

Janne Tuikka

Yrittäjien verkostoituminen

Yrittäjien tyytyväisyys yrittäjäjärjestön palveluihin

Opinnäytetyö

Kevät 2019

SeAMK Liiketalous ja kulttuuri

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalous ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Liiketoiminnan kehittäminen ja johtaminen

Tekijä: Janne Tuikka

Työn nimi: Yrittäjien verkostoituminen: Yrittäjien tyytyväisyys yrittäjäjärjestön palveluihin

Ohjaaja: Petra Sippola

Vuosi: 2019

Sivumäärä: 43

Liitteiden lukumäärä:1

Yrittäjyyden ja yrittäjien asema yhteiskunnassa on merkittävä. Yrittäjälle verkostoituminen on tärkeää, sekä yrityksen että oman itsensä hyvinvoinnin kannalta. Yksi yrittäjän verkostoitumisen muotoja on jäsenyys yrittäjäjärjestöissä. Opinnäytetyön teoriaviitekehys koostui yrittäjyydestä, yksinyrittäjyydestä sekä verkostoitumisesta. Teoriaosuudessa käsitellään myös itsensä työllistämistä ja pakkoyrittäjyyttä sekä erityisesti yrittäjän verkostoitumista.

Opinnäytetyön empiirisessä osuudessa tutkittiin yrittäjien verkostoitumista sekä heidän tyytyväisyyttään yrittäjäjärjestön tarjoamiin palveluihin. Myös yrittäjien sekä yksinyrittäjien vastausten eroavaisuuksia tutkittiin. Työn yhtenä hypoteesina oli ajatus, että yksinyrittäjälle verkostoituminen on suurempi syy yrittäjäjärjestön jäsenyyteen.

Työ tehtiin Seinäjoen Yrittäjien toimeksiantona, tarkoituksena selvittää järjestön jäsenten kokemuksia järjestön tärkeimmistä tehtävistä, viestinnästä, tapahtumista ja eduista sekä selvittää jäsenten yleinen tyytyväisyys järjestöön. Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä, ja aineisto kerättiin internetkyselyllä, joka lähetettiin Seinäjoen Yrittäjien jäsenille.

Tutkimuksen tuloksista selviää, että jäsenet ovat kokonaisuudessaan tyytyväisiä Seinäjoen Yrittäjien tarjoamiin palveluihin. Tuloksista käy ilmi myös, että jäsenet pitivät verkostoitumista merkittävänä syynä jäsenyydelle. Yllättävää tuloksissa on, että sekä yrittäjien ja yksinyrittäjien mielestä verkostoituminen on yhtä tärkeä syy jäsenyydelle järjestössä. Tutkimukseen tuli myös paljon avoimia vastauksia sekä ehdotuksia, mikä kertoo jäsenien kiinnostuksesta toiminnan kehittämistä kohtaan.

Avainsanat: yrittäjyys, yksinyrittäjä, verkostoituminen, yrittäjäjärjestö

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Business Management

Specialisation: Management and Business Development

Author: Janne Tuikka

Title of thesis: The networking of entrepreneurs: The satisfaction of entrepreneurs with the services of an association of entrepreneurs

Supervisor: Petra Sippola

Year: _____ Number of pages: 43 Number of appendices: 1

Entrepreneurship and entrepreneurs hold a significant position in society. For entrepreneurs, networking is important, not only for the wellbeing of the company, but for themselves, also. One of the ways entrepreneurs network is through associations of entrepreneurs. The framework of the theoretical framework of the thesis consists of entrepreneurship, solo entrepreneurship, and networking. The theoretical section also deals with self-employment, necessity entrepreneurship, and, in particular, the networking of entrepreneurs.

The empirical section of the thesis studied the networking of entrepreneurs and their satisfaction with the services provided by an association of entrepreneurs. The differences in the answers given by entrepreneurs and solo entrepreneurs were also investigated. The hypothesis was that networking would be a more important reason for solo entrepreneurs to join an association for entrepreneurs than for other categories of entrepreneurs.

The thesis was made as a commission for Seinäjoen Yrittäjät, a local association of entrepreneurs. The purpose of the commission was to examine the experiences of the members with the key mission, communication, events, and benefits of the association, and their overall satisfaction with the association. The study was conducted through a quantitative research method, in which the data was collected through an online survey sent to the members of the association of entrepreneurs.

The results of the study suggest that the members of the association are satisfied with the services provided. The results also indicate that the members consider networking to be a significant reason for membership in the association of entrepreneurs. Contrary to the hypothesis, both entrepreneurs and solo entrepreneurs consider it equally important. The survey also gathered a large amount of open answers and suggestions, which indicates that the members have an interest in improving the operations of the association.

Keywords: entrepreneurship, solo entrepreneur, networking, association of entrepreneurs

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	1
Thesis abstract.....	2
SISÄLTÖ.....	3
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo.....	5
1 Johdanto.....	6
1.1 Opinnäytetyön tausta.....	7
1.2 Opinnäytetyön tavoitteet.....	7
1.3 Edeltävät tutkimukset.....	7
1.4 Seinäjoen Yrittäjät.....	8
1.5 Opinnäytetyön rakenne.....	9
2 Mitä yrittäjyys on?.....	11
2.1 Yrittäjyyden määritelmiä.....	11
2.2 Yksinyrittäjyys ja itsensä työllistäminen.....	13
2.3 Pakkoyrittäjyys.....	14
3 Yrittäjän verkostoituminen.....	16
3.1 Verkostoituminen yleisesti.....	16
3.2 Yksinyrittäjän verkostoituminen.....	17
3.3 Yrittäjän erilaiset verkostot.....	17
3.4 Verkostoitunut liiketoimintamalli.....	19
4 Tutkimuksen toteuttaminen.....	20
4.1 Tutkimusprosessi.....	20
4.2 Tutkimusmetodi.....	20
4.3 Kyselylomake.....	21
4.4 Tutkimustulokset.....	22
4.4.1 Ikä ja yrittäjästatus.....	22
4.4.2 Tärkeimmät tehtävät.....	23
4.4.3 Seinäjoen yrittäjien viestintä.....	24
4.4.4 Tapahtumat.....	26
4.4.5 Jäsenedut.....	28
4.4.6 Verkostoituminen.....	29

4.4.7 Jäsenyys.....	31
5 Johtopäätökset.....	34
LÄHTEET	36
LIITTEET	38

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Kauanko olet toiminut yrittäjänä? (N=91)	22
Kuvio 2. Oletko yksinyrittäjä? (N=91)	23
Kuvio 3. Seinäjoen Yrittäjien tärkeimmät tehtävät. (N=91)	24
Kuvio 4. Mielikuvat Seinäjoen yrittäjien viestinnästä. (N=91)	25
Kuvio 5. Tyytyväisyys viestintäkanaviin. (N=91)	25
Kuvio 6. Osallistuminen Seinäjoen Yrittäjien tapahtumiin. (N=91)	26
Kuvio 7. Tapahtuma-arvostelujen keskiarvo.	27
Kuvio 8. Jäsenetujen käyttäminen. (N=91)	28
Kuvio 9. Mitä etuja olet käyttänyt? (N=91)	29
Kuvio 10. Verkostoituminen. (N=91)	30
Kuvio 11. Tärkeimmät syyt jäsenyyteen.....	31
Kuvio 12. Arvosanojen jakautuminen. (N=91).....	32

1 Johdanto

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys on koostunut yrittäjyydestä, yksinyrittäjyydestä sekä verkostoitumisesta. Tutkimuksessa on myös peilattu eroavaisuuksia yksinyrittäjien sekä muiden yrittäjien välillä. Hypoteesina on ollut, että verkostoituminen muiden yrittäjien kanssa on yksinyrittäjille suurempi syy yrittäjäjärjestön jäsenyyteen, kun verrataan muihin yrittäjiin.

Tutkimuksen päätavoitteena on ollut saada selville yhdistyksen jäsenten tyytyväisyys yhdistyksen toimintaan sekä löytää keinoja kehittää järjestön toimintaa niin viestinnän, verkostoitumisen, järjestön tarjoaminen etujen kuin tapahtumien sisälönkin suhteen.

Tutkimuksessa on tutkittu myös yksinyrittäjien ja yrittäjien eroavaisuuksia, sekä heidän mielipiteitään ja tarpeitaan yrittäjäjärjestön jäsenyydelle. Tällaista tutkimusta yksinyrittäjien ja yrittäjien mielipiteiden eroista liittyen yrittäjäjärjestön palveluihin ei ole tehty aiemmin.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on ollut Suomen Yrittäjien paikallisjärjestö Seinäjoen Yrittäjät ja heidän edustajaan työn odotuksien määrittelyssä sekä kysymystenasetelussa on toiminut Seinäjoen Yrittäjien järjestökoordinaattori Kaisa Metsänranta. Toimeksiantopyynnön Seinäjoen Ammattikorkeakoululle on esittänyt yhdistyksen varapuheenjohtaja Tero Luoma.

Opinnäytetyön empiirisenä osuutena on ollut jäsenkyselyn toteuttaminen Seinäjoen Yrittäjien jäsenistölle. Seinäjoen Yrittäjät on Suomen Yrittäjien paikallisjärjestö, johon kuuluu noin 1400 yrittäjää. Sen päätehtävänä on edistää yrittäjyyttä, tervettä kilpailua sekä helpottaa jäseniensä verkostoitumista. Seinäjoen Yrittäjien tarpeena on ollut saada tietoa jäsenten mielipiteistä, tavoitteena tarjota parempia palveluita.

Kysely on suoritettu Webropol -kyselynä Seinäjoen Yrittäjien jäsenille syksyllä 2018 ja kyselyyn on tullut vastauksia 91 kappaletta. Kyselyn linkin jäsenille on lähettänyt Seinäjoen Yrittäjien järjestökoordinaattori. Kyselyn vastausprosentiksi on muodostunut n. 6,5%.

Jäsenkyselyn tulokset on luovutettu Seinäjoen Yrittäjille lokakuussa 2018.

1.1 Opinnäytetyön tausta

Verkostoituminen on yritystoiminnan kannattavuuden kannalta kriittistä toimintaa ja sen tutkiminen Seinäjoen Yrittäjien toimeksiannon mukaan on muodostunut tämän opinnäytetyön pääsisällöksi. Seinäjoen Yrittäjät tarvitsee tietoa jäseniensä näkemyksistä mm. viestinnästä, yleisestä toiminnasta, heidän tapahtumistaan sekä eduistaan.

Verkostoituminen ja yrittäjyys työn teoriaviitekehyksinä ovat täydentäneet opinnäytetyöstä kokonaisuuden, joka on luonut mielenkiintoisen ja haasteellisen tutkimuksen liiketalouden opintojen päätteeksi.

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteisiin ovat kuuluneet toimeksiantajan tavoitteet, eli saada lisää tietoa Seinäjoen Yrittäjien jäsenten mielipiteistä mm. viestinnästä, tapahtumista sekä jäseneduista. Näiden mielipiteiden pohjalta Seinäjoen Yrittäjien tarjoamien palveluiden laatua kehitetään.

