyselyyn vastanneet edustivat kuitenkin laajaa toimialakenttää ja näin olleen kokonaistuloksia voidaan pitää hyvinä.

5.1.1 Vastaajaprofiili

Taulukossa 2 on esitetty taustatietoja kyselyyn osallistuneista yrityksistä. Tulokset on ilmoitettu sekä lukuina että prosentteina

TAULUKKO 2. Yrityksen taustatiedot

ALUE	KESKI-POHJANMAA	n=	%
YRITYKSEN TOIMIALA	Teollisuus	13	28,9
	Rakentaminen	7	15,6
	Kauppa	5	11,1
	KIBS *	4	8,9
	Muut palvelut	16	35,6
VASTAAJAN SUKUPUOLI	Nainen	16	35,6
	Mies	29	64,4
VASTAAJAN IKÄ	- 20 vuotta	1	2,2
	21- 25 vuotta	2	4,5
	26 – 30 vuotta	15	33,3
	31 - vuotta	27	60
VASTAAJAN KOULUTUSTAUSTA	Peruskoulu	1	2,2
	Ammatillinen perustutkinto	22	48,9
	Lukio	6	13,3
	Ammattikorkeakoulututkinto	11	24,4
	Yliopistotutkinto	2	4,5
	Muu	3	6,7
YRITYKSEN IKÄ	- 1	1	2,2
	2 – 5 vuotta	31	68,9
	6 – 10 vuotta	7	15,6
	Yli 10 vuotta	6	13,3
TYÖNTEKIJÖIDEN MÄÄRÄ	1	23	51,1
	2 - 4	10	22,2
	5 - 9	7	15,6
	10 - 19	3	6,7
	20 - 49	2	4,4
	Yli 50	0	0

* Osaamisintensiiviset palvelut

Kyselyyn saatiin vastauksia tasaisesti eri toimialoilta. Vastaukset on jaoteltu viiteen eri toimialaan: teollisuus, rakentaminen, kauppa, osaamisintensiiviset palvelut ja muut palvelut. Naisia vastanneista oli 16 ja miehiä 29. Kyselyyn vastanneista 27 oli iältään 31 -vuotiaita ja sitä vanhempia. 26-30 -vuotiaita oli 15 ja sitä nuorempia 3. Pohjakoulutukseltaan vastaajista lähes puolet oli ammatillisen perustutkinnon suorittaneita, yhteensä 22. Ammattikorkeakoulututkinnon tai yliopistotutkinnon oli suorittanut 13 ja lukion 6. Yhdellä vastaajista pohjakoulutuksena oli peruskoulu ja muu koulutustausta oli kolmella vastanneista.

Kyselyssä yrityksen iällä haettiin vastausta siihen, kuinka kauan yritys on ollut nykyisen omistajan omistuksessa. Suuri osa vastanneista, 31 kappaletta, oli toiminut yrittäjänä 2-5 vuotta. Kuusi vuotta ja sitä vanhempia yrityksiä oli kaiken kaikkiaan 13 ja yhden vuoden tai vähemmän toimineita yrityksiä yksi kappale. Yli puolet kyselyyn vastanneista oli yksinyrittäjiä, kaiken kaikkiaan 23 vastaajaa. 2-4 henkilön yrityksiä oli 10 ja 5-9 henkilön yrityksiä 7. Vastanneista

yrittäjistä mikroyrittäjiä eli alle 10 työntekijän yrityksiä oli 40. Saaduista vastauksista 10-19 henkilön yrityksiä oli 3 ja 20-49 henkilön yrityksiä 2. Yli 50 henkilön yrityksiä ei vastanneiden joukosta löytynyt.

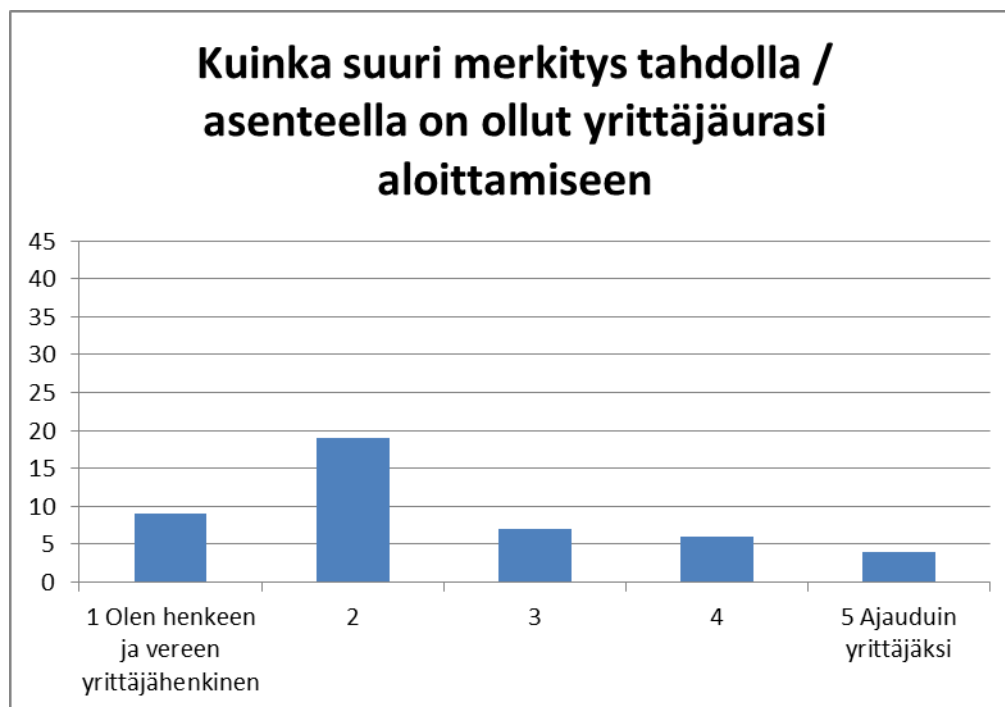
5.1.2 Yrittäjyyden ja yrittäjätoiminnan lähtökohdat

Kysymyksen tavoitteena oli selvittää, kuinka paljon yrittäjän henkilökohtaiset piirteet ja ominaisuudet ja toisaalta sattuma vaikuttivat yrittäjäuran alkamiseen. Viisiportaisen kysymyksen vastauksissa arvo 1 antoi vastauksen ”Olen henkeen ja vereen yrittäjähenkkinen” ja arvo 5 antoi vastauksen ”Ajauduin yrittäjäksi”.

TAULUKKO 3. Tahdon / asenteen merkitys yrittäjäuran aloittamiseen

Vastaajien määrä: 45

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Olen henkeen ja vereen yrittäjähenkkinen	9	19	7	6	4	Ajauduin yrittäjäksi	45	2,49
	20,0%	42,2%	15,6%	13,3%	8,9%		100%	



KUVIO 9. Tahdon / asenteen merkitys yrittäjäuran aloittamiseen.

Vastausten perusteella voidaan todeta, että kyselyyn vastanneiden yrittäjäksi ryhtymisen ja henkilön yrittäjyysasenteen välillä on positiivinen suhde. Samaa asiaa todistaa myös vastausten keskiarvo, 2,49. Annetuissa vastausvaihtoehdoissa arvo yksi viittasi suureen yrittäjähenkisyyteen ja arvo viisi sattumanvaraiseen ajautumiseen yrittäjäksi. Jopa 62,2% kyselyyn vastanneista on antanut vastauksen arvon 1 tai 2.

Vastanneiden yrittäjäuran lähtökohtaa selvitettiin kysymyksellä, jossa oli neljä eri vastausvaihtoehtoa. Vastausvaihtoehdot olivat uusi yritys, yritysosto, sukupolvenvaihdos ja muu vaihtoehtoinen vastaus.

TAULUKKO 4. Yrittäjäuran lähtökohta

	Vastaajien määrä	Prosentti
Uusi yritys	27	60,0
Yritysosto	6	13,3
Sukupolvenvaihdos	6	13,3
Muu	6	13,3
Yhteensä	45	100



KUVIO 10. Yrittäjäuran lähtökohta

Vastaajista 60% oli perustanut uuden yrityksen. Vastanneista 13,3%:lla yritysuran lähtökoh-
tana oli yritysosto ja 13,3%:lla sukupolvenvaihdos. Myös muita vaihtoehtoisia vastauksia saa-
tiin 13,3% kaikista vastauksista. Tähän vastausvaihtoehtoon saatiin seuraavia vastauksia:

Muu, mikä:

- Ammatissa kehittyminen.
- Vuokratyön yrittäjäyys. Tuli tilaisuus työllistää itsensä sen avulla.
- Ostin toimivan yrityksen liiketoiminnan.
- Harrastus ja siitä ajautunut yrittäjäksi.
- Kaksi yritystä, sukupolvenvaihdos ja yritysosto.
- Sain töitä sillä perusteella, että laitan toiminimen.

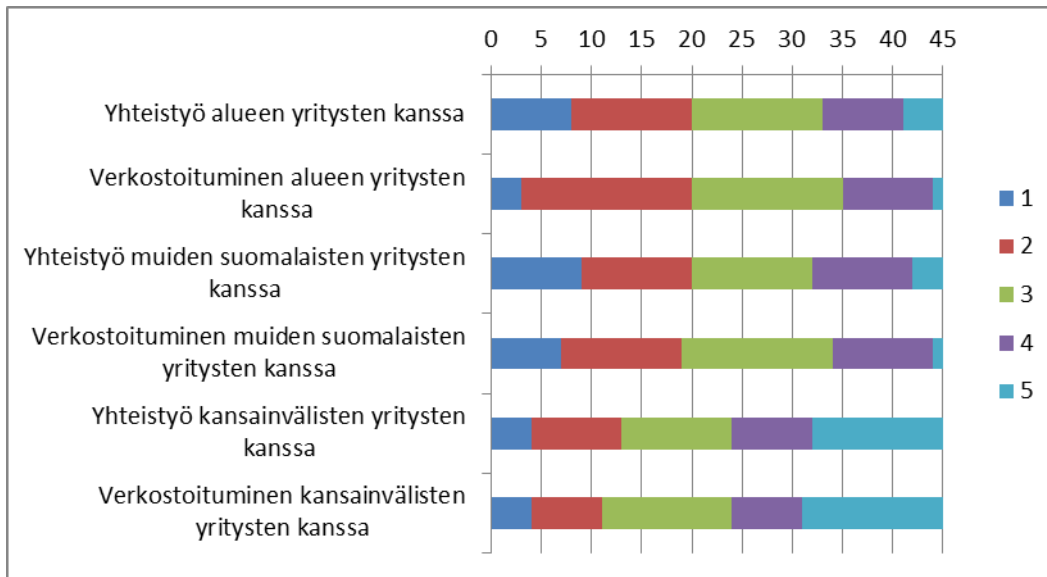
5.1.3 Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yrityksen toiminnan kannalta

Kysymyksellä kartoitettiin yrittäjien mielipidettä yhteistyön ja verkostoitumisen tärkeydestä. Viisiportaisen kysymyksen vastauksissa arvo 1 tarkoitti vastausta ”Todella tärkeänä” ja arvo 5 vastausta ”En koe tärkeäksi”.

TAULUKKO 5. Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yrityksen toiminnan kannalta

Vastaajien määrä: 45

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Yhteistyö alueen yritysten kanssa	8	12	13	8	4	45	2,73
Verkostoituminen alueen yritysten kanssa	3	17	15	9	1	45	2,73
Yhteistyö muiden suomalaisten yritysten kanssa	9	11	12	10	3	45	2,71
Verkostoituminen muiden suomalaisten yritysten kanssa	7	12	15	10	1	45	2,69
Yhteistyö kansainvälisten yritysten kanssa	4	9	11	8	13	45	3,38
Verkostoituminen kansainvälisten yritysten kanssa	4	7	13	7	14	45	3,44
Yhteensä	35	68	79	52	36	270	2,95



KUVIO 11. Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yrityksen toiminnan kannalta

Yhteistyö ja verkostoituminen koetaan verrattain tärkeäksi yrityksen toiminnan kannalta eikä suurta eroa ole nähtävissä neljän ensimmäisen vastausvaihtoehdon välillä. Yhteistyö ja verkostoituminen alueen yritysten kanssa saivat molemmat keskiarvon 2,73.

Lähes saman tuloksen saivat yhteistyö (2,71) ja verkostoituminen (2,69) muiden suomalaisten yritysten kanssa. Vain pieni osa vastanneista ei koe yhteistyötä tai verkostoitumista tärkeäksi näissä vastausvaihtoehdoissa. Yritysten kansainvälistä yritys yhteistyötä ja verkostoitumista ei koeta niin tärkeäksi kuin alueella ja Suomessa tapahtuva yhteistyö ja verkostoituminen.

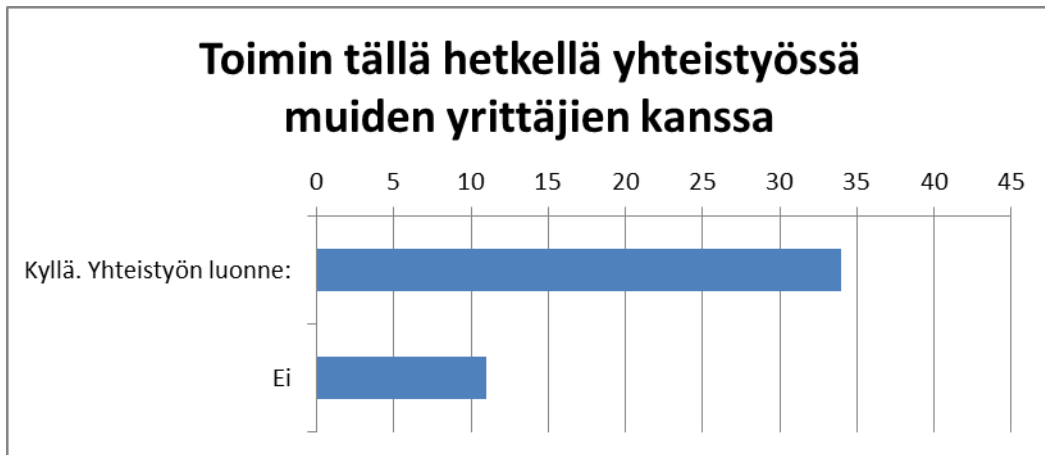
5.1.4 Yhteistyön ja verkostoitumisen tämän hetkinen tilanne ja luonne

Kysymyksen tavoitteena oli selvittää, toimiiko yrittäjä tällä hetkellä yhteistyössä muiden yrittäjien kanssa ja jos toimii, minkälainen yhteistyön luonne on.

TAULUKKO 5. Yhteistyön tämän hetkinen tilanne ja luonne

	Vastaajien määrä	Prosentti
Kyllä, yhteistyön luonne	34	75,6

Ei	11	24,4
Yhteensä	45	100



KUVIO 12. Yhteistyön tämän hetkinen tilanne ja luonne

Kyllä vastauksista saatuja avoimia vastauksia on listattu alle.

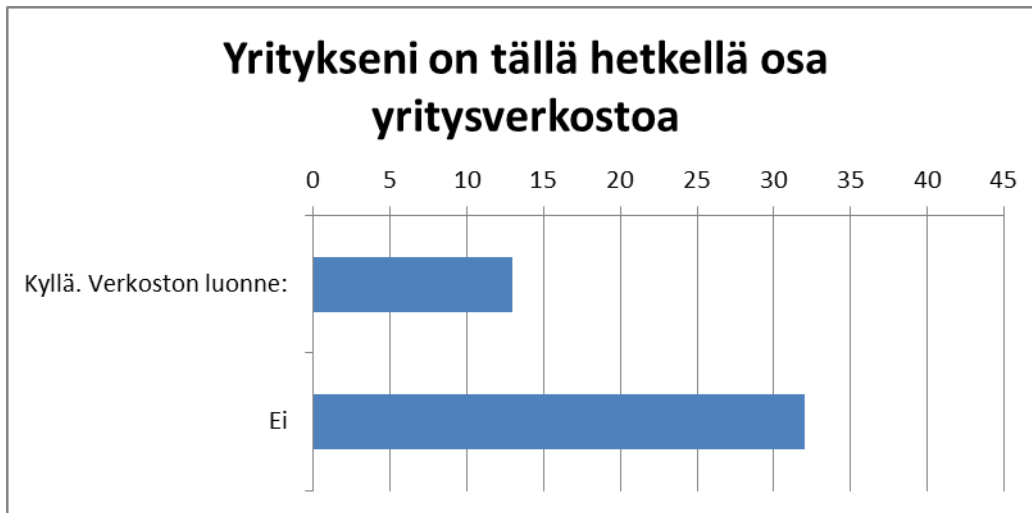
Kyllä. Yhteistyön luonne:

- Avunanto, työtehtävien jakaminen, neuvonta.
- Maahantuojia.
- Valmistusta ja markkinointia yhdessä.
- KVR –rakennushanke.
- Yrityksiemme mainostaminen.
- Tuotekehitys.
- Yhdistyksen sihteeri.
- Palvelut ja tuotteet ostetaan aina paikalliselta, mikäli se vain mahdollista.
- Aliurakointi.
- Töiden jakaminen ylitarjonnan mukaan yhteistyökumppaneille.
- Kokemusten vaihtoa ja palveluiden käyttämistä ristiin.
- Mallitöiden suunnittelu/ideointi yhteistyössä toisen yrityksen kanssa, myyn itse toisten yrittäjien valmistamia tuotteita.
- Lähinnä maatalousyrittäjät tilaavat töitä.
- Työvoiman osto ja myynti.
- Valikoitujen todellisten ammattimiesten kanssa teen yhteisiä työmaita tarvittaessa.
- Aliurakoitsijoita, kumppaneita.
- Tarjoamme palvelut hääalalla, hääpareille. Hiukset, meikki ja kuvat yhdellä yhteydenotolla.
- Palveluhankinta omille asiakkaille.
- Asiakkuussuhteita puolin ja toisin, paikallisen yrittäjyyden suosiminen "yya" –hengessä.
- Avunantoa.
- Aliurakoinnit.
- Toiset parturikampaajayrittäjät ovat vuokranneet tuolipaikan yrityksestä.
- Aliurakointia isommille alan yrityksille.
- Konsultaatio.

Kysymyksen tavoitteena oli selvittää, onko yritys tällä hetkellä osa yritysverkostoa ja jos on, minkälainen verkoston luonne on.

TAULUKKO 7. Verkostoitumisen tämän hetkinen tilanne ja luonne

	Vastaajien määrä	Prosentti
Kyllä, verkoston luonne	13	28,9
Ei	32	71,1
Yhteensä	45	100



KUVIO 13. Verkostoitumisen tämän hetkinen tilanne ja luonne

Kyllä vastauksista saatuja avoimia vastauksia on listattu alle.

Kyllä. Verkoston luonne:

- Koulutuksia ja virikettä yhdessä saman alan osaajien kanssa. Vertaistukea.
- Ylivieskan Yrittäjät.
- Franchise-keiju.
- Saman alan yrittäjien kanssa olen tiiviissä yhteistyössä.
- Yhteistyökumppanit ovat jo jossain määrin vakiintuneita.
- Epävirallinen yhteistyö. Tehdään toisillemme töitä kukin oman kapasiteetin mukaan.
- Periaatteessa aliurakoinnin kautta.

Yhteistyöhön ja verkostoitumiseen liittyvistä vastauksista on nähtävissä, että yritysten välinen yhteistyö ja verkostoituminen on hyvin monipuolista ja aktiivista. Vastaajista 75,6% kertoi toimivansa yhteistyössä muiden yrittäjien kanssa. Verkostoitumisessa vastaava prosenttiosuus oli 28,9. Vastauksista nousi vahvasti esille, että markkinointiin, avunantoon ja aliurakointiin liittyvät asiat yhdistävät yrittäjiä ja vahvistavat yhteistyötä ja verkostoitumista.

Yhteistyö ja verkostoituminen käsitteinä ovat usein hankalasti eroteltavissa. Selkein ero näiden kahden käsitteen välillä lienee se, että yhteistyö on yleensä kertaluontoista ja satunnaisista, kun taas verkostoituminen on tavoitteellista, jatkuvaa ja säännöllistä. Verkostoituminen on

siis normaalia yhteistyötä syvempää, ja siinä on havaittavissa monia tasoja. Verkostolla on myös yhteinen visio. Yhteistyö voi myös olla verkostoitumisen esiaste. (Stähle & Solarauta 2002.)

