



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

PIENYRITTÄJÄN VERKOSTOKARTOITUS

Nais- ja miesyrittäjien verkostoissa esiintyvät yhtäläisyydet ja erot

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden ala
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Syys 2013
Tarja Salokoski

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

SALOKOSKI, TARJA:

Pienyrittäjän verkostokartoitus:
Nais- ja miesyrittäjien verkostoissa
esiintyvät yhtäläisyydet ja erot

Liiketalouden opinnäytetyö

56 sivua, 1 liitesivu

Syksy 2013

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää pienyrittäjän liiketoimintaan liittyvät verkostot yrittäjän näkökulmasta katsottuna. Tavoitteena oli lisäksi havaita ja nostaa esiin yrittäjien verkostoihin liittyviä yhtäläisyyksiä ja eroja nais- ja miesyrittäjien verkostoissa. Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Lahden ammattikorkeakoulun TKI-, KV- ja aluekehitysyksikkö POP *Pienyrittäjässä on potentiaalia* -hanke.

Tutkimuskohteena oli yhdeksän pienyrittäjää. Yrittäjät toimivat eri toimialoilla, he ovat eri-ikäisiä ja heidän yrittäjänä oloaikansa ovat eripituisia. Tutkimus hyödyttää yrittäjiä tiedostamaan heidän omat verkostonsa ja verkostojen alueellisen merkittävyyden, ja sitä kautta kehittämään ja laajentamaan niitä.

Tutkimuksen teoriaosuudessa käsitellään yrittäjyyttä ja naisyrittäjyyttä, luottamusta ja sosiaalista pääomaa, verkostosuhteita ja -strategiaa sekä verkostoista saatavaa hyötyä. Empiirisessä osuudessa näkökohtia ovat sosiaaliset verkostot, vertikaaliset verkostot, alueelliset verkostot sekä viralliset ja muut verkostot. Tutkimus toteutettiin teemahaastattelumenetelmällä.

Tutkimus osoitti, että miesyrittäjillä on enemmän sosiaalisia verkostoja kuin naisyrittäjillä. Vertikaalisia verkostoja nais- ja miesyrittäjillä on yhtä paljon. Molemmilla sukupuolilla on enemmän vertikaalisia verkostoja kuin sosiaalisia verkostoja. Naisyrittäjät toimivat naisten kanssa ja miesyrittäjät miesten kanssa. Yrittäjien alueellinen ulottuvuus näkyy yrittäjäjärjestöjen, kaupunki- ja kuntaorganisaatioiden ja alueellisten organisaatioiden, kuten oppilaitosten kautta.

Asiasanat: yrittäjä, yrittäjien verkostoituminen, naisyrittäjyys, verkosto

Lahti University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Studies

SALOKOSKI, TARJA:

Small Entrepreneur Network Mapping:
Differences and Similarities in Female
and Male Entrepreneurs Networks

Bachelor's Thesis in Business Studies 56 pages, 1 appendix

Autumn 2013

ABSTRACT

The aim of this thesis was to study the business networks of entrepreneurs from an individual's point of view. Also, the focus was to understand and highlight the differences and similarities in female and male entrepreneurs' networks. The thesis was assigned by the Lahti University of Applied Sciences regional development unit POP *Pienyrittäjässä on potentiaalia* -project.

Nine small entrepreneurs were interviewed for the study. The chosen entrepreneurs have different entrepreneur context, they operate in different business fields. The entrepreneurs are of various ages and have operated as an entrepreneur for a different length of time. The study offers knowledge on small entrepreneur networks and the importance of the regional significance in networks. It also helps the entrepreneurs to understand and develop their networks.

The theoretical part of the thesis consists of entrepreneurship, trust and social capital, female entrepreneurship, relationship network and benefits of networking to the entrepreneur.

In the empirical part of the study networks are examined by social networks, vertical networks, regional networks and formal networks. The research method was a qualitative theme interview.

The results of the study show that male entrepreneurs have more social networks than female entrepreneurs. The number of vertical networks is the same with female and male entrepreneurs. Both genders have more vertical networks than social networks. Female entrepreneurs act more with female than male entrepreneurs, and male entrepreneurs act more with male than female entrepreneurs. Regional scopes appear in co-operation with entrepreneurial associations, city and municipality organizations and professional schools.

Key words: entrepreneur, entrepreneurial networking, female entrepreneurship, network

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön taustaa	1
1.2	Opinnäytetyön tavoite, tutkimusongelmat ja rajaukset	1
1.3	Opinnäytetyön rakenne	2
2	YRITTÄJÄ JA VERKOSTOT	4
2.1	Johdatus verkostoihin	4
2.2	Mikroyritys ja Pk-yritys	6
2.3	Naisyrittäjyys	10
2.4	Yrittäjien alueellinen järjestäytyminen	11
2.5	Verkostojen välinen luottamus ja sosiaalinen pääoma	13
2.6	Verkostosuhteet ja verkostoitunut yritystoiminta	14
2.7	Verkostostrategia	17
2.8	Verkostoitumisen hyödyt ja riskit	18
2.9	Verkostojen tulevaisuudesta	20
3	VERKOSTOKARTOITUKSEN TUTKIMUSMENETELMÄ JA ANALYYSI	22
3.1	Haastattelututkimus ja – toteutus	22
3.2	Aineiston keruu ja analysointi	22
3.3	Taustakysymykset	25
3.3.1	Sukupuoli, ikä ja yrittäjänä oloaika	27
3.3.2	Koulutustausta	28
3.3.3	Motivaatio yritystoiminnan aloittamiseen	31
3.4	Sosiaaliset verkostot	32
3.5	Vertikaaliset verkostot	36
3.6	Alueelliset verkostot	39
3.7	Viralliset ja muut verkostot	41
3.8	Verkostokontaktien määrä sukupuolittain	42
3.9	Tutkimuksen luotettavuus	43
4	JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO	47
	LÄHTEET	53
	LIITTEET	57

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön taustaa

Yrittäjyys on aina ajankohtaista. Yrittäjyyteen panostetaan valtiovallan ja alueellisten kehittämisorganisaatioiden kautta. Nais- ja pienyrittäjissä on paljon käyttämättömiä potentiaaleja. Yrittäjyyttä on aikaisemmin tutkinut väitöskirjassaan Raija Leskinen (Leskinen 2011). Leskisen tutkimus (artikkelit A ja B) kuvaa yrittäjiä inhimillisinä toimijoina sekä luottamuksen ja dialogin tärkeyttä verkostoitumisprosessissa. Jyväskylän ammattikorkeakoulussa on tehty opinnäytetyö liittyen pienellä paikkakunnalla yksinyrittäjinä toimivien kotityöpalveluyrittäjien verkostoihin (Lätti 2011). Lahden ammattikorkeakoulussa on tutkittu naisyrittäjien strategista verkostoitumista naisyrittäjäjärjestön avulla (Iisalo 2012).

Opinnäytetyö liittyy POP *Pienyrittäjässä on potentiaalia* –hankkeeseen, johon osallistuin Projektinhallintakurssin puitteissa. Hanke keskittyy nais- ja miesyrittäjyyteen liittyvien haasteiden, niiden ratkaisujen sekä mikroyrittäjyyden erityiskysymysten esiin nostamiseen ja niistä tiedottamiseen. Hankkeen yhtenä tavoitteena on toteuttaa pienyrittäjän verkostokartoitus, jossa selvitetään kartoitukseen mukaan tulevien pienyrittäjien liiketoiminnallisia verkostoja. Verkostokartoituksen tarkoituksena on tuoda graafisesti esille yksin- ja pienyrittäjän vaikutuspiiri ja alueellinen ulottuvuus ja vaikuttavuus.

1.2 Opinnäytetyön tavoite, tutkimusongelmat ja rajaukset

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää yrittäjän liiketoiminnan kannalta tärkeät verkostot sekä havainnoida nais- ja miesyrittäjien verkostoihin liittyviä mahdollisia eroja ja yhtäläisyyksiä ja tuoda esiin pienyrittäjän alueellinen näkyvyys.

Tutkimus auttaa yrittäjiä tiedostamaan heidän omat verkostonsa ja verkostojen alueellisen merkittävyyden, ja sitä kautta kehittämään ja laajentamaan niitä. Tutkimusta voi käyttää mallina mahdollisille jatkotutkimuksille etenkin naisyrittäjyystutkimuksiin.

Tutkimus rajoittuu koskemaan tutkimukseen osallistuvien yrittäjien näkökulmaa oman yritystoimintansa kannalta merkityksellisiin verkostoihin. Tutkimuksessa ei pyritä löytämään syitä mahdollisesti löytyviin yhtäläisyyksiin ja eroihin.

Tutkimuksessa on yksi pääongelma ja kolme alaongelmaa:

- Tutkimuksen pääongelma on:
 - Mitkä ovat yrittäjän yritystoiminnan kannalta tärkeät verkostot?
- Alaongelmat ovat:
 - Miten naisyrittäjien ja miesyrittäjien verkostot mahdollisesti eroavat toisistaan?
 - Mitä yhtäläisyyksiä nais- ja miesyrittäjien verkostoissa on?
 - Miten nais- ja miesyrittäjien verkostot näkyvät alueellisesti?

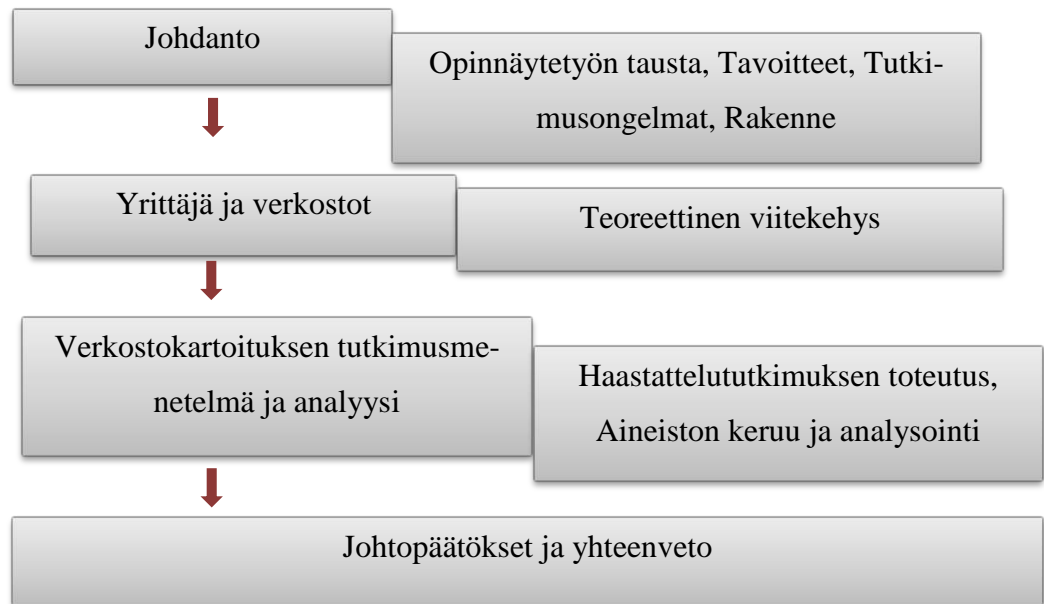
1.3 Opinnäytetyön rakenne

Tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä selvitetään empiirisen osan tekemisen avuksi kirjallisuuteen tukeutuen verkostoja käsitteenä, mikro- ja pienyrittäjyyttä, naisyrittäjyyttä, yrittäjien alueellista toimintaa, luottamuksen merkitystä verkostosuhteissa, verkostosuhteita sekä erilaista verkostotyyppistä, verkostostrategiaa ja yrityksen saamaa hyötyä verkostoitumisesta sekä tulevaisuuden verkostoja.

Tutkimuksen empiirisessä osassa selvitetään yrittäjien taustatietoja ja verkostoja. Näkökulmat ovat sosiaaliset verkostot, vertikaaliset (yhteistyö–kumppanuus), alueelliset verkostot ja viralliset sekä muut verkostot. Tutkimuksessa analysoidaan erikseen naisyrittäjien ja miesyrittäjien verkostoja ja pyritään löytämään nais- ja miesyrittäjien verkostoissa mahdollisesti esiintyviä yhtäläisyyksiä ja eroja.

Johtopäätökset ja yhteenvedoissa tutkimustulokset on koottu yhteen haastatteluteemojen mukaisesti ja tutkimusongelmakohtaisesti. Lisäksi ehdotetaan muutamaa jatkotutkimusaihetta aiheeseen liittyen.

Kuviossa 1 on opinnäytetyö kaaviokuvana.



KUVIO 1. Opinnäytetyön rakenne

2 YRITTÄJÄ JA VERKOSTOT

2.1 Johdatus verkostoihin

Kehittyviin verkostoihin pääseminen auttaa yrittäjää kehittymään ja menestymään, kun taas niiden ulkopuolelle jääminen tarkoittaa, että yrittäjä joutuu kilpailutettavien kanssa samaan joukkoon (Vesalainen 2006, 20).

Käsitteellä liiketoimintasuhde tarkoitetaan organisaatioiden välistä yhteistyösuhdetta, joka on vakiintunutta ja tavoitteellista. Partneruus on pitkäjänteistä ja luottamukseen perustuvaa yhteistyötä. (Hakanen, Heinonen & Sipilä 2007,77.)

Verkostoituminen on yhteistyötä, kun taas verkottuminen tarkoittaa tietotekniikan, tieto- ja verkkoliiketoiminnan käyttämistä yhteydenpidon välineenä. Verkottuminen on tekniikkaa, joka mahdollistaa yhteistyön ja verkostoituminen mahdollistaa sosiaalisen yhteistyön. Verkostoituminen on prosessi, jossa lisäarvo saavutetaan yhteisten arvojen, osaamisen ja yhteisen tiedon avulla. (Niemelä 2002,13; Hakanen ym. 2007, 77.)

Valkokari määrittelee liiketoimintaverkoston muodostuvan kahdesta yhteen kytkeytyvästä liiketoimintasuhteesta. Liiketoimintaverkosto on itsenäisten yritysten muodostama joukko toimijoita, joiden yhteistyön tavoitteena tulevaisuudessa on liiketoiminnallisen hyödyn tuottaminen ja saaminen. Toimijat ovat osa samaa arvontuottojärjestelmää ja heillä on liiketoimintasuhde vähintään yhden verkostoyrityksen kanssa. (Andersson, Håkanson & Johanson 1994, 229–230, Valkokarin 2009, 44 mukaan.) Verkosto on esimerkiksi yritysverkosto, myyntiverkosto tai suhdeverkosto ja se tarkoittaa useamman yrityksen tai yksilön välistä suhdetta. Verkosto on rajaton, eläen ja alati muuttuen. (Hakanen ym. 2007, 78.)

Verkko on yhteistyöryhmä, jossa on yhteiset tavoitteet ja sen toiminta suunnitellaan yhdessä. Verkko voi olla liiketoiminta- tai alihankintaverkko. (Hakanen ym. 2007, 77; Varamäki & Kohtamäki 2013, 5.)

Verkostosuhde on organisaatioiden pitkäaikaiseksi tarkoitettua yhteistyötä. Tämä yhteistyö on luottamuksellista ja se sisältää vuorovaikutuksen ja osaamisen kehittymisen. (Hakanen ym. 2007, 77.)

Verkottuminen on tiivistä verkostoitumista ja se on verkostosuhteisiin perustuva prosessi. Tässä tavoitteellisessa ja tuloshakuisessa prosessissa osapuolien arvot ja osaaminen yhdistetään lisäarvoa tuottavaksi toiminnaksi. (Hakanen ym. 2007, 77.)

Verkostojohtamisella Pirnes (2002, 8) tarkoittaa sellaista organisointi- ja johtamismallia, joiden avulla verkostoa ja verkostoja johdetaan. Alueellisessa verkostoitumisessa on mukana ammatilliset oppilaitokset ja elinkeinoelämän eri organisaatiot (Helakorpi 2005, 3).