Tutkimuksen tavoitteet eli tutkimuskysymykset ovat olleet seuraavat: mitä mieltä Seinäjoen Yrittäjien jäsenet ovat järjestön tällä hetkellä tarjoamasta viestinnästä, sen järjestämisestä tapahtumista ja järjestön tarjoamista paikallisista jäseneduista? Sekä miten yksinyrittäjien ja yrittäjien mielipiteet eroavat toisistaan?

1.3 Edeltävät tutkimukset

Suomen Yrittäjien vuonna 2016 tekemässä yksinyrittäjäkyselyssä on tutkittu jonkin verran yksinyrittäjien verkostoitumista. Sen mukaan vain 12% yksinyrittäjistä ei ole verkostoitunut kenenkään toisen yrityksen kanssa. Sen sijaan jopa 23% on verkostoitunut useamman kuin neljän yhteistyöyrityksen kanssa.

Tilastokeskuksen julkaisema, Anna Pärnäsen ja Hanna Sutelan (2013) tekemä tutkimus Itsensätyöllistäjät Suomessa 2013 kertoo paljon itsensä työllistäjistä, mutta

heidän verkostoitumisestaan tutkimus ei kerro juurikaan. Itsensä työllistäjien joukkoa tutkimus kuvaa neljänä eri ryhmänä, joita ovat yksinyrittäjät, ammatinharjoittajat, freelancerit ja apurahan saajat. Tutkimus on jättänyt ryhmästä pois maatalousyrittäjät.

Myös yksinyrittäjien työhyvinvoinnista on tehty useita tutkimuksia mm. Anne Jortikan (2015) pro gradu -tutkielma Yksinyrittäjien Työhyvinvointi sekä Annika Kartanon (2018) opinnäytetyö Seinäjoen Ammattikorkeakoulusta Miten yksinyrittäjät voivat? - Tutkimus Etelä-Pohjanmaan ja Pohjanmaan alueen yksinyrittäjien työoloista ja työhyvinvoinnista. Näiden tutkimusten pääsisältö on kuitenkin hyvinvoinnissa, vaikkakin teoriaosuuksissa on muutamia mielenkiintoisia havaintoja myös yksinyrittäjyydestä.

Sonja Hussan ja Reetta Pajalan (2013) opinnäytetyö Yrittäjyhdistyksen Jäsenyyttä ja imago Vaasan Ammattikorkeakoulusta tutki Oulaisten Yrittäjät ry:n jäsenten tyytyväisyyttä. Tutkimuksen lähtökohta ja tavoite oli hyvin samansuuntainen oman tutkimukseni kanssa mutta teoriaviitekehys hyvin erilainen.

1.4 Seinäjoen Yrittäjät

Seinäjoen Yrittäjät Ry on yksi Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien paikallisjärjestöistä. Yhdistyksen jäsenmäärä noin 1400 yrittäjää. Aluejärjestö Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät kuuluu puolestaan Suomen Yrittäjiin. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjissä on 6000 jäsentä 30 paikallisyhdistyksessä. Pääjärjestö Suomen Yrittäjiin kuuluu yli 115 000 jäsenyri-tystä.

Yhdistyksen puheenjohtajana toimii tällä hetkellä Ossi Viljanen. Yhdistyksen perustehtävä eli missio on

”Seinäjoen Yrittäjät on jäsenistöä tukeva, vahva paikallinen vaikuttaja. Se on jäsenyritysten suunnitelmallinen ja johdonmukainen toiminta- edellytysten luoja edistäen yrittäjyyttä, tervettä kilpailua ja yritysten välistä verkostoitumista. Lisäksi se on kahdensuuntainen viestiväylä päätäjiin ja sidosryhmiin.” (Seinäjoen Yrittäjät 2017.)

Suomen Yrittäjät toimii kolmiportaisesti, pääjärjestön eli Suomen Yrittäjien hoitaessa yhteiskuntavaikuttamisen, aluejärjestöjen kuten Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät hoitaessa alueellisen vaikuttamisen ja paikallisjärjestön kuten Seinäjoen Yrittäjät hoitaessa paikallisen vaikuttamisen. Yrittäjäjärjestön jäsen saa käyttöönsä myös kaikkien kolmen portaan edut ja palvelut. (Suomen Yrittäjät 2019.)

Seinäjoen Yrittäjien tarjoamiin jäsenetuihin kuuluu mm. kauppojen ja liikkeiden tuote-etuja, kulttuuri ja tapahtumapalvelujen tarjoamia lippualennuksia, hotellien ja ravintoloiden prosenttialennuksia sekä terveys-, hyvinvointi- ja liikuntapalveluiden tarjoamia etuja. Seinäjoen Yrittäjät vuokraa jäsenilleen myös jäsenetuna mökkiä Rukalla.

Seinäjoen yrittäjät järjestää vuodessa kymmeniä tapahtumia jäsenilleen. Seinäjoen yrittäjien järjestämiin tapahtumiin kuuluvat mm. yrittäjyyden pikatreffit, asuntosijoitusillat, yrittäjän päivät sekä vuosittainen perhepäivä, johon osallistuvat yrittäjät sekä heidän perheensä. Näistä tapahtumista eniten kävijöitä jäsenistä keräävät kerran vuodessa järjestettävät yrittäjien perhepäivä sekä lokakuussa järjestettävä Oktoberfest.

1.5 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö alkaa johdannolla, jossa kerrotaan opinnäytetyön taustaa, tavoitteita ja työhön liittyviä edellisiä tutkimuksia. Johdannossa esitellään myös Seinäjoen Yrittäjät ja kerrotaan hieman sen toiminnasta ja sen tarjoamista tapahtumista, eduista ja palveluista. Opinnäytetyön teoriaviitekehys esitellään seuraavissa luvuissa.

Luku kaksi kertoo yrittäjyydestä yleisesti sekä yksin yrittämisestä ja itsensä työllistämistä tarkemmin. Luvussa tutustaan myös paremmin yksinyrittäjiin ja itsensä työllistäjiin ryhmänä. Tässä teorialuvussa käsitellään myös niin kutsuttua pakkoyrittäjyyttä.

Luku kolme kertoo verkostoitumisesta yleisesti sekä yrittäjän verkostoitumisesta sekä yrittäjän erilaisista verkostoista. Luvussa kerrotaan myös yksinyrittäjän verkostoitumisen erityispiirteistä.

Neljännessä luvussa käydään läpi tutkimuksen toteutus ja tutkimusmenetelmät sekä tutkimustulokset. Opinnäytetyön johtopäätökset löytyvät luvusta viisi.

2 Mitä yrittäjyys on?

2.1 Yrittäjyyden määritelmiä

Sanan yrittäjyys alkuperä on ranskankielisessä sanassa "entrependre", joka voidaan suomentaa hankkeeseen ryhtymiseksi. Siitä johdettu sana "entrepreneur" sai lopullisen merkityksensä vuonna 1800 ranskalaiselta ekonomistilta Jean-Babtiste Say:lta. Vaikkakin nykyään käytössä myös englannin kielessä, vielä 1800-luvun englannin kielessä käytettiin yrittäjästä usein myös sanaa "adventurer" eli seikkailija. Amerikkalainen ekonomisti William Baumol onkin kuvaillut yrittäjää "yksilöksi, joka uskaltaa lähteä seikkailuun jahtaamaan ekonomisia aarteita." (Carlen, 2016, 1.)

Tämän lisäksi yrittäjyyden määritelmiä löytyy monenlaisia. Yrittäjyyden määritelmäksi esimerkiksi Toivola (2005, 24) tarjoaa väitöskirjassaan seuraavaa: "Yrittäjä etsii aktiivisesti uusia rahanhankkimismahdollisuuksia, organisoii ja kehittää yritystään sekä toimii luovana innovaattorina."

Opas Yrittäjyyteen 2015 (11) määrittelee yrittäjän henkilöksi, joka joko yksin tai yhdessä toisten kanssa harjoittaa liiketoimintaa yrityksessä, tavoitteena tuottaa voittoa. Oppaan mukaan toimintaan liittyy aina myös riskin ottaminen.

Cuervo ym. (2007, 2) kuvaavat yrittäjää seuraavasti: yrittäjä löytää ja hyväksikäyttää mahdollisuuksia. On uuden luoja, joka käynnistää muutoksen ja motivoi sitä. Yrittäjän käyttäytymistä he kuvaavat näin: yrittäjä hyväksyy riskejä, käyttää intuitiota, on valpas ja tutkii uusia mahdollisuuksia. Yrittäjä on edelläkävijä, tunnistaa yritysmahdollisuudet ja pystyy luomaan uusia yrityksiä.

Yrittäjyyden käsitteen monimuotoisuuteen ja vaikeaselkoisuuteen Shane ja Venkataraman (2000, 218) ovat lähteneet luomaan käsitteellistä viitekehystä, joka helpottaisi yrittäjyyden määrittelyä ja tutkimusta. He ovat päätyneet luomaan nelikohtaisen näkemyksen, joista ensimmäisen kohdan mukaan yrittäjyysmahdollisuudet eivät ole jakaantuneet tasaisesti, joten yrittäjyshalukkuuden ei voi ajatella olevan peräisin pelkästään yksilön ominaisuuksista, vaan olosuhteet vaikuttavat suurella määrällä yrittäjyyden alkamiseen.

Toiseksi Shane ja Venkataraman (2000, 219) ovat väittäneet, että yrittäjyyden ei ole pakko sisältää yrityksen luomista, vaan yrittäjyyttä voi ilmetä myös nykyisen organisaation sisällä, tai jopa ilman organisaatiota. Heidän mukaansa yrittäjyyttä on myös yritysmahdollisuuksien myyminen eteenpäin. Tätä kokonaisuutta he kutsuvat myös sisäiseksi yrittäjyydeksi.

Kolmas kohta Shanen ja Venkataramanin (2000, 219) teesissä on ollut tapa, jolla he keskittyivät valtioiden luomien yrittäjyysmahdollisuuksien sijaan enemmänkin yrittäjyysmahdollisuuksien olemassaoloon, löytämiseen sekä hyödyntämiseen. Täten he ovat tutkineet enemmänkin mahdollisuuksien ja yksilöiden interaktiota yrittäjyyden alkamisessa. Neljännessä kohdassa he ovat tuoneet esiin yrityksen luomisessa ne olosuhteet, joissa yrittäjyysmahdollisuudet muuttuvat oikeiksi yrityksiksi.

Huuskonen (1992, 154) määrittelee että

”yrittäjä on henkilö, joka on samanaikaisesti A) kokonaisvastuussa hoidossaan olevasta yrityksestä B) yrityksen riskipääoman sijoittaja, C) ylimmän päätäntävällän käyttäjä ja ylin auktoriteetin lähde yrityksessä. Yrittäjyys puolestaan tarkoittaa yrittäjänä toimimista em. kriteerien mukaan.”