5.1.5 Tulevaisuuden yhteistyö

Kysymyksessä vastaajalla oli mahdollisuus valita enintään kolme tärkeintä yhteistyömuotoa. Taulukon 8 oikeanpuoleisessa sarakkeessa on nähtävissä prosenttiosuus annetuista vastakista.

TAULUKKO 8. Tulevaisuuden yhteistyö

Vastaajien määrä: 45

	Vastausten prosenttimäärä	Vastausten lukumäärä	% osuus annetuista vastauksista
Markkinointiyhteistyö	44,4	20	26,3
Hankintayhteistyö	26,7	12	15,8
Palvelu ja/tai tuotantoyhteistyö	42,2	19	25,0
Tutkimus- ja tuotekehitysyhteistyö (T&K)	15,6	7	9,2
Kansainvälistymisyhteistyö	11,1	5	6,6
En osaa sanoa	26,7	12	15,8
Mu, mikä	2,2	1	1,3
Yhteensä	168,9	76	100,0



KUVIO 14. Kiinnostavat yhteistyön muodot

Annetut vastaukset kertovat, että erityisesti markkinointi-, palvelu- ja/tai tuotantoyhteistyö kiinnostavat nuoria yrittäjiä. Myös hankintayhteistyö ylsi kolmen kärkivastauksen joukkoon. Kuitenkin 15,8% annetuista vastauksista annettiin ”En osaa sanoa” -vaihtoehdolle.

Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että asian yhteiselle pohdinnalle ja suunnittelulle on tulevaisuudessa tarvetta. Kysymyksessä tiedusteltiin pelkästään kiinnostusta yhteistyöhön. Verkoitumisaste alkaa usein kehittyä siinä vaiheessa, kun yhteistyöaste on vahvaa ja jatkuvaa ja toimijoiden välillä on saavutettu riittävä luottamus.

5.1.6 Innovoinnin tärkeys yrityksen toiminnassa

Kyselyn yhtenä tavoitteena oli selvittää nuorten yrittäjien mielipidettä innovoinnin tärkeydestä. Vastaukset jakautuvat seuraavasti (TAULUKKO 9, KUVIO 15).

TAULUKKO 9. Innovoinnin tärkeys

	Vastaajien määrä	Prosentti
Kyllä	26	57,8
Ei	4	8,9
En osaa sanoa	15	33,3
Yhteensä	45	100



KUVIO 15. Innovoinnin tärkeys osana yrityksen toimintaa

Lähes 60% kyselyyn vastanneista koki innovoinnin tärkeäksi osana yrityksen toimintaa. Toisaalta kolmasosa vastaajista ei osannut ottaa kantaa innovoinnin tärkeyteen. Hyvin mielenkiintoinen jatkoselvityksen aihe olisi selvittää syitä ”En osaa sanoa” -vastausvaihtoehdolle.

Tehdyn kyselyn ja saatujen vastausten perusteella ei ole mahdollista tehdä päätelmiä syistä, miksi innovoinnin tärkeyteen osana yrityksen toimintaa ei osata ottaa kantaa, mutta on mahdollista, että yrittäjän kiireinen arki ja raskas työtaakka aiheuttavat ajanpuutetta ja näin innovoinnin osuus jää pienemmälle huomiolle. Mutta kuten aikaisemmin todettiin, ei asian todelliseen luonteeseen voida ottaa kantaa tässä raportissa.

5.1.7 Kiinnostus innovaatiotoimintaan

Alla olevasta taulukosta ja kuviosta (TAULUKKO 10 ja KUVIO 16) voidaan nähdä nuorten yrittäjien kiinnostuksen asteet innovaatiotoimintaan alueellisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti.

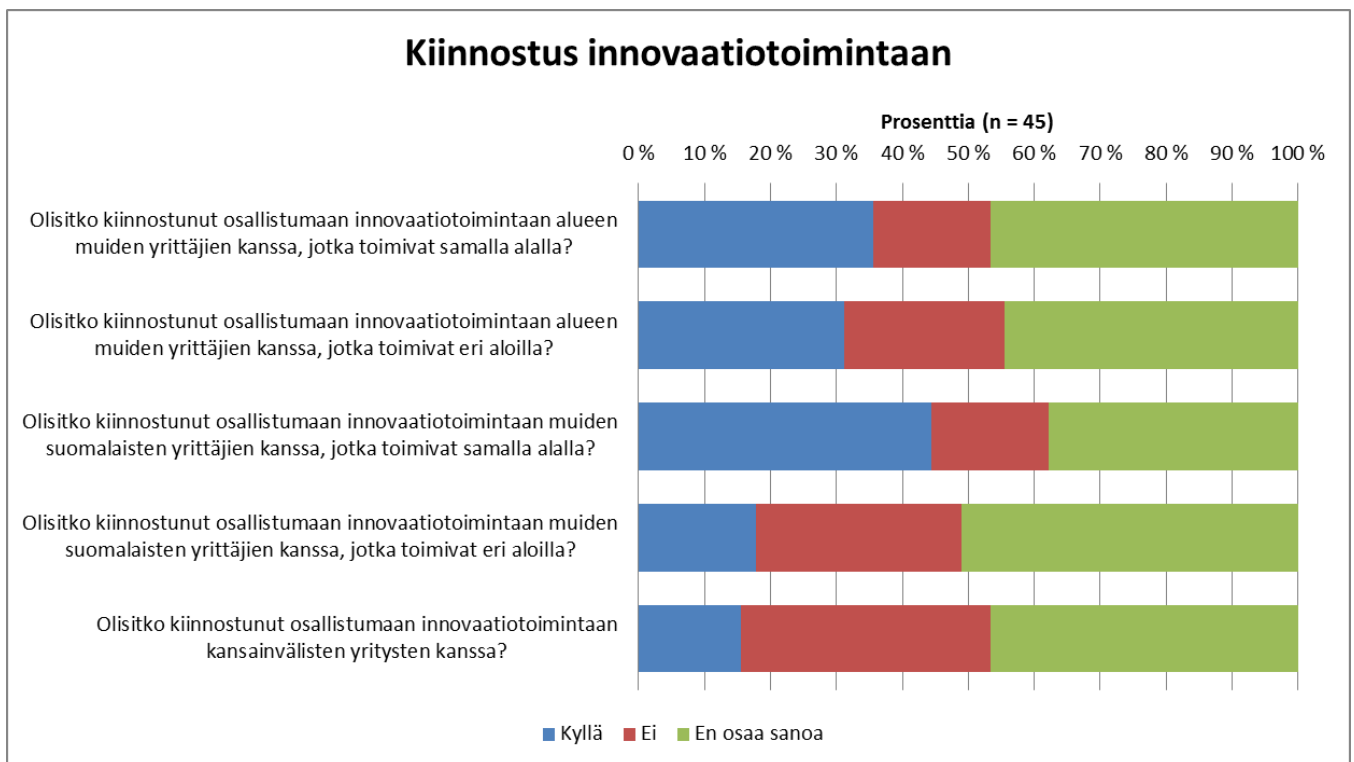
Kysymykset liittyen innovaatiotoimintaan:

1. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan alueen muiden yrittäjien kanssa, jotka toimivat samalla alalla?

2. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan alueen muiden yrittäjien kanssa, jotka toimivat eri aloilla?
3. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat samalla alalla?
4. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat eri aloilla?
5. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan kansainvälisten yritysten kanssa?

TAULUKKO 10. Kiinnostus innovaatiotoimintaan

	Kyllä	%	Ei	%	En osaa sanoa	%	Kaikki	Kaikki
1	16	35,6 %	8	17,8 %	21	46,7 %	45	100,0 %
2	14	31,1 %	11	24,4 %	20	44,4 %	45	100,0 %
3	20	44,4 %	8	17,8 %	17	37,8 %	45	100,0 %
4	8	17,8 %	14	31,1 %	23	51,1 %	45	100,0 %
5	7	15,6 %	17	37,8 %	21	46,7 %	45	100,0 %
Yhteensä	65	28,9 %	58	25,8 %	102	45,3 %	225	100,0 %



KUVIO 16. Kiinnostus innovaatiotoimintaan

Kiinnostus innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat samalla alalla, sai eniten "Kyllä" -vastauksia, yhteensä 44,4% annetuista vastauksista. Myös innovaatiotoiminta alueella toimivien yritysten kanssa, jotka toimivat samalla alalla, sai korkean

"Kyllä" -vastausprosentin, yhteensä 35,6%. Myös innovaatiotoiminta alueella toimivien yritysten kanssa, jotka toimivat eri aloilla sai lähestulkoon yhtä paljon "Kyllä" -vastauksia, yhteensä 31,1%.

Kiinnostus innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat eri aloilla, ja kiinnostus innovaatiotoimintaan kansainvälisten yritysten kanssa oli verrattain vähäistä. Kuten edellisessä kysymyksessä, myös ko. kysymyksessä "En osaa sanoa" -vastausten osuus oli verrattain suuri. Kaiken kaikkiaan 45,3% kaikista annetuista vastauksista oli "En osaa sanoa" -vastauksia.

5.2 Teemahaastattelut

Puolistrukturoidut teemahaastattelut suoritettiin kolmelle aktiiviselle Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorelle jäsenyrittäjälle. Haastattelun runko (LIITE 2) sekä kyselyraportti (LIITE 1) lähetettiin haastateltaville etukäteen, jolloin heillä oli mahdollisuus tutustua tulevan teemahaastattelun sisältöön. Haastattelut nauhoitettiin puhelimeen ladatulla Smart Recorder -nauhoitusohjelmalla ja tekstin litterointi eli ylöskirjaaminen tehtiin käyttämällä propositiotason litterointia, eli kirjattiin ylös vastausten ydinsisältö.

Haastattelussa käytetyt ydinteemat (LIITE 2) olivat:

- 1 Yrittäjähenkisyys ja ura yrittäjänä
- 2 Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yritystoiminnassa
- 3 Kiinnostavat yhteistyön ja verkostoitumisen muodot
- 4 Innovointi osana yrityksen toimintaa
- 5 Innovoinnin kehittäminen

Haastattelun ydinteemoja täydensivät alakysymykset (LIITE 2), jotka ohjasivat haastattelun kulkua.

Teemahaastatteluiden tavoitteena oli käsitellä Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille tehdyn kyselyn teemoja syvällisemmin ja tuoda esille yrittäjien omia näkemyksiä ja kannanottoja. Haastatteluista saatu aineisto kirjattiin ja jaettiin osiin Excel -taulukoihin analysointia varten.

Haastatteluiden alussa käytiin läpi teemahaastattelun sisältö teemoittain ja kerrottiin mahdollisuudesta vapaamuotoiseen keskusteluun ja mahdollisuudesta palata edellisiin aiheisiin, mikäli se asian käsittelyn kannalta tuntui luontevalta.

5.2.1 Teema 1 - Yrittäjähenkisyys ja ura yrittäjänä

Ensimmäisessä teemassa käsiteltiin yrittäjähenkisyyttä ja uraa yrittäjänä. Haastateltavilta kysyttiin, oliko yritystoiminnan aloitus ollut tietoinen päätös tai valinta, sekä tiedusteltiin henkilökohtaisia ominaisuuksia, joilla yrittäjä itse uskoo olevan suuri merkitys yritystoiminnan aloittamiseen ja jatkamiseen.

Haastateltavat kokivat yritystoiminnan aloituksen olleen sekä tietoinen päätös että ajautuminen yrittäjäksi. Yritystoiminnan aloittamiseen vaikutti pitkälle ala, jolla yritys toimii. Haastateltavien yrittäjien yritykset toimivat Tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaan luokassa Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta. Esille nousi vahvasti tietoisuus siitä, että jo koulusta valmistuttaessa tulisi olla näyttöjä ja vankkaa tietämystä alan ammattitaidosta, vaikka työkokemusta ei ole vielä ehtinyt kertyä. Luovalla alalla itsensä toteuttaminen ajaa henkilön helpommin perustamaan oman yrityksen, ja suuri syy oman yrityksen perustamiselle on myös se, että avoimia työpaikkoja ei juurikaan ole tarjolla. Myös itsensä toteuttaminen ja mahdollisuus päättää itse asioista koettiin tärkeiksi.

Henkilökohtaisista ominaisuuksista nousivat vahvasti esille määrätietoisuus ja usko itseensä, mahdollisuus päättää itse asioista ja toimia omien arvojen mukaan. Innostusta ja kekseliäisyyttä pidettiin tärkeinä ennen kaikkea siitä syystä, että yritys pystyy kehittymään ja näyttämään osaamisen myös yrityksen ulkopuolelle.

5.2.2 Teema 2 - Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yritystoiminnassa

Toisessa teemassa käsiteltiin yhteistyön ja verkostoitumisen merkitystä yritystoiminnassa. Haastateltavilta kysyttiin, kokevatko he yhteistyön ja verkostoitumisen tärkeäksi osaksi oman yrityksen toimintaa, ja miten yhteistyö ja verkostoituminen näkyvät omassa yritystoiminnassa.

Yhteistyö ja verkostoituminen koettiin merkittäväksi voimavaraksi. Yksinyrittäjällä verkostojen merkitys korostuu entisestään sekä tukiverkoston että palvelujen tarjonnan kautta. Yhteisölliset verkostot koettiin tärkeiksi siitä syystä, että on mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin ja yrityksiin ja saada sitä kautta puskaradio toimimaan. Parhaimmillaan vapaa-ajan verkostot ja työelämän verkostot nivoutuvat yhteen.

Yhteistyö ja verkostoituminen näkyvät yrityksissä hyvin monella eri tavalla. Oman alan ammattilaisten kanssa yhteistyö ja verkostoituminen koettiin tärkeäksi siitä syystä, että on mahdollisuus ajaa yhdessä omaa alaa koskevia isoja asioita, olla vaikuttamassa asioiden kulkuun. Töiden saamiseen ja oman yrityksen tietoisuuden levittämiseen toimii yrittäjien mukaan parhaiten puskaradio. Toisin sanoen hyvin tehty työ tunnetaan ja tunnustetaan, ja se mahdollistaa uusien töiden saamisen. Myös alihankintaverkostot koettiin tärkeiksi.

5.2.3 Teema 3 - Kiinnostavat yhteistyön ja verkostoitumisen muodot

Kolmannessa teemassa tiedusteltiin kiinnostavia yhteistyön ja verkostoitumisen muotoja. Haastateltavat saivat kertoa esimerkkejä omasta yritystoiminnastaan sekä tulevaisuuden suunnitelmistaan. Teemassa käsiteltiin myös Kokkolanseudun Kehitys Oy:n Kohtaamon toimintaa, kokevatko haastateltavat Kohtaamon kaltaisen toiminnan kiinnostavaksi, ja mitä mieltä he ovat tämän tyyppisessä toimintaympäristössä työskentelystä. Haastateltavat saivat myös kertoa yhteistyön ja verkostoitumisen mahdollisuuksista alueella, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti.

Toisten yrittäjien kanssa verkostoituminen, esimerkiksi yrittäjäjärjestön kautta, koettiin tärkeäksi. Tämänkaltaisessa verkostoitumisessa tärkeimpänä asiana ei ole rahallinen tuotos, vaan välillisesti oman yrityksen tunnettuuden ja näkyvyyden parantaminen. Myös muun sisällön hakeminen yhteistyön ja verkostoitumisen kautta koettiin tärkeäksi, esimerkiksi tilaisuudet, tapahtumat ja opiskelu. Yhdessä kiinnostavaksi yhteistyön ja verkostoitumisen kohteeksi nousi Nuorkauppakamarin toiminta. Tämän kansainvälisen verkoston kautta on mahdollisuus vaikuttaa sekä yhteiskuntaan että omaan elinympäristöön. Verkostossa mukana olevat henkilöt ovat pääsääntöisesti joko työelämässä olevia tai yrittäjiä. Kanava koettiin tärkeäksi juuri siitä syystä, että tämän kanavan kautta on mahdollista laajentaa sekä vapaa-ajan verkostoi-

tumista että työelämän verkostoitumista. Usein pienyrittäjällä nämä kaksi verkostoa nivoutuvat yhteen.

Yhteistyön ja verkostoitumisen tärkeys nähtiin myös siinä, että lopputuotteen tarjoaminen asiakkaalle on usein asiakkaan kannalta helpompaa, kun yrittäjät tarjoavat tuote- tai palvelukokonaisuuksia yhtenä tuotteena. Tällöin yrittäjä ostaa alihankintana tuotteita tai palveluita toiselta yrittäjältä ja asiakas on tekemisissä vain yhden myyjän kanssa. Asiakastyytyväisyys koetaan hyvin tärkeäksi asiaksi.

Yhteistyön ja verkostoitumisen laajentaminen tulevaisuudessa kiinnostaa yrittäjiä sekä paikallisesti, kansallisesti että kansainvälisesti. Juuri palvelutarjonnan lisääminen ja eräänlainen tekijöiden verkoston luominen ovat kiinnostuksen kohteina. Myös tiettyjen alojen ammattilaisten löytäminen luo yritystoiminnalle haasteita, mikä on yksi syy, joka ajaa yrittäjiä laajentamaan verkostoja.

Kokkolanseudun Kehitys Oy:n Kohtaamon toimitiloja ja toimintaa yrittäjät pitivät kiinnostavana ja tärkeänä. Erityisesti korostui yrittäjän toimitilojen tärkeys, se että yrittäjä toimii tiloissa, joissa voi ottaa vastaan asiakkaita. Toimitilojen ja yritystoiminnassa tarvittavien koneiden hankkiminen ovat myös suuria investointeja yrityksen alkuvaiheessa. Kohtaamon kaltainen toiminta mahdollistaa tilojen ja koneiden käytön suhteellisen pienellä kustannuksella. Myös yhteisöllisyys ja mahdollisuus vastavuoroiseen kommunikointiin toisten yrittäjien kanssa koettiin tärkeäksi asiaksi, pois sulkematta Kohtaamon järjestämien koulutusten ja tapahtumien tärkeyttä.

Kohtaamon kaltainen toimitila koettiin hyväksi alustaksi juuri yritystoiminnan alkuvaiheessa. Siinä vaiheessa kun yrityksellä on riittävästi pääomaa ja toiminta kasvanut, tulisi yrityksen "hypätä" omiin tiloihin. Tällöin uudet, aloittavat yrittäjät saisivat taas mahdollisuuden käyttää Kohtaamon palveluita.

Yhteistyön ja verkostoitumisen mahdollisuuksissa tuli esille paljon samansuuntaisia, mutta myös alasta riippuen hyvinkin erilaisia vastauksia. Alueellinen yhteistyö koettiin hyvin tärkeäksi. On tärkeää, että tiedetään, mitä toiset yrittäjät tekevät, jotta osataan myös rummuttaa toisten olemassaolosta ja palvelutarjonnasta. Alueellinen yhteistyö ja verkostoituminen mahdollistavat paremmin fyysisen kontaktin toisiin yrittäjiin. Palvelukokonaisuuksien tarjoaminen

ja yhteistyö muiden yrittäjien kanssa mahdollistavat uusien palveluiden ja tuotteiden tarjoamisen.

Valtakunnallisen ja kansainvälisen yhteistyön ja verkostoitumisen mahdollisuuksista saatiin erisuuntaisia vastauksia. Ala, joka on hyvin pieni ja toimii pääsääntöisesti sähköisen kommunikoinnin varassa, näkee todella paljon arvoa valtakunnallisessa ja kansainvälisessä yhteistyössä. Jos fyysinen kommunikointi ei kaupankäynnin kannalta ole oleellista, on selvää, että yhteistyökumppaneiden etsiminen isommilta markkinoilta on luontevaa. Alalla, jossa fyysinen läsnäolo ja kommunikointi ovat merkityksellisiä ja kaupankäynnin kannalta ehdottomia, on selvää, että panostukset kansallisesti ja kansainvälisesti vaativat huomattavasti enemmän resursseja. Se mikä yhdisti kaikkia vastauksia, oli, että on tärkeää saada kassavirta pysymään omalla toiminta-alueella, jotta oman yrityksen toiminta-alue kehittyisi.

5.2.4 Teema 4 - Innovointi osana yrityksen toimintaa

Neljännessä teemassa käsiteltiin innovointia osana yrityksen toimintaa. Haastateltavat saivat kertoa oman kantansa luovuudesta ja sen merkityksestä uuden synnyttämisessä. Keskusteltiin myös eri alojen välisistä innovaatiokokeiluista, voisivatko tämänkaltaiset kokeilut toimia ja miten haastateltavat kokevat sen käytännössä. Haastateltavilta kysyttiin myös, mitä innovointi heidän mielestä tarvitsee, miten fyysiset, henkiset ja taloudelliset puitteet ohjaavat innovointia ja mikä niiden merkitys on.