Verkosto-osaamisen ydinkäsite on sisäisen tehokkuuden ja ulkoisen tehollisuuden johtaminen. Verkosto-osaamiseen sisältyy sekä verkostojohtamista että verkostoitumista ja verkosto-osaajat ovat tuloksentekokykyisiä henkilöitä. Prosessien uudelleen organisointi on verkosto-osaamista. Sisäiseen tehokkuuteen vaikuttaa kaikki ne tehtävät, joista aiheutuu muuttuvia tai kiinteitä kustannuksia tai ne vaikuttavat pääoman käyttöön. Ulkoinen tehollisuus on seuraus yrityksen ja sen ympäristön vuorovaikutussuhteesta. (Pirnes 2002, 8, 47, 50.)

Suomen Yrittäjien tekemän Yksinyrittäjäkyselyssä selvisi, että 55 % yksinyrittäjistä toimii verkostomaisesti oman toimialansa tai sitä täydentävien yrittäjien kanssa. Tyypillinen yhteistyökumppaneiden määrä on 2 – 3 yrittäjää. Yksi kymmenestä yrittäjästä kertoo, ettei ole yhteistyössä yhdenkään muun yrityksen tai yrittäjän kanssa kuukausittain. Lähes 10 % yksinyrittäjistä kertoo säännöllistä kuukausittaista yhteistyötä esiintyvän enemmän kuin viiden muun yrittäjän kanssa. (Yksinyrittäjäkysely 2010, 8.)

Verkostoituminen mahdollistaa yrityksen kasvun, uusien palvelujen ja tuotteiden tuottamisen ja oppimisen yhdessä muiden yrittäjien kanssa. Verkostoitunut yrittäjä viestittää toisille omaavansa motivaatiota kehittää yhteistyötä ja samalla yritykset tulevat riippuvaisemmiksi toisistaan. Verkostoitumisprosessi vaatii yrittäjältä paitsi inhimillisiä ominaisuuksia, kuten motivaatiota, sitkeyttä ja vastuunottamis-

ta, myös organisaatiollisia tapoja – keskustelua ja kuuntelua, luottamusta ja sitoutumista. (Leskinen 2011, 50.)

Verkostoitumisen tasot voidaan jaotella kolmeen eri kategoriaan:

1. Yritysten välinen

- Täysin erillisillä itsenäisillä yrityksillä on jokin yhdistävä tekijä.
- Organisaatioiden toiminnan suunnittelu ja toteuttaminen tapahtuu yhteisiin tavoitteisiin ja päämääriin pohjautuen.

2. Yritysten sisäinen

- Tavoitteena on sisäisen tiedonkulun ja yhteistoiminnan parantaminen.
- Yritykset toimivat yrityksen sisällä (tulosityksiköt, tiimit, sisäiset yrittäjät).

3. Yksilöiden välinen

- Tukihenkilöt ovat joko oman yrityksen henkilöitä tai ulkopuolisesta organisaatioista olevia.
- Yhteistyötä tekevät organisaatiot eivät koneet.

Verkostot voidaan jakaa kahteen erilaiseen verkostoon

- kommunikointiverkosto (viranomaiset, konsultit, kollegat)
- sosiaaliset verkostot voivat olla joko henkilökohtaisia verkostoja (perhe, ystävät) tai kulttuurisidonnaisia verkostoja, kuten esimerkiksi uskonnolliset kunnat. (Varamäki ym. 2013, 4.)

2.2 Mikroyritys ja Pk-yritys

Euroopan komission suosituksen mukaan (2003/361/EY) mikroyritys ja pieni ja keskisuuri (Pk) yritys määritellään henkilöstön määrän ja liikevaihdon tai taseen loppusumman perusteella.

Keskisuuren yrityksen henkilöstön määrä on alle 250 henkilöä, liikevaihto tai taseen loppusumma ei ylitä 10 miljoonaa euroa. Mikroyrityksen henkilöstön määrä

on alle 10 henkilöä, liikevaihto tai taseen loppusumma ei ylitä 2 miljoonaa euroa. (2003/361/EY, EUVL L 124, 20.5.2003).

Tilastokeskuksen (Tilastokeskus 2012a, 2) laatiman tilaston mukaan Suomessa vuonna 2011 toimi 321 607 Pk-yritystä, joista pienyrityksiä oli 319 094 kappaletta ja keskisuuria yrityksiä oli 2 513 kappaletta. Kaikista yrityksistä pienyrityksiä on siten 99 %.

TAULUKKO 1. Mikro- ja Pk-yritys (Tilastokeskus 2012b)

	Henkilöstön määrä	Liikevaihto	Taseen loppusumma
Mikroyritys	alle 10 henkeä	2 milj. €	2 milj. €
Pk-yritys	alle 250 henkeä	10 milj. €	10 milj. €

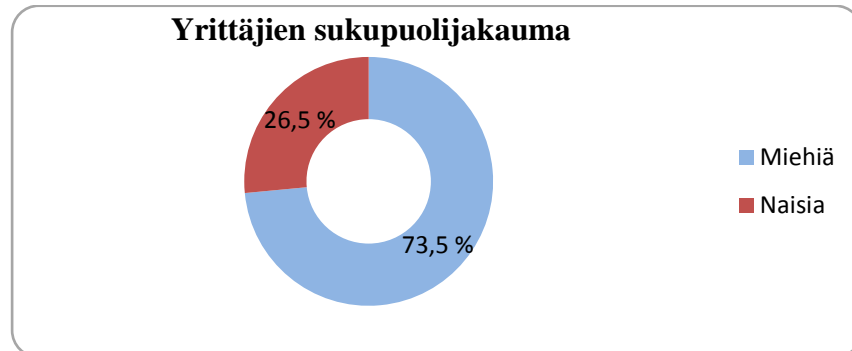
Tilastokeskuksen mukaan (kuvio 2) on kuvattu suomalaisten yritysten henkilömäärä prosentuaalisesti. Yli 94 % yrityksistä työllistää alle 10 henkeä. Yli 250 henkeä työllistävien osuus koko henkilöstön osuudesta on vain 0,1 prosenttia.



KUVIO 2. Henkilöstön määrä suomalaisissa yrityksissä vuonna 2011 (Tilastokeskus 2012b)

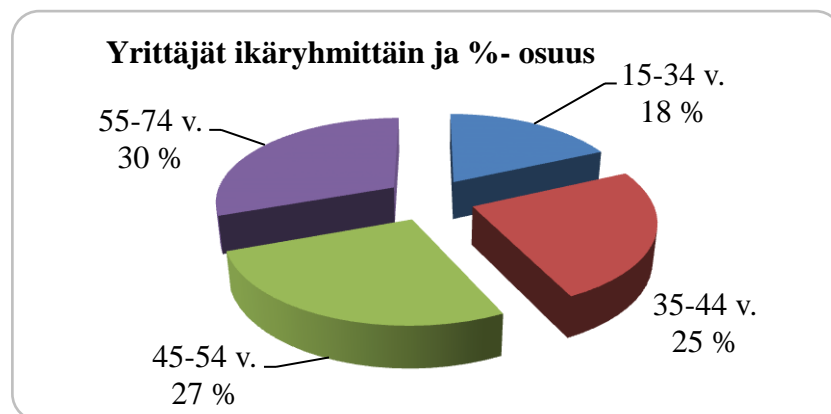
Suomessa oli vuoden 2011 lopussa 255 000 yrittäjää. Yrittäjät muodostivat 10 % Suomen työllisestä työvoimasta. Yksinyrittäjien osuus oli 63 %. Maa- ja metsätalouden harjoittajia oli vuoden 2011 lopussa 27 000. Yrittäjien määrä kasvoi edelliseen vuoteen verrattuna 7 000 yrittäjällä. (TEM Yrittäjäyyskatsaus 2012, 118.)

Kuviossa 3 on kuvattu yrittäjien sukupuolijakauma. Miesyrittäjiä on Suomessa 73,5 % kaikista yrittäjistä ja naisyrittäjiä on vajaa kolmannes kaikista yrittäjistä (Suomen Yrittäjät 2013).



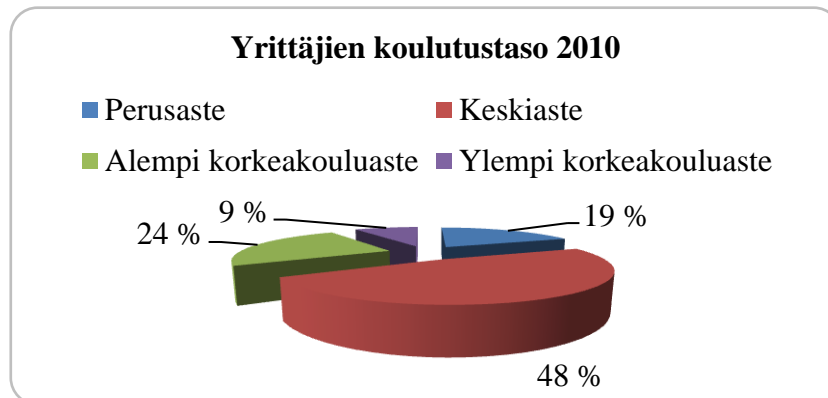
KUVIO 3. Yrittäjien sukupuolijakauma (Suomen Yrittäjät 2013)

Yrittäjien keski-ikä on palkansaajia korkeampi. Kuviossa 4 on kuvattu yrittäjät ikäryhmittäin ja näiden ryhmien % osuus. Lähes kolmasosa (30 %) yrittäjistä sijoittuu ikäryhmään yli 55-vuotiaat. Työ- ja elinkeinoministeriön Yrittäjyyskatsauksen mukaan ilmiö johtuu pitkälti siitä, että yrittäjiltä vaaditaan hyvää ja monipuolista ammattitaitoa usealta vuodelta sekä taloudellisia resursseja. Nuoria alle 35-vuotiaita yrittäjistä on vajaa viidennes. Yli puolet yrittäjistä sijoittuu ikäryhmään 35–54 -vuotiaat. (TEM Yrittäjyyskatsaus 2012, 121.)



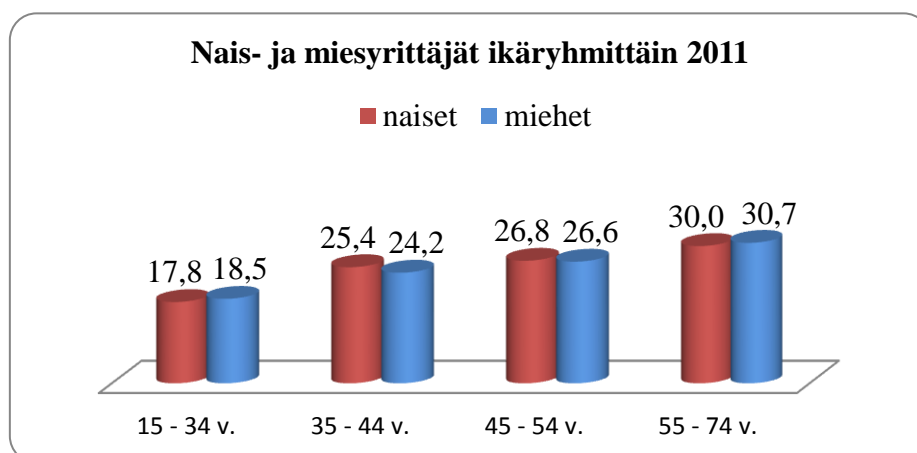
KUVIO 4. Yrittäjät ikäryhmittäin ja % -osuus 2011 (TEM Yrittäjyyskatsaus 2012)

Kuviossa 5 on kuvattu yrittäjien koulutusastetta vuonna 2010. Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen mukaan lähes puolet (48 %) on suorittanut keskiasteen. Ylemmän korkea-asteen koulutus tilaston mukaan on vajaalla viidenneksellä kaikista yrittäjistä. Vajaa neljännes yrittäjistä on suorittanut alemman korkeakouluasteen koulutuksen. Yrittäjyyskatsauksessa todetaankin, että suomalaisten yrittäjien koulutusaste on alhaisempi kuin palkansaajien. (TEM Yrittäjyyskatsaus 2012, 126, 127.)



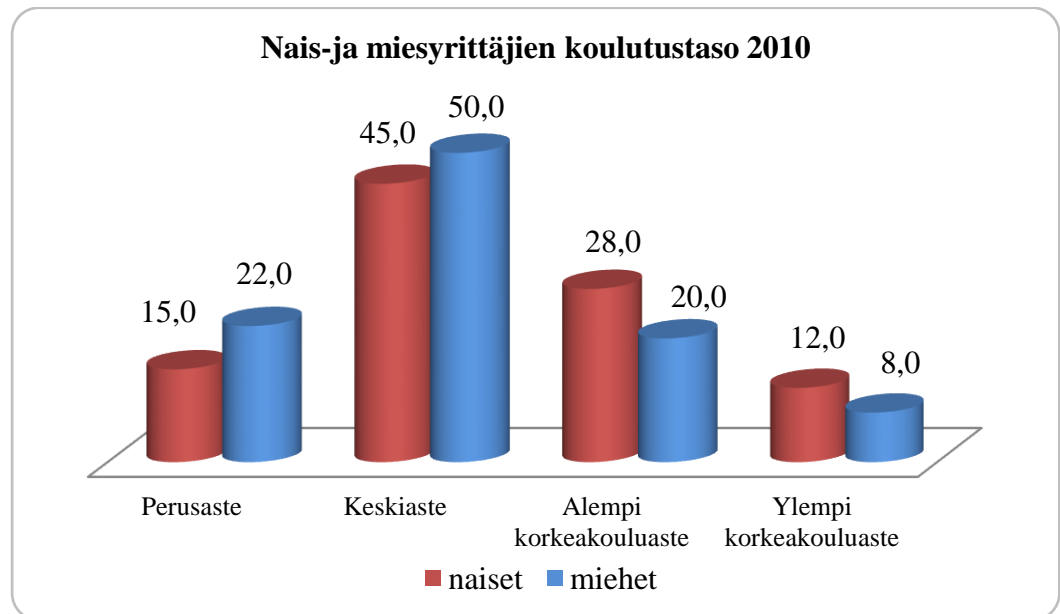
KUVIO 5. Yrittäjien koulutustaso 2010 (TEM Yrittäjyyskatsaus 2012)

Nais- ja miesyrittäjät ovat ikäjakaumaltaan hyvin tasaisesti jakautuneet. Yli 55-vuotiaita miesyrittäjiä on hieman enemmän verrattuna samanikäisiin naisyrittäjiin. Nuorten yrittäjien osuus kaikista yrittäjistä on vajaalla viidenneksellä. Nuoria miesyrittäjiä on hieman enemmän kuin nuoria naisyrittäjiä. (TEM Yrittäjyyskatsaus 2012, 133.)



KUVIO 6. Nais- ja miesyrittäjät ikäryhmittäin 2011 (TEM Yrittäjyyskatsaus 2012)

Naisyrittäjien toimialat edellyttävät hyvää koulutustaustaa, jonka johdosta naisyrittäjillä on enemmän korkea-asteen tutkintoja kuin miehillä (TEM Yrittäjyyskatsaus 2012, 133).



KUVIO 7. Nais- ja miesyrittäjien koulutustaso 2010 (TEM Yrittäjyyskatsaus 2012, 133)

Työ- ja elinkeinoministeriön tutkimuksen mukaan vuonna 2009 Päijät-Hämeessä on kaikista työllisistä 12,8 % lukuun ottamatta alkutuotantoa ja avustavia perheenjäseniä. Yrittäjänaiosten osuus on työllisistä 6,9 % ja miesyrittäjien 13,2 %. (TEM Yrittäjyyskatsaus 2012, 129, 137.)