Yrittäjyydestä puhuttaessa tulee muistaa mainita paremmin tunnetun ulkoisen yrittäjyyden lisäksi myös jo edellä mainittu käsite sisäinen yrittäjyys. Tämä tarkoittaa Huuskosen (1992, 41) mukaan sitä, kun yksilö osoittaa aloitteellisuutta ja vastuunottoa myös työnantajan palveluksessa. Hänen mukaansa yrittäjyyttä voi esiintyä myös muissakin ympäristöissä kuin yrityksissä.

Syitä miksi yksilö ryhtyy yrittäjyyteen, on tutkittu suureksi osaksi yksilön itsensä kautta. Silti ei ole Huuskosen (1992, 50) mukaan pystytty todistamaan, että esimerkiksi persoonallisuus pystyisi määrittelemään tuleeko ihmisestä yrittäjä. Hänen mukaansa ei ole pystytty kehittämään yhtäkään psykologista mittaria, joka erottaisi yrittäjät muista ihmisistä.

Huuskosen (1992, 50) mukaan selitystä, että yrittäjyyskäyttäytyminen johtuisi ihmisen kulttuuri- tai sosiaaliryhmästä ei ole pystytty osoittamaan. Hän kirjoittaa miten

myöskään yksilön kuuluminen tiettyyn yrittäjyyttä kannustavaan sosiaaliseen yhteysverkkoon ei selitä asiaa ja ihmettelee, miksi kaikki siihen verkkoon kuuluvat ihmiset eivät tee samaa päätöstä yrittäjäksi ryhtymisestä.

2.2 Yksinyrittäjyys ja itsensä työllistäminen

Yksinyrittäjä on tietenkin myös yrittäjä mutta sen lisäksi henkilö, joka työllistää yrityksellään ainoastaan itsensä. Useimmiten yksinyrittäjä työskentelee toiminimellä tai ammatinharjoittajana. Yksinyrittäjä voi olla myös yksityinen elinkeinonharjoittaja tai freelancer. Suomen Yrittäjien jäsenistä yksinyrittäjiä on 55%. (Suomen Yrittäjät 2016.)

Yksinyrittäjistä suurin osa, eli 69% on sijoittunut Suomen Yrittäjien (2016) tekemän Yksinyrittäjät 2016 -kyselyn mukaan palvelualalle. Yksinyrittäjistä päätoimisia on 85% ja osa-aikaisia 15%.

Janne Arolan ja likka Hackmanin (2016, 21) kirjassa Väliin pudotetut puhutaan itsensä työllistäjistä lähes synonyyminä yksinyrittäjän kanssa. Itsensä työllistäjistä suurin osa löytyy heidän mukaansa perinteisistä ammattiryhmistä kuten rakennustyöntekijät, palvelutyöntekijät sekä parturit.

Yksinyrittäjien määrästä on olemassa erilaisia arvioita, mutta Tilastokeskuksen julkaisema, Anna Pärnäsen ja Hanna Sutelan (2013) tutkimus Itsensä työllistäjät Suomessa 2013 on arvioinut, että vuonna 2013 Suomessa oli noin 152 000 itsensä työllistäjää.

Kirjassaan "Yksin työskentelevän opas" Torppa (2013, 12–13) mainitsee yksin työskentelevän usein mieltävän itsensä ennen kaikkea omaa työtään tekeväksi ammatilaiseksi. Monille ammattikunnille, kuten lääkäri, arkkitehti, sähkömies tai putkimies yksin työskentely on Torpan mukaan aina ollut ilmiselvä vaihtoehto ja he ovat aina tienneet että "yksin pärjää, kun on kunnollinen ammattitaito ja hyvät verkostot".

Yksinyrittäjyyteen lähtevät usein myös sellaisten alojen edustajat, joille työpaikkoja ei juurikaan ole tarjolla. Yksi tällainen ala on käsityöala. (Torppa 2013, 13.)

Vaikka niitäkin löytyy, jotka pitävät itsensä työllistämistä arvossaan ja tietävät oman ammattitaitonsa, monet työntekijät kokevat kuitenkin työkokemuksen yhtiössä usein sopivammaksi ansioluetteloon kuin työskentelyn oman itsensä alaisena. (Torppa 2013, 14.)

Yksin työskentelevien määräksi Torppa (2013, 15) mainitsee jopa 600 000. Työ ja elinkeinoministeriön luku on 143 000. Torppa kuitenkin esittää, että suurin osan itsensä työllistävästä ei kuulu yrittäjäjärjestöihin. Suomen Yrittäjien mukaan yksinyrittäjiä on ollut vuonna 2019 172 000. Mikäli Torpan näkemys pitää paikkansa, suuri osa itsensä työllistävästä eivät koe tarpeelliseksi yrittäjäjärjestöön kuulumista vaan he kokevat pystyvänsä verkostoitumaan parhaiten omien kontaktiensa kautta.

2.3 Pakkoyrittäjäisyys

Paljon näkyvyyttä mediassa on saanut myös ns. pakkoyrittäjäisyys. Tällöin työntekijä ulkoistetaan yrityksestä tekemään samaa työtä kuin aiemminkin, mutta yrittäjänä, joka myy palvelun alkuperäiselle yritykselle. Tilastokeskuksen julkaiseman, Pärnäsén ja Sutelan (2014) tutkimuksen mukaan noin 14% itsensä työllistäjistä ovat yrittäjiä vasten tahtaan.

Julkisuudessa pakkoyrittäjäisyys on esitetty usein tilanteena, jossa työntekijä irtisanoetaan ja hän alkaa tekemään samaa työtä, mutta yrittäjästatuksella, tällaisessa tilanteessa on ollut kuitenkin vain alle 4% itsensä työllistäjistä (Arola & Hackman 2016, 94–95.)

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestön SAK:n mukaan tämä luku on kuitenkin huomattavasti suurempi, sen mukaan vain 40% itsensä työllistäjistä ovat yrittäjiä omasta tahdostaan. Ongelmallista pakkoyrittäjäisyys on SAK:n mukaan varsinkin viranomaisten kanssa toimiessa, tällä hetkellä laki ja viranomaiset eivät tunne muita määritelmiä kuin palkansaaja ja yrittäjä. (SAK, 2017.)

Yleisessä keskustelussa on ollut myös huhtikuussa 2016 työministeri Lindströmin suunnitelmassa ollut ansiosidonnaisen työttömyysturvan muuttaminen starttirahaksi. Tämä tulisi huomattavasti lisäämään itsensä työllistäjien määrää Suomessa. (Arola & Hackman 2016, 56.)

Jenni Kantola (2014) kuvaa väitöskirjassaan pakkoyrittäjyyttä itse yrittäjän näkökulmasta. Tutkimuksessa on tutkittu 16 itsensä pakkoyrittäjiksi yrittäjyyden alussa itsensä kokenutta yrittäjää. Tutkimuksen tuloksista selviää, että pakkoyrittäjyydestä johtuva pettymys heijastuu koko kokemukseen yrittäjyydestä. Pakosta yrittäjäksi lähtenyt tuntee itsensä ulkopuoliseksi sekä suhteessa palkansaajiin, että muihin yrittäjiin. (Kantola, 2014, 113.)

3 Yrittäjän verkostoituminen

3.1 Verkostoituminen yleisesti

Verkoston määritelmä on Toivolan (2005, 25) teoksen ”Yrittäjyys verkostotaloudessa: Yksin tekemisestä verkostomaiseen toimintaan” mukaan kahden tai useamman organisaation välinen, pitkäaikainen yhteistyösuhde.

Hakanen ym. (2007, 44–45) esittävät verkostoitumisen prosessiksi, jossa yhteistyössä toimivien yritysten tiedot, osaaminen sekä arvot yhdistyvät toiminnaksi, joka tuottaa lisäarvoa. Heidän mukaansa verkoston jäsenenä kaikki osapuolet saavat kehitettyä osaamistaan ja kumppanuus on myös strategista ja siitä on hyötyä myös tulevaisuudessa.

Mikkola ja Tervonen (2017, 10) uskovat verkostojen olevan ”avain menestykseen ja hyvinvointiin”. He suosittelevat verkostoitumiseksi mm. verkostoitumistapahtumia. He muistuttavat myös, että tärkeintä verkostoitumisessa on aina kuitenkin yksilön oma-aloitteisuus. Tutustuaksesi ihmisiin ja luodaksesi verkostoja, sinun täytyy olla aktiivisesti näkyvillä, osallistua tapahtumiin sekä osallistua keskusteluihin, myös sosiaalisessa mediassa.

Mikkola ja Tervonen (2017, 11) myös muistuttavat, että verkostoitumisessa on tärkeää myös vastavuoroisuus, apua saa, kun sitä tarjoaa myös muille. He kehottavat ihmistä olemaan verkostoituessa oma, aito itsensä.

Toivola (2005, 57) esittää verkostoyhteistyön vaiheiksi seuraavat: Käynnistys ja keiluvaiheessa kartoitetaan kriittiset resurssit sekä rakennetaan yhteisiä toimintatapoja. Monipuolisessa vaihdanta yhteistyössä luottamus ja maine ovat keskeisiä. Kumppanuusvaiheessa tärkeää on tiivis vuorovaikutus sekä syventynyt integraatio.

3.2 Yksinyrittäjän verkostoituminen

Verkostoituminen on tärkeää jokaiselle yrittäjälle, mutta yksinyrittäjälle verkostot ovat usein vielä tärkeämpiä, siitä yksinkertaisesta syystä, että heiltä puuttuvat työtoverit.

Yksinyrittäjä on myös yksin vastuussa asiakkaiden hankinnasta, yhteistyökumppaneiden löytämisestä, alihankkijoiden kilpailuttamisesta ja vastaavista toiminnoista. Työntekijänä saattaa olla vastuussa joistakin, mutta hyvin harvoin kaikista edellä mainituista. Yksin työskentelevälle verkostoituminen on tutkimukseni hypoteesin mukaan tärkeämpi syy yrittäjäjärjestön jäsenyyteen kuin muille yrittäjille.

Määritelmä ”yksin työskentelevä”, on Torpan (2013, 78) mielestä myös hieman harhaanjohtava, sillä tämäkin henkilö työskentelee kuitenkin verkostoissa. Nämä verkostot, joita häneltä löytyy, ovat myös suuri osa hänen kompetenssiaan eli ammatitaitoaan. Torppa (s. 79) esittää myös, että yksin työskentelevälle verkostot ovat loistava ja usein jopa ainut tapa saada palautetta työstään.

Toivola (2005, 67) mainitsee verkostojen keskeisiksi hyödyiksi pienille yrityksille mm. seuraavia asioita: Verkostojen avulla yrittäjä voi paremmin keskittyä keskeisiin toimintoihin ja parantaa kilpailukykyään. Verkostojen avulla uusi yritys voi kasvaa helpommin. Hänen mukaansa verkostot myös lisäävät yrittäjän tiedonhankintamahdollisuuksia.

3.3 Yrittäjän erilaiset verkostot

Yrittäjän verkostot voidaan jakaa Työterveyslaitoksen julkaiseman, Bergbomin ja Airilän (2018, 6–7) kirjoittaman Verkostot pienyrittäjän tukena - oppaan mukaan kolmeen erilliseen ryhmään, joita ovat liiketoiminnan ydinverkostot, hyvinvointia tukevat verkostot sekä muut yrittäjän yhteistyökumppanit.