Luovuuden koettiin olevan koko tekemisen kivijalka. Se on mukana yritystoiminnassa päivittäin ja luovuus ja innostus synnyttävät hyvää ja positiivista tulosta. Luovuuden merkitys myös korostuu yrityksen kehitystyössä. Jos halutaan tehdä uusia palveluita tai tuotteistaa asiakkaalle ja saada sitä kautta enemmän myyntiä, niin luovuus on hyvin suuressa roolissa. Mitä luovempi on, sitä parempi. Vaikka innovointi sanana aiheuttaa jonkin verran paheksuntaa, säilyy tietoisuus innovoinnin tärkeydestä.

Eri alojen väliset innovaatiokokeilut herättävät kiinnostusta ja yhdessä tekemisen potentiaaliin uskotaan. Suureksi haasteeksi eri alojen välisessä innovoinnissa koetaan se, ettei tiedetä mitä ja kenen kanssa voitaisiin tehdä. Myös yhteisen toiminnan käytänteet ja rahoitus mieti-

tyttävät. Jotta innovointi olisi taloudellisesti kannattavaa ja yritystoimintaa kehittävää, tulisi sen kohdistua juuri sen yrityksen toimintaan, joka innovointia harrastaa.

Ajankäytölliset haasteet nousevat haastatteluiden mukaan suurimmaksi esteeksi innovoinnille. Jotta yrityksen toiminta olisi kannattavaa, tulee sen tuottaa tulosta. Vapaa innovointi ja ”luoviminen” eivät sinällään tuo yritykselle suoraa tulosta.

5.2.5 Teema 5 - Innovoinnin kehittäminen

Viidennessä ja viimeisessä teemassa käsiteltiin innovoinnin kehittämistä. Haastateltavilta kysyttiin kehitysideoita innovointiin alueellisesti, kansallisesti ja kansainvälisesti.

Innovoinnin kehittäminen lähtee haastateltavien mukaan tiedosta. Tulisi tiedostaa, mitkä ovat ne mahdollisuudet ja resurssit, joita innovointiin tarvitaan. Keskustellaan eri yrittäjien kanssa ja tullaan tutuiksi. Oli kyse sitten tuote- tai palveluinnovaatiosta, on hyvä tietää, millä osaamisporukalla liikutaan ja mitä on mahdollista tehdä. Kanssakäyminen ja ihmisten kanssa yhdessäolo tukevat usein innovoinnin kehittymistä. Ryhmäsparraus ja avoimen ja hyvän ilmapiirin luominen, jossa voi avoimesti keskustella asioista, synnyttävät loppujen lopuksi parhaat ideat.

Innovoinnin kehittäminen muidenkin kuin toisten yritysten kanssa herätti kiinnostusta. Oppilaitosten tarjoamat kurssit ja harjoittelijat tuovat uusia oppeja yritykseen ja mahdollistavat innovoinnin kehittymistä. Keskustelu innovoinnin kehittämisestä keskittyi pääsääntöisesti alueelliseen innovoinnin kehittämiseen. Fyysinen läsnäolo ja ihmisten näkeminen kasvotusten koettiin tärkeiksi asioiksi. Tämä lienee syy siihen, että kansallinen ja kansainvälinen innovointityö ei tunnu luontevalta, ainakaan innovoinnin alkuvaiheessa. Kun innovointityön pohja on olemassa, on helpompi katsoa kauemmas ja laajentaa toimintakenttää.

5.2.6 Yhteenveto teemahaastatteluista

Teemahaastatteluiden punaiseksi langaksi muodostui yrittäjien välisen yhteydenpidon tärkeys sekä tietoisuus toisten yrittäjien palvelutarjonnasta ja osaamiskentästä. Toisin sanoen

puskaradion toimivuus on yksi yritystoiminnan jatkuvuuden edellytyksistä. Yhteistyö ja verkostoituminen koettiin isoksi voimavaraksi. Yksinyrittäjällä verkostojen merkitys korostuu entisestään sekä tukiverkoston että palvelujen tarjonnan kautta. Yhteisölliset verkostot koettiin tärkeiksi juuri siitä syystä, että on mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin ja yrityksiin ja saada sitä kautta puskaradio toimimaan.

Yrittäjän ominaisuuksista määrätietoisuus ja usko itseensä nousivat vahvasti esille. Mahdollisuus itsensä toteuttamiseen ja päättää asioista itse koettiin tärkeiksi. Innostus ja kekseliäisyys koettiin tärkeiksi ominaisuuksiksi yritystoiminnan kehittymisen kannalta sekä positiivisen yrityskuvan luomiseksi.

Yhteistyössä ja verkostoitumisessa tärkeimmäksi asiaksi ei aina koettu rahallista tuotosta, vaan välillisesti oman yrityksen tunnettuuden ja näkyvyyden parantamista. Myös muun sisällön hakeminen yhteistyön ja verkostoitumisen kautta koettiin tärkeäksi, esimerkiksi tilaisuudet, tapahtumat ja opiskelu.

Yhteistyön ja verkostoitumisen tärkeys nähtiin myös siinä, että lopputuotteen tarjoaminen asiakkaalle on usein asiakkaan kannalta helpompaa, kun yrittäjät tarjoavat tuote- tai palvelukokonaisuuksia yhtenä kokonaisuutena. Tällöin asiakas on tekemisissä vain yhden myyjän kanssa ja yrittäjät tekevät taustalla yhteistyötä. Asiakastyytyväisyys koetaan hyvin tärkeäksi asiaksi.

Valtakunnallisen ja kansainvälisen yhteistyön ja verkostoitumisen mahdollisuuksiin vaikuttaa haastatteluiden perusteella paljon ala, jolla yritys toimii. Joka tapauksessa on tärkeää, että tiedetään, mitä toiset yrittäjät tekevät, jotta osataan rummuttaa myös toisten olemassaolosta ja palvelutarjonnasta. Yhteistyön ja verkostoitumisen laajentaminen tulevaisuudessa kiinnostaa yrittäjiä. Juuri palvelutarjonnan lisääminen ja eräänlainen tekijöiden verkoston luominen ovat kiinnostuksen kohteina. Se mikä yhdisti kaikkia vastauksia, oli, että on tärkeää saada kassavirta pysymään alueella, jotta oman yrityksen toiminta-alue kehittyisi.

Luovuuden todettiin olevan yritystoiminnan kivijalka. Se on mukana yritystoiminnassa päivittäin ja sen merkitys korostuu yrityksen kehitystyössä. Eri alojen väliset innovaatiokokeilut herättävät kiinnostusta ja yhdessä tekemisen potentiaaliin uskotaan. Suureksi haasteeksi eri alojen välisessä innovoinnissa koetaan se, ettei tiedetä mitä ja kenen kanssa voitaisiin tehdä

ja miten innovointityö on mahdollista rahoittaa. Ajankäytölliset haasteet nousevat haastatteluiden mukaan suurimmaksi esteeksi innovoinnille.

Innovoinnin kehittäminen lähtee tiedosta; tiedostetaan mitkä ovat ne mahdollisuudet ja resurssit, joita innovointiin tarvitaan. Kanssakäyminen ja ihmisten kanssa yhdessäolo lisäävät usein innovoinnin kehittymistä ja ryhmäsparraus sekä avoimen ilmapiirin luominen synnyttävät loppujen lopuksi parhaat ideat. Innovoinnin kehittäminen muidenkin kuin toisten yritysten kanssa herätti kiinnostusta. Oppilaitosten tarjoamat kurssit ja harjoittelijat tuovat uusia oppeja yritykseen ja mahdollistavat innovoinnin kehittymistä.

Keskustelu innovoinnin kehittämisestä keskittyi pääsääntöisesti alueelliseen innovoinnin kehittämiseen. Fyysinen läsnäolo ja ihmisten näkeminen kasvotusten koettiin tärkeiksi asioiksi. Tämä lienee syy siihen, että kansallista ja kansainvälistä innovointityötä ei koeta niin luontevaksi, ainakaan innovoinnin alkuvaiheessa. Kun innovointityön pohja on olemassa, on helppompaa katsoa kauemmas ja laajentaa toimintakenttää.

5.3 Havainnointi eli observointi

Osa kehittämistehtävän empiirisen tutkimuksen tuloksista koostuu kahdesta yrittäjille ja yritystoimintaa suunnitteleville järjestetystä tapahtumasta ja niiden muistiinpanoista ja havainnoista. Tein havainnointia ulkopuolisesta näkökulmasta suhteessa tutkimuskohteeseen ja havainnointitekniikkana oli passiivinen osallistuva havainnointi. (Virtuaali ammattikorkeakoulu.)

Vapaamuotoisen observoinnin tavoitteena oli tarkkailla tilaisuuteen osallistuvia henkilöitä, tehdä muistiinpanoja puheenvuoroista, tarkastella tilaisuuksien ilmapiiriä sekä tarkkailla minäkäläinen vuorovaikutus tapahtumaan osallistuvilla syntyi. Koska tilaisuudet olivat avoimia ja osallistujina oli muitakin kuin Keski-Pohjanmaalla toimivia nuoria yrittäjiä, oli havainnoinnin pääpaino yleisilmapiirin tarkastelu yhteistyön ja verkostoitumisen sekä innovoinnin näkökulmista Keski-Pohjanmaalla.

5.3.1 Tapahtumien sisällöllinen purku

Minustako mikro? -verkostoitumistapahtuma

Keski-Pohjanmaan Maa –ja Kotitalousnaiset, Taito Keski-Pohjanmaa ja Kokkolan Yrittäjänaiset järjestivät 21.11.2016 Minustako mikro? -verkostoitumistapahtuman yrittäjyydestä kiinnostuneille ja yrittäjyyttä suunnitteleville naisille. Tapahtuman ohjelmarunko (LIITE 7) koostui puheenvuoroista ja yhteisistä toiminnallisista ohjelmanumeroista sekä vapaasta ohjelmasta ja mahdollisuudesta tutustua esittelijöiden materiaaleihin.

Alkusanoissa järjestäjät nostivat esille erityisesti sen, että kiinnostus tapahtumaa kohtaan oli ollut suurta ja tilaisuuteen osallistujia oli ennätysmäärä. Samalla konseptilla järjestettäviä tilaisuuksia oli suunnitteilla useille paikkakunnille ympäri Suomea ja useita tilaisuuksia oli jouduttu perumaan vähäisen kiinnostuksen vuoksi. Tämä kertoo osaltaan yleisestä kiinnostuksesta yrittäjyyttä kohtaan Keski-Pohjanmaalla. Taito Keski-Pohjanmaan edustaja toi esille yrittäjille tarjottavia palveluita, muun muassa tukea yritystoiminnan aloittamiseen, apua hinnoitteluun ja mahdollisuutta tuotteiden esillepanoon myymälässä. Tulevaisuuden tavoitteena oli erityisesti verkostoituminen alueen muiden toimijoiden kanssa.

Tilaisuudessa pidettyjen puheenvuorojen aiheet olivat palkkatyön ja yrittäjyyden yhdistäminen, yrittäjyyden realismi, luova yrittäjyys, verkostoitumisen tärkeys ja aloittavan yrittäjän rahoitusmahdollisuudet. Tilaisuudessa oli mahdollisuus myös vapaaseen verkostoitumiseen tilaisuuteen osallistuneiden ja esittelijöiden kanssa. Tilaisuuden vapaamuotoinen ohjelma koostui muun muassa osallistujille järjestetystä naurujoogasta.

Suomen 4H –aluejohtaja ja yrittäjä Riitta Huhtala kertoi puheenvuorossaan palkkatyön ja yrittäjyyden yhdistämisestä. Hän korosti intohimon ja palon merkitystä yrittäjyydessä. Vaikka kahden eri elämäntavan yhdistäminen onkin haastavaa, ajavat nämä ominaisuudet yrittäjyyden polulle. Puheenvuorossa tuli myös vahvasti esille liikeidean tärkeys. Oma myytävä tuote on oivallettava selkeästi ja löydettävä omat vahvuudet. Innostus ja intohimo ovat eteenpäin vieviä voimia. Verkostoituminen ja kumppanuus sekä aktiivinen vaikuttaminen sosiaalisessa mediassa ovat yritystoiminnan kannalta nykyaikana välttämättömiä.

Yrittäjyyden realismia käsitelleessä puheenvuorossa otettiin vahvasti kantaa yrittäjyyden realiteetteihin ja siihen, kuinka yrittäjä on riippuvainen kansantalouden tilasta. Yrittäjä on aina vastuussa yritystoimintansa jatkuvuudesta, tapahtuipa ympäröivässä maailmassa mitä tahansa. Sinnikkyydellä ja päättäväisyydellä on kuitenkin ratkaiseva merkitys siihen, onko yrityksen toimintaa mahdollista jatkaa haastavista tulevaisuuden näkymistä huolimatta. On katsottava tulevaisuuteen ja uskottava itseensä ja yritykseen.

Luovaa yrittäjyyttä ja verkostoitumisen tärkeyttä käsitelleessä puheenvuorossa kultaseppäyrittäjä Laura Nissi kertoi yrittäjäksi ryhtymisen olleen hänelle elämän paras päätös. Oma elämänasenne ja intohimo omaa yritystoimintaa kohtaan kantavat eteenpäin. Yritystoiminnan realiteetit, kilpailutilanne ja epävarmat ajat ovat seikkoja, joihin yrittäjän pitää tottua, mutta on löydettävä keinot selvittää, oltava luova.

Verkostoituminen saman alan ja samanhenkisten yrittäjien kanssa mahdollistaa vertaistuen saamisen. Apu kokeneemmilta yrittäjiltä on korvaamatonta ja asialla on myös käsityöläisperinteessä korvaamaton vaikutus, sillä tiedot ja taidot siirtyvät eteenpäin tuleville sukupolville. Näkyminen sosiaalisessa mediassa on myös ehdottoman tärkeää. Hyvin tehty työ tulee nähdä ja tieto tuotteista leviää suosittelujen ja ”tykkäämisten” kautta eteenpäin ja tuo näin uusia asiakkaita.

Aloittavan yrittäjän rahoitusmahdollisuudet -osuudessa ei käsitelty tämän opinnäytetyön kannalta keskeisiä asioita, eikä puheenvuoroa siitä syystä ole avattu tässä työssä.

Tilaisuuden tunnelma ja ilmapiiri oli avoin ja lämminhenkinen. Osallistujilla oli mahdollisuus vapaaseen yhdessäoloon ja tilaisuuden pitopaikka ja tarjoilut edesauttoivat rennon ilmapiirin syntyä. Tilaisuuteen osallistuvat olivat eri-ikäisiä. Mukana oli sekä yrittäjiä, yrittäjäksi aikovia että yrittäjyydestä kiinnostuneita.

Markkinointi haltuun –ilta

Keski-Pohjanmaan Nuoret Yrittäjät järjestivät 24.11.2016 Markkinointi haltuun -illan, jonka tavoitteena oli tuoda yhteen nuoria ja mieleltään nuoria yrittäjiä kuulemaan ja keskustelemaan markkinointiin liittyvistä asioista. Tapahtuma koostui puheenvuoroista sekä workshopista, jossa tavoitteena oli laatia yrityksen markkinointisuunnitelma vuodelle 2017 (LIITE 3).

Tilaisuuden aiheet olivat PaaPii Designin kasvun salat sekä Digitaalinen asiakaspolku. Tilaisuudessa oli myös mahdollisuus vapaaseen yhdessäoloon ja verkostoitumiseen.

Tilaisuuden alussa Nuorten Yrittäjien toiminnan vetäjä Marika Hollström toi esille nuoria yrittäjiä koskevia faktatietoja, sekä valtakunnallisesti että alueellisesti. Tilaisuuteen osallistuvat esittelivät itsensä ja yrittäjät kertoivat omasta yritystoiminnastaan. Yleisessä keskusteluosuu-
dessa pohdittiin yleisesti yrittäjyyttä, yrittäjäksi ryhtymistä, yrittäjän henkilökohtaisia ominai-
suuksia sekä yrittäjyyden vaikutusta muuhun elämään. Puheissa tuli esille oikeanlaisen asen-
teen ja intohimon tärkeys. Yrittäjä- ja henkilöpersoonaa on vaikea erotella toisistaan ja kes-
kustelujen lopputuloksena syntyikin ajatus yrittäjyyspersoonallisuudesta.

PaaPii Design -yrityksen kasvun saloja käsitelleessä puheenvuorossa yrittäjä Anniina Iso-
kangas kertoi yrityksen toiminnan alkaneen harrastuksen kautta. Käsiyöblogi toimi alustana,
ja kun positiivinen palaute, kannustus ja kysyntä kasvoivat, tuli yrityksen perustaminen ajan-
kohtaiseksi. Yritys toimi alussa verkkokauppana ja toiminta laajeni nopeasti jälleenmyyjien
ansiosta. Pääasiassa vaatetuskankaita myyvä yritys myy tuotteitaan tällä hetkellä noin 20
maahan. Näkyminen sosiaalisessa mediassa on ollut yrityksen toiminnan kannalta erityisen
tärkeää. Kuvien kautta on mahdollista välittää reaaliaikaista tietoa uusista kuoseista ja mal-
leista suoraan kuluttajille. Osallistuminen messuille on myös tärkeää, jotta yritys ja sen tuot-
teet pääsevät fyysisesti lähelle kuluttajia.

PaaPii Designin tarina todistaa sen, kuinka perinteisellä toimialalla toimiva yritys voi menes-
tyä markkinoilla käyttämällä hyväksi uusia markkinointitapoja ja –kanavia. Verkostoituminen
ja yhteistyö samankaltaisten yritysten kanssa ovat myös tärkeitä ja yrityksen toiminnan kan-
nalta pelkästään positiivisia ja yritystoimintaa tukevia toimintoja. Yhteistyö on voimavara ja
ennen kaikkea ”tämän sukupolven juttu”.

Digitaalinen asiakaspolku -puheenvuoron pitänyt Elisa Oy:n digitalisti Annika Koskela edusti
puheenvuorossaan Elisa Oyj:tä, mutta toimii myös yrittäjänä palkkatyön ohella. Puheenvuo-
ron aiheena ei ollut yrittäjyyden ja palkkatyön yhdistäminen, mutta alkusanoissa puheenvuo-
ron pitäjä kertoi taustoja oman yritystoimintansa aloittamiseen ja sen merkityksestä omaan
elämään. Innostus ja palo omaa harrastusta kohtaan johtivat siihen, että harrastuksesta tuli
myös oma yritys.

Puheenvuorossa käsiteltiin tuotteistamista, sen hankaluutta sekä oikeanlaisia markkinointikanavia. Tuotteistaminen on usein yksi yritystoiminnan hankalimmista asioista. On todella tärkeää tiedostaa, mikä oma myytävä tuote on, ja on osattava markkinoida se kuluttajille käyttämällä oikeita kanavia. Asiakaskohtaaminen sekä fyysisesti että verkossa ovat yritystoiminnan kannalta tärkeimpiä tapahtumia. Milloin ja miten asiakas pääsee tutustumaan yrityksen tuotteisiin, mitä kanavia asiakas voi käyttää yhteydenpitoon, miten ja millä tavoin asiakas saa tilaamansa tuotteet ja miten ja millä ehdoilla maksu on mahdollista suorittaa? Myös jälkihoitoon on kiinnitettävä huomiota. Erityisen tärkeää on olla siellä, missä asiakas on.

Puheenvuoron teemat innostivat kuulijoita keskustelemaan ja pohtimaan eri sähköisten kanavien hyötyjä ja mahdollisuutta vaikuttaa verkossa. Yhteinen kanta oli, että suora ja reilu kommunikointi on paras tapa hoitaa asioita. Asiakkaan mielipiteen huomioiminen, ongelmien ratkaisu ja aito välittäminen edesauttavat myyntiä ja tekevät asiakkaista uskollisia.

Tilaisuus jatkui workshopin merkeissä, jossa tilaisuuteen osallistuvilla oli mahdollisuus muotoilla markkinointisuunnitelmaa vuodelle 2017. Suunnitelmia tehtiin pienryhmissä ja lopussa suunnitelmat käytiin läpi yhteisesti. Ilmapiiri tilaisuudessa oli avoin ja yrittäjät antoivat toisilleen vinkkejä toiminnan suunnitteluun ja kehittämiseen. Tilaisuudessa oli havaittavissa välitön ja avoin yhteistyön henki. Osallistujat ottivat kantaa toisten yritysten suunnitelmiin sekä yrittivät yhdessä löytää oikeita toimintatapoja, joilla yritystoiminta saisi uusia virikkeitä tulevaisuuden toimintaan. Mielipiteiden jakaminen, toisten kannustaminen ja yhdessä tekeminen olivat tilaisuuden kantavia voimia.