2.3 Naisyrittäjyys

Naisyrittäjyyttä on tutkittu vähemmän kuin miesten yrittäjyyttä, vaikka naisyrittäjien osuus kaikista suomalaisista yrittäjistä oli vuonna 2008 noin kolmasosa. Yritystoiminta jakaantuu Honkasen (2010, 79, 80) mukaan vahvasti sukupuolen mukaisesti nais- ja miesvaltaisille aloille. Naisyrittäjien suurin toimiala-ala on sosiaali- ja terveystoiminta 75 %, toiseksi suurimpana ovat henkilöstöpalvelut ja koulutus 60 % ja kolmantena majoitus ja ravitsemustoiminta 45 %. Rakennusalalla naisyrittäjiä on alle viisi prosenttia. (TEM 2010b, 140.) Naisyrittäjyyden haasteet tulevat työmarkkinoilla esiintyvistä sukupuoleen tukeutuvista stereotyyppioista (tiet-

tyjen ryhmien toimiminen yleisten odotusten mukaisesti) ja odotuksista (Honkanen 2010, 79, 80, 81). ”Naisyrittäjiltä puuttuvat yleensä myös tärkeät, liiketoiminnassa tarvittavat miesten hallinnassa olevat verkostot” (Kupferberg 2001, Honkasen 2010, 79 mukaan). Honkanen viittaa myös toiseen tutkimukseen, jonka mukaan ”menestyvät miesyrittäjät ovat verkostoituneet muiden (mies) yrittäjien kanssa” (Schiller & Crewson 1997, Honkasen 2010, 81 mukaan.)

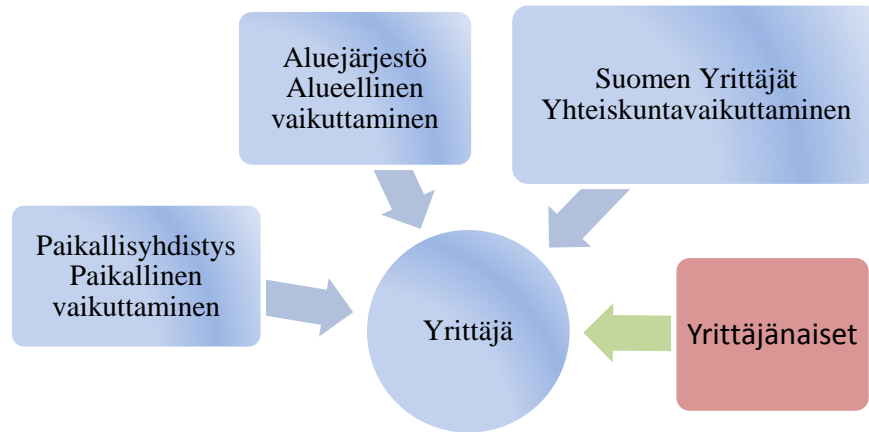
Kauppa- ja teollisuusministeriön Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmän loppuraportin toimenpidesuosituksessa pyritään edistämään paitsi naisyrittäjyyttä, myös nuorten naisten yrittäjyyttä kiinnittämällä huomiota sosiaaliturvaan, rahoitukseen, liiketoimintaosaamiseen ja muuhun naisyrittäjiä tukeviin toimiin, kuten sijaispalvelutoimintaan ja valtakunnalliseen yksinyrittäjätukeen. (TEM 2010, 87).

2.4 Yrittäjien alueellinen järjestäytyminen

Suomen Yrittäjät ry koostuu 21 aluejärjestöstä, 400 paikallisyhdistyksestä ja 52 toimialajärjestöstä ja sillä on 116 000 jäsentä. Suomen Yrittäjät on Suomen suurin elinkeinoelämän järjestö. Päijät-Hämeen Yrittäjät ry on yksi Suomen yrittäjien 21 aluejärjestöstä. Päijät-Hämeen Yrittäjiin kuuluu 11 paikallisyhdistystä. Paikallisyhdistyksiä on yksi jokaisessa Päijät-Hämeen kunnassa (Asikkala, Hartola, Heinola, Hollola, Hämeenkoski, Kärkölä, Lahti, Nastola, Orimattila ja Sysmä). Päijät-Hämeen Yrittäjiin kuuluu myös Nuorten Yrittäjien toimikunta PHNY. Päijät-Hämeen Yrittäjät on pienten- ja keskisuurten yritysten sekä yrittäjien edunvalvonta-, palvelu- ja yhteistoimintajärjestö. (Suomen Yrittäjät, Päijät-Hämeen Yrittäjät 2013.)

Lahden Seudun Yrittäjänaiset ry on yrittäjänaiisten oma etujärjestö. Yhdistys kuuluu valtakunnalliseen Yrittäjänaiisten Keskusliittoon (Lahden Seudun Yrittäjänaiset ry 2013).

Kuvioissa 8 on kuvattu miten yrittäjä liittyy paikallisyhdistyksen kautta alueelliseen yrittäjäjärjestöön ja sitä kautta valtakunnalliseen yrittäjäjärjestöön.



KUVIO 8. Yrittäjä ja yrittäjäjärjestö

Päijät-Hämeen Yrittäjien jäsentilastot käsittävät noin 3 500 jäsenyritystä. Tilastojen mukaan Päijät-Hämeen alueen yrittäjistä naisia on 27,3 % ja miehiä 72,7 %. Päijät-Hämeen alueen yrittäjät on jaoteltu viiteen eri ikäryhmään. Suurin prosentuaalinen ryhmä 30,5 % on 51–60-vuotiaat yrittäjät. Toiseksi suurin ryhmä on 41–50-vuotiaat 28,9 %:lla. Kolmantena ovat 31–40-vuotiaat ja toisaalta yli 60-vuotiaat reilun 17 %:n osuudella. Korkeintaan 30-vuotiaita on 5,5 %.

Päijät-Hämeen alueen yrittäjien koulutusjakauma on seuraavanlainen:

- ammattikoulu tai vastaava 33,5 %
- opistotasoinen tutkinto 27,5 %
- yliopisto- tai korkeakoulututkinto 13,6 %
- ammattikorkeakoulu 8,7 %
- keski- tai peruskoulu 6,7 %
- kansa- tai kansalaiskoulu 5,9 %
- ylioppilas 4,1 %.

Tilaston mukaan yksinyrittäjät muodostavat alueen suurimman ryhmän, heitä on yli 53 %. Kahden kolmen hengen yrityksiä on 22,3 % ja neljän viiden hengen yri-

tyksiä vajaa 10 %. Neljänneksi suurin ryhmä on 10–19 hengen yritykset viiden prosentin osuudella. (Päijät-Hämeen Yrittäjät 2013.)

2.5 Verkostojen välinen luottamus ja sosiaalinen pääoma

”Luottamus rakentuu sovittujen asioiden hoitamiseen” (Yrittäjä X, 2013).

Luottamusta rakennetaan vuorovaikutuksen kautta. Luottamus saa aikaan laadukasta vuorovaikutusta ja laadukas vuorovaikutus lisää luottamusta. Vuorovaikutus tarkoittaa kysymyksiä ja niihin annettuja vastauksia.

Luottamuksen kautta yritysten välille kehittyy vaikeasti mitattavaa sosiaalista pääomaa. Sosiaalinen pääoma on yrityksen kannattavuuden kannalta olennainen tekijä. Sosiaalinen pääoma on aineetonta pääomaa kuten osaaminenkin. Yhteistyökumppaneiden molemminpuolinen luottamus lisää molemman yrityksen arvoa ja hyödyttää molempia. Verkostosuhteissa luottamus ja vuorovaikutus ja erityisesti sen laatu ovat keskeisiä tekijöitä, kuten myös oppiminen ja yhteisten ajattelumallien luominen. Laadulla tarkoitetaan verkostosuhteen avoimuutta ja ”dialogimaisuutta”. (Vesalainen 2006, 18, 54 – 56.)

Luottamuksen asteita on erilaisia. Vähäinen luottamuksenaste pitää sisällään korruptiota ja rikollisuutta, ihmisiin ei voi luottaa ja sopimusrikkomus on yleistä. Yhteistä omaisuutta varastetaan ja ihmisten hädänalaista tilaa käytetään hyväksi.

Luottamus voi olla valvontaan perustuva luottamus, jossa sopimuksia tehdään kolmannen osapuolen, kuten lakimiehen toimesta. Yhteistyö ja sopimusten teko vie aikaa ja kustannukset saattavat olla korkeat.

Se voi olla sopimukseen perustuva luottamus, jossa asiat sovitaan neuvottelemalla ja sopimuksen teon jälkeen sopimuksesta pidetään kiinni. Tällainen sopimukseen perustuva luottamus ei tule kalliiksi ja on varsin tehokas.

Se voi olla vastavuoroisuuteen perustuva luottamus. Luottamus on ja pysyy ilman sopimuksia. Ilman sopimuksia syntynyt luottamus voi perustua ja toimia vain pitkän yhteistyön tuloksena. Vastavuoroisuuteen perustuva luottamus on tehokkain luottamuksen aste. (Niemelä 2002, 78 – 79.)

Leskinen painottaa (2011, 68), että hyvää verkostosuhdetta ei ole ilman luottamusta ja sitoutumista. Vuoropuhelu lisää luovuutta ja vähentää ristiriitoja. Taulukossa 2 on Toivolan (2005,61) kiteyttämänä verkostoissa esiintyvät luottamukseen liittyvät asiat.

TAULUKKO 2. Luottamus ja sen merkitys verkostoissa (Toivola 2005, 61)

- luottamusta rakentavat aiemmat onnistuneet kokemukset
- yhteiset arvot lisäävät luottamusta
- tiivis vuorovaikutus
- avoin vuoropuhelu on luottamuksen perusta
- tasa-arvoisuus ja avoin suhde on edellytys luottamukselle
- luottamus vähentää muodollisten ja virallisten verkostojen tarvetta
- goodwill – luottamus pohjautuu yhteisiin tavoitteisiin ja verkostokumppaneiden sitoutumiseen sekä estää oman edun tavoittelua

2.6 Verkostosuhteet ja verkostoitunut yritystoiminta

Verkostosuhteet voidaan jaotella neljään eri osaan. Näille verkostosuhteille on ominaista markkinasuhdetta sidotumpi, mutta yksittäisten organisaatioiden sisäisiä työ- ja toimivaltasuhteita väljempi luonne, osapuolten toiminnan vastavuoroisuus, keskinäinen riippuvuus, löyhä keskinäinen kytkentä ja voimasuhteet.

Vastavuoroisuus syntyy toisiaan palkitsevista reaktioista osapuolten välillä. Kun markkinasuhteessa yritykset pyrkivät maksimoimaan hyötynsä niin verkostosuhteessa sitä vastoin pyritään pitkällä aikavälillä ”kiitollisuudenvelan” ja vastapalveluksen tasapainoon. Vastavuoroisuus edellyttää pitkäkestoista suhdetta.

Keskinäinen riippuvuus syntyy verkostosuhteen edellyttämästä keskinäisestä aineellisesta ja henkilösosiaalisesta sopeuttamisesta. Yhteiset investoinnit ja tuotantoresurssit tehostavat yhteistoimintaa. Erimielisyydet pyritään ratkaisemaan sopimalla, ei niinkään liikekumppania vaihtamalla. Keskinäinen riippuvuus alentaa sopimuskustannuksia.

Yritysten väliset löyhät kytkennät erottavat verkostosuhteen hierarkisesta rakenteesta. Verkostosuhteen osapuolet säilyttävät itsenäisyytensä, jolloin vältetään tiettyyn organisaatorakenteeseen lukkiutuminen.

Voimasuhteilla on oma tehtävänsä verkosto-organisaatiossa. Yrityksen valta-aseman verkostossa määrittelee yritysten keskinäiset voimasuhteet eivätkä yhteiset pyrkimykset poista ristiriitoja yritysten väliltä. (Grapher 1993, Tsuparin, Siston, Godenhjelmin, Oksasen & Urrilan 2006, 11 mukaan.)

Verkostoitumista kuvataan neljän tavoitteen mukaisesti. Verkostoituminen on prosessi, jossa yhteistyöyritysten tieto, osaaminen ja arvot yhdistetään yritykselle lisäarvoa tuottavaksi toiminnaksi. Kahden tai useamman osapuolen verkostoitunutta toimintaa selitetään seuraavasti:

Se on tavoitteellista, pitkäaikaista, jatkuvaa ja säännöllistä yhteistyötä lopputuotteiden tuotannossa. Verkostoituminen edellyttää henkilöiden ja organisaatioiden tuntemusta sekä yhteistä arvo- ja ajattelumaailmaa niin, ettei kertaluonteinen tai satunnainen yhteistyö ole mahdollista.

Se on yhteistyötä ydinprosesseissa, joko lopputuotteiden ja palveluiden tuotannossa tai tuotantoa tukevissa toiminnoissa; tutkimus- ja kehitystoiminnassa, tieto- ja viestintäteknikassa, myynti- ja markkinointitoiminnoissa.

Se on vuorovaikutteista ja luottamuksellista, mitä kehittyneempää ja tiiviimpää vuorovaikutus on, sitä syvempi luottamuksen taso on. Vuorovaikutus edellyttää, että osapuolet mieltävät yhteistyön sisällön samalla tavoin.

Se on molempien osaamista kehittävää strategista kumppanuutta, jossa oppiminen on väline tulevaisuuden taloudellisten hyötyjen tavoittelussa. Jos vain toisen ydinosaaminen kehittyy yhteistyön seurauksena, on kyse alihankinnasta tai muusta vastaavasta. Yritystoiminnan lähtökohtana on voitontavoittelu, joten strategisessa yhteistyössä kyse on pitkän aikavälin toiminnasta: verkostoituminen tähtää välitömien hyötyjen ohella kilpailukyvyn edistämiseen pitkällä aikajänteellä. (Tsupari ym. 2006, 15.)

TAULUKKO 3. Pienten yritysten erityyppiset verkostot (Toivola 2005, 86, 88; Toivola 2006, 23 – 25)

Verkostotyyppi	Kuvaus
Vaihdantaverkosto	Yritysten välinen yhteistyö, jonka toimintaan vaikuttavat sekä vuorovaikutus- että sosiaaliset verkostot. Perustuu tuotantoon ja / tai kaupankäyntiin. Virallinen verkosto.
Vuorovaikutusverkosto	Verkostosuhteita, joiden kanssa ei tehdä kauppaa, vaan vaihdetaan tietoa (konsultit ja muut neuvonantajat). Virallinen / epävirallinen verkosto.
Sosiaalinen verkosto	Verkostot ovat aina ihmisten välisiä. Sosiaaliset verkostot rakentuvat perheen, ystävien, tuttavien ja työkavereiden kesken. Epävirallinen verkosto.
Horisontaalinen verkosto	Kilpailijoiden välisiä samalla toimialalla olevia yhteistyöverkostoja. Virallinen / epävirallinen verkosto. Vaakasuoraverkosto.
Vertikaalinen verkosto	Samana arvoketjun jäseniä, jossa tuotteet tai palvelut täydentävät toisiaan. Virallinen / epävirallinen verkosto. Pystysuoraverkosto.
Lateraalinen verkosto	Verkostojen rakenne ei ole riippuvainen verkostokumppaneiden alkuperäisistä suhteista. Virallinen / epävirallinen. Sivuttainen verkosto.

Asiakkaan ja toimittajan välinen suhde on tyypillinen vertikaalinen verkosto.

Niissä pyritään aina toiminnan tehostamiseen ja vertikaalinen verkosto on yhtä kuin kumppanuus. Horisontaalisessa verkostossa yritysten keskinäinen vaihdanta ei ole olennaisin asia, vaan heitä yhdistää jokin muu yhteinen kiinnostuksen kohde kuin keskinäinen kauppasuhte. Horisontaaliset verkostot ovat yhteenliittymiä eli alliansseja. (Saarnilehto, Vesalainen & Annola 2013, 247.)

2.7 Verkostostrategia

”Verkostosuhteet ovat yritykselle ennen kaikkea strateginen kysymys.” (Hakanen ym. 2007, 103).