Verkostot voidaan Toivolan (2005, 52) mukaan jakaa moneen tyyppiin, jollaisia ovat mm. sosiaaliset suhteet, strategisuus sekä rakenteelliset linkit. Seuraavassa kuvassa näkyy myös monia muita yrittäjän verkostoja.



Kuva 1. Yrittäjän erilaiset verkostot.
(Bergbom & Airila 2018, 11)

Ibarra ja Hunter (2007) ovat tuoneet esiin verkostoitumisen kolme tasoa, joilla yrityksen johtajat toimivat. Nämä ovat operatiivinen, henkilökohtainen sekä strateginen taso. Monesti johtajat, jotka kokevat olevansa hyviä verkostoitumisessa, ovat oikeasti toimineet vain kahden ensimmäiseksi mainitun verkostoitumisen saralla. Strateginen verkostoituminen sen sijaan jää vähemmälle ja se koetaan vaikeaksi.

Ibarra ja Hunter (2007) ovat myös kuvailleet näitä verkostoitumisen kolmea tasoa seuraavasti: Operatiivisen verkostoitumisen tarkoitus on saada työ tehdyksi tehokkaasti ja se suoritetaan usein työpaikan sisällä. Verkostoitumisen henkilöt ovat selkeät, ja jakautuvat usein tehtävän ja aseman mukaan.

Henkilökohtaisen verkostoitumisen tarkoitus taas on parantaa omaa kehitystä, sekä ammatillista että sosiaalista. Tällöin kerätään kontakteja ja tietoa, joka auttaa tulevaisuudessa ja se tehdään työpaikan ulkopuolella ja vapaa-ajalla. Henkilöt ja heidän asemansa ovat vähemmän selkeitä ja heidän oleellisuutensa ei ole aina selvää. (Ibarra & Hunter, 2017)

Strategisen verkostoitumisen päätarkoitus on löytää tulevaisuuden tärkeät asiat ja haasteet sekä vakuuttaa yhtiön omistajat niiden tarpeellisuudesta. Verkostoituminen voi tapahtua sekä työpaikalla että sen ulkopuolella ja sen henkilöt ovat usein myös johtavassa asemassa. (Ibarra & Hunter, 2017)

3.4 Verkostoitunut liiketoimintamalli

Verkostoitumisen määritelmä verkostoituneessa liiketoimintamallissa on Tsuparin, Siston, Godenhjelmin, Oksasen ja Urrilan (2004, 16) mukaan seuraavanlainen:

”Verkostoituminen on prosessi, jossa yhteistyöyritysten tieto, osaaminen ja arvot yhdistetään lisäarvo synnyttäväksi toiminnaksi.”

Verkostoituneen toiminnan peruspiirteiksi Tsupari ja muut (2004, 16) kertovat tavoitteellisuuden, pitkäaikaisuuden, jatkuvuuden ja säännöllisyyden. Sen tulee heidän mukaansa sisältää yhteistyötä ydinprosesseissa kuten tuotannossa, tutkimuksessa tai myynnissä ja markkinoinnissa. Toiminnan tulee olla myös vuorovaikutteista ja luottamuksellista. Lopuksi he lisäävät, että toiminnan tulee olla myös molempien osaamista kehittävää, strategista kumppanuutta.

4 Tutkimuksen toteuttaminen

4.1 Tutkimusprosessi

Tutkimus on suoritettu anonyyminä kyselynä syksyllä 2018. Kysely on suoritettu verkossa käyttäen Webropol – sovellusta. Kyselyn linkki on lähetetty kaikille Seinäjoen Yrittäjien jäsenille sähköpostilla, jonka on lähettänyt Seinäjoen Yrittäjien järjestökoordinaattori. Kyselyyn on ollut vastausaikaa yhteensä 2 viikkoa, jonka aikana on lähetty vielä yksi muistutus sähköposti.

Kaiken kaikkiaan vastauksia kyselyyn on tullut yhteensä 91 kappaletta, joka on noin 6,5% Seinäjoen Yrittäjien jäsenistä.

Tutkimuksen kyselylomake löytyy kohdassa liite1.

4.2 Tutkimusmetodi

Kyselyssä on käytetty pääasiassa kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää, vaikkakin joissain kysymyksissä on ollut mahdollisuus myös avoimiin vastauksiin, joita on myös tullut merkittävä määrä. Näiden tulkinnassa on käytetty myös kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta.

Tutkimuksen tutkimusmenetelmänä on käytetty kyselyä, jonka avulla tutkimuksen aineisto on kerätty. Kysely on suoritettu verkkokyselyinä käyttäen Webropol alustaa. Kysely on valittu tutkimusmenetelmäksi sen helppouden ja kattavuuden vuoksi, sillä tarkoituksena on ollut saada selville ison joukon mielipide.

Kyselyn huono puoli on ollut yleisesti se, että vastaaja saattaa täyttää sen ns. puolihuolimattomasti, miettimättä vastauksiaan tarkemmin. Kyselyä laatiessa pitääkin yrittää pitää mielessä kyselyn vastaaja ja tehdä kyselystä tiivis ja kattava paketti, joka pitää vastaajan mielenkiinnon yllä koko kyselyn ajan. Tärkeää on myös käyttää aikaa kysymysten mietintään ja muotoiluun, että vastaaja varmasti ymmärtää mitä häneltä kysytään. Kun kysely on hyvin rakennettu tämä lisää kyselyn luotettavuutta.

Tämän tutkimuksen kyselyn monessa kysymyksessä on käytetty neljää vastausvaihtoehtoa, kahta samanmielisyyttä ilmaisevaa ja kahta erimielisyyttä ilmaisevaa, tämä on laittanut vastaajaan tilanteeseen, jossa hänen on täytynyt ottaa kantaa suuntaan tai toiseen.

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, eli määrällinen tutkimus tutkii asioita numeerisesti. Sen avulla voidaan saada vastauksia kysymyksiin: Mikä? Montako? Kuinka usein? Vastauksiksi saadaan lukuja ja prosenttilukuja, joita tutkimalla selvitetään asioiden suhteita toisiinsa nähden. Tulosten havainnointi tapahtuu usein kuvioiden ja taulukoiden avulla. (Heikkilä 2014, 16–17)

Aineiston keruu tapahtuu monesti standardoiduilla tutkimuslomakkeilla, jotka sisältävät valmiit vaihtoehdot vastauksille. Tutkimuksen otoksen koon on oltava edustava määrä tutkittavasta asiasta. Tutkimuksen data hankitaan joko itse tai käytetään muiden keräämiä tilastoja. Oman aineiston kerääminen on normaali tapa empiirisessä tutkimuksessa. Silloin päätetään myös mikä on paras tapa tiedonkeräämiseen. (Heikkilä 2014, 18–19)

4.3 Kyselylomake

Tutkimuksen kyselylomake on sisältänyt yhteensä 17 kysymyskohtaa, joista moni on pitänyt sisällään kuitenkin useamman kysymyksen. Kyselyn mielipidettä mittaavissa kysymyksissä on käytetty neljää vastausvaihtoehtoa, jotka ovat samaa mieltä, hieman samaa mieltä, hieman eri mieltä ja eri mieltä. Tällä tavalla vastaaja on joutunut ottamaan kantaa jompaankumpaan suuntaan.

Tuloksissa samaa mieltä ja hieman samaa mieltä vastaukset on ryhmitetty joissain kohdissa samaa mieltä olevien kokonaisuudeksi ja eri mieltä ja hieman eri mieltä olevat vastaukset eri mieltä olevien kokonaisuudeksi.

Kyselyn alussa ovat olleet perustiedot, joita ovat ikä sekä yrittäjyyden kesto. Samassa osiossa on kysytty myös, onko yrittäjä yksinyrittäjä. Tämä on mahdollistanut vertailun yksinyrittäjien ja yrittäjien välillä.

Kyselylomake on ollut jaoteltuna aihepiireittäin. Kyselyn aihepiirejä ovat olleet Seinäjoen Yrittäjien tärkeimmät tehtävät, Seinäjoen Yrittäjien viestintä, Seinäjoen Yrittäjien järjestämät tapahtumat, Seinäjoen Yrittäjien jäsenedut sekä verkostoituminen. Lopussa on kysytty vielä jäsenyyteen liittyviä kysymyksiä, joita ovat syyt jäsenyyteen, suositteletko jäsenyyttä ja perinteinen kouluarvosana Seinäjoen Yrittäjille. Kyselylomakkeessa on ollut monissa kohdin myös mahdollisuus antaa avoimia vastauksia.

4.4 Tutkimustulokset

4.4.1 Ikä ja yrittäjästatus

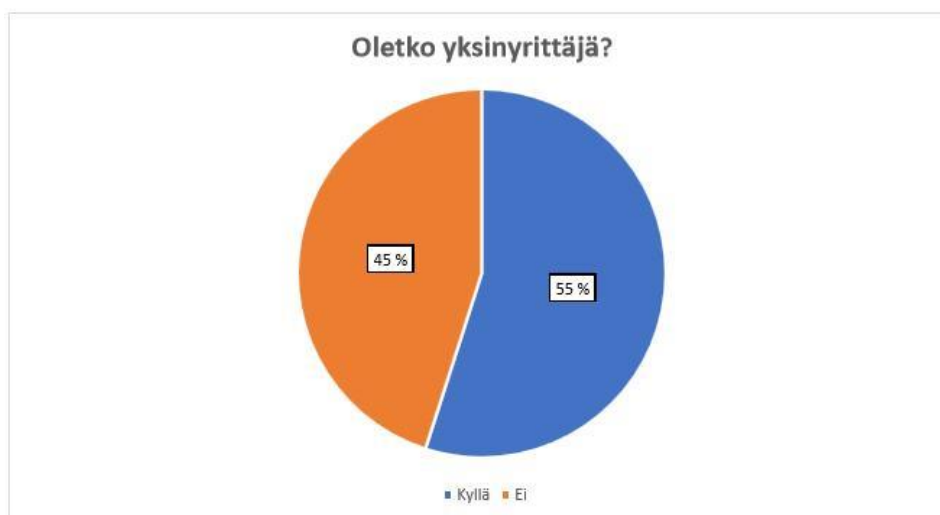
Tutkimukseen on vastannut 91 henkilöä. Jokainen vastaaja on vastannut myös jokaiseen kysymykseen eli tutkimuksen N=91.

Kaikkien tutkimukseen vastanneiden keski-ikä on ollut 52 vuotta ja yli puolet eli 51% on toiminut yrittäjänä yli 15 vuotta, kuten selviää myös alla olevasta kuviosta. Pelkästään yksinyrittäjien keski-ikä sen sijaan on ollut 49 vuotta ja yli 15 vuotta yrittäjinä toimineita on ollut lähes 54%.



Kuvio 1. Kauanko olet toiminut yrittäjänä? (N=91)

Yksinyrittäjiä vastaajista on ollut 55% ja muita yrittäjiä 45%, kuten seuraava kuviokin kertoo.