5.3.2 Yhteenveto tapahtumista

Osallistuminen yrittäjille ja yrittäjyydestä kiinnostuneille henkilöille suunnattuihin tilaisuuksiin tarkkailijan ominaisuudessa avasi silmät aivan uudelleenlaiseen tapaan ajatella. Aito innostus, ihmisistä kumpuava positiivinen energia ja yhteisöllisyys yhdistivät molempia tilaisuuksia. Vaikka tilaisuudet olivat toisistaan poikkeavia ja tila, aika ja ihmiset muuttuivat, huomasi kirjaavani lähes samankaltaisia muistiinpanoja. Yleisilmapiirissä merkillepantavaa oli ennen kaikkea se, että ilmapiiri molemmissa tilaisuuksissa oli avoin ja kutsuva. Yhteistyön henki oli välitöntä ja avointa.

Puheenvuoroissa toistuivat samankaltaiset yrittäjyyden ja yrittäjän piirteet. Intohimon, palon ja oman asenteen tärkeys korostuivat. Halu toteuttaa itseään ja lähteä yrittäjyyden polulle lähtee ennen kaikkea omasta asenteesta ja intohimosta omaa tuotetta tai ajattelumallia kohtaan. Innostus ja luova ajattelutapa auttavat eteenpäin, vaikka ajat eivät aina olisi suotuisat yritystoiminnan jatkamiselle.

Myytävän tuotteen kohdistaminen oikeille asiakkaille käyttämällä oikeita kanavia on yritystoiminnan jatkuvuuden kannalta oleellinen seikka. Puheenvuoroissa tuli selvästi esille sosiaalisen median tärkeys. On oltava siellä, missä asiakkaat ovat, ja tarjottava heille tuotteita, joita he todella haluavat. Verkostoituminen ja kumppanuus auttavat laajentamaan asiakaskenttää ja tehostamaan omaa toimintaa. Myös vertaistuen merkitys korostuu varsinkin uusia tuotteita ja menetelmiä suunniteltaessa.

Keskustelut yrittäjän henkilökohtaisista ominaisuuksista ja tavasta toimia synnyttivät idean yrittäjyypersoonallisuudesta. Sinnikkyys ja päättäväisyys, luova ajattelutapa, innostus ja intohimo omaa yritystoimintaa kohtaan antavat lähtökohtia kyseenomaisen persoonallisuuden olemassaoloon. Ollakseen yrittäjä on elettävä oman yritystoiminnan kautta. Ei riitä että antaa kaikkensa jotta yritys menestyy, vaan on elettävä osana sitä.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

The whole is greater than the sum of its parts - Aristotle. Tämä sitaatti tiivistää mielestäni sen, mitä yhteistyö ja verkostoituminen parhaimmillaan ovat ja antavat. Yhteistyö antaa voimaa ja verkosto kokoaa palapelin omaisesti voimavarat yhteen. Luovuudella ja innovoinnilla on merkittäviä vaikutuksia sekä yksilöiden että yhteisöjen toiminnassa. Yritysmaailmassa vaikutukset ovat parhaimmillaan yrityksen kasvua kehittäviä ja tulosta parantavia.

Tässä opinnäytetyössä haluttiin selvittää Keski-Pohjanmaan Nuorten Yrittäjien yhteistyö- ja verkostoitumishalukkuutta sekä innostusta yhteiseen innovointiin. Opinnäytetyön tärkein tavoite tutkimuskysymysten selvittämisen ohella oli, että siinä esille tuodut tulokset ja teorian näkökohdat innostavat yrittäjäjärjestöä, Centria-ammattikorkeakoulua sekä erityisesti nuoria yrittäjiä edelleen kehittämään ja jalostamaan toimintaansa niin, että tulevaisuudessa nuorten yrittäjien rooli alueen kehittäjinä ja vaikuttajina korostuu.

Tavoitteen selventämiseksi haettiin vastauksia muun muassa seuraaviin kysymyksiin:

- Kuinka tärkeäksi nuoret yrittäjät kokevat yhteistyön ja verkostoitumisen osana oman yrityksen toimintaa?
- Yhteistyön ja verkostoitumisen tämänhetkinen tilanne. Toimivatko yritykset yhteistyössä tai ovatko osana yritysverkostoa ja jos toimivat, mikä on yhteistyön / verkoston luonne?
- Minkälaisesta yhteistyöstä yritykset ovat kiinnostuneet tulevaisuudessa?
- Kokevatko yrittäjät innovoinnin tärkeäksi osaksi yrityksen toimintaa?
- Myös yrittäjäksi ryhtymisen syitä ja motiiveja selvitettiin.

Opinnäytetyön perustana toimi Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille toteutettu Webropol –kysely, jossa selvitettiin perustietojen (sukupuoli, ikä, koulutustausta, yrityksen sijainti ja toimiala sekä yrityksen ikä ja työntekijöiden määrä) lisäksi nuorten yrittäjien yhteistyö- ja verkostoitumishalukkuutta sekä innostusta yhteiseen innovointiin. Kyselyä täydensivät Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille aktiivisille jäsenyrittäjille tehdyt teemahaastattelut, joissa käytiin läpi kyselyn teemoja syvällisemmin, ja tuotiin esille yrittäjien omia näkemyksiä ja kannanottoja. Osa kehittämistehtävän empiirisen tutkimuksen tuloksista koostui kahdesta yrittäjille ja yrittäjyydestä kiinnostuneille järjestetystä tapahtumasta ja niiden havainnoinnista.

Tulosten yhteenvedossa on keskitytty asetettuihin tutkimuskysymyksiin ja saatuihin vastauksiin sekä seikkoihin, jotka yhdistivät kyselyssä, teemahaastatteluissa sekä tilaisuuksissa esille nousseita teemoja ja tärkeiksi koettuja asioita.

- Kuinka tärkeäksi nuoret yrittäjät kokevat yhteistyön ja verkostoitumisen osana oman yrityksen toimintaa?

Yhteistyö ja verkostoituminen koetaan verrattain tärkeäksi yrityksen toiminnan kannalta. Kyselystä saatujen vastausten perusteella sekä alueellinen että valtakunnallinen yhteistyö ja verkostoituminen koetaan tärkeäksi. Myös teemahaastatteluista saatujen vastausten perusteella yhteistyö ja verkostoituminen koettiin isoksi voimavaraksi. Yksinyrittäjällä verkostojen merkitys korostuu entisestään sekä tukiverkoston että palvelujen tarjonnan kautta. Yhteisölliset verkostot koettiin tärkeiksi juuri siitä syystä, että on mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin ja yrityksiin ja saada sitä kautta puskaradio toimimaan. Myös tapahtumien puheenvuoroissa tuli selvästi esille se, kuinka verkostoituminen ja kumppanuus auttavat yrityksiä laajentamaan asiakaskenttää ja tehostamaan omaa toimintaa. Myös vertaistuen merkitys korostuu varsinkin uusia tuotteita ja menetelmiä suunniteltaessa.

Kansainvälinen yhteistyö ja verkostoituminen ei kyselystä saatujen vastausten perusteella herättänyt yhtä suurta kiinnostusta kuin alueellinen ja valtakunnallinen yhteistyö ja verkostoituminen. Teemahaastatteluissa aihetta pohdittiin syvällisemmin ja esille tulleiden seikkojen valossa voidaan todeta, että yhteistyö- ja verkostoitumishalukkuuteen vaikuttaa pitkälti ala, jolla yritys toimii. Alasta riippuen, toiminta on mahdollista viedä ihan uudelle tasolle kansainvälisen toiminnan myötä, tai se saattaa monimutkaistaa ja jopa vaikeuttaa yrityksen toimintaa.

- Yhteistyön ja verkostoitumisen tämänhetkinen tilanne. Toimivatko yritykset yhteistyössä tai ovatko osana yritysverkostoa ja jos toimivat, mikä on yhteistyön / verkoston luonne?

Yritysten yhteistyö ja verkostoituminen on monipuolista ja aktiivista. Kyselystä saatujen vastausten perusteella yritysten yhteistyön aste on korkeampi kuin verkostoitumisaste. Vastauksista nousi vahvasti esille, että markkinointiin, avunantoon ja aliurakointiin liittyvät asiat yhdistävät yrittäjiä ja vahvistavat yhteistyötä ja verkostoitumista. Haastatteluissa asioita käsiteltiin

yhtenä kokonaisuutena eikä eritelty yhteistyötä ja verkostoitumista. Termien tulkinta saattaa vaihdella tulkitsijasta riippuen ja asiakokonaisuudet saatetaan ymmärtää eri tavalla. Tästä syystä on mielekkäämpää käsitellä näitä asioita yhtenä kokonaisuutena.

Yhteistyössä ja verkostoitumisessa tärkeimmäksi asiaksi ei aina koettu rahallista tuotosta, vaan välillisesti oman yrityksen tunnettuuden ja näkyvyyden parantamista. Myös muun sisällön hakeminen yhteistyön ja verkostoitumisen kautta koettiin tärkeäksi, esimerkiksi tilaisuuDET, tapahtumat ja opiskelu. Myös osallistuminen eri järjestöjen toimintaan koettiin yritystoimintaa vahvistavaksi tekijäksi. Osallistuminen eri järjestöjen toimintaan koettiin tärkeäksi juuri siitä syystä, että tämän kanavan kautta on mahdollista laajentaa sekä vapaa-ajan verkostoitumista että työelämän verkostoitumista. Pienyrittäjällä nämä kaksi verkostoa usein nivoutuvat yhteen.

Myös tapahtumien puheenvuoroissa tuli vahvasti esille verkostoitumisen, kumppanuuksien ja sosiaalisen median tärkeys. Näiden todettiin olevan yritystoiminnan kannalta nykyaikana välttämättömiä. Myös verkostoituminen saman alan ja samanhenkisten yrittäjien kanssa koettiin isoksi voimavaraksi. Käsiyöläisammattissa apu kokeneemmilta yrittäjältä koettiin korvaamattomaksi.

- Minkälaisesta yhteistyöstä yritykset ovat kiinnostuneet?

Kyselystä saatujen vastausten mukaan yrittäjiä kiinnostavat muun muassa markkinointiyhteistyö, palvelu- ja/tai tuotantoyhteistyö sekä hankintayhteistyö. Suuren vastausprosentin sai myös vastausvaihtoehto "En osaa sanoa". Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että yhteiselle pohdinnalle ja suunnittelulle on tulevaisuudessa tarvetta.

Teemahaastatteluissa tuli vahvasti esille yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys lopputuotteen tarjoamisessa asiakkaalle. Asiakkaan kannalta hankintaprosessi on helpompaa, jos yrittäjät tarjoavat tuote- tai palvelukokonaisuuksia yhtenä tuotteena. Tällöin yrittäjä ostaa alihankintana tuotteita tai palveluita toiselta yrittäjältä, ja asiakas on tekemisissä vain yhden myyjän kanssa. Asiakastyytyväisyys koetaan hyvin tärkeäksi asiaksi. Myös yhteistyön ja verkostoitumisen laajentaminen tulevaisuudessa kiinnostaa yrittäjiä. Juuri palvelutarjonnan lisääminen ja eräänlainen tekijöiden verkoston luominen ovat kiinnostuksen kohteena. Myös tiettyjen

alojen ammattilaisten löytäminen luo yritystoiminnalle haasteita, ja tämä on yksi syy joka ajaa yrittäjiä laajentamaan verkostoja.

Haastatteluissa alueellinen yhteistyö koettiin hyvin tärkeäksi. Valtakunnallisen ja kansainvälisen yhteistyön ja verkostoitumisen mahdollisuuksista saatiin erisuuntaisia vastauksia. Pieni ala, joka toimii pääsääntöisesti sähköisen kommunikoinnin varassa, näkee todella paljon arvoa valtakunnallisessa ja kansainvälisessä yhteistyössä, kun taas ala jolla fyysinen läsnäolo ja kommunikointi ovat merkityksellisiä ja kaupankäynnin kannalta ehdottomia, ei näe niin paljon arvoa kyseisen kaltaisissa toiminnoissa. Se, mikä yhdisti kaikkia vastauksia, oli, että on tärkeää saada kassavirta pysymään omalla toiminta-alueella, jotta oman yrityksen toiminta-alue kehittyisi.

- Kokevatko yrittäjät innovoinnin tärkeäksi osana yrityksen toimintaa?

Kyselystä saatujen vastausten perusteella innovointi koettiin tärkeäksi osana yrityksen toimintaa, mutta samanaikaisesti ”En osaa sanoa” -vastausten määrä oli suhteellisen korkea. Ennen kaikkea innovaatiotoiminta muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat samalla alalla, kiinnostaa yrittäjiä. Myös innovaatiotoiminta alueen muiden yrittäjien kanssa kiinnostaa. Heikointa innovaatioinnokkuus oli muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat eri aloilla, sekä kansainvälinen innovaatiotoiminta. Tehdyn kyselyn ja saatujen vastausten perusteella ei ole mahdollista tehdä päätelmiä syistä, miksi innovoinnin tärkeyteen osana yrityksen toimintaa ei osata ottaa kantaa, mutta on mahdollista, että yrittäjän kiireinen arki ja raskas työtaakka aiheuttavat ajanpuutetta ja näin innovoinnin osuus jää pienemmälle huomiolle.

Myös teemahaastatteluista saatujen vastausten mukaan ajankäytölliset haasteet nousevat suurimmaksi esteeksi innovoinnille. Jotta yrityksen toiminta olisi kannattavaa, tulee sen tehdä tulosta. Vapaa innovointi ja ”luoviminen” eivät sinällään tuo yritykselle suoraa tulosta. Eri alojen väliset innovaatiokokeilut herättävät kiinnostusta ja yhdessä tekemisen potentiaaliin uskotaan. Suureksi haasteeksi eri alojen välisessä innovoinnissa koetaan se, ettei tiedetä, mitä ja kenen kanssa olisi mahdollista tehdä. Myös yhteisen toiminnan käytänteet ja rahoitus mietittyvät. Jotta innovointi olisi taloudellisesti kannattavaa ja yritystoimintaa kehittävä, tulisi sen kohdistua juuri sen yrityksen toimintaan, joka innovointia harrastaa.

Luovuuden koettiin olevan koko tekemisen kivijalka. Luovuus ja innostus synnyttävät hyvää ja positiivista tulosta ja sen merkitys korostuu yrityksen kehitystyössä. Innovoinnin kehittämisen lähtee haastatteluista saatujen vastausten mukaan tiedosta, ja tulisi tiedostaa, mitkä ovat ne mahdollisuudet ja resurssit, joita innovointiin tarvitaan. Oli kyse tuote- tai palveluinnovaatiosta, on hyvä tietää, millä osaamisporukalla liikutaan ja mitä on mahdollista tehdä. Ryhmäsparraus ja avoimen ilmapiirin luominen, jossa voi avoimesti keskustella asioista, synnyttävät loppujen lopuksi parhaimmat ideat.

Molempien tämän tutkimuksen havainnointiprosessissa mukana olleiden tilaisuuksien ilmapiiri oli avoin ja lämminhenkinen. Erityisesti Keski-Pohjanmaan Nuorten Yrittäjien järjestämässä Markkinointi haltuun –illassa oli havaittavissa välitön ja avoin yhteistyön henki. Osallistujat ottivat kantaa toisten yritysten suunnitelmiin ja yrittivät yhdessä löytää oikeita toimintatapoja, joilla yritystoiminta saisi uusia virikkeitä tulevaisuuden toimintaan. Mielipiteiden jakaminen, toisten kannustaminen ja yhdessä tekeminen olivat tilaisuuden kantavia voimia.

Yrittäjähenkisyys ja yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet

Yhteistyö- ja verkostoitumishalukkuuden sekä innovointi-innokkuuden lisäksi tässä opinnäytetyössä haluttiin selvittää yrittäjien yrittäjähenkisyyttä sekä ominaisuuksia, joita yrittäjät pitävät tärkeinä ajatellen yrittäjäksi ryhtymistä sekä yrittäjänä menestymistä.

Kyselyssä selvitettiin, kuinka paljon yrittäjän henkilökohtaiset piirteet ja ominaisuudet ja toisaalta sattuma vaikuttivat yrittäjäuran alkamiseen. Vastausten perusteella voidaan todeta, että kyselyyn vastanneiden yrittäjäksi ryhtymisen ja henkilön yrittäjyysasenteen välillä on positiivinen suhde. Myös haastatteluista saatujen vastausten perusteella yrittäjäksi ryhtymisen mahdollisuus oli haastateltavilla tiedossa jo opintojen aikana. Piirteet ja ominaisuudet, jotka nousivat vahvasti esille, olivat määrätietoisuus ja usko itseensä sekä mahdollisuus päättää itse asioista ja toimia omien arvojen mukaan. Innostusta ja kekseliäisyyttä pidettiin tärkeinä ennen kaikkea siitä syystä, että yritys pystyy kehittymään ja näyttämään osaamisen myös yrityksen ulkopuolelle.

Tilaisuuksissa nousivat vahvasti esille myös yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet. Keskustelut yrittäjän henkilökohtaisista ominaisuuksista ja tavasta toimia synnyttivät idean yrittäjyyspersoonallisuudesta. Sinnikkyys ja päättäväisyys, luova ajattelutapa, innostus ja intohimo

omaa yritystoimintaa kohtaan näyttävät määrittelevän kyseenomaista persoonallisuutta. Olakseen yrittäjä on elettävä oman yritystoiminnan kautta. Ei riitä, että antaa kaikkensa, jotta yritys menestyy, vaan on elettävä osana sitä.

6.1 Toimenpide-ehdotukset

Tämä tutkimus toimi esitutkimuksena ja taustatietojen selvityksenä mahdollisille tuleville kehittämistöille ja projekteille. Toiminnan kehittämisen lähtökohtana tulee aina olla sen kohde-ryhmän tavoitteet ja intressit, jota tutkitaan.

Keskuskauppakamarin julkaisemassa Alueiden kilpailukyky 2016 -selvityksessä (Saario 2016) Pohjanmaan alueen yritykset antoivat arvokkaita näkemyksiä alueiden kehittämisestä. Selvitys tarkastelee alueellisten tekijöiden vaikutusta yritystoimintaan. Pohjanmaan kehittämiskohteita selvityksen mukaan olivat muun muassa yrityksille sopivan työvoiman saatavuus ja yritysten väliset yhteistyömahdollisuudet, alueen osaamisen kartoitus ja vientirenkään perustaminen sekä alueen tuotteiden ja palveluiden käytön lisääminen.

Tämän opinnäytetyön tutkimustulosten valossa voidaan todeta, että yhteistyö, sosiaaliset kanssakäymiset sekä avoin ja kannustava ilmapiiri auttavat yrittäjiä arjen toiminnoissa. Yhteistyö ja verkostoituminen sekä yhdessä tekeminen koetaan yhtä lailla tärkeäksi sosiaalisten suhteiden synnyttämisessä kuin liiketoimintahyödyn saavuttamisessa. Innovointiin ja yhdessä tekemisen potentiaaliin uskotaan, mutta ajankäytölliset haasteet sekä yhteisen toiminnan käytänteet mietityttävät.

Alueiden kilpailukyky 2016 –selvityksestä saadut tulokset ovat hyvin samansisältöisiä kuin nuorilta yrittäjiltä saadut vastaukset. Myös muissa, tässäkin opinnäytetyössä esille tuoduissa, selvityksissä ja haastatteluissa tulee esille hyvin samankaltaisia vastauksia. Tämä on hyvin mielenkiintoinen ja varteenotettava seikka, joka antaa aihetta tutkimustulosten syvällisempään tarkasteluun.

Tämän opinnäytetyön konkreettisenä toimenpide-ehdotuksena on alueellisen osaamiskartoituksen tekeminen sekä *Tekijöiden verkosto* -tietokannan luominen. Tietokannan perustana toimii Keski-Pohjanmaan Yrittäjien jäsenrekisteri, jonka pohjalta Keski-Pohjanmaan Yrittäjät

ja Centria-ammattikorkeakoulu yhdessä luovat tietokannan. Yritysten perustietojen lisäksi tietokantaan kerätään yritysten toimintaa ohjaavat tiedot, sen ydinosaaminen, tavoitteet ja tulevaisuuden suunnitelmat. Tietokanta mahdollistaa reaaliaikaisen kommunikoinnin sekä virtuaalitapaamiset helposti ja nopeasti. Tietokantaan kutsutaan mukaan myös alueella toimivat yrittäjille tärkeät yhteistyökumppanit. Tämä mahdollistaa eri tahojen väliset yhteistyömuodot ja tapaamiset nopealla aikataululla ja tehokkaasti.