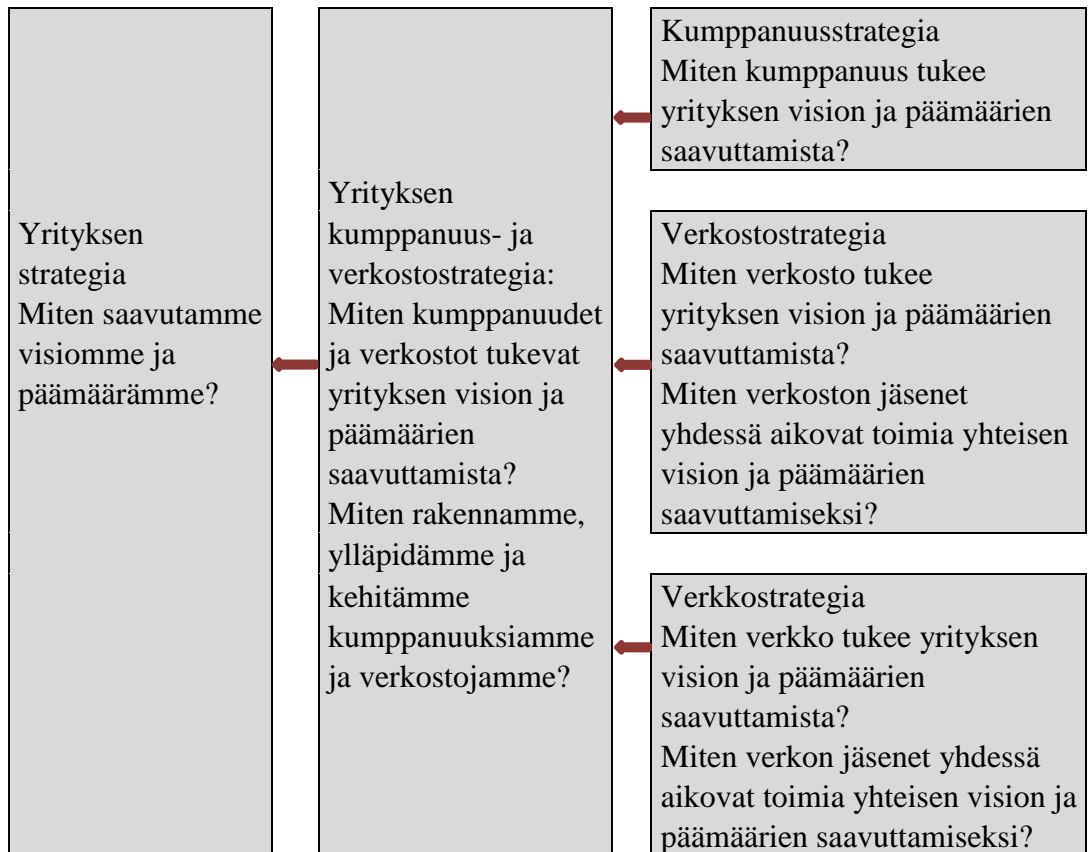
Yrityksen verkostostrategia (verkostosuhteiden strategia) tarkoittaa strategian sitä osaa, jossa määritellään miten se voi ja miten sen kannattaa tehdä yhteistyötä ulkopuolisten toimijoiden kanssa. Tähän strategiaan riittää periaate ja tavoitteet jonkin yksittäisen kumppanin kanssa toteutettavasta yhteistyöstä tai liittymisestä tiettyyn verkostoon. (Hakanen ym. 2007, 104.)

Verkoston strategialla ymmärretään johonkin tiettyyn verkkoon kuuluvien yritysten tai yksittäisen toimijan kanssa tehtyä yhteistä strategiaa. Verkoston strategiasa huomioidaan kilpailuympäristö, kilpailevat verkostot, asiakkaat ja toimittajat. (Hakanen ym. 2007, 104.)

Verkostoituminen on yksi tapa tukea yrityksen liiketoimintaa markkinoinnin, investointien ja henkilöstön koulutuksen sekä tuotekehityksen ohella. Strategia kertoo, minkälaista etua ja hyötyä yhteistyö tuo yritykselle muiden organisaatioiden kanssa. Strategian kautta yritys sopeuttaa toimintaansa ulkoiseen toimintaympäristöön. (Hakanen ym. 2007, 103, 106.)

Yritysverkostot ovat välimuotoja markkinoista ja hierarkioista, joten erilaisia verkostoja ja verkostosuhteita esiintyy monina erilaisina muunnoksina. Yritysyhteistyön eri malleja on tarkasteltava liiketoiminnan intensiivisyyden ja sisäisen työnjaon suhteessa. Intensiivisyys kuvaa yhteistyöyritysten punoutumista toisiinsa kun taas sisäisessä työnjaossa yritykset hyödyntävät toistensa erilaisuutta. Ulospäin erottuvien verkostojen ominaisuus on yhteistyön muodollisuus, joissa yhtä tärkeiksi ovat tulleet erilaiset sopimukset ja yritysjärjestelyt. (Pirnes 2002, 13,14.)

Kuviossa 9 kiteytyy kumppanuuden, verkoston ja verkon jäsenten nivoutuminen yrityksen strategiaan ja strategian kautta saavuttamaan yrityksen visio ja päämäärät.



KUVIO 9. Strategiat verkostosuhteissa (Hakanen ym. 2007, 79)

2.8 Verkostoitumisen hyödyt ja riskit

Liiketoimintaverkoilla haetaan tehokkuutta liiketoimintaan, pyritään lisäämään joustavuutta ja kasvattamaan markkina-alueita ja parantamaan palvelua. Liiketoiminnan ja uuden teknologian kehittäminen on laajemman ja kehittyneemmän verkostostrategian tavoite. (Valkokari, Hyötyläinen, Kulmala, Malinen, Möller, Vesalainen 2009, 65.)

Liiketoimintaverkot voidaan jakaa horisontaalisiin tai vertikaalisiin verkkoihin. Näitä verkkoja sanotaan perusliiketoimintaverkoiksi. Horisontaaliset verkot ovat markkinavetoisia ja ne edellyttävät yhteistä yrityskuvaa ja markkinointiviestintää sekä tuottojen jakamista. Horisontaalista verkkoa hyödyntävistä yrityksistä voi-

daan mainita S-ryhmä sekä eräiden kansainvälisten lentoyhtiöiden rakentamat allianssit. (Valkokari ym. 2009, 70.)

Vertikaaliset kysyntä–tarjontaverkot, kuten toimittaja-asiakasverkot, joissa lopputuote jaetaan komponentteihin tai palvelu eri osiin ja näiden tuottamisen ja toteuttamisen hoitaa siihen erikoistunut yritys. Vaikka jokainen verkon jäsen keskittyy omaan osaamiseensa, ovat he samalla riippuvaisia toisen yrityksen prosesseista. Toisen yrittäjän tuotos on toisen yrittäjän panos. Hyvä ja tuottava verkko vaatii toimiakseen vastuun jakamisen ja prosessien tuntemisen ja niiden toimintojen yhdistämisen. Hyötyä tuottava verkko vaatii avointa tiedon jakamista. (Valkokari ym. 2009, 70.)

Yrittäjät yhdistävät osaamisen tuottaakseen uusia palveluja ja tuotteita markkinoille. Yhteistyöllä on merkittävä vaikutus kilpailukykyyn. Oppimisen ja innovaatioiden kautta yrittäjät voivat merkittävästi vaikuttaa kilpailukykyyn. Verkosto mahdollistaa tietoiset liiketoiminnalliset päätökset ja sitä kautta hyödyttää yrittäjää. (Leskinen 2011, 68–69.)

Verkostoitumisesta saadut hyödyt voidaan kiteyttää kahteen osaan. Ensimmäinen motiivi on saada kustannusetuja tuotantokustannuksia minimoimalla kilpaileviin yrityksiin nähden. Tämä motiivi perustuu tehokkuusajatteluun. Toisena motiivina on strategiseen ajatteluun perustuen saada kasvatettua liiketoimintaa tai saada parempi kilpailuasema kasvattamalla markkinaosuutta. Hyötyajattelussa ilmenevät oppimisen ja informaation hankkiminen ja saaminen verkostojen avulla. Verkosto mahdollistaa oppimisen ja tukee sitä. (Doz & Hamel, 1998; Kogut, 1998, Gulati 1998; Lutz, 1999: 221, Vesalaisen 2006, 16–17 mukaan.)

Verkosto on riskin jakamista, mutta verkostosuhteen katketessa voivat riskit muuttua todellisiksi. Yritys on voinut investoida yhden tai muutaman kumppanin varaan. Suuryritys voi käyttää pienyritystä jouston lähteenä. Toinen riski liittyy ydintoimintojen erikoistumiseen tai liialliseen ulkoistamiseen. Yritys on ulkoistanut kokonaan markkinoinnin, suunnittelun ja valmistuksen. Liian vakiintunut yhteistyö voi estää yrityksen kasvun ja vähentää innovatiivisuutta. Yritys menettää mahdollisuuden ja reagoitakyvyn nopeaan muutokseen kasvavilla markkinoilla, esimerkiksi ulkomaankaupassa ja tavaraliikenteessä. (Ollus ym. 2000, 120.)

Taulukossa 4 on Toivolan kiteyttämänä koottu verkostoista saatavat hyödyt yrittäjän liiketoiminnalle.

TAULUKKO 4. Verkostojen hyödyt yritykselle (Toivola 2005, 67)

- verkostojen avulla yrityksen sisäinen suorituskyky ja tehokkuus paranevat
- verkostojen kautta saadaan lisää resursseja
- verkostot mahdollistavat keskittymisen ydinliiketoimintoihin ja sitä kautta yrityksen kilpailukyky voi parantua
- verkostot edesauttavat yritystä pysymään joustavana
- verkostot auttavat yritystä kasvamaan
- verkostot lisäävät organisaation oppimista
- verkostot mahdollistavat yrityksen pääsyn uusille markkinoille

2.9 Verkostojen tulevaisuudesta

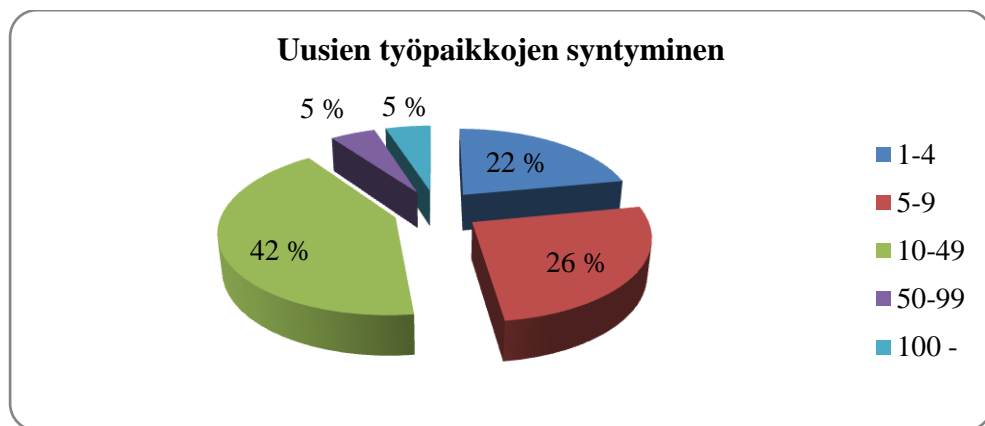
”Verkostomainen toiminta on toisille yrityksille välttämättömyys, toisille mahdollisuus.” (Ollus 2000, 121).

Työ- ja elinkeinoministeriön tekemän raportin mukaan vuonna 2030 hierarkiset verkstorakenteet ovat harvinaisempia kuin nykyään. Useita vaihtuvia keskuskohtia sisältävät verkostot puolestaan lisääntyvät. Verkostot ovat tasavertaisempia verrattuna nykyisiin hierarkisiin alihankinta- ja toimittajaketjurakenteisiin. Raportissa uskotaan myös, että epävirallisia verkostoja syntyy enemmän virallisesti määriteltyjen verkostojen rinnalle. (TEM 14/ 2012, 16.)

Gloaalien verkostojen ohella paikalliset verkostot tulevat kasvattamaan osuuttaan kuljetuskustannusten nousun vuoksi ja ekologis-eettisten arvojen johdosta. Verkostot tulevat muodostumaan useista erilaisista organisaatioista, kuten yrityksistä, oppilaitoksista, tutkimuslaitoksista, julkisista toimijoista sekä palvelujen ja tuotteiden loppukäyttäjistä. (TEM 14/ 2012, 16.)

Työ- ja elinkeinoministeriön tekemän analyysin perusteella uudet työpaikat syntyvät pieniin toimipaikkoihin. Uusista työpaikoista syntyi vuonna 2011 pienimpään, 1-4 henkeä työllistäviin yrityksiin 22 %, 5-9 hengen yrityksiin 26 %, 10–49 hengen yrityksiin 42 %, 50–99 hengen yrityksiin 5 % ja vain vajaat 5 % vähintään 100 hengen toimipaikkoihin. Kun Pk-yrityksiksi lasketaan kaikki alle 250 henkeä työllistävät yritykset, ne ovat siten ylivoimaisesti suurimpia työllistäjiä tulevaisuudessa. (TEM 2013, 5.)

Kuviossa 10 on kuvattu kuinka erikokoiset yritykset työllistävät tulevaisuudessa.



KUVIO 10. Uusien työpaikkojen syntyminen tulevaisuudessa (TEM 2013, 5)

3 VERKOSTOKARTOITUKSEN TUTKIMUSMENETELMÄ JA ANALYYSI

3.1 Haastattelututkimus ja – toteutus

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena. Kohderyhmä on valittu tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 160). Tutkimukseen haluttiin mukaan eri-ikäisiä yrittäjiä eri toimialoilta. Haastateltavat tutkimukseen saatiin Päijät-Hämeen Yrittäjät ry:n ja Lahden Seudun Yrittäjänaiset ry:n avulla. Tutkimuksessa käytettiin teemahaastattelumenetelmää. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä, jossa haastattelu kohdennetaan tiedossa oleviin määrättyihin teemoihin. (Hirsjärvi & Hurme 1995, 35–36.)

Teemahaastattelu -määritelmä ei määrää haastattelua joko kvalitatiiviseen tai kvantitatiiviseen eikä haastattelukertojen määrään tai määritä haastattelun ”syvyyttä”. Teemahaastattelu etenee tiettyjen teemojen puitteissa ja tuo esille haastateltavien tulkinnat asiasta. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 48.)

3.2 Aineiston keruu ja analysointi

Toimeksiantajan edustaja sopi haastattelujen ajankohdat yrittäjien kanssa sähköpostitse. Haastattelut toteutettiin 22.04. – 19.6.2013 välisenä aikana yksilöhaastatteluina. Haastattelut tehtiin pääosin yrittäjien omissa toimitiloissa. Yksi haastattelu tehtiin Lahti-hotellin kahvila-ravintolassa ja yksi haastattelu Lahden ammattikorkeakoulun Niemenkadun toimitiloissa. Neljässä haastattelussa oli mukana opinnäytetyöntekijä ja toimeksiantajan edustaja. Viidessä haastattelussa oli mukana kolme henkilöä; opinnäytetyöntekijä, toimeksiantajan edustaja ja hankkeessa mukana ollut Lahden ammattikorkeakoulun opiskelija. Toimeksiantajan edustaja suoritti kaikki haastattelut. Kolmessa haastattelussa toimeksiantajan edustaja teki haastattelun lisäksi yrittäjän läsnä ollessa verkostomerkinnot ja opinnäytetyöntekijä kirjoitti ylös yrittäjän taustatiedot. Yhdessä haastattelussa opinnäytetyöntekijä teki verkostomerkinnot ja kirjoitti taustatiedot ylös. Viidessä haastattelussa opinnäytetyöntekijä kirjoitti ylös yrittäjän taustatiedot ja toinen opiskelija teki verkostokarttamerkinnot käsin paperiarkille. Haastattelujen kestot vaihtelivat yhdestä tunnista kahteen ja puoleen tuntiin. Teemahaastattelurunko (liite 1) on tehty yh-

dessä toimeksiantajan edustajan kanssa. Yrittäjän taustatiedoista koottiin Word-dokumentti ja verkostot purettiin Excel-taulukkoon verkostotyyppien ja -määrien sekä kontaktimäärien selvittämiseksi tutkimusanalyysiä varten heti haastattelun jälkeen.

Haastattelurunko muodostuu kolmesta pääkohdasta; taustatiedot, verkostot ja yrittäjän oma mielipide kolmesta tärkeimmästä verkostosta. Verkostot haluttiin tietää teemoittain. Teemoina olivat sosiaaliset verkostot, vertikaaliset verkostot, alueelliset verkostot sekä viralliset ja muut verkostot. Haastattelurungon teemat valittiin Toivolan tekemän (Toivola 2005, 85–88) jaottelun mukaisesti.