Kuvio 2. Oletko yksinyrittäjä? (N=91)

4.4.2 Tärkeimmät tehtävät

Seinäjoen Yrittäjien tärkeimmiksi tehtäviksi jäsenet ovat nostaneet verkostoitumisen edistämisen, jonka roolista yhtenä tärkeimpänä tehtävänä 69% on ollut samaa mieltä sekä 30% hieman samaa mieltä, kokonaisprosentin noustessa 99%:iin sekä yrittäjien näkemysten esiin nostamisen julkisuudessa, jonka vastaavat luvut olivat 74% ja 24% eli yhteensä 98%. Yrittäjien ja julkisen sektorin yhteistyön edistämisestä tärkeimpänä tehtävänä samaa mieltä on ollut 64% ja hieman samaa mieltä 34%, samaa mieltä olevien kokonaisprosentin ollessa myös 98%.

Sen sijaan vähiten tärkeäksi jäsenet ovat kokeneet tapahtumien järjestämisen sekä jäsenetujen tarjoamisen, joista aiemman väittämän kanssa vain 41% oli samaa mieltä ja 47% hieman samaa mieltä ja jälkimmäisen väittämän kanssa jäsenistä 54% on ollut samaa mieltä ja 38% hieman samaa mieltä. Tässä kohtaa yksinyrittäjien ajatukset kuitenkin ovat eronneet muiden yrittäjien näkemyksistä, sillä yksinyrittäjistä näistäkin kahdesta samaa mieltä tai hieman samaa mieltä on ollut 96%.

Kaiken kaikkiaan jäsenet ovat pitäneet kuitenkin kaikkia kohtia suurimmaksi osaksi tärkeinä. Seuraavasta kuviosta voi tarkastella edellä mainittuja vastauksia tarkemmin.



Kuvio 3. Seinäjoen Yrittäjien tärkeimmät tehtävät. (N=91)

4.4.3 Seinäjoen yrittäjien viestintä

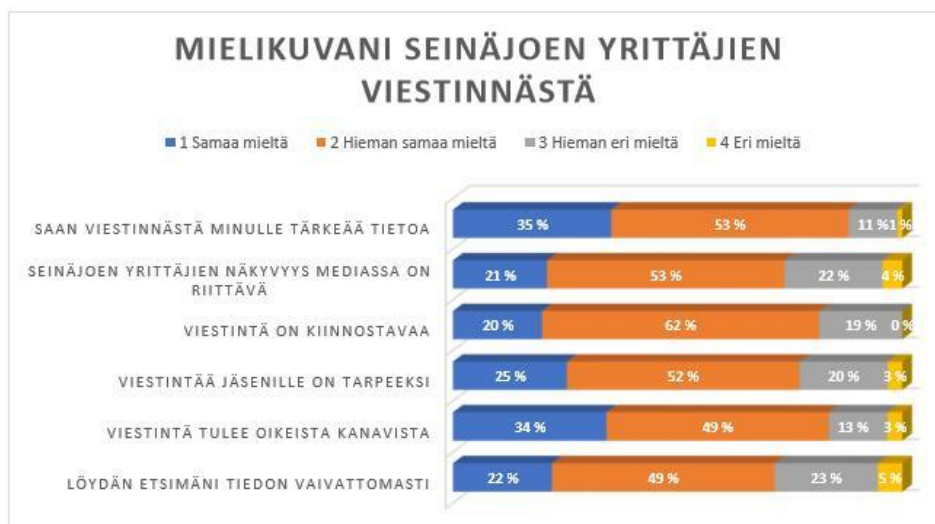
Siirryttäessä kysymyksiin Seinäjoen Yrittäjien viestinnästä, ovat yksinyrittäjät ryhmänä olleet useammin tyytyväisiä viestinnän tasoon.

Viestinnästä tärkeää tietoa on kokenut saavansa koko jäsenistöstä yhteensä 88%, tähän lukuun on laskettu väittämän kanssa samaa mieltä ja hieman samaa mieltä olleet. Yksinyrittäjien vastaava luku on ollut 94% ja muiden yrittäjien 80%.

Seinäjoen yrittäjien näkyvyyteen mediassa on ollut tyytyväisiä vain 73%. Tästä asiasta kaikki ovat olleet yksimielisiä. Viestinnän kiinnostavaksi on kokenut 81% kaikista vastaajista, kun taas yksinyrittäjillä luku on ollut 88%.

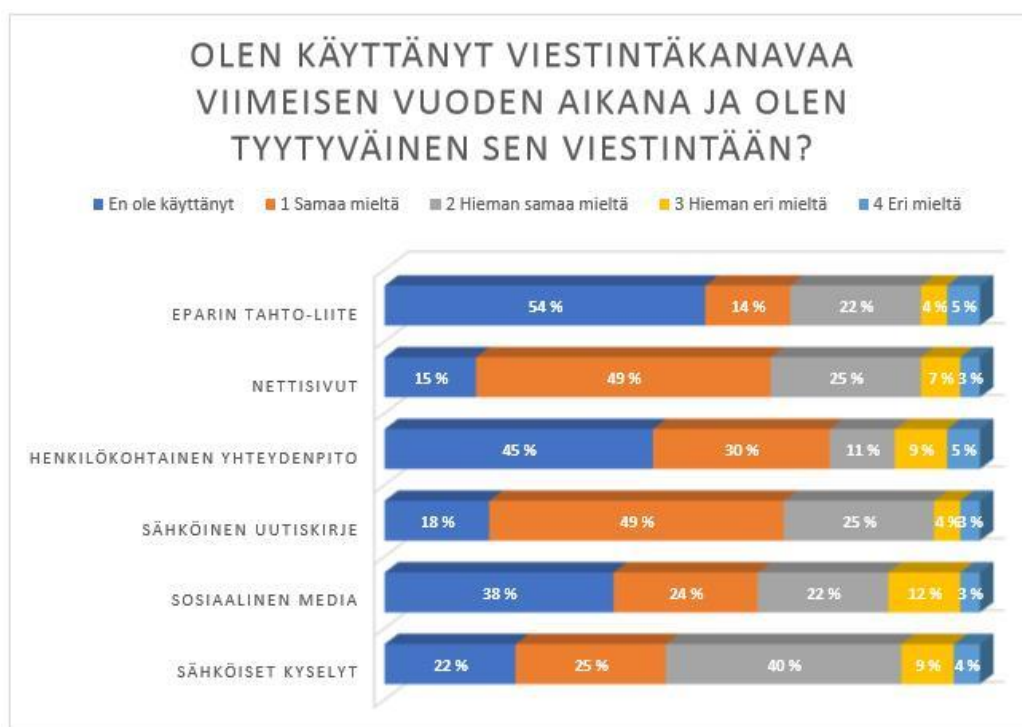
Viestintää tarpeeksi on kokenut saavansa 77% vastaajista, tämän luvun ollessa erityisen pieni yrittäjillä, 66% ja yksinyrittäjillä vastaava luku on ollut 86%. Viestinnän on kokenut tulevan oikeista kanavista 84% jäsenistä. Tiedon löytyminen vaivattomasti on ollut vastaajista helpompaa yksinyrittäjillä joista 80% on kokenut löytävänsä tarvitsevansa tiedon vaivattomasti, yrittäjien vastaavan luvun ollessa 61%.

Seuraavassa kuviossa voidaan nähdä yrittäjien mielikuvat viestinnästä.



Kuvio 4. Mielikuvat Seinäjoen yrittäjien viestinnästä. (N=91)

Seinäjoen Yrittäjien viestintäkanavista käytetyimpiä ovat olleet nettisivut, sekä sähköinen uutiskirje, joihin on ollut tyytyväisiä 74% jäsenistä. Vähiten käytettyjä on ollut Epari -lehden mukana tuleva Tahto -liite, sekä sosiaalinen media, joita ei ollut käyttänyt viimeisen vuoden aikana 54% ja 38% vastaajista. Tämä käy ilmi myös seuraavasta kuviosta.

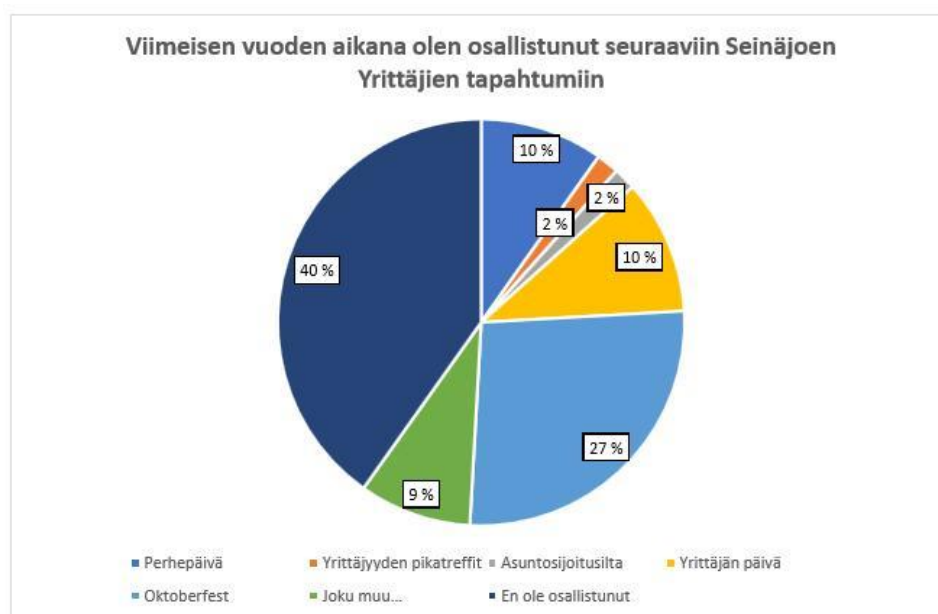


Kuvio 5. Tyytyväisyys viestintäkanaviin. (N=91)

4.4.4 Tapahtumat

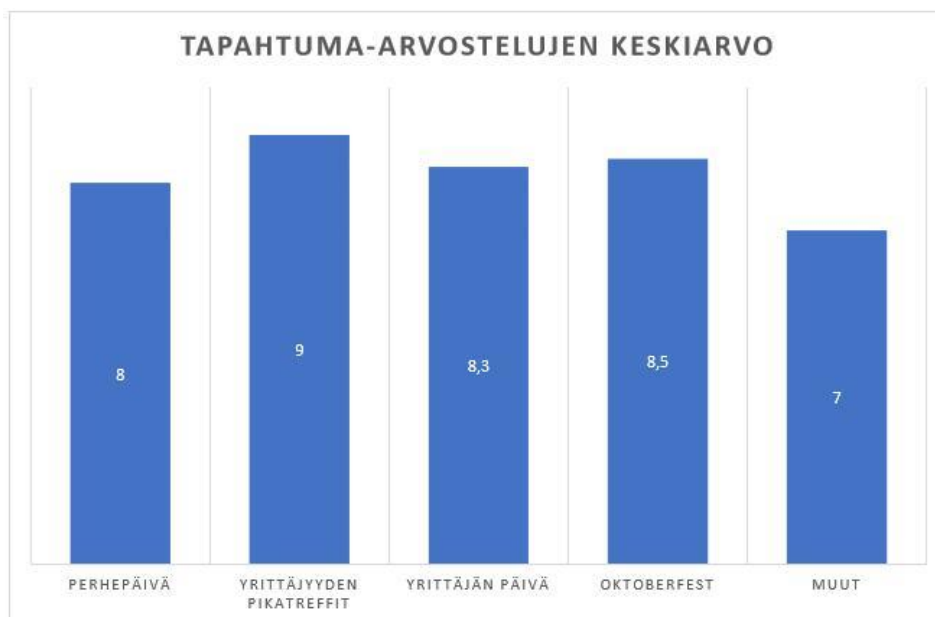
Seinäjoen Yrittäjien järjestämiin tapahtumiin on osallistunut 60% jäsenistä. Osallistumattomuus on ollut hieman vähäisempää yksinyrittäjien joukosta, joka jo edellisessä kysymyksissä on suhtautunut positiivisemmin Seinäjoen Yrittäjien tapahtumiin.