Tietokanta perustetaan tukemaan ennen kaikkea alueellista innovaatiotoimintaa. Tietokannan pohjana toimii ajatus Cooken ja Morganin (1998) kehittämästä alueellisen innovaatiojärjestelmän mallista, jossa on kytkennät eri tiedon tuottajien (korkeakoulut, tutkimuslaitokset), välittäjäorganisaatioiden (yksityiset ja julkiset innovaatiopalvelut) ja yritysten (suuret, pk) välillä.

Tietokanta antaa mahdollisuuksia esimerkiksi paikallisen yhteistyön tehostamiseen, vientirenkaiden perustamiseen ja suunnitteluun sekä uusien yhteistyökumppanuuksien syntymiseen. Myös erilaisten projektien suunnittelu ja toteuttaminen eri organisaatioiden välillä saa aivan uuden ulottuvuuden. Pilotointivaiheessa tietokantaan kutsutaan mukaan kaikki Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuoret jäsenyrittäjät sekä yrittäjien toiminnan kannalta tärkeät alueella toimivat yhteistyökumppanit. Kaikki saavat kutsun tietokantaan ja hyväksymällä kutsun käyttäjä pääsee muokkaamaan omia tietojaan sekä kommunikoimaan tietokannassa olevien henkilöiden ja tahojen kanssa. Tietokantaan on yhteisen "olohuoneen" lisäksi mahdollista perustaa tiimitiloja, jotka mahdollistavat tehokkaan yhteistyön joko toisten yrittäjien tai kolmansien osapuolien kanssa.

Tietokannan suunnitteluun ja kehittämiseen kutsutaan mukaan Keski-Pohjanmaan Yrittäjien ja Centria-ammattikorkeakoulun lisäksi muita tärkeitä aluekehitysvaikuttajia. *Tekijöiden verkosto* -tietokannan toimivuus ja käytännöllisyys tulee varmistaa jo sen suunnitteluvaiheessa ja tästä syystä on erittäin tärkeää, että sitä ovat suunnittelemassa ja luomassa sen todelliset käyttäjät. Koko pilotointivaiheen ajan suunnitteluprosessissa on mukana sekä teknisen alan asiantuntijoita että tietokannan varsinaisia käyttäjiä. Pilotointivaiheen jälkeen kutsutaan kaikki Keski-Pohjanmaan Yrittäjien jäsenyrittäjät.

Tietokannan perustana käytetään Microsoft Officen yhteisöpalvelin Yammeria. Yhteisöpalvelin on myös Centria-ammattikorkeakoulun ja Keski-Pohjanmaan Yrittäjien käytössä. Yammer on sosiaalinen verkosto ja tietojen jakamiseen sekä keskusteluun tarkoitettu yhteisöpalve-

lusivusto. Sen kautta on mahdollista olla yhteydessä muihin käyttäjiin, jakaa tietoa ryhmien välillä ja organisoida projekteja. Yammerin avulla työryhmien yhteistyö, tietämyksen jakaminen ja kaikkien mukanaolevien henkilöiden mukaan saaminen on yksinkertaista. Työskentely on mahdollista kenen tahansa mukana olevan tahon kanssa hankkeiden, projektien ja tapahtumien parissa. Yammer tarjoaa avoimen, monipuolisen ja keskitetyn työtilan työryhmille ja yhteisöille. (Yammer.)

Tietokannan tärkeimpänä tavoitteena on kerätä yhteen alueen tietotaito eli alueellinen asiantuntemus ja tietämys sekä vahvistaa alueellista yhteistyötä ja tietoisuutta toisista yrittäjistä ja toimijoista. Tietokanta toimii myös alustana mahdollisille yhteisille innovaatiokokeiluille. Foorumi mahdollistaa esimerkiksi virtuaaliset, suunnitelmalliset aivoriihi -tapaamiset, joissa voidaan kehittää uusia tuote- tai palveluinnovaatioita yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Tällä tavoin yritykset pääsevät lähelle avointa innovaatiotoimintaa. Tietokannan luominen mahdollistaa muun muassa reaaliaikaisen kommunikoinnin helposti ja nopeasti sekä tuo yhteen alueen tärkeät toimijat. Aluekehityksen kannalta tehtävät toimenpiteet ovat tärkeitä ja merkityksellisiä.

6.2 Opinnäytetyön arviointi ja itsearviointi

Aluekehitysvaikutuksen kannalta opinnäytetyö ja siitä saadut tulokset ovat merkityksellisiä. Suunnitellut toimenpiteet ovat innovatiivisia ja innostavia, uusia toimintatapoja kehittäviä sekä ennen kaikkea alueen yrittäjiä tukevia. Opinnäytetyöstä saatujen tulosten perusteella tehty varsinainen toimenpide-ehdotus, alueellinen osaamiskartoitus sekä *tekijöiden verkosto* -tietokannan luominen vastaavat sitä kehittämistarvetta, jota alueella on. Opinnäytetyön teoria ja tutkimusosio täydentävät toisiaan ja muodostavat ehjän kokonaisuuden. Asioiden linkittyminen toisiinsa tapahtuu luontevasti. Sekä teoriaosuudessa että tutkimusosuudessa on kiinnitetty erityistä huomiota alueellisiin seikkoihin.

Tutkimuksen monipuolisuus ja sen toteuttaminen eri tiedonkeruumenetelmin antaa tuloksille luotettavan tietopohjan ja työn tulokset linkittyvät luontevasti viitekehukseen. Opinnäytetyön rakenne on selkeä ja prosessi kokonaisuudessaan on selkeä ja hallittu. Opinnäytetyön teoriaosuuden laajentaminen valtakunnallisiin yrittäjyyttä tutkiviin näkökulmiin olisi tuonut työhön vielä laajemman tietopohjan. Myös tarkempi tutustuminen ja benchmarkkaus jo olemassa

oleviin alueellisiin kehittämisrenkaisiin antaisi eväitä oman alueellisen tietokannan perustamiseen ja kehittämiseen. Tämä on kuitenkin mahdollista tehdä suunnittelun edetessä kohti alueellista yrittäjäverkostoa.

Varsinkin opinnäytetyön puolivaiheen jälkeen sekä työn loppuvaiheessa koin monia oivalluksia ja asiayhteyksiä liittyen koulutuksen lähiopetusvaiheeseen. Teoria ja käytäntö nivoutuivat konkreettisesti yhteen. Onnistuin mielestäni punomaan yhteen punaisen langan joka vei läpi opinnäytetyön. Teoria ja työn empiirinen osuus täydensivät toisiaan ja liittyivät keskeisesti yhteen. Alun haasteellisuus ja asiayhteyksien luominen oli työn raskain vaihe, mutta ymmärryksen lisääntyttyä oli helpompi edetä seuraavaan vaiheeseen. Olen kiitollinen, että sain olla mukana seuraamassa nuorten yrittäjien toimintaa ja että sain mahdollisuuden kuulla heidän näkemyksiä. Opinnäytetyöni arvo on mielestäni juuri siinä, että se on tehty kuunnellen ja kysellen.

6.3 Opinnäytetyön luotettavuuden arviointi

Tutkimuksessa pyritään välttämään virheiden syntyä, mutta siitä huolimatta tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Tästä syystä kaikissa tutkimuksissa pyritään arvioimaan tehdyn työn luotettavuutta. Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa voidaan käyttää useita eri mitaus- ja tutkimustapoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 231.)

Tutkimuksen *reliabelius* tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Esimerkiksi jos kaksi arvioijaa päätyy samanlaiseen tulokseen tai samaa henkilöä tutkitaan eri tutkimuskerroilla ja saadaan sama tulos, voidaan tulosta pitää reliabelina. Tutkimuksen *validius* tarkoittaa tutkimusmenetelmän tai mittarin kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Onko kysytyt kysymykset ymmärretty oikein ja käsitteleekö tutkija saatuja tuloksia, kuten vastaajat ovat ne ymmärtäneet. (Hirsjärvi ym. 2013, 231–232.)

Työn tutkimukselliseksi lähestymistavaksi muodostui kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen yhdistelmä, joka sisälsi eri aineistokeruumenetelmiä. Työn toteuttaminen koostui eri tiedonkeruumenetelmistä, jotta tutkimukselle saataisiin mahdollisimman laaja tietopohja. Tutkimusmenetelmien yhteiskäytöstä käytetään nimitystä *triangulaatio* (Hirsjärvi ym. 2013, 233). Tutkimuksen tiedonkeruumenetelminä käytettiin kyselyä, haastatteluita ja havainnointia.

Näissä haettiin vastauksia tutkimuskysymyksiin ja pyrittiin luomaan käsitystä aiheeseen liittyvästä yleisestä ilmapiiristä ja niihin vaikuttavista seikoista.

Suoritetun kyselyyn vastausprosentti jäi verrattain alhaiseksi, mutta vastauksia saatiin läheltä kaikista Keski-Pohjanmaan Yrittäjien jäsenkunnista. Kyselyyn vastanneet edustivat myös laajaa toimialakenttää. Tehdyt haastattelut täydensivät ja vahvistivat saatuja tuloksia. Haastateltavat edustivat kaikki samaa toimialaa, mikä saattoi vaikuttaa saatuihin vastauksiin ja niiden sisältöihin. Toisaalta myös tilaisuuksien anti oli samansuuntaista kuin kyselystä ja haastatteluista saadut vastaukset. Eri tavoin saadun tutkimustulokset siis täydensivät toisiaan ja olivat samansuuntaisia. Tutkimus toimi ns. alustavana tutkimuksena ja sen päällimmäisenä tavoitteena oli tuoda esiin ne seikat, joihin tulevaisuudessa tulisi kiinnittää huomiota, ja joita ennen kaikkea nuoret yrittäjät toivovat yritystoimintansa tueksi.

Tutkimuksen kohderyhmänä olivat Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuoret jäsenyrittäjät. Näin ollen saadut tutkimustulokset ovat hyödynnettävissä alueella tehtävään mahdolliseen jatko-tutkimukseen tai -seurantaan. Mahdollisissa jatkotutkimuksissa tai seurannoissa olisi kiinnitettävä huomiota suoritettavien kyselyiden vastausprosentteihin, sillä mitä korkeampi vastausprosentti on, sitä tarkemmin se vastaa koko kohdejoukon mielipidettä. Myös toimialojen monipuolisuus mahdollisissa haastatteluissa antaa tuloksille mahdollisesti laajemman tietovarvon ja ottaa huomioon toimialojen eroavaisuuksia.

Kaiken kaikkiaan saatuja tuloksia voidaan kuitenkin pitää mielestäni luotettavina. Tästä kertovat muut alueelliset ja valtakunnallisetkin tutkimukset ja raportit ja niiden tulokset, jotka olivat hyvin samansuuntaisia ko. tutkimuksesta saatujen tulosten kanssa.

LÄHTEET

- Aalto Yliopisto, Pienyrityskeskus 2011. Tuore väitöskirja korostaa yksinyrittäjien verkostoitumisen merkitystä. Saatavissa: <http://pienyrytyskeskus.aalto.fi/fi/current/news/2011-04-28/>. Viitattu 7.2.2017.
- Amabile T. 1988. Research in Organizational Behavior. A model of creativity and innovation in organizations. JAI Press Inc.
- Anttila, P. 1996. Tutkimisen taito ja tiedonhankinta. Taito–, taide ja muotoilualojen tutkimuksen työvälineet. Helsinki: Akatiimi.
- Borgatt, S. P. & Foster, P. C. 2003. The Network Paradigm in Organizational Research: A Review and typology: Journal of Management.
- Centria-ammattikorkeakoulu. Strategia 2020. Saatavissa: <https://web.centria.fi/data/liitteet/db71b0ad03514be9ae70c07dd926793d.pdf>. Viitattu 10.11.2016.
- Chesbrough, H. 2003. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology: Harvard Business School Press.
- Cooke, P. & Morgan, K. 1998. The Associational Economy: Firms, Regions and Innovation: Oxford University Press.
- Drucker, P. 2002. The Discipline of Innovation. Harvard Business Review. Saatavissa: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35189794/6_The_Discipline_of_Innovation.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1496339192&Signature=0LgtOn9E7dg8VQuZQFmSqjXmSZs%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DThe_Discipline_of_Innovation.pdf. Viitattu 7.2.2017.
- Fukuyama, F. 1995. Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. Hamish Hamilton. London.
- Gray, D., Brown, S. & Macanuso, J. 2010. Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rule-breakers, and Changemakers. USA: O'Reilly Media, Inc.
- Halpern, D. 2005. Social Capital. Cambridge: Polity Press.
- Harisalo, R. 2011. Luovuuden teknologia: ideointimenetelmät organisaatioiden luovuuden vahvistajina. Tampere: University Press.
- Harju, H-M 2016. Nuoret yrittäjät yhdistävät voimansa – vihdoin oma ryhmä Keski-Pohjanmaalle. Yle. Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-8642570>. Viitattu 21.2.2017.
- Heikkilä, J. 2010. Luovasta ideasta innovaatioon – Luovuus ja innovatiivisuus selviytymiskeinona. Jyväskylä: Enostone

- Heikkilä, J. & Heikkilä, K. 2001. Innovatiivisuutta etsimässä - irtiotta keskinkertaisuudesta. Helsinki: Gummerus.
- Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsinki University Press.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. 17., painos. Helsinki: Tammi.
- Iisakka, L & Alanen, A. 2006. Sosiaalinen pääoma Suomessa: kotimaista ja kansainvälistä taustaa. Saatavissa: http://tilastokeskus.fi/tup/julkaisut/tiedostot/isbn_952-467-532-3_luku1.html. Viitattu 16.11.16.
- Johansson, F. 2005. Medici-ilmiö – Huippuovalluksia alojen välimaastossa. Jyväskylä: Gummerus.
- Jyväskylän Yliopisto. 2014a. Aineistonkeruumenetelmät. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/aineistonhankintamenetelmät>. Viitattu 20.11.16.
- Jyväskylän Yliopisto. 2014b. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/aineistonhankintamenetelmät/havainnointi-eli-observointi-osallistuminen-ja-kenttaetyoe>. Viitattu 20.11.16.
- Kananen, J. 2008. Kvali - Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.
- Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.
- Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.
- Kauppalehti 2016. Nuorten yrittäjähengi huipussaan - joka viides aikoo yrittäjäksi. Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/nuorten-yrittajahengi-huipussaan---joka-viides-aikoo-yrittajaksi/VuFURF8Q>. Viitattu 27.3.17.
- Keski-Pohjanmaan Yrittäjät. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/keski-pohjanmaan-yrittajat/a/keski-pohjanmaa-307204>. Viitattu 21.3.2017.
- Keski-Pohjanmaan Yrittäjät. 2016. Keski-Pohjanmaan Yrittäjien toimintasuunnitelma vuodelle 2016. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/file/105412/download?token=ef8loNMP>. Viitattu 10.11.2016
- Kim, Chan W., Mauborgne, R. 2005. Sinisen meren strategia. Jyväskylä: Gummerus

Kivioja, K-M. 2016. Vuoden nuori yrittäjä on PaaPii Designin Anniina Isokangas – ”Luonut pitkään laskussa olleelle alalle kannattavan yrityksen. Yle. Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-8897075>. Viitattu 20.2.2017.

KOHTAAMO. Yhteisöllinen tila yrittäjille. Saatavissa: <http://www.kohtaamokokkola.fi/>. Viitattu 22.3.2017.

Korpelainen, K & Lampikoski, K. 1997. Innovatiivisuus: muutosvoima. Helsinki: WSOY.

KOSEK. Kokkolan oma yrittäjyhteisö KOHTAAMO. Saatavissa: <http://www.kosek.fi/kosek/kosekin-hallinnoimat-hankkeet/kohtaamo/>. Viitattu 22.3.2017.

KP24 2015. Tuhansia ikääntyneiden yrittäjien yrityksiä tulossa myyntiin. Saatavissa: <https://kp24.fi/uutiset/400097/tuhansia-ikaantyneiden-yrittajien-yrityksia-tulossa-myyntiin>. Viitattu 21.2.2017.

Lampikoski, K & Lampikoski, T. 2004. Kehitä ideasi innovaatioksi. Helsinki: WSOY

Leskinen, R. 2011. A longitudinal case study of an entrepreneurial networking process. Helsinki: Aalto University publication series.

Myllylä, Essi. 2017. Henkilökohtainen tiedonanto, haastattelu. 25.1.2017.

Niemelä, S. 2002. Menestyvä yritysverkosto – Verkostorakentajan ABC. Helsinki: Edita.

Nuoret Yrittäjät 2013. Suomen nuorten yrittäjien verkostot. Saatavissa: https://issuu.com/yrittajat/docs/nuorten_yrittajien_opas. Viitattu 22.3.2017.

Ollus, M. & Ranta, J. & Ylä-Anttila, P. (toim.) 1998. Yritysverkostot, kilpailua tiedolla, nopeudella ja joustavuudella. Helsinki. Suomen Itsenäisyyden juhlarahasto SITRA.

Ovaskainen, M. Henkilökohtainen tiedonanto. Innovatiivinen liiketoiminnan kehittäminen – luento. 14.9.2013.

Poikela, Esa. 2005. Oppiminen ja sosiaalinen pääoma. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

Putnam, R. D. 2000. Bowling alone. The Collapse and Revival of American community. Simone Schuster. New York.

Saario, K. 2016. Alueiden kilpailukyky 2016 -selvitys. Saatavissa: <http://kauppakamari.fi/wp-content/uploads/2016/09/alueiden-kilpailukyky-2016-1.pdf>. Viitattu 30.3.2017.

Satuli, H. 2010. Verkostoituminen on yrittäjän etu. Elo. Saatavissa: https://www.elo.fi/Tyonantaja/Efekti-palvelu-tukee-tyossajaksamista/~media/Files/Efekti/Yrittajan_verkostot_Fennia2010_4.ashx. Viitattu 21.3.2017.

- Saunila, M & Ukko, J. 2015. Kohti parempaa suorituskykyä Työkalupakki innovaatiokyvykkyden mittaamiseen ja johtamiseen. Lappeenrannan teknillinen yliopisto.
- Silvennoinen, M. 2008. Löydä aarteesi - verkostoidu. Hämeenlinna: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Solatie, J. & Mäkeläinen, M. 2009. Ideasta innovaatioksi – Luovuus hyötykäyttöön Helsinki: Talentum.
- Sotarauta, M & Mustikkamäki, N (toim.). 2001. Alueiden kilpailukyvyyn kahdeksan elementtiä. Suomen kuntaliitto.
- Store, M 2016. Nuorille yrittäjille oma verkosto. KP24. Saatavissa: <https://kp24.fi/uutiset/407029/Nuorille-yritt%C3%A4jille-oma-verkosto>. Viitattu 21.2.2017.
- Stähle, P & Sotarauta, M. 2002. Alueellisen innovaatiotoiminnan tila, merkitys ja kehityshaasteet Suomessa. Eduskunnan kanslian julkaisu 8/2002. Saatavissa: https://www.eduskunta.fi/FI/tietoaeduskunnasta/julkaisut/Documents/ekj_8+2002.pdf. Viitattu 10.1.17.
- Stähle, P. & Wilenius, M. 2006. Luova tietopääoma, tulevaisuuden kestävä kilpailuetu. Helsinki: Edita.
- Suomalainen, S., Stenholm, P., Kovalainen, A., Heinonen, J. & Pulkkinen, T. 2016. Global Entrepreneurship Monitor. Turun Yliopiston kauppakorkeakoulu. Sarja A tutkimusraportteja. Saatavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/2132284/GEM+2015/272cebde-1b2c-4fef-949e-f3609f0fbfa3>. Viitattu 27.3.2017.
- Suomen Riskienhallintayhdistys. Verkostoitumisen riskit ja niiden hallinta. Saatavissa: <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=verkostoitumisen-riskit>. Viitattu 10.3.2017.
- Sydänmaanlakka, P. 2009. Jatkuva uudistuminen – Luovuuden ja innovatiivisuuden johtaminen. Hämeenlinna: Talentum.
- Toivola, T. 2006. Verkostoituva yrittäjyys - strategiana kumppanuus. Helsinki: Edita.
- Tsai, W. & Ghoshal, S. 1998. Social Capital and Value Creation: the Role of Intrafirm Networks: Academy of Management Journal.
- Tsupari, P., Sisto, J., Godenhjelm, P., Oksanen, O-P & Urrila P. 2004. Yritysten liiketoimintasuhteet – Selvitys liiketoimintasuhteista ja verkostoitumisesta Suomessa. Helsinki: Tilastokeskus.
- Turun Yliopisto 2016. Tuoretta tietoa suomalaisten yrittäjyysaktiivisuudesta. Saatavissa: <https://www.utu.fi/fi/yksikot/tse/ajankohtaista/uutiset/Sivut/Tuoretta-tietoa-suomalaisten-yritt%C3%A4jyysaktiivisuudesta.aspx>. Viitattu 27.3.17.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2009. Innovaatiopolitiikan alueellinen ulottuvuus. Katsaus viimeaikaisiin kehityssuuntiin. Työ ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2009. Helsinki: Edita.