I Taustakysymykset

- Sukupuoli
- Ikä
- Toimiala
- Yrittäjänä oloaika
- Koulutustausta
- Monesko yritys nykyinen yrityksesi on
- Miksi yritys on perustettu
- Kansallinen yritys / kansainvälinen yritys

II Mitkä verkostot ovat yritystoimintasi kannalta tärkeät ja miksi mainitsemasi verkostot ovat tärkeitä? Mikä on verkostojen määrä ja laatu?

- perhe, sukulaiset, ystävät
- harrastusten kautta saadut verkostot
- työ- ja opiskelukaverit; nykyiset ja entiset
- yhteistyökumppanit; toiset yrittäjät
- asiakkaat (entiset, nykyiset)
- palvelu- ja tavarantoimittajat, alihankkijat
- järjestötoiminta, yhdistykset
- alueelliset kehitysorganisaatiot, oppilaitokset
- tilitoimisto, konsultit, kauppakamari
- kaupunki, kunta

- sometutut, muu / muut verkostot

III Minkä ja miksi omista verkostoista koet tärkeimmäksi/tärkeimmiksi liiketoimintaasi ajatellen?

Verkostosuhteet voi koota yhteen. Tämä kokoava esitys voi olla esimerkiksi luetelo tai tietokanta. Parhaiten verkostosuhteita kuvaa graafinen esitys, verkostokartta. Graafinen esitys kuvaa hyvin verkoston keskinäisiä riippuvuuksia. (Hakanen ym. 2007, 147.)

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena. Tutkimukseen osallistui yhdeksän yrittäjää, joten pienen havaintomäärän johdosta ei kvantitatiivinen tutkimusmetodi ollut sopiva.

Kuviossa 11 on tutkimuksen rakenne kaaviokuvana.



KUVIO 11. Tutkimuksen rakenne

3.3 Taustakysymykset

Tutkimukseen osallistui yhdeksän yrittäjää, joista naisyrittäjiä oli kuusi ja miesyrittäjiä oli kolme. Yrittäjät muodostivat heterogeenisen ryhmän erilaisine taustatietoineen. Taustatiedoksi tutkimukselle haluttiin tietää sukupuolen lisäksi yrittäjän ikä, toimiala, koulutustausta, syy yrityksen perustamiseen, yrittäjänä oloaika, monesko yritys nyt kyseessä oleva yritys on sekä onko yritys kansallinen yritys vai onko sillä kansainvälistä toimintaa.

Tutkimukseen osallistuneista yrittäjistä seitsemän on yksinyrittäjiä. Kahdella yrittäjällä on kahdesta kolmeen alaista tai yhtiökumppania. Työ- ja elinkeinoministeriön tutkimuksen mukaan yksinyrittäjien osuus on 63 % kaikista yrittäjistä. Päijät-Hämeen Yrittäjien tilaston mukaan Päijät-Hämeen yrittäjistä yksinyrittäjiä on yli puolet (53,6 %).

Tutkimukseen osallistuneet yrittäjät toimivat seuraavilla toimialoilla:

- teollinen muotoilu
- ohjelmistosuunnittelu
- sisustussuunnittelu
- käsityöläinen
- huonekalujen tukkumyynti
- osaamisen kehittäminen
- ohjelmistosuunnittelu- ja kehitys
- maatilamatkailu
- graafinen muotoilu

Kahdella naisyrittäjällä nykyinen yritys on kolmas yritys. Muiden yrittäjien nykyinen yritys on yrittäjän ensimmäinen. Kansallisia yrityksiä on seitsemän kappaletta, yhdellä yrityksellä on kansainvälistä toimintaa puolet koko toiminnasta ja yhdellä yrityksellä on 5 % kansainvälistä toimintaa.

Yrittäjiltä tiedusteltiin myös heidän yritystoimintansa kasvutavoitteista. Yhdellä naisyrittäjällä on paraikaa meneillään yritystoiminnan laajentamishanke toiseen maakuntaan. Yksi miesyrittäjä kertoi, että tavoitteena on saada kansainvälistä toimintaa. Yrittäjällä oli jo asiakkaana ulkomainen yhtiö.

Varsinaista estettä kansainväliselle toiminnalle ei ole, mutta aktiivisesti en ole hakenut (mies, yrittäjänä 23v.)

En ole tässä kasvuhakuisuuttani, mutta tavoitteita minulla on, se tilanne tulee kyllä vastaan ilman, että sitä tarvitsee hakea (nainen, yrittäjänä 1v.)

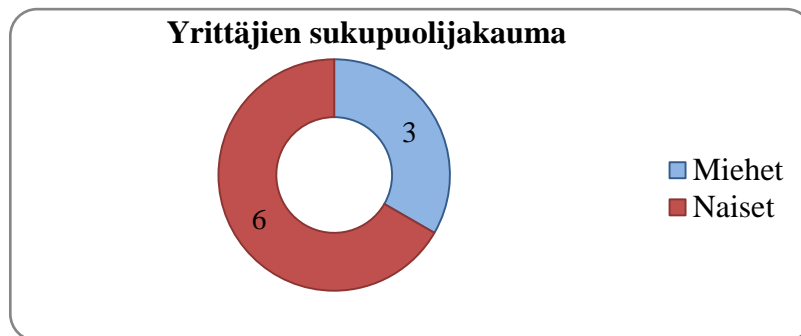
Taulukkoon 5 on koottu tutkimukseen osallistuneet yritykset taustatietoineen. Luottamuksellisuuden säilyttämiseksi taulukossa ei mainita haastateltavien nimiä eikä yrityksen sijaintipaikkakuntaa.

TAULUKKO 5. Tutkimukseen osallistuneet yrittäjät

Sukupuoli	Toimiala	Yrittäjän ikä (noin)	Henkilöstömäärä	Perustamisvuosi
mies	teollinen muotoilu	30	1	2010
mies	ohjelmistosuunnittelu	30	2–3	2008
nainen	sisustussuunnittelu	40	1	2005
nainen	käsityöläinen	50	1	2002
nainen	huonekalujen tukku- myynti	50	2–3	1994
nainen	osaamisen kehittäminen	40	1	2012
mies	ohjelmistosuunnittelu- ja kehitys	50	1	1990
nainen	maatilamatkailu	50	1	1988
nainen	graafinen muotoilu	30	1	2013

3.3.1 Sukupuoli, ikä ja yrittäjänä oloaika

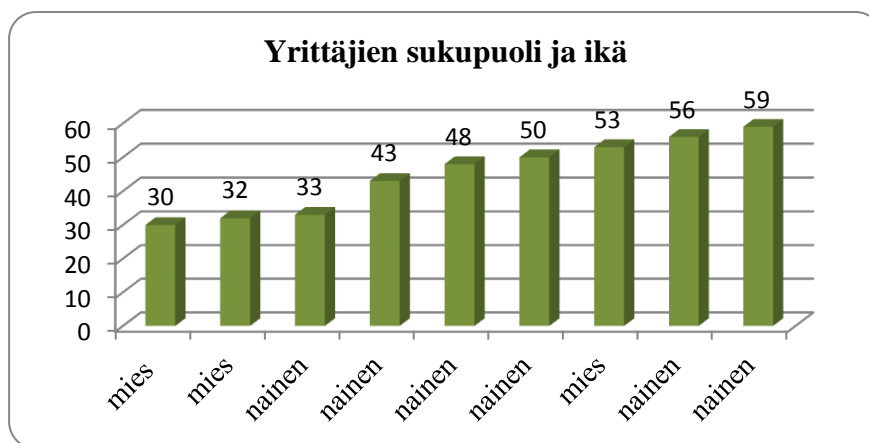
Haastatteluun osallistuneista yrittäjistä naispuolisia oli kuusi ja miespuolisia kolme. Päijät-Hämeessä yrittäjien sukupuolijakauma vastaa valtakunnallista sukupuolijakaumaa eli naisyrittäjiä on vajaa kolmannes kaikista yrittäjistä. Miesyrittäjien osuus Päijät-Hämeessä on yli 70 %. Tutkimuksen mittayksikkönä on käytetty määriä (kappale).



KUVIO 12. Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien sukupuolijakauma

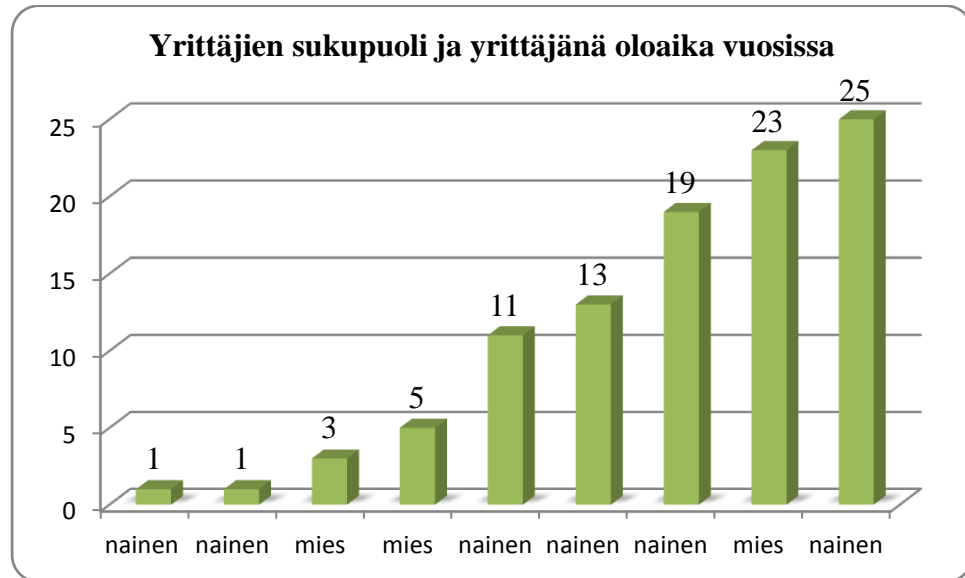
Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien ikä vaihteli 30 ja 59 vuoden välillä. Nuoria yrittäjiä oli kolme henkilöä ikäryhmässä 15–34 v. ja ikäryhmässä 35–44 v. oli yksi henkilö. Ikäryhmässä 45–54 v. oli kolme henkilöä ja viimeisessä ikäryhmässä 55–74 v. oli kaksi henkilöä.

Kuviossa 13 on yrittäjien sukupuoli ja ikä kuvattu ikäjärjestyksessä.



KUVIO 13. Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien iät ikäjärjestyksessä

Yrittäjien yrittäjänä oloajat vaihtelevat yhdestä vuodesta aina 25 vuoteen. Kaksi yrittäjää on toiminut yrittäjänä vuoden verran ja yksi yrittäjä yli 25 vuotta. Keskimääräinen yrittäjänä oloaika haastatteluun osallistuneiden kesken oli 11 vuotta.



KUVIO 14. Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien sukupuoli ja yrittäjänä oloajat

3.3.2 Koulutustausta

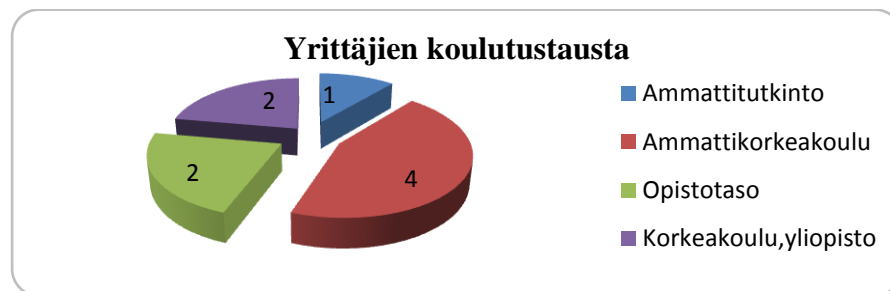
Tutkimukseen osallistuneet yrittäjät ovat hyvin koulutautuneita. Neljällä tutkimukseen osallistuneista yrittäjistä on ylioppilastutkinto. Yhdellä yrittäjällä on takanaan yhdeksän erilaista koulutusta. Kahdella ammattikorkeatutkinnon suorittaneista yrittäjällä on suunnitelmassa jatkokouluttautuminen. Yksi yrittäjä opiskeli työnsä ohessa ammattikorkeakoulussa alaansa liittyviä lisäopintoja.

Viisi yrittäjää on suorittanut useita tutkintoja. Yrittäjällä voi olla pohjakoulutuksena ammattikoulu, ammattitutkinto, opistotason tutkinto ja viimeisenä ammattikorkeakouluasteinen tutkinto. Tässä tutkimuksessa huomioitiin vain viimeisin ja korkein yrittäjän suorittama tutkinto.

Yrittäjistä kahdella on yliopisto- tai korkeakoulutasoinen tutkinto, kahdella yrittäjällä on opistotasoinen tutkinto, yhdellä yrittäjällä on ammattitutkinto (keskiaste) ja neljällä yrittäjällä on ammattikorkeakoulututkinto. Ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet ovat tutkimuksessa koulutustaustaltaan suurin ryhmä.

Työ- ja elinkeinoministeriön tekemän tutkimuksen mukaan keskiasteen tutkinnon suorittaneita on yrittäjissä lähes puolet (48 %). Alemman korkeakouluasteen on suorittanut neljäsosa yrittäjistä ja ylemmän korkeakouluasteen vain kymmenesosa kaikista yrittäjistä.

Päijät-Hämessä ammattikoulun tai vastaavan koulutuksen suorittaneiden yrittäjien osuus on noin 34 %. Ammattikorkeakoulun suorittaneita yrittäjiä on vajaa yhdeksän prosenttia. Korkeakoulututkinnon suorittaneiden yrittäjien osuus on alle 14 %.



KUVIO 15. Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien koulutustausta

Verratessa tutkimukseen osallistuneiden nais- ja miesyrittäjien koulutustausta voidaan todeta, että ammattitutkinnon tai opistotason tutkinnon suorittaneita miesyrittäjiä ei tässä tutkimuksessa ole yhtään. Ammattikorkeakoulun ja ylemmän korkeakoulun tutkinnon suorittaneita on yhtä monta nais- ja miesyrittäjissä.

Valtakunnallisella tasolla naiset ovat enemmistönä ylemmän – ja alemman korkeakouluasteen tutkinnon suorittaneissa yrittäjissä. Miesyrittäjien osuus sen sijaan on suurempi keskiasteen koulutuksen suorittaneissa. Päijät-Hämeen alueelta nais- ja miesyrittäjien koulutustaustasta ei ole tilastoa.



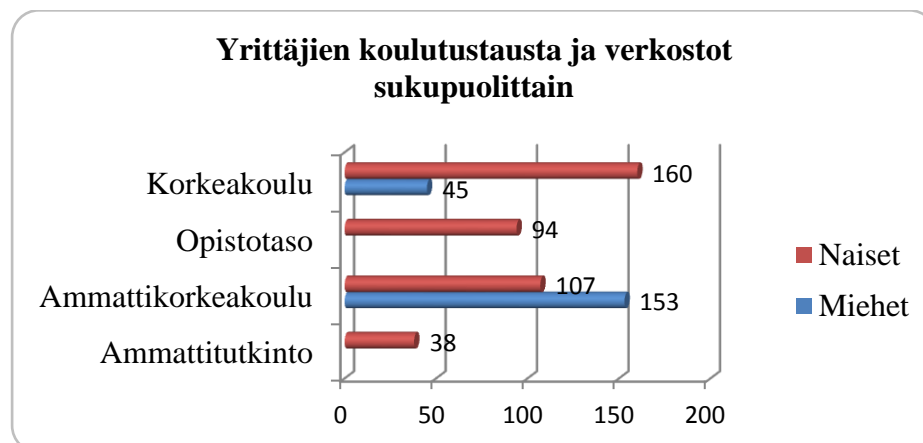
KUVIO 16. Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien koulutustausta sukupuolittain

Kuviossa 17 on kuvattu yrittäjien koulutustausta ja verkostojen keskiarvo. Korkeakoulutustaisilla yrittäjillä on suurin verkostojen määrä. Toiseksi suurin on ammattikorkeakoulun käyneillä yrittäjillä.