Seuraavassa kuviossa vastaukset graafisessa muodossa.



Kuvio 6. Osallistuminen Seinäjoen Yrittäjien tapahtumiin. (N=91)

Tapahtumista parhaimmat arvostukset ovat saaneet yrittäjyyden pikatreffit sekä yrittäjien Oktoberfest. Yrittäjyyden pikatreffit on saanut keskiarvoksi 9 ja Oktoberfest 8,5 kuten käy ilmi seuraavasta kuviosta.



Kuvio 7. Tapahtuma-arvostelujen keskiarvo.

Kyselyssä on kysytty myös, miksi jäsen ei olet osallistunut tapahtumiin ja suurimmaksi syyksi osoittautui ajan puute, jonka on kertonut syyksi 44% jäsenistä, 27% ei olleet kiinnostuneita tapahtumien sisällöstä ja 29% ei olleet osallistunut tapahtumiin muista syistä.

Muiden syiden kärjessä on ollut aikataulujen sovittaminen, joka voidaan laskea myös ajan puutteeksi. Kaksi jäsentä on ilmoittanut syyksi rehellisesti laiskuuden. Yksittäisiä vastauksia on tullut myös tiedottamisen puutteelle sekä sille, että työ vie pois paikkakunnalta, eikä mahdollista osallistumista. Yksi jäsen on myös kokenut, että tapahtumat eivät sovi aloittelevalla yrittäjällä.

Kysymykseen siitä, millaisia tapahtumia jäsenet toivoisivat Seinäjoen Yrittäjien järjestävän, on tullut suuri määrä avoimia vastauksia. Koontina vastauksista on voinut poimia muutaman usein esille tulevan pääkohdan. Eräs jäsen on todennut Seinäjoella olevan jo suuren määrän hyviä tapahtumia ja hän onkin toivonut Seinäjoen Yrittäjien tarjoavan ennemminkin vapaalippuja olemassa oleviin tapahtumiin kuin järjestämään omia.

Muutama jäsen on toivonut erityisesti toimialakohtaisia tapahtumia. Tapahtumilta on toivottu myös enemmän vapaamuotoisuutta. Myös verkostoitumistilaisuuksia on toivottu järjestettäväksi enemmän. Tarvetta on ilmennyt myös koulutustapahtumille,

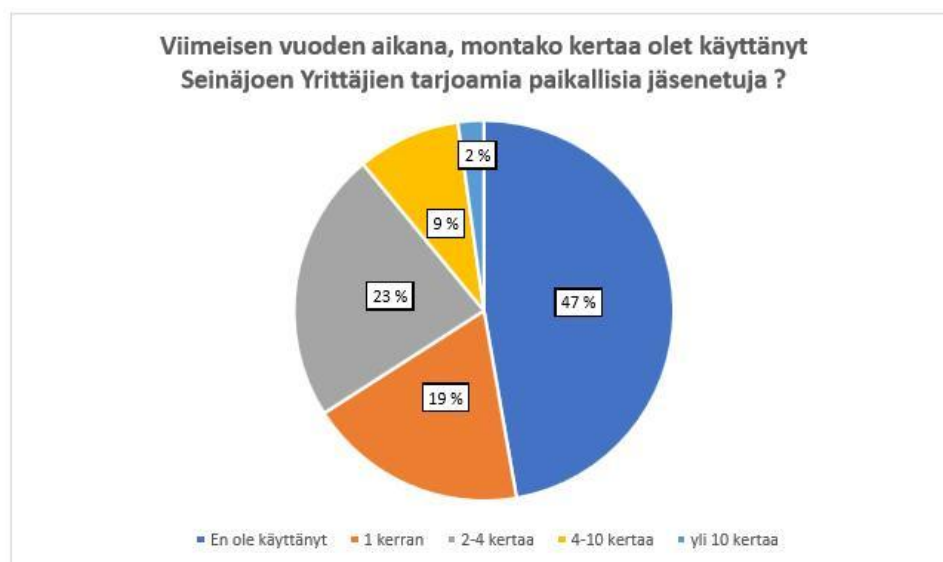
joiden on toivottu olevan kovan luokan ammattilaisten pitämiä. Yksi jäsen on kokenut osallistumiskynnyksen tapahtumiin korkeaksi ja on toivonut ns. matalan kynnyksen tapahtumia. Yksi jäsen on toivonut tapahtumia, joihin myös yrittäjän puoliso voisi osallistua.

Yksinyrittäjien vastauksissa on korostunut nimenomaan yrittämiseen liittyvien tapahtumien kaipuu. Myös koulutukset ja seminaarit ovat olleet korkealla yksinyrittäjien toivelistalla.

4.4.5 Jäsenedut

Jäsenetuihin ja niiden käyttöön Seinäjoen Yrittäjien jäsenet ovat suhtautuneet jakautuneesti. Lähes puolet eli 47% jäsenistä ei ole käyttänyt ainoatakaan jäsenetua viimeisen vuoden aikana. Jäsenetuja ahkerasti eli yli 10 kertaa käyttäneitä on löytynyt vain 2% jäsenistä.

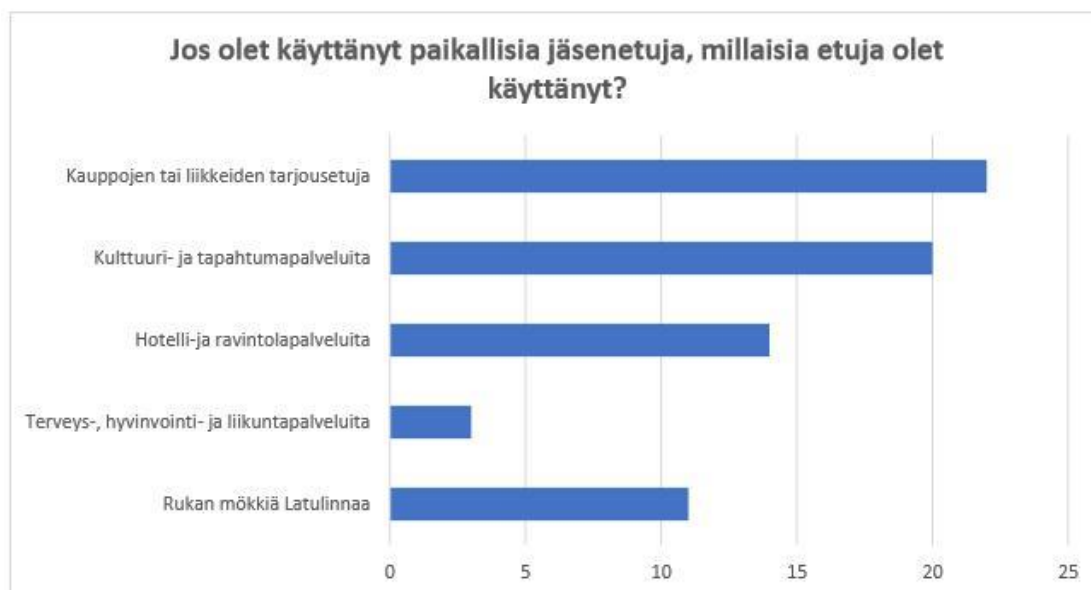
Yksinyrittäjät ovat käyttäneet jäsenetuja aktiivisemmin kuin muu ryhmä, sillä yksinyrittäjistä 56% on käyttänyt vähintään yhtä jäsenetua viimeisen vuoden aikana. Jäsenetujen käytöstä kertoo lisää seuraava kuvio.



Kuvio 8. Jäsenetujen käyttäminen. (N=91)

Jäseneduista eniten käytettyjä ovat olleet kauppojen tai liikkeiden tarjoukset sekä kulttuuri ja tapahtumapalvelut. Vähiten jäsenet ovat käyttäneet jäsenetuja terveys-, hyvinvointi- ja liikuntapalveluihin.

Yksinyrittäjät ovat käyttäneet hotelli- ja ravintolapalveluita merkittävästi enemmän kuin yrittäjät keskimäärin, myös Rukan mökin käyttäjistä lähes 80% on ollut yksinyrittäjiä. Kuvio 9 kertoo lisää jäsenetujen käytön kohdistumisesta.



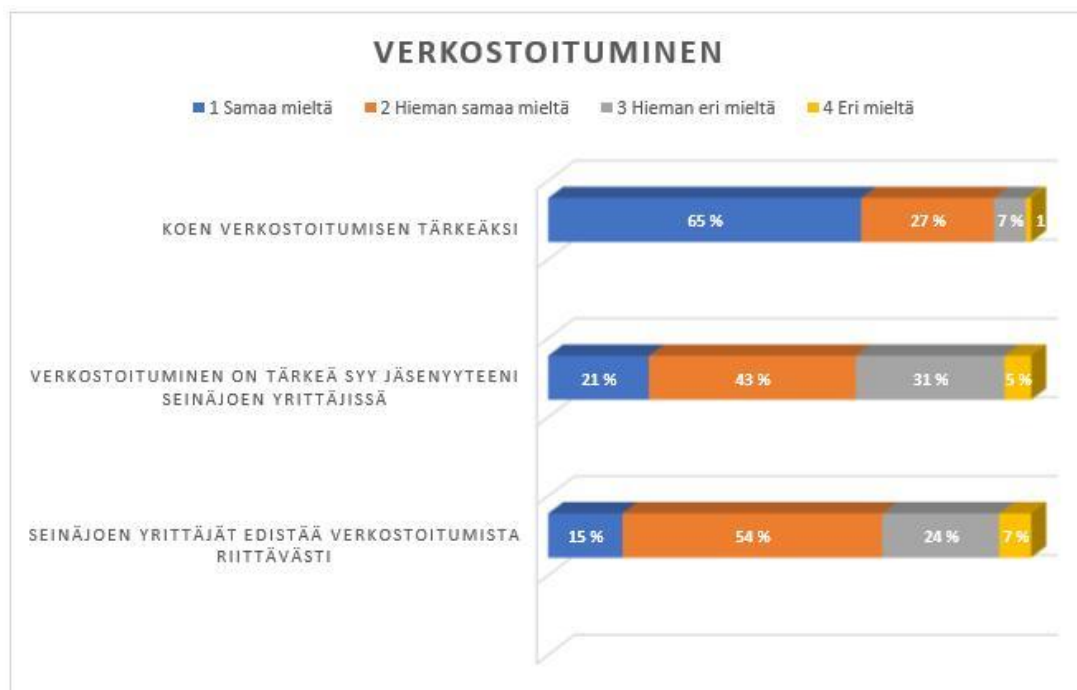
Kuvio 9. Mitä etuja olet käyttänyt? (N=91)

4.4.6 Verkostoituminen

Jäsenet ovat kokeneet verkostoitumisen tärkeäksi, sillä vain 8% on ollut asiasta eri mieltä. Verkostoituminen ei kuitenkaan ole ollut tärkeä syy jäsenyydelle 36 %:lla vastaajista. 31% jäsenistä ei ole kokenut Seinäjoen Yrittäjien edistävän verkostoitumista riittävästi.