KOHTAAMO – kokemuksia yhteisöllisestä yrityskehittämisestä. Saatavissa: <https://issuu.com/fristyle/docs/kohtaamo-lehti-issuu>. Viitattu 27.3.2017.

Virtuaali ammattikorkeakoulu. Saatavissa:

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289409557/1194290592851.html>. Viitattu 20.11.16.

Yammer. Saatavissa: <https://products.office.com/fi-fi/yammer/yammer-overview>. Viitattu 12.5.2017.

Yhteistyö ja verkostoituminen sekä yhteiset innovaatiot nuorten yrittäjien tukena Keski-Pohjanmaalla

Raportti Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille tehdystä kyselystä 14.12.2016

Esipuhe

Keski-Pohjanmaan Yrittäjät ja Centria-ammattikorkeakoulu ovat yhteistyössä laatineet ja toteuttaneet kyselyn Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille tarkoituksena selvittää nuorten yrittäjien kiinnostusta yli toimialojenkin kattavaan yhteistyöhön ja verkostoitumiseen sekä innovaatiotoimintaan alueellisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Kysely suoritettiin Webropol –kyselynä kevään 2016 aikana.

Kyselyssä selvitettiin myös yrittäjäksi ryhtymisen lähtökohtia ja yrittäjähenkisyttä sekä yhteistyön ja verkostoitumisen tämän hetkistä tilannetta ja luonnetta. Myös yrittäjäjärjestön tunnettuutta ja toiveita yrittäjäjärjestön palveluista selvitettiin.

Kyselyn tulokset esitetään tässä raportissa kirjallisesti sekä tilastollisina taulukoina. Kyselyyn osallistuneet yritykset on jaoteltu viiteen eri toimialaan seuraavasti: Teollisuus, Rakentaminen, Kauppa, Osaamisintensiiviset palvelut (KIBS), Muut palvelut. Samaa toimialajaottelua on käytetty myös Työ- ja elinkeinoministeriön yritysraporteissa.

Kokkolassa 14.12.2016

Mervi Järkkälä
Toimitusjohtaja
Keski-Pohjanmaan Yrittäjät

Maria Ljungberg
Tradenomi (Ylempi AMK) opiskelija
Centria-ammattikorkeakoulu

Sisälllys

1 JOHDANTO.....	4
2 TAUSTATIETOJA	5
3 TOIMIALAJAKO	6
4 YRITYKSEN SIJAINTI.....	7
5 YRITTÄJÄN IKÄ.....	9
6 VASTAAJAN KOULUTUSTUSTA.....	10
7 YRITYKSEN IKÄ.....	11
8 TYÖNTEKIJÖIDEN MÄÄRÄ.....	12
9 YRITTÄJÄHENKISYYS.....	13
10 YRITTÄJÄURAN LÄHTÖKOHTA.....	14
11 YHTEISTYÖN JA VERKOSTOITUMISEN TÄRKEYS.....	15
12 YHTEISTYÖN TÄMÄNHETKINEN TILANNE	16
13 VERKOSTOITUMISEN TÄMÄNHETKINEN TILANNE.....	18
14 KIINNOSTUS YHTEISTYÖHÖN JA VERKOSTOITUMISEEN	20
15 INNOVOINNIN TÄRKEYS OSANA YRITYKSEN TOIMINTAA.....	21
16 KIINNOSTUS INNOVAATIOTOIMINTAAN ALUEELLISESTI, VALTAKUNNALLISESTI JA KANSAINVÄLISESTI.....	23
17 YRITTÄJÄJÄRJESTÖN (KESKI-POHJANMAAN YRITTÄJÄT) TOIMINNAN TUNNETTUUS ...	25
18 TOIVEITA YRITTÄJÄJÄRJESTÖLLE TARJOTTAVISTA EDUISTA JA PALVELUISTA.....	26
19 YHTEENVETO	27

1 JOHDANTO

Nuorten yrittäjien rooli alueen tulevaisuuden yritys- ja talouselämässä on merkittävä ja nuoret yrittäjät ovat tärkeä osa aluetta ja alueen tulevaisuutta. Selvittääkseen Keski-Pohjanmaalla toimivien nuorten yrittäjien kiinnostusta yli toimialojenkin kattavaan yhteistyöhön ja verkostoitumiseen sekä innovaatiotoimintaan alueellisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti toteutettiin Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille kysely, jossa mainittuja asioita selvitettiin.

Kysely suoritettiin Webropol –kyselynä 7.4. – 29.4.2016 välisenä aikana. Kysely lähetettiin Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorelle jäsenyrittäjälle sähköpostitse ja vastauksia saatiin 45. Vastausprosentti oli 14,5.

Kyselyn tulokset esitetään tässä raportissa kirjallisesti sekä tilastollisina taulukoina. Kyselyyn osallistuneet yritykset on jaoteltu viiteen eri toimialaan seuraavasti (suluissa kaksinumeroiset TOL 2008 luokat): Teollisuus (01 - 39), Rakentaminen (41 - 43), Kauppa (45 - 47), Osaamisintensiiviset palvelut KIBS (64 - 66, 69 - 75), Muut palvelut (55 – 56, 68, 86 - 96). Samaa toimialajaottelua on käytetty myös Työ- ja elinkeinoministeriön yritysraporteissa.

Suhteellisen pieneksi jääneestä vastausmäärästä johtuen saatuja tuloksia ei ole vertailtu toimialakohtaisesti. Vastausten toimialajakauma oli kuitenkin monipuolinen ja vastauksia saatiin laajasti, lähes koko toimialueelta.

2 TAUSTATIETOJA

Seuraavassa taulukossa on esitetty taustatietoja kyselyyn osallistuneista yrityksistä. Tulokset on ilmoitettu sekä lukuina että prosentteina.

TAUSTATIETOA KYSELYYN OSALLISTUNEISTA YRITYKSISTÄ

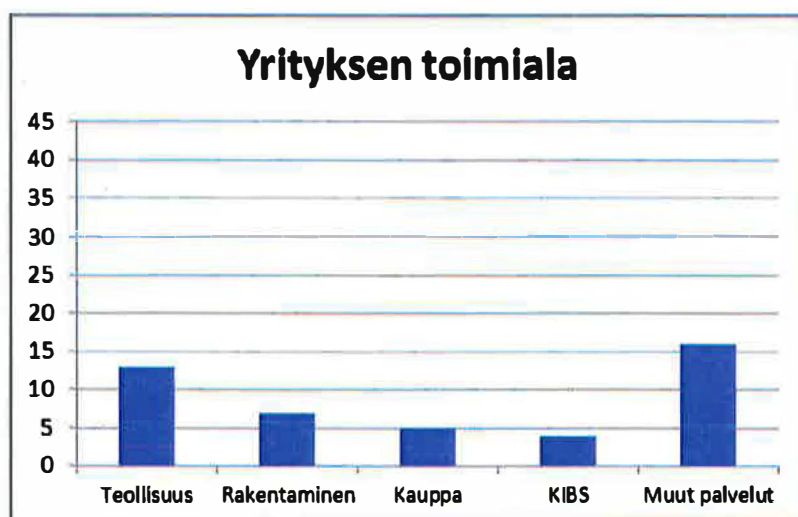
		n=	%
ALUE	KESKI-POHJANMAA	45	100
YRITYKSEN TOIMIALA	Teollisuus	13	28,9
	Rakentaminen	7	15,6
	Kauppa	5	11,1
	KIBS *	4	8,9
	Muut palvelut	16	35,6
VASTAAJAN SUKUPUOLI	Nainen	16	35,6
	Mies	29	64,4
VASTAAJAN IKÄ	- 20 vuotta	1	2,2
	21- 25 vuotta	2	4,5
	26 – 30 vuotta	15	33,3
	31 –	27	60
VASTAAJAN KOULUTUSTAUSTA	Peruskoulu	1	2,2
	Ammatillinen perustutkinto	22	48,9
	Lukio	6	13,3
	Ammattikorkeakoulututkinto	11	24,4
	Yliopistotutkinto	2	4,5
	Muu	3	6,7
YRITYKSEN IKÄ	- 1	1	2,2
	2 – 5 vuotta	31	68,9
	6 – 10 vuotta	7	15,6
	Yli 10 vuotta	6	13,3
TYÖNTEKIJÖIDEN MAARA	1	23	51,1
	2 - 4	10	22,2
	5 - 9	7	15,6
	10 - 19	3	6,7
	20 - 49	2	4,4
	Yli 50	0	0

* Osaamisintensiiviset palvelut

3 TOIMIALAJAKO

Kyselyyn vastanneet yritykset on jaoteltu viiteen eri toimialaan seuraavasti (jaottelu perustuu Tilastokeskuksen Toimialaluokitus 2008 -luokitukseen): Teollisuus, Rakentaminen, Kauppa, Osaamisintensiiviset palvelut (KIBS), Muut palvelut. Samaa toimialajaottelua on käytetty myös Työ- ja elinkeinoministeriön yritysraporteissa.

	Vastaajien määrä	Prosentti
Teollisuus	13	28,9
Rakentaminen	7	15,6
Kauppa	5	11,1
KIBS	4	8,9
Muut palvelut	16	35,6
Yhteensä	45	100,0



Kyselyyn vastanneiden yritysten toimialajakauma oli monipuolinen. Vastanneista palveluyrityksiä oli 35,6%, teollisuusyrityksiä 28,9%, rakennusalan yrityksiä 15,6%, kaupanalan yrityksiä 11,1% ja osaamisintensiivisten palveluiden tuottajia (KIBS) 8,9%. Kuitenkin suhteellisen pieneksi jääneestä vastausmäärästä johtuen saatuja tuloksia ei ole vertailtu toimialakohtaisesti. Mahdollisissa jatkotutkimuksissa toimialakohtaisten erojen esittäminen on perusteltua, mikäli halutaan selvittää eri toimialojen näkemyksiä raportissa esitettyihin kysymyksiin.

4 YRITYKSEN SIJAINTI

Kysely lähetettiin Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille. Keski-Pohjanmaan yrittäjät toimivat Suomen Yrittäjien aluejärjestönä 22 paikallisyhdistyksen kautta.

Yrityksen sijainti	Vastaajien määrä	Prosentti
Alavieska	1	2,2 %
Haapajärvi	2	4,4 %
Halsua	1	2,2 %
Kalajoki (ml. Himanka)	3	6,7 %
Kannus	4	8,9 %
Kaustinen	2	4,4 %
Kokkola (ml. Kälviä, Lohtaja ja Ullava)	13	28,9 %
Kruunupyy	3	6,7 %
Lestijärvi	0	0,0 %
Nivala	2	4,4 %
Pedersöre	2	4,4 %
Perho	1	2,2 %
Pietarsaari	5	11,1 %
Reisjärvi	0	0,0 %
Slevi	0	0,0 %
Toholampi	1	2,2 %
Veteli	1	2,2 %
Ylivieska	4	8,9 %
Yhteensä	45	100,0 %

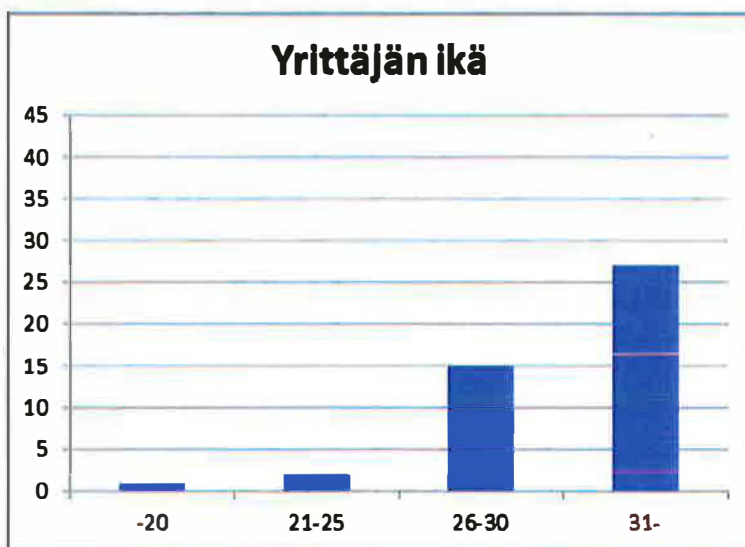


Kyselyyn saatiin vastauksia laajasti, lähes koko Keski-Pohjanmaan Yrittäjien toimialueelta.

5 YRITTÄJÄN IKÄ

Suomen Yrittäjien määritelmän mukaan nuori yrittäjä on alle 35-vuotias. Tässä kyselyssä vastaukset on jaoteltu neljään eri ikäryhmään; 20 –vuotiaat ja sitä nuoremmat, 21-25 -vuotiaat, 26-30 -vuotiaat ja 31 –vuotiaat ja sitä vanhemmat.

	Vastaajien määrä	Prosentti
- 20 vuotta	1	2,2
21- 25 vuotta	2	4,5
26 – 30 vuotta	15	33,3
31 - vuotta	27	60
Yhteensä	45	100



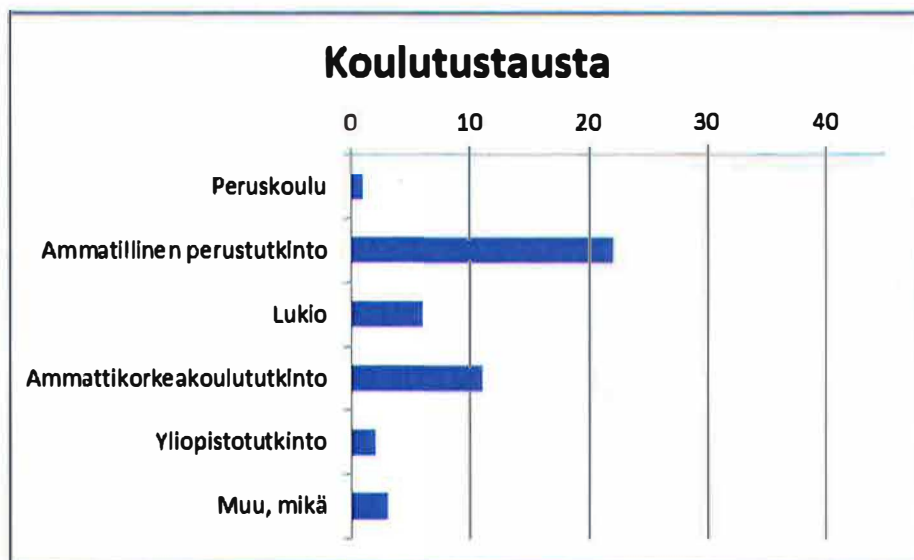
Suuri osa kyselyyn vastanneista yrittäjistä, yhteensä 60% oli yli 31 –vuotiaita. Voidaan siis todeta, että kyselyyn vastanneiden nuorten yrittäjien keski-ikä oli verrattain korkea.

Toiseksi eniten vastauksia, yhteensä 33,3% antoivat 26 – 30 -vuotiaat. Vähiten vastauksia antoivat 25 -vuotiaat ja sitä nuoremmat, yhteensä vain 6,7% vastanneista.

6 VASTAAJAN KOULUTUSTUSTA

Vastanneiden koulutustaustaa selvitettiin kysymyksellä, jossa oli kuusi eri vastausvaihtoehtoa. Vastausvaihtoehdot olivat peruskoulu, ammatillinen perustutkinto, lukio, ammattikorkeakoulututkinto, yliopistotutkinto ja muu vaihteellinen vastaus.

	Vastaajien määrä	Prosentti
Peruskoulu	1	2,2
Ammatillinen perustutkinto	22	48,9
Lukio	6	13,3
Ammattikorkeakoulututkinto	11	24,4
Yliopistotutkinto	2	4,5
Muu	3	6,7
Yhteensä	45	100



Lähes puolella kyselyyn vastanneista koulutustaustana oli ammatillinen perustutkinto, yhteensä 48,9%. Ammattikorkeakoulututkinnon oli suorittanut 24,4%, yliopistotutkinnon 4,5%, peruskoulun 2,2% ja muun tutkinnon ilmoitti suorittaneensa 6,7% vastanneista. Vastauksia muihin tutkintoihin olivat mm. ammatillisen perustutkinnon ja ylioppilastutkinto yhdistelmä tutkinto ja personal trainer.

7 YRITYKSEN IKÄ

Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, kuinka kauan yritys on ollut nykyisen omistajan omistuksessa. Vastaukset on jaoteltu neljään eri ryhmään; vuoden ja sitä alle toimineet yritykset, 2-5 -vuotta toimineet yritykset, 6-10 -vuotta toimineet yritykset ja yli 10 vuotta toimineet yritykset.

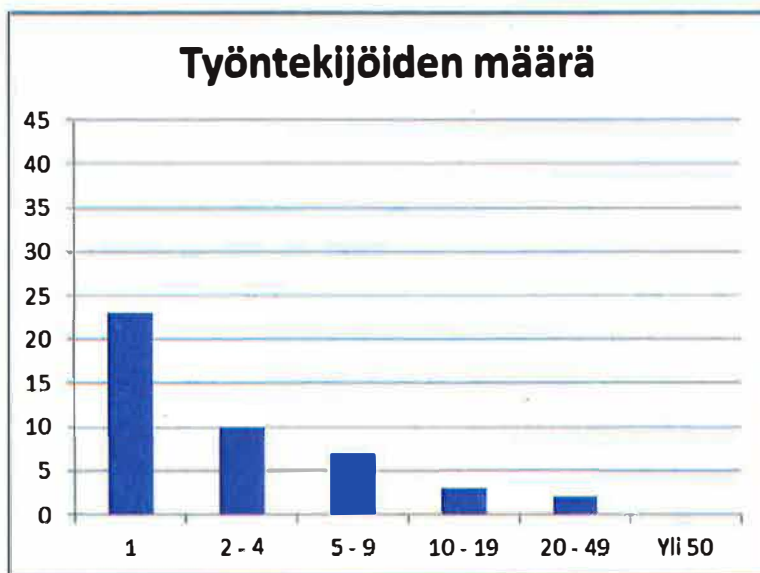
	Vastaajien määrä	Prosentti
- 1	1	2,2
2 – 5 vuotta	31	68,9
6 – 10 vuotta	7	15,6
Yli 10 vuotta	6	13,3
Yhteensä	45	100



Suuri osa kyselyyn vastanneista yrityksistä, 68,9% oli toiminut 2 – 5 vuotta. Kuusi vuotta ja sitä vanhempia yrityksiä oli kaiken kaikkiaan 28,9% ja yhden vuoden ja sitä alle toimineita yrityksiä 2,2% vastanneista.