KUVIO 17. Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien koulutustausta ja verkostojen määrä keskiarvon mukaan

Kuviossa 18 on koulutustausta ja verkostojen määrää verrattu sukupuolittain. Korkeakoulutetulla naisyrittäjällä on enemmän verkostoja kuin saman koulutustaustan omaavalla miesyrittäjällä. Ammattikorkeakoulutustaan omaavilla miesyrittäjillä on laajemmat verkostot kuin saman koulutustaustan omaavilla naisyrittäjillä.



KUVIO 18. Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien koulutustausta ja verkostojen määrä sukupuolittain

3.3.3 Motivaatio yritystoiminnan aloittamiseen

Haastattelun aluksi yrittäjiltä tiedusteltiin heidän motiiviaan aloittaa yritystoimintaa. Neljä yrittäjää on ajautunut yrittäjäksi sattuman kautta. Vaikka yrittäjäksi ryhtyttäisiinkin ilman pitkiä ennakkosuunnitelmia, on taustalla kuitenkin oltava yrittäjämäinen asenne, taito löytää mahdollisuus itsensä toteuttamiseksi ja kyky itsensä johtamiseen. Kaksi yrittäjää aloitti yritystoiminnan freelancer-pohjalta ja yksi yrittäjä toimi aluksi osa-aikaisena yrittäjänä.

Luonteva tapa tehdä töitä, raha ei ole syynä (nainen, yrittäjänä 13 v.)

Itsensä työllistäminen, koska oman alan töitä ei kotipaikkakunnalla ollut, entinen työnantaja kannusti yrittäjyyteen ja oli ensimmäinen asiakas. Suvusta löytyy toisen polven yrittäjä ja sitä kautta olen tutustunut yrittäjän arkeen (mies, yrittäjänä 3 v.)

Vuorotteluvapaalla kävin yrittäjäkurssin. Palasin töihin vielä kahdeksi vuodeksi. Lopullisen päätöksen yrittäjäksi ryhtymisestä lopulta 10 sekunnissa (nainen, yrittäjänä 11 v.)

Näin niin paljon tekemätöntä työtä. Olen luonut itselleni paremmat mahdollisuudet toimia sillä alalla millä voin ja haluan toimia (nainen, yrittäjänä 1 v.)

Tilanne oli sellainen (mies, yrittäjänä 23 v.)

Menin naimisiin tilanpitäjän kanssa, navetta oli tyhjillään ja olin lasten kanssa kotona (nainen, yrittäjänä yli 25 v.)

Sattuman kauppaa, hain y-tunnuksen ja siitä se lähti (nainen, yrittäjänä 1 v.)

Nuorena kun lähtee yrittäjäksi, on enemmän draivia kuin osaa-mista. Oli asia mikä kiinnosti ja löytyi myös ihmisiä, joita asia kiinnosti (mies, yrittäjänä 5 v.)

Tutkimuksessa yrittäjiä pyydettiin nimeämään liiketoiminnan kannalta tärkeät verkostot ja kertomaan samalla onko verkoston yhteyshenkilö nais- vai miespuolinen.

Haastattelurungon mukaisesti aloitettiin sosiaalisista verkostoista eli aluksi kysyttiin perhe, sukulaiset ja ystävät, harrastusten kautta saadut verkostot sekä nykyiset ja entiset työtoverit ja toiset yrittäjät.

Seuraavaksi yrittäjiä pyydettiin nimeämään asiakkaat ja yhteistyökumppanit, kuten palvelu- ja tavarantoimittajat sekä alihankkijat. Toimialasta riippuen kaikilla yrittäjillä ei ole tavarantoimittajia tai alihankkijoita.

Erilaiset yhdistykset, kuten yrittäjäjärjestöt, alueelliset kehitysorganisaatiot ja opilaitokset sekä yhteydet kunta- ja kaupunkiorganisaatioiden kanssa pyydettiin myös nimeämään.

Lopuksi yrittäjiltä tiedusteltiin heidän virallisista verkostoistaan kuten tilitoimisto, konsultit ja kauppakamarit sekä mainitsemaan muut verkostot, joita lomakkeessa ei erikseen mainittu.

3.4 Sosiaaliset verkostot

Nais- ja miesyrittäjien sosiaaliset verkostot analysoitiin toimialoittain, yrittäjien iän ja yrittäjänä oloajan mukaisesti.

Sosiaaliset verkostot muodostaa perhe, sukulaiset, ystävät, harrastus-, työ- ja opiskelukaverit sekä harrastusten kautta saadut kaverit. Sosiaaliset verkostot antavat henkistä tukea ja heihin myös luotetaan virallisia verkostoja enemmän.

Sosiaalisia verkostoja nimettiin 6–51 kappaletta. Naisten sosiaalisen verkoston määrä vaihtelee 6–26 kappaleen välillä. Miesten sosiaalisen verkoston määrä vaihtelee 7–51 kappaleen välillä.

Vaimo on tärkeässä roolissa ja hänen kauttaan olen myös saanut uusia verkostoja (mies, yrittäjänä 3 v.)

Sosiaalinen verkosto on hyvä sparraaja (nainen, yrittäjänä 1 v.)

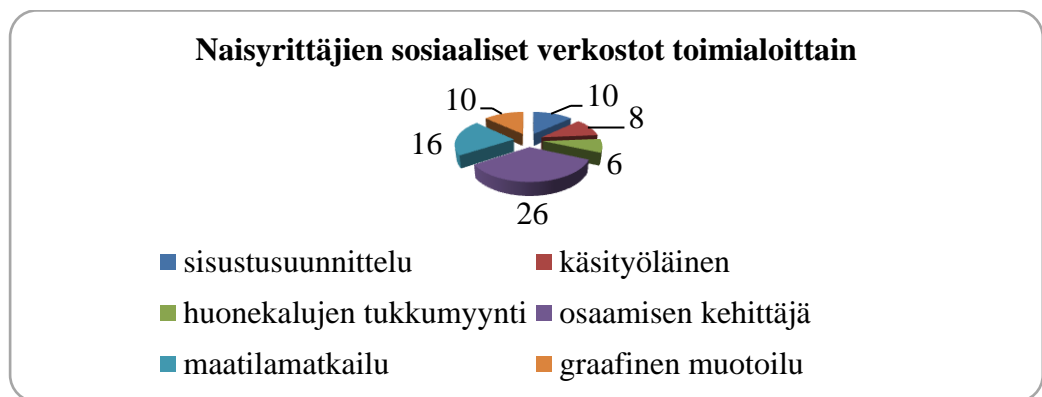
Työ, perhe ja vapaa-aika pidetään erossa (mies, yrittäjänä 5 v.)

Puolison kanssa keskustellaan bisneksiin liittyvistä asioista, varsinkin, jos ne liittyvät talouteen (mies, yrittäjänä, 23 v.)

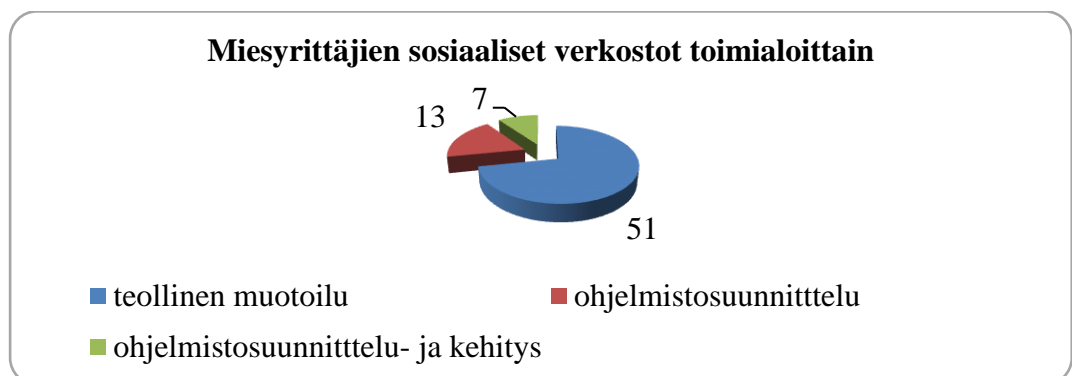
Pyrin pitämään perheen ja sukulaiset erossa, perhe on tukiverkosto, taustajoukko jolla on merkitystä. Ystävät ovat tärkeitä tukijoita (nainen, yrittäjänä 1 v.)

Sosiaalisissa verkostoissa puoliso, sisarukset, omat lapset ja vanhemmat tulivat vahvasti esille tärkeimpinä sosiaalisista verkostoista. Yrittäjinä toimivat sukulaiset ja ystävät, etenkin pienyrittäjät, koetaan tärkeiksi tukijoiksi. Toinen pienyrittäjä ymmärtää toisen pienyrittäjään haasteet. Yrittäjinä toimivien sukulaisten kautta saadaan myös uusia kontakteja. Myös yrittäjinä toimivat ystävät mainittiin. Haastattelussa yksi yrittäjä kertoi samassa kiinteistössä työskentelevästä yksinyrittäjästä, että ”ilman häntä en selviäisi”. Leskinen toteaa tutkimuksessaan sosiaalisen verkoston hyödyttävän yrittäjää paitsi liiketaloudellisesti myös vaikuttavan yrittäjän hyvinvointiin vuoropuhelun kautta. (Leskinen 2011, 68).

Kuviosta 19 selviää, että suurin sosiaalinen verkosto on osaamisen kehittäjällä ja pienin on käsityöläisellä.

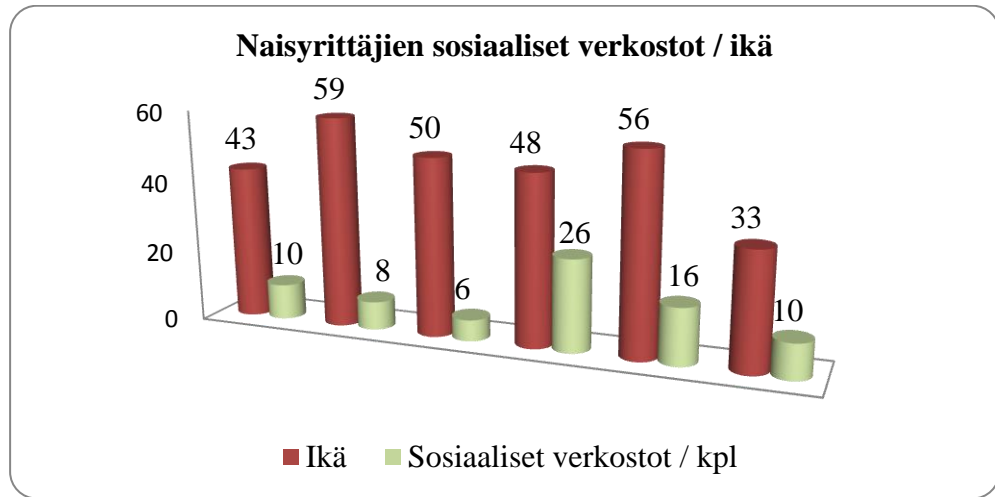


KUVIO 19. Tutkimukseen osallistuneiden naisyrityksien sosiaaliset verkostot toimialoittain



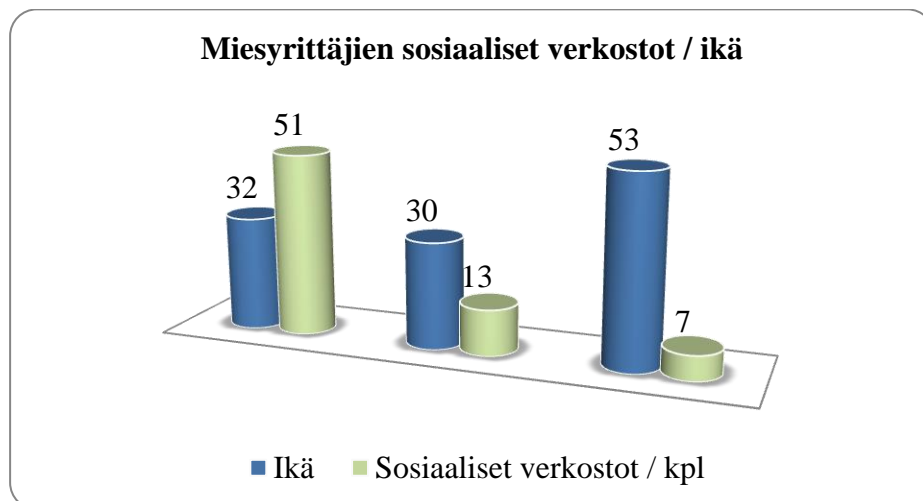
KUVIO 20. Tutkimukseen osallistuneiden miesyrityksien sosiaaliset verkostot toimialoittain

Kuviossa 21 on kuvattu naisyrittäjien sosiaalisten verkostojen määrä ja yrittäjän ikä. Tutkimuksen perusteella näyttäisi, että ikä ei ole suorassa suhteessa sosiaalisten verkostojen määrään.



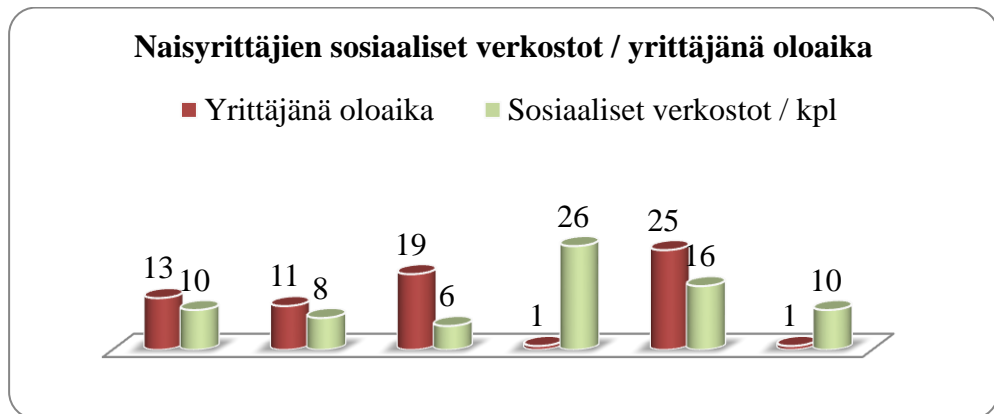
KUVIO 21. Tutkimukseen osallistuneiden naisyrittäjien sosiaaliset verkostot yrittäjän iän mukaan

Kuviossa 22 on kuvattu miesyrittäjien sosiaalisten verkostojen määrä ja yrittäjän ikä. Iällä ei näyttäisi olevan suoraa korrelaatiota miesyrittäjien sosiaalisten verkostojen määrään.



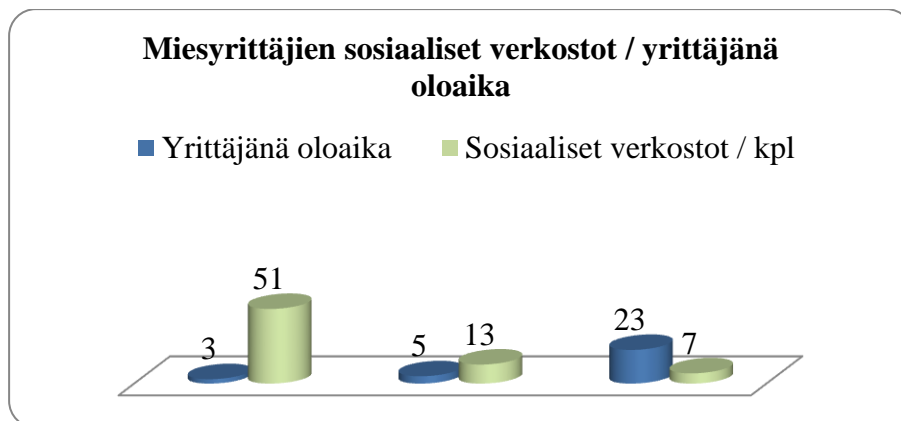
KUVIO 22. Tutkimukseen osallistuneiden miesyrittäjien sosiaaliset verkostot yrittäjän iän mukaan

Kuviosta 23 näkee, että vuoden yrittäjinä olleiden henkilöiden sosiaalisten verkostojen määrä eroaa huomattavasti toisistaan.