Odotuksien vastaisesti yksinyrittäjien ja muiden yrittäjien ajatukset verkostoitumisesta eivät ole juurikaan eronneet toisistaan. Ja vieläpä niin, että se pieni ero joka vastauksista on löytynyt, kertoo, että yksinyrittäjät ovat kokeneet verkostoitumisen vähemmän tärkeäksi ja verkostoituminen ei ole ollut heille yhtä suuri syy jäsenyyteen kuin muilla yrittäjillä.

Yksinyrittäjät ovat kuitenkin olleet useammin sitä mieltä, että Seinäjoen Yrittäjät on edistänyt verkostoitumista riittävästi, sillä 78% on ollut joko samaa mieltä tai hieman samaa mieltä. Muilla yrittäjillä vastaava luku on ollut 56%.



Kuvio 10. Verkostoituminen. (N=91)

Jäsenistä vain 37% on kokenut kasvattaneensa verkostojaan Seinäjoen Yrittäjien avulla. Siitä 63%:sta, joka ei ole kokenut kasvattaneensa verkostojaan, osa on ilmoittanut syyksi mm. seuraavaa: moni ei ole osallistunut toimintaan ja ei siitä syystä ole kokenut kasvattaneensa verkostojaan. Tässäkin kysymyksessä yksinyrittäjistä pienempi osa on kokenut kasvattaneensa verkostojaan Seinäjoen Yrittäjien avulla kuin muista yrittäjistä lukujen ollessa 36% ja 39%.

Jonkin verran on löytynyt myös jäseniä, jotka ovat kokeneet verkostonsa riittäviksi, eivätkä he ole kokeneet tarvetta enemmälle verkostoitumiselle. Kritiikkiä on tullut hieman myös Seinäjoen Yrittäjille, sille muutamasta vastauksesta on ilmennyt jäsenten näkemys verkostoitumismahdollisuuksien puutteesta järjestön sisällä.

Yksi jäsen on kokenut myös koko verkostoitumisbuumin menneen yli ja muistuttaa että yrittäjän pitää tehdä muutakin kuin vain verkostoutua.

4.4.7 Jäsenyys

Kysyttäessä kolmea tärkeintä syytä jäsenyyteen Seinäjoen Yrittäjissä kärkeen on noussut kokemus siitä, että jäsenyys vahvistaa asemaa yrittäjänä, tämän on kokenut yhdeksi kolmesta tärkeimmästä syystä 73% jäsenistä, toisena on tullut yhteisöllisyys ja verkostoituminen 59% ja kolmantena fakta, että kun liittyy Suomen Yrittäjiin, täytyy liittyä myös paikallisjärjestöön. Jokin muu vastauksien kärjessä on ollut edunvalvonta, joka kuitenkin kuuluu enemmän juuri Suomen Yrittäjien toimenkuvaan.

Tässä kysymyksessä yksinyrittäjien ja muiden yrittäjien erot ovat olleet jälleen merkittäviä. Yksinyrittäjät ovat kokeneet jäsenedut ja tapahtumat huomattavasti tärkeimpinä syinä jäsenyyteen kuin muut yrittäjät. Sen sijaan yhteisöllisyys ja verkostoituminen on ollut kummallekin ryhmälle yhtä tärkeää. Seuraavassa kuviossa näet koko ryhmän mielipiteet graafisessa muodossa.

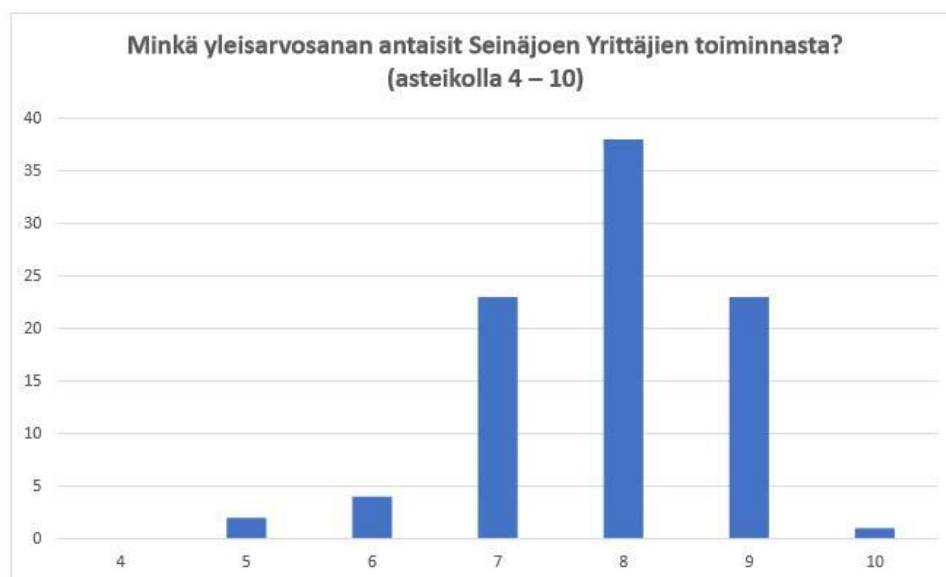


Kuvio 11. Tärkeimmät syyt jäsenyyteen.

Kyselyn viimeiset kysymykset ennen avoimia ehdotuksia ja palautetta ovat koskeneet sitä, miten jäsenet yleisellä tasolla ovat kokeneet Seinäjoen Yrittäjien onnistuneen ja suosittelisivatko he jäsenyyttä. Jäsenyyttä muille yrittäjille suosittelisi 92% jäsenistä. 8%, jotka eivät suosittelisi jäsenyyttä, miettivät onko jäsenyydestä saatava hyöty sen hinnan arvoista.

Yksinyrittäjät olisivat suositelleet jäsenyyttä lähes poikkeuksetta sillä vain yksi yksinyrittäjä ei olisi suositellut jäsenyyttä. Muiden yrittäjien kohdalla jäsenyyttä olisi suositellut 85% jäsenistä.

Yleisarvosanojen keskiarvoksi Seinäjoen Yrittäjät on saanut 7,9 eli hyvän. Yksinyrittäjien ja muiden yrittäjien arvostamat eivät ole eronneet toisistaan. Arvosanojen jakautuminen selviää seuraavasta kuviosta.



Kuvio 12. Arvosanojen jakautuminen. (N=91)

Avoimia ehdotuksia tai palautetta kyselyyn on tullut yhteensä 26 kappaletta, joka osoittaa selvästi, että jäsenistöllä on ollut paljon sanottavaa. Näistä vastauksista palautetta on sisältänyt kahdeksan vastausta, ja niistä kolme on ollut positiivista ja viisi negatiivista palautetta.

Positiivisissa palautteissa on keuhuttu uusia puheenjohtajia ja kiitelty Seinäjoen Yrittäjiä mukavista tapahtumista. Negatiivisten palautteiden aiheena on ollut mm. järjestön hyvä veli – verkostot sekä sen sisäänpäin lämpenevä luonne. Moitetta on saanut myös Rukan mökin vuokrahinnan korotus.

Ehdotuksissa on kehoitettu mm. miettimään strategiaa tarkemmin, myös eri toimialojen yhteistyötä on toivottu. Ehdotuksissa on ollut myös toiveena vapaamuotoisempia tapahtumia yrittäjille sekä lobbauksen lisäämistä julkiseen hankintaan. Yksinyrittäjien näkyvyyden lisäämisestä on toivottu myös. Ehdotuksissa on ilmennyt myös

toive jäsenetujen paremmasta tiedottamisesta sekä muutenkin viestinnän parantamisesta jäsenistöön päin. Verkostoitumistapahtumia ja verkostoitumisen helpottamista muiden jäsenten kanssa on toivottu myös useassa palautteessa.

5 Johtopäätökset

Tutkimuksen tutkimuskysymyksiä ovat olleet seuraavat: mitä mieltä Seinäjoen Yrittäjien jäsenet ovat järjestön tällä hetkellä tarjoamasta viestinnästä, sen järjestämistä tapahtumista ja järjestön tarjoamista paikallisista jäseneduista? Sekä miten yksinyrittäjien ja yrittäjien mielipiteet eroavat toisistaan? Hypoteesi on ollut, että yksinyrittäjät kokevat verkostoitumisen tärkeämpänä syynä järjestön jäsenyyteen.

Tutkimuksen tuloksien mukaan Seinäjoen Yrittäjien jäsenet ovat kokeneet järjestön tärkeimmiksi tehtäviksi verkostoitumisen edistämisen sekä yrittäjien näkemysten nostamisen esiin julkisuudessa. Tästä voidaan päätellä, että verkostoituminen on ollut jäsenille erittäin tärkeä syy jäsenyyteen. Verkostoituminen on tuloksien mukaan ollut kuitenkin yhtä tärkeää sekä yrittäjille että yksinyrittäjille.

Seinäjoen Yrittäjien viestintä on ollut tuloksien mukaan hyvää, mutta parantamisen varaakin on löytynyt. Suuri osa vastaajista on ollut tyytyväisiä viestintään, mutta mm. Epari - lehden mukana tuleva Tahto - liite, ei ole saavuttanut jäsenistöä toiveiden mukaan. Tuloksista voidaan päätellä, että järjestön tulee panostaa viestintään ja sen toimivuuteen lisää voimavaroja, mikäli se haluaa saavuttaa koko jäsenistön.

Seinäjoen Yrittäjien tapahtumat ovat edellisen vuoden aikana saaneet osallistujaksi 60% vastaajista. Koska tapahtumia kuitenkin on ollut suuri määrä ja ne ovat olleet vaihtelevia, sekä niihin osallistuvien jäsenten mielestä mielekkäitä, voi tuloksista päätellä, että tapahtumakävijöiden määrää olisi mahdollista kasvattaa.

Jäsenedut eivät ole olleet tulosten mukaan kovinkaan suuri syy jäsenyydelle, eikä niiden käyttöasteeseen ole ollut kovin korkea. Tuloksista voidaan päätellä, että edut ovat tärkeämpiä yksinyrittäjille, mutta tieto niistä ei aina tavoita niistä mahdollisesti kiinnostuneita jäseniä.