8 TYÖNTEKIJÖIDEN MÄÄRÄ

	Vastaajien määrä	Prosentti
1	23	51,1
2 - 4	10	22,2
5 - 9	7	15,6
10 - 19	3	6,7
20 - 49	2	4,4
Yli 50	0	0
Yhteensä	45	100



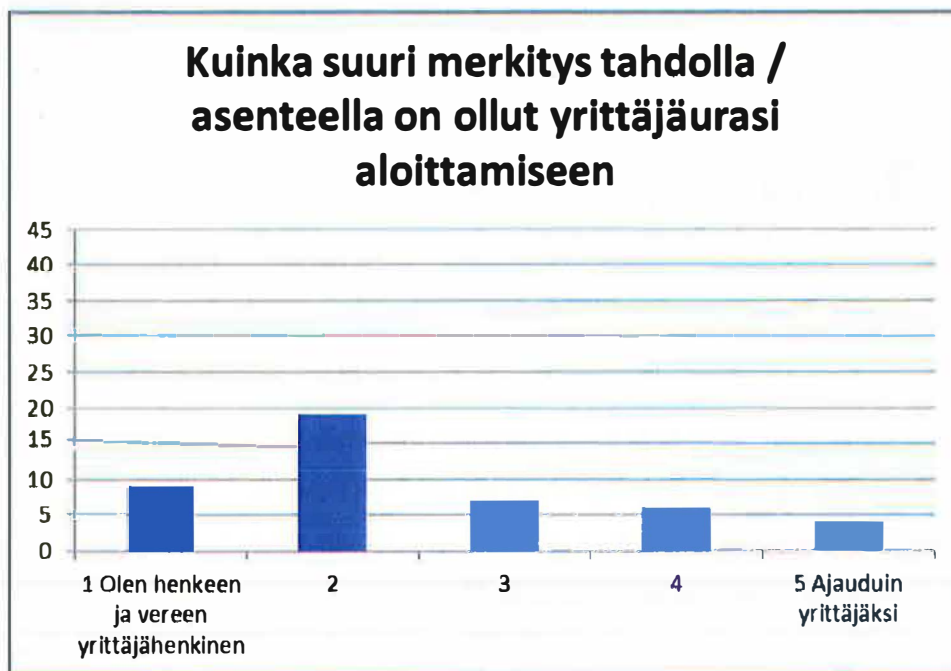
Yli puolet kyselyyn vastanneista yrittäjistä oli yksinyrittäjä, kaiken kaikkiaan 51,1%. 2 - 4 henkilön yrityksiä oli reilu viidennes, 22,2% ja 5 – 9 henkilön yrityksiä 15,6%. Vastanneista yrityksistä mikroyrityksiä eli alle 10 työntekijän yrityksiä oli 88,9% (Suomen Yrittäjät). Saaduista vastauksista 10 – 19 henkilön yrityksiä oli 6,7% ja 20 – 49 henkilön yrityksiä 4,4%. Yli 50 henkilön yrityksiä ei vastanneiden joukosta löytynyt.

9 YRITTÄJÄHENKISYYS

Kysymyksen tavoitteena oli selvittää kuinka paljon yrittäjän henkilökohtaiset piirteet ja ominaisuudet ja toisaalta sattuma vaikuttivat yrittäjäuran alkamiseen. Viisiportaisen kysymyksen vastauksissa arvo 1. antoi vastauksen "Olen henkeen ja vereen yrittäjähenkinen" ja arvo 5. antoi vastauksen "Ajauduin yrittäjäksi".

Vastaaajien määrä: 45

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Olen henkeen ja vereen yrittäjähenkinen	9	19	7	6	4	Ajauduin yrittäjäksi	45	2,49
	20,0%	42,2%	15,6%	13,3%	8,9%		100%	



Vastausten perusteella voidaan todeta, että kyselyyn vastanneiden yrittäjäksi ryhtymisen ja henkilön yrittäjäasenteen välillä on positiivinen suhde. Samaa asiaa todistaa myös vastausten keskiarvo, 2,49. Jopa 62,2% kyselyyn vastanneista on antanut vastauksen arvon 1 tai 2.

10 YRITTÄJÄURAN LÄHTÖKOHTA

Vastanneiden yrittäjäuran lähtökohtaa selvitettiin kysymyksellä, jossa oli neljä eri vastausvaihtoehtoa. Vastausvaihtoehdot olivat uusi yritys, yritysosto, sukupolvenvaihdos ja muu vaihtoehtoinen vastaus.

	Vastaajien määrä	Prosentti
Uusi yritys	27	60,0
Yritysosto	6	13,3
Sukupolvenvaihdos	6	13,3
Muu	6	13,3
Yhteensä	45	100



Vastaajista 60% oli perustanut uuden yrityksen. Vastanneista 13,3% yritysuran lähtökohtana oli yritysosto ja 13,3% sukupolvenvaihdos. Myös muita vaihtoehtoisia vastauksia saatiin 13,3% kaikista vastauksista. Tähän vastausvaihtoehtoon saatiin seuraavia vastauksia:

Muu, mikä:

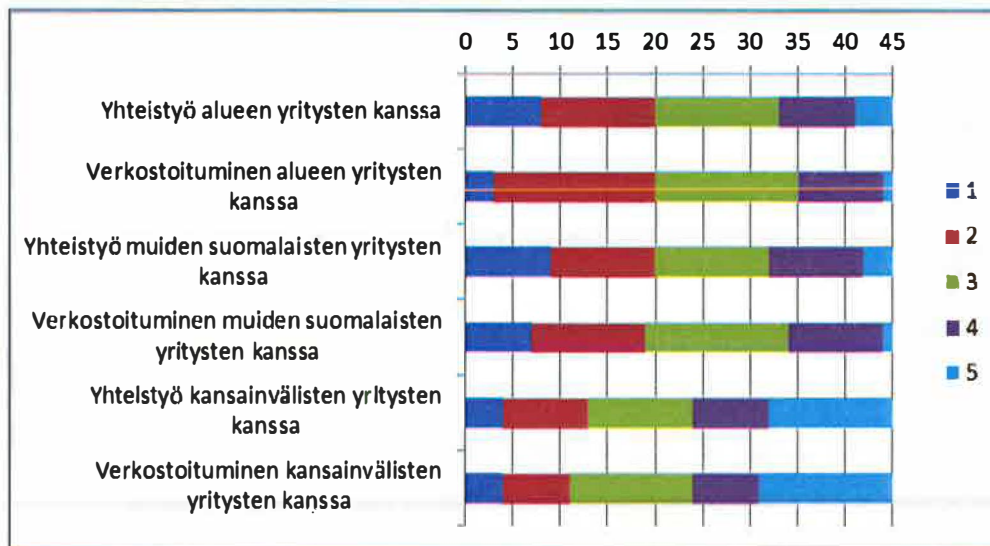
- Ammatissa kehittyminen
- Vuokratyön yrittäjyys. tuli tilaisuus työllistää itsensä sen avulla
- Ostin toimivan yrityksen liiketoiminnan
- Harrastus ja siitä ajautunut yrittäjäksi.
- Kaksi yritystä, sukupolvenvaihdos ja yritysosto.
- Sain töitä sillä perusteella että laitan toiminimen

11 YHTEISTYÖN JA VERKOSTOITUMISEN TÄRKEYS

Kysymyksellä kartoitettiin yrittäjien mielipidettä yhteistyön ja verkostoitumisen tärkeydestä. Viisiportaisen kysymyksen vastauksissa arvo 1. antoi vastauksen "Todella tärkeänä" ja arvo 5. vastauksen "En koe tärkeäksi".

Vastaajien määrä: 45

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Yhteistyö alueen yritysten kanssa	8	12	13	8	4	45	2,73
Verkostoituminen alueen yritysten kanssa	3	17	15	9	1	45	2,73
Yhteistyö muiden suomalaisten yritysten kanssa	9	11	12	10	3	45	2,71
Verkostoituminen muiden suomalaisten yritysten kanssa	7	12	15	10	1	45	2,69
Yhteistyö kansainvälisten yritysten kanssa	4	9	11	8	13	45	3,38
Verkostoituminen kansainvälisten yritysten kanssa	4	7	13	7	14	45	3,44
Yhteensä	35	68	79	52	36	270	2,95



Yhteistyö ja verkostoituminen koetaan verrattain tärkeäksi yrityksen toiminnan kannalta eikä suurta eroa ole nähtävissä neljän ensimmäisen vastausvaihtoehdon välillä. Yhteistyö ja verkostoituminen alueen yritysten kanssa antavat molemmat keskiarvon 2,73.

Lähes saman tuloksen antavat yhteistyö (2,71) ja verkostoituminen (2,69) muiden suomalaisten yritysten kanssa. Vain pieni osa vastanneista ei koe yhteistyötä tai verkostoitumista tärkeäksi näissä vastausvaihtoehdoissa. Yritysten kansainvälistä yritysyhteistyötä ja verkostoitumista ei koeta niin tärkeäksi kuin alueella ja Suomessa tapahtuva yhteistyö ja verkostoituminen.

12 YHTEISTYÖN TÄMÄNHETKINEN TILANNE

Kysymyksen tavoitteena oli selvittää, toimiiko yrittäjä tällä hetkellä yhteistyössä muiden yrittäjien kanssa ja jos toimii, minkälainen yhteistyön luonne on.

	Vastaajien määrä	Prosentti
Kyllä, yhteistyön luonne	34	75,6
Ei	11	24,4
Yhteensä	45	100



Kyllä. Yhteistyön luonne:

- Avunanto, työtehtävien jakaminen, neuvonta
- Maahantuoja
- Valmistusta ja markkinointia yhdessä
- KVR -rakennushanke
- Yrityksiemme mainostaminen
- Tuotekehitys
- Yhdistyksen sihteeri
- Palvelut ja tuotteet ostetaan aina paikalliselta mikäli se vain mahdollista

- Aliurakointi
- Töiden jakaminen ylitarjonnan mukaan yhteistyökumppaneille
- Kokemusten vaihtoa ja palveluiden käyttämistä ristiin
- Mallitöiden suunnittelu/ideointi yhteistyössä toisen yrityksen kanssa, myyn itse toisten yrittäjien valmistamia tuotteita
- Lähinnä maatalousyrittäjät tilaavat töitä
- Työvoiman osto ja myynti
- Valikoitujen todellisten ammattimiesten kanssa teen yhteisiä työmaita tarvittaessa
- Aliurakoitsijoita, kumppaneita.
- Tarjoamme palvelut hääalalla, hääpareille. Hiukset, meikki ja kuvat yhdellä yhteydenotolla
- Palveluhankinta omille asiakkaille
- Asiakkuussuhteita puolin ja toisin, paikallisen yrittäjyyden suosiminen "yya" -hengessä
- Avunantoa
- Aliurakoinnit
- Toiset parturikamppaajayrittäjät ovat vuokranneet tuolipaikan yrityksestä
- Aliurakointia isommille alan yrityksille
- Konsultaatio

13 VERKOSTOITUMISEN TÄMÄNHETKINEN TILANNE

Kysymyksen tavoitteena oli selvittää, onko yritys tällä hetkellä osa yritysverkostoa ja jos on, minkälainen verkoston luonne on.

	Vastaajien määrä	Prosentti
Kyllä, verkoston luonne	13	28,9
Ei	32	71,1
Yhteensä	45	100



Kyllä. Verkoston luonne:

- Koulutuksia ja virikettä yhdessä saman alan osajien kanssa. vertaistukea
- Ylivieskan Yrittäjät
- Franchise-ketju
- Saman alan yrittäjien kanssa olen tiiviissä yhteistyössä
- Yhteistyökumppanit ovat jo jossain määrin vakiintuneita
- Epävirallinen yhteistyö. Tehdään toisillemme töitä kukin oman kapasiteetin mukaan
- Periaatteessa aliurakoinnin kautta

Yhteistyöhön ja verkostoitumiseen liittyvistä vastauksista on nähtävissä, että yritysten välinen yhteistyö ja verkostoituminen on hyvin monipuolista ja aktiivista. Vastaajista 75,6% kertoi toimivansa yhteistyössä muiden yrittäjien kanssa. Verkostoitumisessa vastaava prosenttiosuus oli 28,9.

Yhteistyö ja verkostoituminen käsitteinä ovat usein hankalasti eroteltavissa. Selkein ero näiden kahden määritteen välillä lienee se, että yhteistyö on yleensä kertaluontoista ja satunnaista kun taas verkostoituminen on tavoitteellista, jatkuvaa ja säännöllistä.

Verkostolla on myös yhteinen visio. Yhteistyö voi usein olla verkostoitumisen esiaste.

Vastauksista nousi vahvasti esille, että markkinointiin, avunantoon ja aliurakointiin liittyvät asiat yhdistävät yrittäjiä ja vahvistavat yhteistyötä ja verkostoitumista.

14 KIINNOSTUS YHTEISTYÖHÖN JA VERKOSTOITUMISEEN

Kysymyksessä vastaajalla oli mahdollisuus valita enintään kolme tärkeintä yhteistyömuotoa. Kaavion oikeanpuoleisessa sarakkeessa on nähtävissä prosenttiosuus annetuista vastuksista.

Vastaajien määrä: 45

	Vastausten prosenttimäärä	Vastausten lukumäärä	% osuus annetuista vastauksista
Markkinointiyhteistyö	44,4	20	26,3
Hankintayhteistyö	26,7	12	15,8
Palvelu ja/tai tuotantoyhteistyö	42,2	19	25,0
Tutkimus- ja tuotekehitysyhteistyö (T&K)	15,6	7	9,2
Kansainvälistymisyhteistyö	11,1	5	6,6
En osaa sanoa	26,7	12	15,8
Mu, mikä	2,2	1	1,3
Yhteensä	168,9	76	100,0



Annetut vastaukset kertovat, että erityisesti markkinointi, palvelu ja/tai tuotantoyhteistyö kiinnostavat nuoria yrittäjiä. Myös hankintayhteistyö ylsi kolmen kärkivastaukseen. Kuitenkin 15,8% annetuista vastauksista annettiin "En osaa sanoa" -vaihtoehdolle.

Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että asian yhteiselle pohdinnalle ja suunnittelulle on tulevaisuudessa tarvetta. Kysymyksessä tiedusteltiin pelkästään kiinnostusta yhteistyöhön. Verkostoitumisaste alkaa usein kehittyvä siinä vaiheessa kun yhteistyöaste on vahvaa ja jatkuvaa ja toimijoiden välillä on saavutettu riittävä luottamus.

15 INNOVOINNIN TÄRKEYS OSANA YRITYKSEN TOIMINTAA

Kyselyn yhtenä tavoitteena oli selvittää nuorten yrittäjien mielipidettä innovoinnin tärkeydestä.

	Vastaajien määrä	Prosentti
Kyllä	26	57,8
Ei	4	8,9
En osaa sanoa	15	33,3
Yhteensä	45	100



Lähes 60% kyselyyn vastanneista koki innovoinnin tärkeäksi osana yrityksen toimintaa. Toisaalta kolmasosa vastaajista ei osannut ottaa kantaa innovoinnin tärkeyteen. Tämä

olisi hyvin mielenkiintoinen jatkoselvityksen aihe, selvittää syitä ”En osaa sanoa” vastausvaihtoehdolle.

Tehdyn kyselyn ja saatujen vastausten perusteella ei ole mahdollista tehdä päätelmiä syistä, miksi innovoinnin tärkeyteen osana yrityksen toimintaa ei osata ottaa kantaa, mutta on mahdollista, että yrittäjän kiireinen arki ja raskas työtaakka aiheuttavat ajanpuutetta ja näin innovoinnin osuus jää pienemmälle huomiolle. Mutta kuten aikaisemmin todettiin, ei asian todelliseen luonteeseen voida ottaa kantaa tässä raportissa.

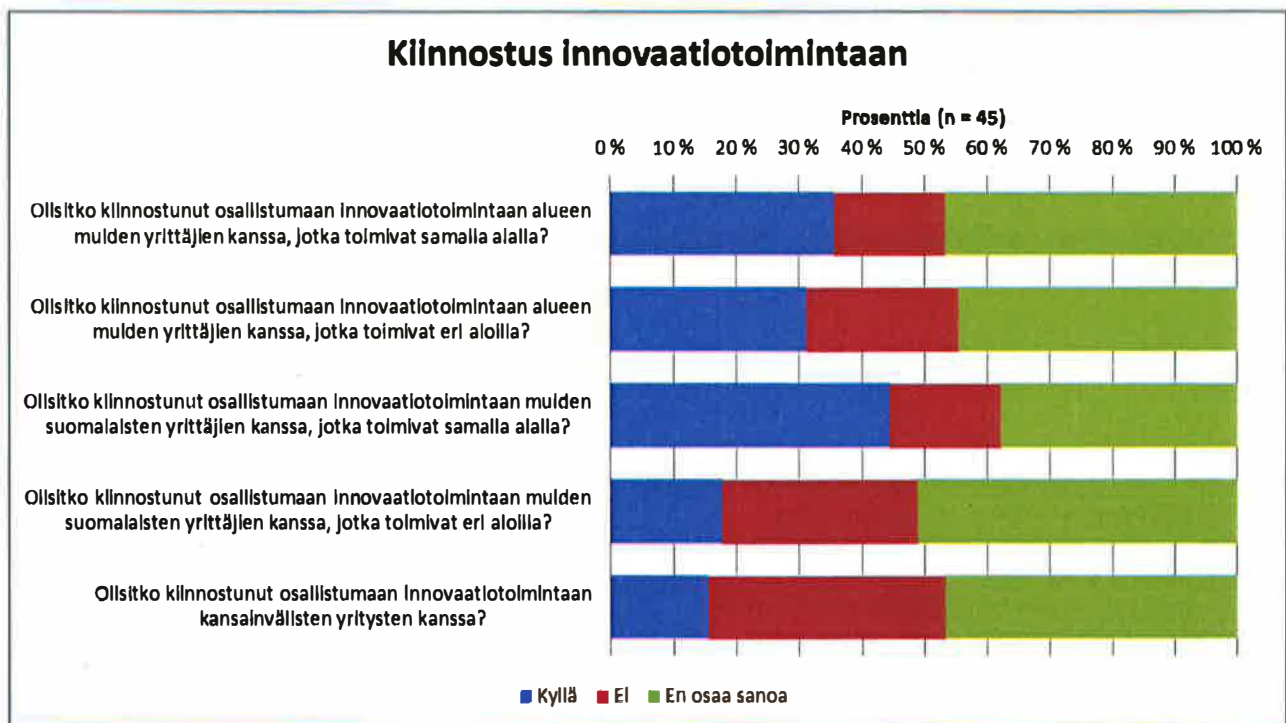
16 KIINNOSTUS INNOVAATIOITOIMINTAAN ALUEELLISESTI, VALTAKUNNALLISESTI JA KANSAINVÄLISESTI

Alla olevasta taulukosta voidaan nähdä nuorten yrittäjien kiinnostuksen asteet innovaatiotoimintaan alueellisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti.

Kysymykset liittyen innovaatiotoimintaan:

1. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan alueen muiden yrittäjien kanssa, jotka toimivat samalla alalla?
2. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan alueen muiden yrittäjien kanssa, jotka toimivat eri aloilla?
3. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat samalla alalla?
4. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat eri aloilla?
5. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan kansainvälisten yritysten kanssa?

	Kyllä	%	Ei		En osaa sanoa		Kaikki	Kaikki
1	16	35,6 %	8	17,8 %	21	46,7 %	45	100,0 %
2	14	31,1 %	11	24,4 %	20	44,4 %	45	100,0 %
3	20	44,4 %	8	17,8 %	17	37,8 %	45	100,0 %
4	8	17,8 %	14	31,1 %	23	51,1 %	45	100,0 %
5	7	15,6 %	17	37,8 %	21	46,7 %	45	100,0 %
Yhteensä	65	28,9 %	58	25,8 %	102	45,3 %	225	100,0 %



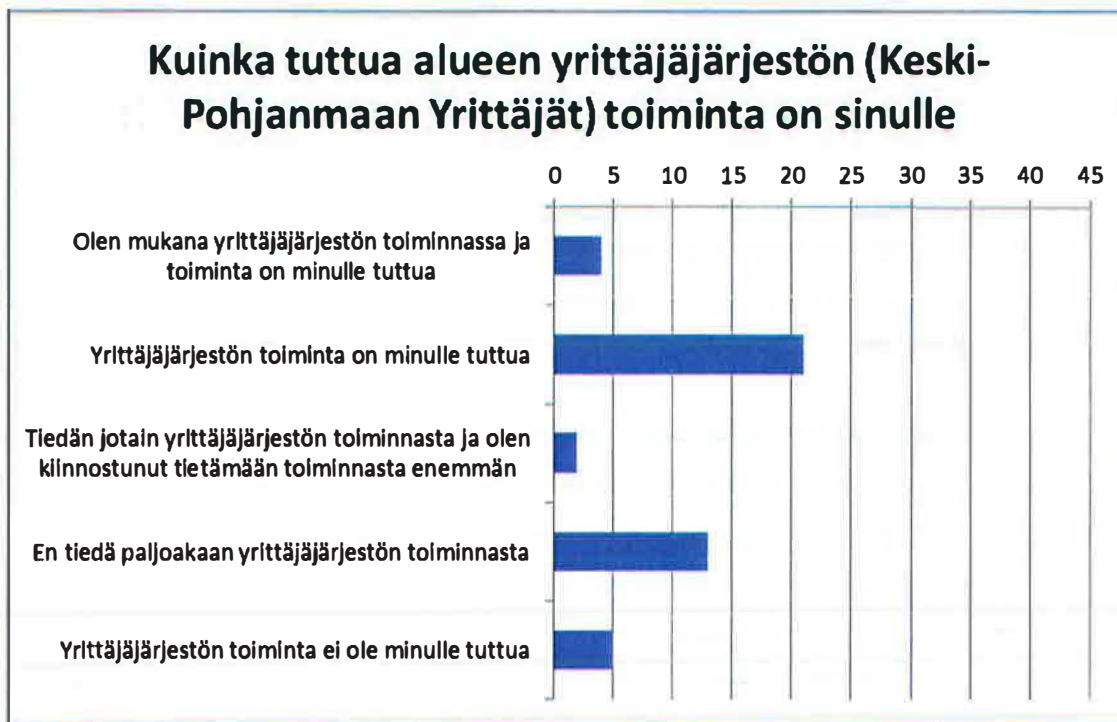
Kiinnostus innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat samalla alalla antoi eniten "Kyllä" vastauksia, yhteensä 44,4% annetuista vastauksista. Myös innovaatiotoiminta alueella toimivien yritysten kanssa, jotka toimivat samalla alalla antoi korkean "Kyllä" vastausprosentin, yhteensä 35,6%. Innovaatiotoiminta alueella toimivien yritysten kanssa, jotka toimivat eri aloilla antoi lähestulkoon yhtä paljon "Kyllä" vastauksia, yhteensä 31,1%.