KUVIO 23. Tutkimukseen osallistuneiden naisyrittäjien sosiaaliset verkostot yrittäjänä oloajan mukaan

Kuviossa 24 on kuvattu sosiaalisten verkostojen määrä ja miesyrittäjien yrittäjänä oloaika. Lyhyimmän yrittäjänä oloajan omaavalla yrittäjällä on suurin sosiaalinen verkosto.



KUVIO 24. Tutkimukseen osallistuneiden miesyrittäjien sosiaaliset verkostot yrittäjänä oloajan mukaan

Kolmen yrittäjän puoliso toimii myös yrittäjänä. Kaikki yrittäjät eivät kuitenkaan nimenneet yrittäjänä toimivaa puolisoa mukaan sosiaaliseen verkostoon. Yrittäjän toimialalla työskentelevät lapset, sisarukset ja ystävät nimettiin sosiaaliseen verkostoon.

3.5 Vertikaaliset verkostot

Vertikaaliset verkostot muodostuvat yhteistyökumppaneista, joilla palvelut ja/tai tuotteet täydentävät toisiaan. Vertikaalisia verkostoja tarkoitettaessa voi myös käyttää termiä vaihdantaverkostot. Vaihdantaverkostoissa käydään kauppaa. Vertikaalisiin verkostoihin luetaan tässä tutkimuksessa yhteistyökumppanit, asiakkaat sekä palvelun- ja tavarantoimittajat. Vertikaalisten verkostojen määrä vaihteli 11–60 kappaleen välillä. Naisilla vertikaalisia verkostoja oli 17–49 kappaletta ja miehillä 11–60 kappaletta.

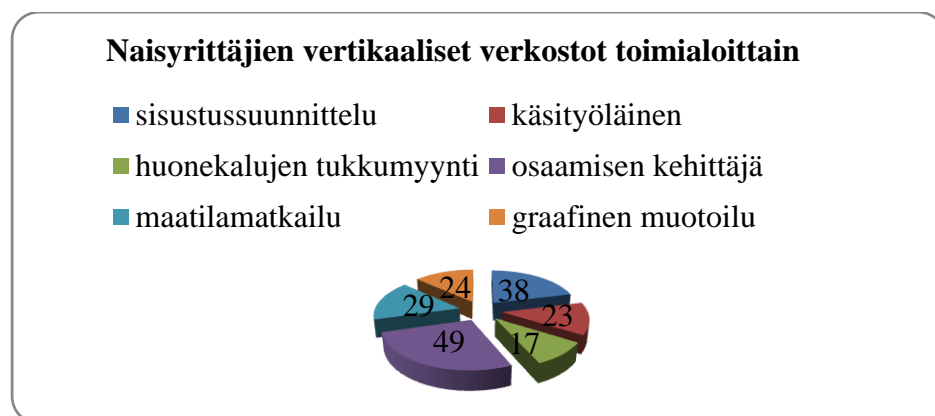
Tiivis ja hyvin toimivat välit ja halu tehdä kauppaa, kiva nähdä ja suunnitella, en tiedä milloin muuttuu rahaksi (nainen, yrittäjänä 1 v.)

Asiakkaat ovat hyvin sitoutuneita minuun (mies, yrittäjänä 23 v.)

Yksi yrittäjää mainitsi yhteistyökumppaneikseen tilitoimiston, pankin, vakuutusyhtiön ja verottajan. Toinen yrittäjä nimesi henkilökunnan vertikaalisiin verkostoihin.

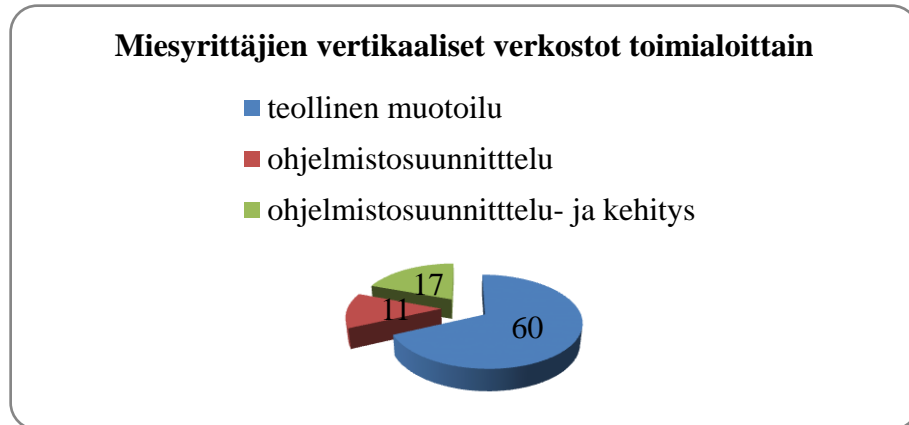
Henkilökunta on yrityksen käyntikortti (nainen, yrittäjänä 19 v.)

Sisustussuunnittelu ja maatilamatkailu ovat aloja, joilla on paljon yksityisiä asiakkaita. Yksityisasiakkaiden määrä ei näy tässä kuviossa.



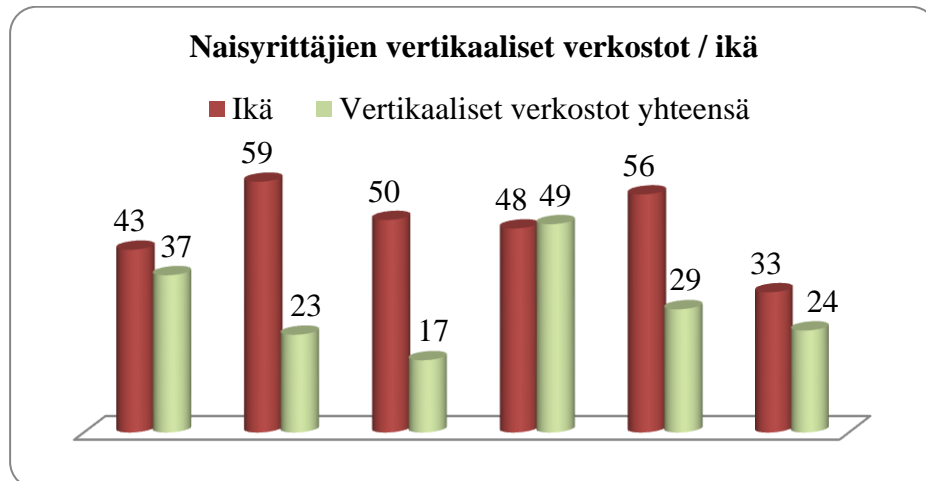
KUVIO 25. Tutkimukseen osallistuneiden naisyrittäjien vertikaaliset verkostot toimialoittain

Tutkimusaineiston pohjalta toimialalla näyttäisi olevan merkitystä myös miesten vertikaalisten verkostojen määrään. Teollinen muotoilu vaatii monen toimijan yhteistyötä. Ohjelmistosuunnittelu- ja kehitystyö alalla olevien yrittäjien verkostojen määrä ei oleellisesti eroa toisistaan, vaikka yrittäjät ovat eri-ikäisiä ja he ovat olleet yrittäjinä eripituisen ajan.



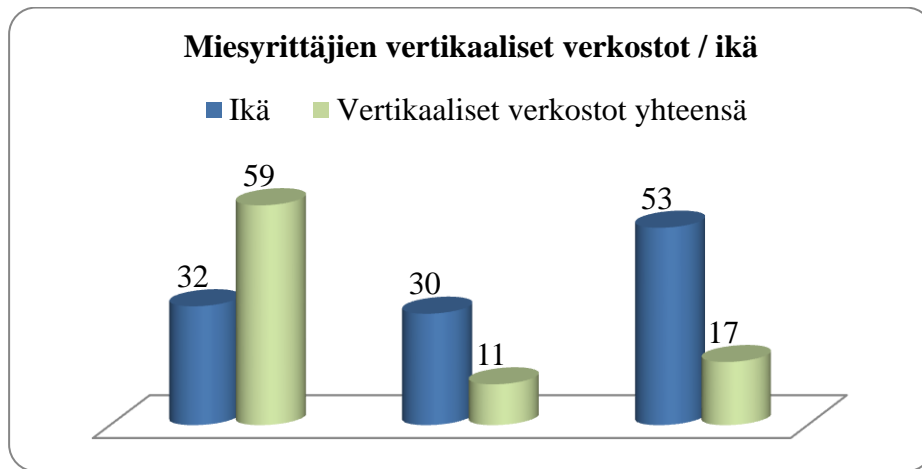
KUVIO 26. Tutkimukseen osallistuneiden miesyrittäjien vertikaaliset verkostot toimialoittain

Tutkimuksen perusteella näyttäisi, että naisyrittäjien ikä ei vaikuta vertikaalisten verkostojen määrään.



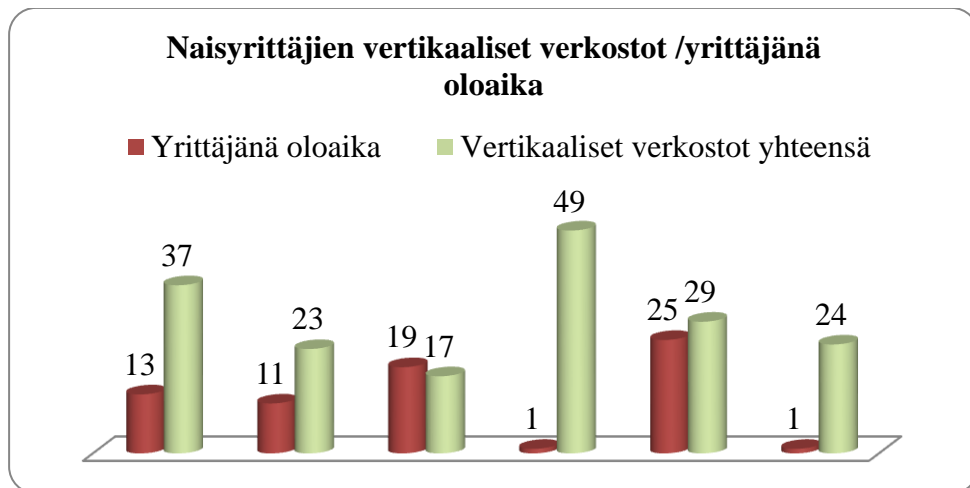
KUVIO 27. Tutkimukseen osallistuneiden naisyrittäjien vertikaaliset verkostot ja yrittäjän ikä

Tutkimuksen perusteella näyttäisi, että miesyrittäjien ikä ei vaikuta vertikaalisten verkostojen määrään.



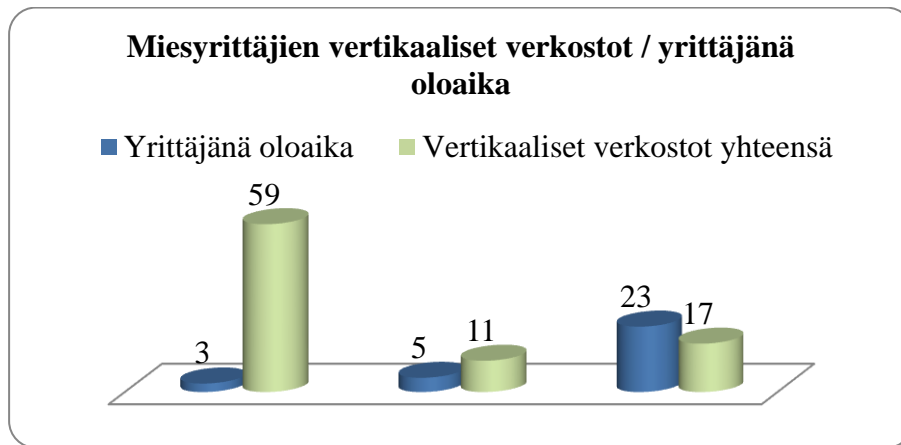
KUVIO 28. Tutkimukseen osallistuneiden miesyrittäjien vertikaaliset verkostot ja yrittäjän ikä

Tutkimusaineiston pohjalta näyttäisi, että naisyrittäjien yrittäjänä oloaika ei vaikuta vertikaalisten verkostojen määrään.



KUVIO 29. Tutkimukseen osallistuneiden naisyrittäjien vertikaalisten verkostojen määrä ja yrittäjänä oloaika

Tutkimusaineiston pohjalta näyttäisi, että miesyrittäjien yrittäjänä oloaika ei vaikuta vertikaalisten verkostojen määrään.



KUVIO 30. Tutkimukseen osallistuneiden miesyrittäjien vertikaalisten verkostojen määrä ja yrittäjänä oloaika

3.6 Alueelliset verkostot

Alueelliset verkostot ovat yritysten välisiä verkostoja. Globaalisti toimivalla yrittäjällä on laajemmat verkostot, kun paikallisesti toimiva yrittäjä keskittyy paikallisesti toimiviin verkostoihin. Haastatteluun osallistuneiden yrittäjien toiminta-alue on Päijät-Häme.

Kaupungit ja kunnat ovat mukana monen yrittäjän verkostoissa. Yrittäjät nimesivät verkostoihinsa Heinolan, Lahden ja Porvoon kaupungit sekä Hollolan, Kaarinan, Kuhmoisten ja Nastolan kunnat.

Toimiala vaikuttaa verkostojen alueelliseen laajuuteen. Päijät-Hämeessä toimivan maatilayrittäjän toiminta-alue on koko Etelä-Suomi ja koko asiakaskunnasta noin puolet muodostuu yksityisasiakkaista. Sisustussuunnittelijana toimivalla yrittäjällä on laaja yksityisasiakkaiden verkosto. Yksityisasiakkaat tulevat suurelta osin yritysasiakkaiden antamien suositusten kautta. Yksityisyrittäjällä, esimerkiksi maatilamatkailuyrittäjällä, on laaja verkosto yritysasiakkaiden kautta, jotka koostuvat sekä Pk-yrityksistä että suurista kansainvälisistä yhtiöistä.

Yrittäjien alueellinen verkostoituminen näkyy myös oppilaitosten ja alueellisten kehitysorganisaatioiden kanssa tekemästä yhteistyöstä. Yrittäjillä on yhteistyötä muuan muassa Lahden ja Kouvolan ammattikorkeakoulujen kanssa. Kehitysorganisaatioista esiin nousivat Lahden Seudun Kehitys LADEC Oy ja Markkinointiyhtiö Lahden seutu Oy – Lahti region Oy. Kaksi haastatelluista yrittäjistä toimivat myös opettajina oman toimialansa oppilaitoksissa.

Monet yrittäjien toimialaan kuuluvat yhdistykset ovat valtakunnallisia organisaatioita esimerkiksi ProAgria. Muotoilualalla on paljon kansainvälistä toimintaa erilaisten kilpailujen ja messujen kautta. Ohjelmistoalan messut mainittiin myös tilaisuuksina, joissa on hyvä mahdollisuus verkostoitua ja saada asiakkaita.

Yrittäjät ovat aktiivisia yhdistysihmisiä. He ovat mukana yrittäjäjärjestöissä sekä erilaisissa toimialaansa liittyvissä yhdistyksissä sekä muissa vapaamuotoisissa yhdistyksissä. Naisyrittäjien strateginen verkostoituminen -tutkimuksessa todettiin, että 90 % haastatteluun osallistuneista naisyrittäjistä koki Lahden Seudun Yrittäjänaiset ry:n jäsenyyden olevan hyvä mahdollisuus verkostoitumiseen muiden naisyrittäjien kanssa ja jäsenyyden tukevan liiketoimintaa. (Iisalo 2012, 51.)

Kotityöpalveluyrittäjien verkostoituminen -tutkimuksessa kävi ilmi aktiivisen toiminnan järjestöissä ja yhdistyksissä edistävän verkostoitumista. Samassa tutkimuksessa yrittäjät olivat kiinnostuneita tiivistämään yhteistoimintaa oppilaitosten kanssa mentoroinin muodossa. Mentori on ”itsenäinen toimija ja ulkopuolinen kannustaja”. (Lätti 2011, 43–44.) Yksi yrittäjä mainitsi olleensa mentorina puolisolleen hänen aloittaessaan omaa yritystoimintaa. Tutkimukseen osallistuneista yrittäjistä yksi naisyrittäjä ja yksi miesyrittäjä ei ole mukana Lahden Seudun Yrittäjänaiset ry:ssä tai Päijät-Hämeen Yrittäjät ry:ssä.