Verkostoituminen on ollut tutkimuksen pääkohtia, ja siitä saadut tulokset kumoavat hypoteesin, jonka mukaan verkostoituminen on tärkeämpi syy jäsenyyteen yksinyrittäjille. Asia on itse asiassa päinvastoin, joskin vain vähän. Yksinyrittäjät ovat myös kokeneet, että Seinäjoen Yrittäjät edistää verkostoitumista riittävästi useammin kuin

muut yrittäjät. Tästä voidaan päätellä, että verkostoituminen on erittäin tärkeää kaikille jäsenyrittäjille.

Yllättävää tuloksissa on ollut, että vain 37% yrittäjistä on kokenut kasvattaneensa verkostojaan Seinäjoen Yrittäjien kautta. Ottaen huomioon, miten tärkeänä jäsenet ovat verkostoitumista pitäneet, vain pieni osa on kasvattanut verkostojaan järjestön kautta. Johtopäätös on, että Seinäjoen Yrittäjien pitää parantaa verkostoitumismahdollisuuksia jäsenten välillä.

Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että Seinäjoen Yrittäjien jäsenyys koetaan voimakkaasti yrittäjyyden vahvistavana tekijänä. Tutkimustuloksien mukaan 92% jäsenistä suosittelisi jäsenyyttä, tätä tulosta voidaan pitää erittäin hyvänä ja siitä voi tehdä johtopäätöksen, että jäsenet kokevat jäsenyyden tärkeänä ja tarpeellisena. Seinäjoen Yrittäjien kouluarvosanoista saatu keskiarvo 7,9 kuitenkin kertoo, että arvosanaa voi korottaa vielä hyvästä kiitettävään.

LÄHTEET

- Airila, A. & Bergbom, B. 2017. Verkostot pienyrittäjän tukena. [Verkkajulkaisu]. Työterveyslaitos. Helsinki. [Viitattu 26.3.2019]. Saatavana: [http://urn.fi/URN:ISBN%20978-952-261-751-4%20\(PDF\)](http://urn.fi/URN:ISBN%20978-952-261-751-4%20(PDF))
- Arola, J. & Hackman, I. 2016. Väliin pudotetut: Miten meistä tehtaillaan yksinyrittäjiä. Jyväskylä: Docendo.
- Carlen, J. 2016. Introduction. In A Brief History of Entrepreneurship: The Pioneers, Profiteers, and Racketeers Who Shaped Our World. New York; Chichester, West Sussex: Columbia University Press.
- Cuervo Á., Ribeiro D., Roig S. 2007. Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Berlin: Springer.
- Hakanen, M., Heinonen, U. & Sipilä, P. 2007. Verkostojen strategiat: menesty yhteistyössä. Helsinki: Edita.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Helsinki. Edita.
- Hussa, S. & Pajala, R. 2013. Yrittäjäyhdistyksen jäsenyytyväisyys ja imago: Case-Oulaisten Yrittäjät ry. [Verkkajulkaisu]. Vaasa: Vaasan ammattikorkeakoulu. Liiketalous ja matkailu. Opinnäytetyö. [Viitattu 27.3.2019]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201301231654>
- Huuskonen, V. 1992. Yrittäjäksi ryhtyminen: Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu. Turku: Turun kauppakorkeakoulu. Julkaisusarja A-2.
- Ibarra, H. & Hunter, M. 2007. How Leaders Create and Use Networks. [Verkkajulkaisu] Harvard Business Review. [Viitattu 21.4.2019] Saatavana: <https://hbr.org/2007/01/how-leaders-create-and-use-networks>
- Jortikka, A. 2015. Yksinyrittäjien työhyvinvointi. [Verkkajulkaisu]. Pori: Tampereen yliopisto. Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö. Pro gradu. [Viitattu 2.2.2019]. Saatavana: <http://tampub.uta.fi/handle/10024/97557>
- Kantola, J. 2014. Narrating coping experiences of necessity entrepreneurs. Monograph. [Verkkajulkaisu]. University of Vaasa. Acta Wasaensia. Business administration 120. Management and Organization. [Viitattu 21.4.2019]. Saatavana: https://www.univaasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-529-9.pdf
- Kartano, A. 2018. Miten yksinyrittäjät voivat?: Tutkimus Etelä-Pohjanmaan ja Pohjanmaan alueen yksinyrittäjien työoloista ja työhyvinvoinnista. [Verkkajulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri.

- Tradenomi. Liiketalous. Opinnäytetyö. [Viitattu 26.3.2019]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2018120720441>
- Mikkola, S. & Tervonen, M. 2017. EPIC: Nuoren yrittäjän käsikirja. Oulu: Luova Laboratorio.
- Pärnänen, A. & Sutela, H. 2014. Itsensätyöllistäjät Suomessa 2013. Tilastokeskus. Helsinki: Edita.
- SAK. 2017. Itsensä työllistäjät pudonneet harmaalle alueelle. [Verkojulkaisu] [Viitattu 21.4.2019]. Saatavana: <https://www.sak.fi/ajankohtaista/uutiset/itsensa-tyollistajat-pudonneet-harmaalle-alueelle>
- Seinäjoen Yrittäjät. 2017. Strategia 2015–2020. [Viitattu 7.12.2018]. Saatavana: <https://www.yrittajat.fi/etela-pohjanmaan-yrittajat/seinajoen-yrittajat/a/strategia-2015-2020-270403>
- Shane, S., & Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 218–219
- Suomen yrittäjät. 2016. Yksinyrittäjäkysely 2016. [Verkojulkaisu]. Helsinki: Suomen Yrittäjät. [Viitattu 15.2.2019]. Saatavana: https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/sy_yksinyrittajakysely_2016.pdf
- Toivola, T. 2005. Yrittäjyys verkostotaloudessa: Yksin tekemisestä verkostomaiseen toimintaan. Vaasa: Universitas Wasaensis.
- Torppa, T. 2013. Yksin työskentelevän opas. Helsinki: Talentum.
- Tsupari, P., Sisto, J., Godenhjelm, P., Oksanen, O-P & Urrila P. 2004. Yritysten liiketoimintasuhteet – Selvitys liiketoimintasuhteista ja verkostoitumisesta Suomessa. Helsinki: Tilastokeskus.

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Liite 1. Kyselylomake



Kysely Seinäjoen Yrittäjien jäsenille

Taustatiedot**1. Ikä**

_____ vuotta

2. Kauanko olet toiminut yrittäjänä? *

- Alle 2v
- 2v-5v
- 5v-15v
- Yli 15v

3. Oletko yksinyrittäjä? *

- Kyllä
- Ei

Ota kantaa väittämiin asteikolla 1 - 4.

1 - Samaa mieltä / 2 - Hieman samaa mieltä / 3 - Hieman eri mieltä / 4 - Eri mieltä

4. Seinäjoen Yrittäjien tärkeimpiin tehtäviin kuuluu *

	1 Samaa mieltä	2 Hieman samaa mieltä	3 Hieman eri mieltä	4 Eri mieltä
Yrittäjien näkemysten esiin nostaminen julkisuudessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Yrittäjien ja julkisen sektorin yhteistyön edistäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkostoitumisen edistäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terveen kilpailun edistäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vastuullisen yritystoiminnan edistäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumien järjestäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jäsenetujen tarjoaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Mielikuvani Seinäjoen Yrittäjien viestinnästä *

	1 Samaa mieltä	2 Hieman samaa mieltä	3 Hieman eri mieltä	4 Eri mieltä
Saan viestinnästä minulle tärkeää tietoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seinäjoen Yrittäjien näkyvyys mediassa on riittävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on kiinnostavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintää jäsenille on tarpeeksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä tulee oikeista kanavista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Löydän etsimäni tiedon vaihtomasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Olen käyttänyt viestintäkanavaa viimeisen vuoden aikana ja olen tyytyväinen sen viestintään? *

	En ole käyttänyt	1 Samaa mieltä	2 Hieman samaa mieltä	3 Hieman eri mieltä	4 Eri mieltä
Eparin Tahto-liite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nettisivut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökohtainen yhteydenpito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköinen uutiskirje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sosiaalinen media	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköiset kyselyt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Viimeisen vuoden aikana olen osallistunut seuraaviin Seinäjoen Yrittäjien tapahtumiin (Mikäli olet osallistunut tapahtumaan, arvioi tapahtuman onnistuminen asteikolla 4-10?) *

Perhepäivä

Yrittäjyyden pikatreffit

Asuntosijoitusilta

Yrittäjän päivä

Oktoberfest

Joku muu...

En ole osallistunut

8. Jos et ole osallistunut tapahtumiin, niin mistä syystä et?

- Aika ei riitä
- Tapahtumien sisältö ei kiinnosta

Muu, syy, mikä?

9. Millaisia tapahtumia toivoisit Seinäjoen Yrittäjien järjestävän?

10. Viimeisen vuoden aikana, montako kertaa olet käyttänyt Seinäjoen Yrittäjien tarjoamia paikallisia jäsenetuja? *

- En ole käyttänyt
- 1 kerran
- 2-4 kertaa
- 4-10 kertaa
- yli 10 kertaa

11. Jos olet käyttänyt paikallisia jäsenetuja, millaisia etuja olet käyttänyt?

- Rukan mökkiä Latulinnaa
- Terveys-, hyvinvointi- ja liikuntapalveluita
- Hotelli- ja ravintolapalveluita
- Kulttuuri- ja tapahtumapalveluita
- Kauppojen tai liikkeiden tarjousetuja

12. Olen kasvattanut verkostojani Seinäjoen Yrittäjien avulla? Jos vastaus ei, miksi? *

- Kyllä
- Ei
-

13. Verkostoituminen *

	1 Samaa mieltä	2 Hieman sama mieltä	3 Hieman eri mieltä	4 Eri mieltä
Koen verkostoitumisen tärkeäksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkostoituminen on tärkeä syy jäsenyyteeni Seinäjoen Yrittäjissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seinäjoen Yrittäjät edistää verkostoitumista riittävästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Mitkä ovat kolme (3) tärkeintä syytä jäsenyyteesi Seinäjoen Yrittäjissä? *

- Seinäjoen Yrittäjien tarjoamat jäsenedut
- Jäsenille suunnatut tapahtumat
- Yhteisöllisyys ja verkostoituminen
- Jäsenyys vahvistaa asemaani yrittäjänä
- Jäsenyys tuli Suomen Yrittäjien jäsenyyden myötä
- Jokin muu, mikä?

15. Suositteletko kokemuksesi perusteella Seinäjoen Yrittäjien jäsenyyttä. Jos et, niin mistä syystä et? *

- Kyllä
- Ei
- _____

16. Minkä yleisarvosanan antaisit Seinäjoen Yrittäjien toiminnasta? (asteikolla 4 – 10) *

- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

17. Onko sinulla palautetta tai kehitysehdotuksia Seinäjoen Yrittäjille?

Kiitos ajastasi ja mielipiteistäsi! Muistathan painaa "Lähetä" - nappia!