Kiinnostus innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat eri aloilla ja kiinnostus innovaatiotoimintaan kansainvälisten yritysten kanssa oli verrattain vähäistä. Kuten edellisessä kysymyksessä, myös ko. kysymyksessä "En osaa sanoa" vastausten osuus oli verrattain suuri. Kaiken kaikkiaan 45,3% kaikista annetuista vastauksista oli "En osaa sanoa" -vastauksia.

17 YRITTÄJÄJÄRJESTÖN (KESKI-POHJANMAAN YRITTÄJÄT) TOIMINNAN TUNNETTUUS

Kyselyssä tiedusteltiin myös Keski-Pohjanmaan Yrittäjien toiminnan tunnettuutta ja yrittäjien omaa osallistumisastetta yrittäjäjärjestön toimintaan.

	Vastaajien määrä	Prosentti
Olen mukana yrittäjäjärjestön toiminnassa ja toiminta on minulle tuttua	4	8,9%
Yrittäjäjärjestön toiminta on minulle tuttua	21	46,7%
Tiedän jotain yrittäjäjärjestön toiminnasta ja olen kiinnostunut tietämään toiminnasta enemmän	2	4,4%
En tiedä paljoakaan yrittäjäjärjestön toiminnasta	13	28,9%
Yrittäjäjärjestön toiminta ei ole minulle tuttua	5	11,1%
Yhteensä	45	100



Reilulle puolelle, 55,6% kyselyyn vastanneista yrittäjistä yrittäjäjärjestön toiminta oli tuttua ja 8,9% vastanneista kertoi myös olevansa mukana yrittäjäjärjestön toiminnassa. Vain 11,1% vastaajista yrittäjäjärjestön toiminta ei ollut tuttua.

18 TOIVEITA YRITTÄJÄJÄRJESTÖLLE TARJOTTAVISTA EDUISTA JA PALVELUISTA

Kysymyksessä vastaajalla oli mahdollisuus valita enintään kolme tärkeintä vastausvaihtoehtoa.

	Vastausten määrä	Prosentti
Jäsenetuja	25	55,56%
Neuvontapalveluita	18	40,00%
Tapahtumia / luentoja	21	46,67%
Yhteisiä tapahtumia toisten yrittäjien kanssa	17	37,78%
En osaa sanoa	8	17,78%
Jotain muuta, mitä	1	2,22%
Yhteensä	90	200%



Nuoret yrittäjät toivovat yrittäjäjärjestöltä ennen kaikkea jäsenetuja. Myös tapahtumia ja luentoja, neuvontapalveluita ja yhteisiä tapahtumia toisten yrittäjien kanssa toivotaan. Vastauksista voidaan päätellä, että yrittäjäjärjestön monipuolinen toiminta tukee nuoren yrittäjän yritystoimintaa.

19 YHTEENVETO

Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille suunnattu kysely oli laatuaan ensimmäinen. Tavoitteena oli selvittää yrittäjien yhteistyön ja verkostoitumisen tämänhetkinen tilanne ja luonne sekä kiinnostus yhteistyöhön ja verkostoitumiseen tulevaisuudessa. Myös kiinnostusta yli toimialojenkin kattavaan innovaatiotoimintaan alueellisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti selvitettiin. Tavoitteena oli luoda tietopohjaa yrittäjäjärjestölle ja alueen koulutussektorille toiminnan suunnitteluun sekä mahdollisille lisäselvityksille.

Kyselystä saatujen vastausten perusteella voidaan todeta, että nuoret yrittäjät toimivat tiiviissä yhteistyössä toisten yrittäjien kanssa, ja kiinnostus yhteistyön ja verkostoitumisen syventämiseen erityisesti alueellisesti ja valtakunnallisesti ovat korkeat. Kiinnostus kansainväliseen yritys yhteistyöhön ja verkostoitumiseen oli maltillisempaa.

Myös innovointi koettiin tärkeäksi osana yrityksen toimintaa. Erityisesti innovaatiotoiminta muiden suomalaisten yritysten kanssa jotka toimivat samalla alalla koettiin kiinnostavaksi. Innovaatiotoimintaan liittyvissä kysymyksissä saatiin paljon "En osaa sanoa" vastauksia. Tämä antaa aihetta jatkotutkimuksille yrittäjien innovaatioinnokkuuden selvittämiseen.

Kyselystä saadut tulokset olivat kaikin puolin positiivisia ja vastaukset kertovat nuorten yrittäjien aktiivisuudesta ja halusta kehittää yritystoimintaa yhteistyön, verkostoitumisen ja innovoinnin näkökulmasta. Työkalujen ja toimintamallien suunnitteleminen ja kehittäminen edesauttavat yrittäjiä heidän yritystoiminnassa ja tässä yrittäjäjärjestöllä ja alueen koulutussektorilla on merkittävä rooli. Vireä ja aktiivinen yritystoiminta palvelee koko aluetta ja luo myös uusia työpaikkoja alueelle.

Teemahaastattelun runko

Teemahaastattelun runko perustuu *Yhteistyö ja verkostoituminen sekä yhteiset innovaatiot nuorten yrittäjien tukena Keski-Pohjanmaalla* -raporttiin. Haastattelussa edetään teemoittain ja tarkentavat ja täydentävät kysymykset muotoutuvat keskustelun lomassa.

Yrityksen taustatiedot

Yrityksen nimi _____
 Toimiala _____
 Henkilöstö _____
 Yrityksen ikä _____

Teemahaastattelun toteutus

Haastattelija _____
 Ajankohta _____
 Kesto _____
 Haastateltava henkilö _____
 Asema _____

Teemat

- Teema 1 Yrittäjähenkisyys ja ura yrittäjänä
 * oliko yritystoiminnan aloitus tietoinen päätös/valinta
 * henkilökohtaiset ominaisuudet, joilla suuri merkitys yritystoiminnan aloittamiseen ja jatkamiseen
 *
- Teema 2 Yhteistyön ja verkostoitumisen merkitys yritystoiminnassa
 * koetko Y ja V tärkeäksi osana oman yrityksen toimintaa
 * miten Y ja V näkyvät omassa yritystoiminnassa
 *
- Teema 3 Kiinnostavat yhteistyön ja verkostoitumisen muodot
 * esimerkkejä omasta yritystoiminnasta
 * suunnitelmia tulevaisuuden Y ja V
 * kiinnostaako Kohtaamon kaltainen toiminta?
 * Y ja V mahdollisuudet alueella, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti
- Teema 4 Innovoinninti osana yrityksen toimintaa
 * luovuus ja sen merkitys uuden synnyttämisessä
 * eri alojen väliset innovaatiokokeilut
 * mitä innovointi tarvitsee? Fyysiset / henkiset / taloudelliset puitteet
 *
- Teema 5 Innovoinnin kehittäminen
 * kehitysideoita alueellisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti

Keski-Pohjanmaan Nuoret Yrittäjät järjestää

MARKKINOINTI HALTUUN -illan

Kokkolassa 24.11.2016 klo 17.30-20.30

17.30 Tervetuloa

NY-toiminnan vetäjä Marika Hollström

17.35 PaaPii Designin kasvun salat

Vuoden nuori yrittäjä Anniina Isokangas

18.00 Digitaalinen asiakaspolku

Digitalisti Annika Koskela, Elisa Oy

18.30 Workshop - Suunnitelmallista markkinointia

Niku Creative & Hiutale Aerials

20.30 Tilaisuuden päätös

WORKSHOP

Tule tekemään yrityksellesi
markkinointisuunnitelma
vuodelle **2017!**

KÄYNTIKORTIT MUKAAN JA VERKOSTOITUMAAN!

Varaa paikkasi ajoissa! Ilmoittaudu viimeistään 21.11. (heidi.puikko@yrittajat.fi)

Yritystalo Evald, pohjakerroksen kokoustila

Ristirannankatu 1, Kokkola

Verkostoituminen ja monialaiset innovaatiot nuorten yrittäjien tukena Keski-Pohjanmaalla

Kiitos vastauksestasi ja aurinkoista keväänjatkoa!

1. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies

2. Ikä *

- 20
- 21 - 25
- 26 - 30
- 31 -

3. Koulutustausta *

- Peruskoulu
- Ammatillinen perustutkinto
- Lukio
- Ammattikorkeakoulututkinto
- Yliopistotutkinto
- Muu, mikä

4. Yrityksen toimiala (Toimialaluokitus 2008) *

- A Maatalous, metsätalous ja kalatalous
- B Kaivostoiminta ja louhinta
- C Teollisuus
- D Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto, jäähdytysliiketoiminta
- E Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto, jätehuolto ja muu ympäristön puhtaanapito
- F Rakentaminen
- G Tukku- ja vähittäiskauppa; moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus
- H Kuljetus ja varastointi
- I Majoitus- ja ravitsemistoiminta
- J Informaatio ja viestintä
- K Rahoitus- ja vakuutustoiminta
- L Kiinteistöalan toiminta
- M Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta
- N Hallinto- ja tukipalvelutoiminta
- O Julkinen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus
- P Koulutus
- Q Terveys- ja sosiaalipalvelut

9. Mikä on ollut yrittäjäurasi lähtökohta? *

- Uusi yritys
- Yritysosto
- Sukupolvenvaihdos
- Muu, mikä

10. Kuinka tärkeänä koet seuraavat asiat yrityksesi toiminnan kannalta? (1 = todella tärkeänä, 5 = en koe tärkeäksi) *

	1	2	3	4	5
Yhteistyö alueen yritysten kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkostoituminen alueen yritysten kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteistyö muiden suomalaisten yritysten kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkostoituminen muiden suomalaisten yritysten kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteistyö kansainvälisten yritysten kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkostoituminen kansainvälisten yritysten kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Toimin tällä hetkellä yhteistyössä muiden yrittäjien kanssa *

- Kyllä. Yhteistyön luonne:
- Ei

12. Yritykseni on tällä hetkellä osa yritysverkostoa *

- Kyllä. Verkoston luonne:
- Ei

13. Minkälaisesta yhteistyöstä olisit kiinnostunut / uskot olevan yrityksellesi hyötyä? (Valitse enintään kolme tärkeintä yhteistyömuotoa) *

- Markkinointiyhteistyö
- Hankintayhteistyö
- Palvelu ja/tai tuotantoyhteistyö
- Tutkimus- ja tuotekehitysyhteistyö (T&K)
- Kansainvälistymisyhteistyö
- En osaa sanoa
- Muu, mikä

14. Koetko innovoinnin tärkeäksi osana yrityksesi toimintaa? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

15. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan alueen muiden yrittäjien kanssa, jotka toimivat samalla alalla? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

16. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan alueen muiden yrittäjien kanssa, jotka toimivat eri aloilla? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

17. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat samalla alalla? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

18. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan muiden suomalaisten yrittäjien kanssa, jotka toimivat eri aloilla? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

19. Olisitko kiinnostunut osallistumaan innovaatiotoimintaan kansainvälisten yritysten kanssa? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

20. Kuinka tuttua alueen yrittäjäjärjestön (Keski-Pohjanmaan Yrittäjät) toiminta on sinulle? *

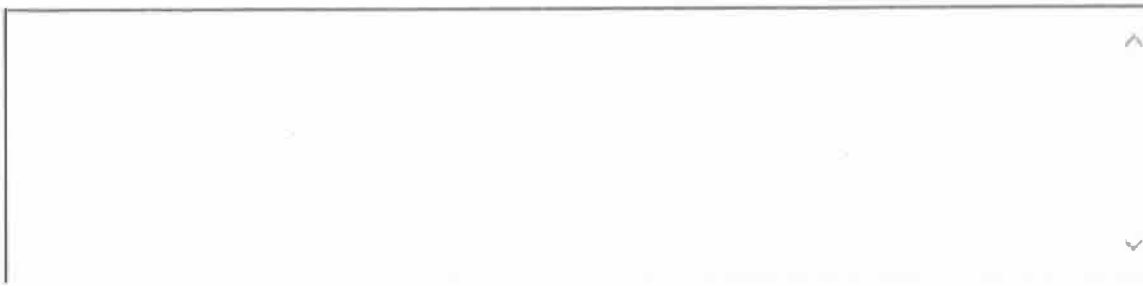
- Olen mukana yrittäjäjärjestön toiminnassa ja toiminta on minulle tuttua
- Yrittäjäjärjestön toiminta on minulle tuttua
Tiedän jotain yrittäjäjärjestön toiminnasta ja olen kiinnostunut tietämään toiminnasta enemmän. Minulle voi lähettää materiaalia yrittäjäjärjestön toiminnasta oheiseen osoitteeseen:
- En tiedä paljoakaan yrittäjäjärjestön toiminnasta
- Yrittäjäjärjestön toiminta ei ole minulle tuttua

21. Minkälaisia etuja / palveluita toivoisit yrittäjäjärjestöltä yritystoimintasi tueksi? (Valitse enintään kolme vaihtoehtoa) *

- Jäsenetuja
- Neuvontapalveluita
- Tapahtumia / luentoja
- Yhteisiä tapahtumia toisten yrittäjien kanssa
- En osaa sanoa
- Jotain muuta, mitä

22. Kehittämisehdotuksia Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorten jäsenyrittäjien toiminnan

tukemiseksi yrittäjäjärjestölle



Kutsu vastaamaan Webropol –kyselyyn

Hyvä nuori yrittäjä

Nuorten yrittäjien rooli alueen tulevaisuuden yritys- ja talouselämässä on merkittävä ja nuoret yrittäjät ovat tärkeä osa aluetta ja alueen tulevaisuutta. Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää nuorten yrittäjien kiinnostusta verkostoitumiseen, yli toimialojenkin kattavaan yhteistyöhön ja innovaatiotoimintaan. Kyselyssä kerätään tietoa myös siitä, mitä toimenpiteitä nuoret yrittäjät toivovat yrittäjäjärjestöltä yritystoimintansa tueksi.

Kysely suoritetaan Webropol -kyselynä. Vastauksenne käsitellään luottamuksellisesti ja vastausten tulokset julkaistaan ainoastaan yhteenvetomuodossa. Vastaamiseen kuluu aikaa noin 5-10 minuuttia.

Vastaaminen tapahtuu viestin alaosassa olevan linkin kautta ja vastausaikaa on 15.4.2016 saakka.

Tämä kysely on osa opinnäytetyötäni ja se on suunnattu Keski-Pohjanmaan Yrittäjien nuorille jäsenyrittäjille. Kysely suoritetaan yhteistyössä Centria-ammattikorkeakoulun kanssa.

Suuri kiitos ajastasi ja vastauksestasi. Tervetuloa tutustumaan alueelliseen nuorten yrittäjien toimintaan Facebook sivujemme kautta; Keski-Pohjanmaan Yrittäjänuoret.

Aurinkoista keväänjatkoa!

Maria Ljungberg
Tradenomi (ylempi AMK) opiskelija
Centria-ammattikorkeakoulu
maria.ljungberg@centria.fi
Puh. 050 338 1494

Mervi Järkkälä
Toimitusjohtaja
Keski-Pohjanmaan Yrittäjät
mervi.jarkkala@yrittajat.fi
puh. 0500 561 145

* Linkki kyselyyn*

<https://www.webropolsurveys.com/R/F65FD6C9C5A446A1.par>

<http://www.tilastokeskus.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/index.html>, luettu 7.2.2016

Toimialaluokitus 2008

Pääluokista tarkemmille tasoille ja luokkien määritelmiin:

<u>A</u>	<u>Maatalous, metsätalous ja kalatalous</u>	(01-03)
<u>B</u>	<u>Kaivostoiminta ja louhinta</u>	(05-09)
<u>C</u>	<u>Teollisuus</u>	(10-33)
<u>D</u>	<u>Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto, jäähdytysliiketoiminta</u>	(35)
<u>E</u>	<u>Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto, jätehuolto ja muu ympäristön puhtaanapito</u>	(36-39)
<u>F</u>	<u>Rakentaminen</u>	(41-43)
<u>G</u>	<u>Tukku- ja vähittäiskauppa; moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus</u>	(45-47)
<u>H</u>	<u>Kuljetus ja varastointi</u>	(49-53)
<u>I</u>	<u>Majoitus- ja ravitsemistoiminta</u>	(55-56)
<u>J</u>	<u>Informaatio ja viestintä</u>	(58-63)
<u>K</u>	<u>Rahoitus- ja vakuutustoiminta</u>	(64-66)
<u>L</u>	<u>Kiinteistöalan toiminta</u>	(68)
<u>M</u>	<u>Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta</u>	(69-75)
<u>N</u>	<u>Hallinto- ja tukipalvelutoiminta</u>	(77-82)
<u>O</u>	<u>Julkinen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus</u>	(84)
<u>P</u>	<u>Koulutus</u>	(85)
<u>Q</u>	<u>Terveys- ja sosiaalipalvelut</u>	(86-88)
<u>R</u>	<u>Taiteet, viihde ja virkistys</u>	(90-93)
<u>S</u>	<u>Muu palvelutoiminta</u>	(94-96)
<u>T</u>	<u>Kotitalouksien toiminta työnantajina; kotitalouksien eriyttämätön toiminta tavaroiden ja palvelujen tuottamiseksi omaan käyttöön</u>	(97-98)
<u>U</u>	<u>Kansainvälisten organisaatioiden ja toimielinten toiminta</u>	(99)
<u>X</u>	<u>Toimiala tuntematon</u>	(00)

MA 21.11.2016 - KLO 18.80
TULLIPAKKAHUONE, KOKKOLA

MINUSTAKO MIKRO?

VERKOSTOITUMISTAPAHTUMA AKTIIVISILLE:
YRITTÄJYYTTÄ SUUNNITTELEVILLE JA
YRITTÄJÄHENKISILLE NAISILLE

Ilmoittautumiset
tarjoilujen järjestämiseksi:

johanna.hylkila(at)maajakotitalousnaiset.fi /
p. 040 196 4434

TILAISUUS ON MAKSUTON!



taito
KESKI-POHJANMAA



MYYNIN
foorumi



MINUSTAKO MIKRO?

Tervetuliaismalja + musiikkia

Tervetulosanat:
Taito Keski-Pohjanmaa

Yrittäjäpuheenvuoro I:
"Palkkatyön ja yrittämisen yhdistäminen"
Riitta Huhtala, Suomen 4H-aluejohtaja ja yrittäjä

Yrittäjäpuheenvuoro II:
"Yrittäjyyden realismia"
Annika Ojatalo, ravintolayrittäjä Wanha Lyhty

Yrittäjäpuheenvuoro III:
"Luova yrittäjyys, verkostoitumisen tärkeys"
Laura Nissi, kultaseppiyrittäjä

Aloittavan yrittäjän rahoitusmahdollisuudet
Tuukka Hallila, OP Keski-Pohjanmaa

Jaloittelutauko & musiikkia

Naurujoogaa; Eva-Leena Huhtala, yrittäjä

Verkostoitumista, iltapalaa & arvontaa

Päätös sanat:
Kokkolan Yrittäjänaiset ja Keski-Pohjanmaan MKN

Musiikista vastaavat Korteesjärven Pelimannit.



MAA- JA
KOTITALOUSNAISET



YRITTÄJÄNAISET

taito

KESKI-POHJANMAA



OP Keski-Pohjanmaa

MYNNIN
LOOPI