3.7 Viralliset ja muut verkostot

Viralliset verkostot muodostuvat erilaisista tahoista, kuten konsultit, tilitoimisto, rahoittajat, lakitoimistot ja kauppakamari. Virallisista verkostoista voidaan myös käyttää vuorovaikutusverkosto-määritelmää. Vuorovaikutusverkostoissa vaihdetaan tietoja tai ajatuksia. Seitsemällä yrittäjällä on tilitoimisto tai kirjanpitäjä. Yksi yrittäjä hoitaa kirjanpidon itse ja yksi yrittäjä ei maininnut verkostoihinsa tilitoimistoa tai kirjanpitäjää.

Yhdellä naisyrittäjällä on tukenaan konsultti ja yhdellä miesyrittäjällä on agentti, joka hoitaa ulkomaalaisia yhteistyösuhteita. Kaksi naisyrittäjää on mukana alueellisessa kauppakamari toiminnassa. Oma kirjanpitäjä koetaan tärkeänä tukena ja auttajana ja liiketoiminnan asiantuntijana. Haastattelulomakkeessa mainituilla muilla verkostoilla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa sosiaalista mediaa.

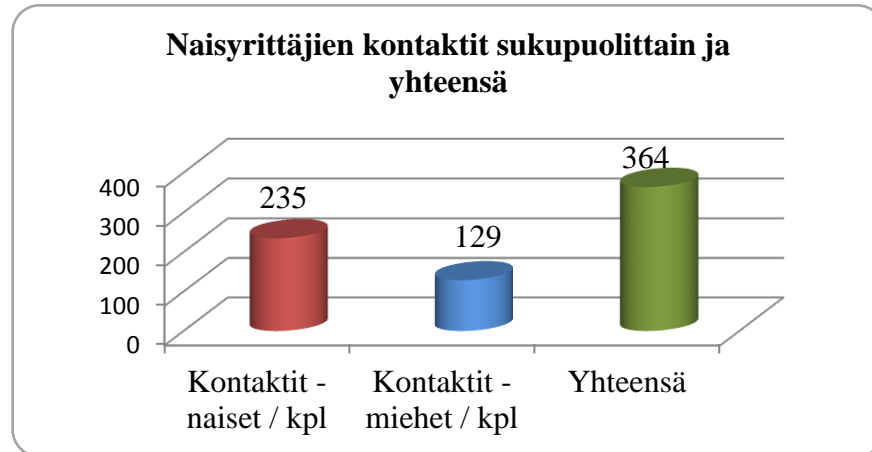
Tietysti mulla on tilitoimisto. Maailman paras. (nainen, yrittäjänä 11 v.)

Mun kirjanpitäjä on ehdoton ykkönen. (mies, yrittäjänä 3 v.)

Yrittäjiltä kysyttiin liiketoiminnan kannalta kolme tärkeintä verkostoa. Neljä yrittäjää mainitsi tärkeimmäksi verkostoiksi asiakkaat, kaksi yrittäjää sukulaiset ja yhden yrittäjän mielestä tärkein verkosto on yhteistyökumppanit. Yksi miesyrittäjä mainitsi tärkeimmäksi verkostoksi yrittäjäjärjestön, siitä on häneen mukaansa ”hyötyä ilman muuta”. Yhden yrittäjän mielestä oma puoliso on tärkein verkosto. Yksi naisyrittäjä haluaisi verkostoonsa lisää yhteistyökumppaneita ja oppilaitoksia.

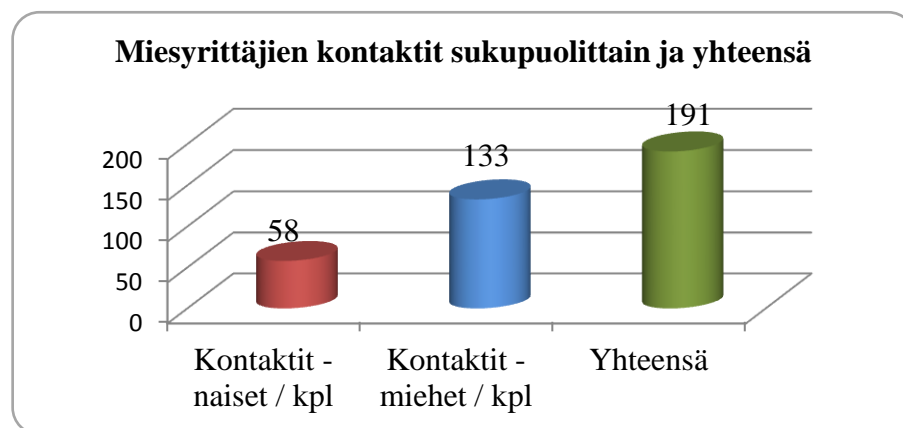
3.8 Verkostokontaktien määrä sukupuolittain

Haastatteluissa yrittäjiä pyydettiin kertomaan verkostossa olevan yhteyshenkilön sukupuoli. Kaikista verkostoista yhteyshenkilön sukupuolta ei voida nimetä. Joissakin verkostoissa on useita joko nais- tai miespuolisia yhteyshenkilöitä.



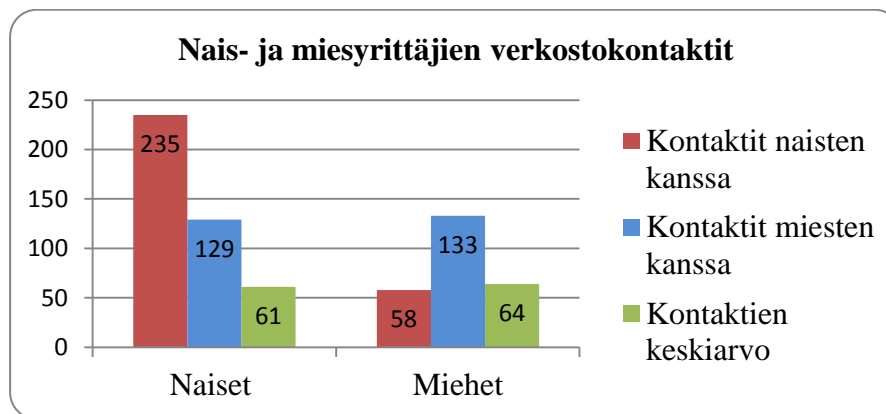
KUVIO 31. Tutkimukseen osallistuneiden naisyrittäjien verkostokontaktien määrä sukupuolittain ja yhteensä

Tämä tutkimus tukee Honkasen (2010, 81) artikkelissaan esittämää tutkimusta, jossa miesyrittäjät ovat verkostoituneet muiden (mies)yrittäjien kanssa.



KUVIO 32. Tutkimukseen osallistuneiden miesyrittäjien verkostokontaktien määrä sukupuolittain ja yhteensä

Kuvioon 33 on koottu nais- ja miesyrittäjien yhteyshenkilöiden sukupuoli ja määrät yhteensä. Keskiarvolla laskettuna miesyrittäjillä on hieman enemmän verkostokontakteja kuin naisyrittäjillä.



KUVIO 33. Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien verkostokontaktien määrät sukupuolittain ja yhteensä

Tutkimuksen pohjalta voidaan todeta, että verrattaessa kahta samaa sukupuolta olevan ja yhtä kauan yrittäjänä toimineen, mutta iältään eri-ikäisen yrittäjän verkostojen määrä eroaa huomattavan paljon toisistaan. Tutkimuksessa ilmeni kuitenkin, että kaksi samalla toimialalla olevaa eri-ikäistä ja eripituisen ajan yrittäjänä olleilla yrittäjillä oli hyvin samansuuruiset verkostot.

Tämä tutkimus ei tue Honkasen (2010, 79) artikkelissaan esittämiä aikaisempia tutkimuksia, joiden mukaan naisyrittäjillä on vähemmän liiketoiminnallisesti tärkeitä verkostoja kuin miesyrittäjillä.

3.9 Tutkimuksen luotettavuus

Luotettavuuden arvioinnissa on huomioitava tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden anonyymiteettisuoja. Tutkimuksessa ei käy ilmi tutkimukseen osallistuneiden nimiä, ammattia tai asuinpaikkakuntaa. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 140.)

Haastatteluaineiston laatu määrää haastatteluaineiston luotettavuuden. Laatua tulee seurata tutkimuksen aikana eri näkökulmista. Ensiksi varmistetaan, että haastattelurunko on hyvä ja toiseksi, että haastattelija litteroi aineiston mahdollisimman pian haastattelujen jälkeen. (Hirsjärvi, Hurme 2010, 184–185.)

Validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä tutkia sitä, mitä oli luvattu ja mitä oli tarkoituskin tutkia. Reliabiliteetti tarkoittaa, että tutkimustulokset ovat toistettavissa eikä tutkimus tuota sattumanvaraisia tuloksia. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2008, 226.)

Tutkimuksen toimeksiantajana oli Lahden ammattikorkeakoulun TKI-, KV- ja aluekehitysyksikkö POP *Pienyrittäjässä on potentiaalia* -hanke. Tutkimukseen osallistui yhdeksän yrittäjää, joista naisyrittäjiä oli kuusi ja miesyrittäjiä kolme. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää pienyrittäjän liiketoimintaan liittyvät verkostot yrittäjän näkökulmasta katsottuna. Tavoitteena oli lisäksi havaita ja nostaa esiin yrittäjien verkostoihin liittyviä yhtäläisyyksiä ja eroja nais- ja miesyrittäjien verkostoissa. Lisäksi haluttiin tuoda esiin yksin- ja pienyrittäjän alueellinen merkittävyys ja näkyvyys.

Haastateltavat tutkimukseen saatiin Päijät-Hämeen Yrittäjät ry:n ja Lahden Seudun Yrittäjänaiset ry:n avulla. Haastatellut yrittäjät valittiin tutkimukseen harkinnanvaraisesti. Toimeksiantajan edustaja sopi haastatteluajat yrittäjien kanssa sähköpostitse. Haastattelut toteutettiin 22.04. – 19.6.2013 välisenä aikana. Toimeksiantajan edustaja haastatteli yrittäjät.

Tutkimus toteutettiin temahaastattelumenetelmää käyttäen. Haastattelurunko tehtiin yhdessä toimeksiantajan edustajan kanssa. Haastattelurunko rakentuu kolmesta osasta. Haastattelun aluksi yrittäjille tehtiin taustakysymyksiä, kuten ikä, yrittäjänä oloaika, toimiala ja koulutustausta sekä motivaatio aloittaa yritystoimintaa. Lisäksi haluttiin tietää, monesko yritys nykyinen yritys on ja onko yrityksellä kansainvälistä toimintaa.

Toisessa osassa tiedusteltiin yrittäjän verkostot. Teemoina olivat sosiaaliset verkostot, vertikaaliset verkostot, alueelliset verkostot ja viralliset sekä muut verkostot. Lopuksi yrittäjiä pyydettiin nimeämään liiketoimintaan vaikuttavat kolme tärkeintä verkostoa.

Haastatteluissa oli mukana kahdesta kolmeen henkilöä; toimeksiantajan edustaja, opinnäytetyön tekijä ja projektissa mukana ollut Lahden ammattikorkeakoulun opiskelija. Haastattelun aluksi kysyttiin taustatiedot, jotka kirjoitettiin muistiin. Yrittäjä kertoi liiketoimintaansa vaikuttavat verkostot. Verkostot piirrettiin pape-

riarkille yrittäjän verkostokartaksi yrittäjän läsnä ollessa. Haastattelun jälkeen taustatiedot litteroitiin Word-tiedostoksi ja verkostotyypit ja-määrät purettiin Excel-tiedostoksi tutkimusanalyysia varten.

Reliabiliteetti eli tutkimustulosten toistettavuus on tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa asia, joka on huomioitava ensimmäiseksi. Tutkimuksen on annettava ne tiedot, jotka arvioitsija tarvitsee arvioidakseen sen, miten havainnot on saatu, muokattu ja tulkittu tutkimustulokseksi. Reliabiliteetin toteamiseksi tutkimuksessa on oltava selostus tutkimuksen kulusta; havainnointi- ja haastattelutilanteiden selvitys. (Koskinen, Alasuutari, Peltonen 2005, 258 – 259.)

Tutkimuksen toistettavuuden arvioinnista on luovuttava silloin kun kyseessä on ”muuttuvat ominaisuudet”. Rakennevalidius määrittelee sen, antaako tutkimus vastuksen tutkimuksen pää- ja alaongelmiin. (Hirsjärvi ym. 2010, 186 – 187.) Tutkimuksen pääongelma oli selvittää yrittäjän yritystoiminnan kannalta tärkeät verkostot. Tutkimuksen alaongelmia oli kolme: Miten nais- ja miesyrittäjien verkostot eroavat toisistaan, mitä yhteistä nais- ja miesyrittäjien verkostoissa on ja miten yrittäjien verkostot näkyvät alueellisesti.

Laadullisessa tutkimuksessa huomioidaan tutkimustulosten yleistäminen. Laadullisesta tutkimuksesta on sanottu, että ”pienestä havaintomäärästä ei voi tehdä luotettavia yleistyksiä”. Toinen syy laadulliseen tutkimukseen liittyvästä kritiikistä on, että yksittäistapaukset eivät ole niin informatiivisia kuin yleisempi tieto. Haastateltavien lukumäärästä ei voi antaa mitään tapausmääriä. Ymmärrys tutkimuksesta kasvaa tutkittaessa pieniä tapausmääriä, joista kerätään mahdollisimman paljon tietoa. Pienestä havaintomäärästä ei voi tehdä yleisiä johtopäätöksiä. (Koskinen ym. 2005, 263, 265–266.)

Tutkimuksessa keskityttiin tutkimukseen osallistuvien yrittäjien näkökulmasta yrittäjän yritystoiminnan kannalta merkityksellisiin verkostoihin. Tutkimuksen pääongelma oli selvittää yrittäjän yritystoiminnan kannalta tärkeät verkostot. Tutkimuksen alaongelmia oli kolme: Miten nais- ja miesyrittäjien verkostot eroavat toisistaan, mitä yhteistä nais- ja miesyrittäjien verkostoissa on ja miten yrittäjien verkostot näkyvät alueellisesti. Tutkimus antaa vastauksen niihin kysymyksiin, joihin oli tarkoituskin. Tutkimuksen validiteetti on hyvä.

Tässä tutkimuksessa tutkittiin pienyrittäjän verkostoja. Tutkimuksessa on selostettu haastattelutilanteet ja haastattelutilanteessa oli aina mukana vähintään kaksi henkilöä, joista toinen oli toimeksiantajan edustaja. Haastatteluissa saatiin ne tiedot, jotka tarvittiin tutkimuksen toteuttamiseksi eikä se tuottanut sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimuksen reliabiliteetti on hyvä.

Verkostot ovat muuttuvia, joten tämän tutkimuksen toistaminen kolmen tai viiden vuoden päästä tuottaa todennäköisesti erilaisen tuloksen. Tutkimukseen osallistui yhdeksän yrittäjää, joten tutkimuksesta tehtyjä johtopäätöksiä ei voi yleistää.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

Verkostoitumista tapahtuu eri aloilla ja alueilla. Verkostoja syntyy, kun ihmiset tapaavat toisiaan ja kokoontuvat yhteisten intressien ja tavoitteiden ympärille. Yrittäjä keskittyy ydinosaamiseensa ja hajauttaa ydinosaamisen ulkopuolelle kuumattomia toimintoja. Verkostoista haetaan kilpailukykyä, tiedon vaihtamista ja kokemusperäistä oppimista kuitenkin paljastamatta omia liikesalaisuuksia. Verkostomainen yhteistyö vaatii yrittäjältä sitoutumista ja vastavuoroisuutta. Hyvässä verkostossa on visio tulevaisuudesta ja se hyödyttää molempia osapuolia. Verkostoituminen on siten yksilön, yrittäjän ja koko suomalaisen yhteiskunnan etu.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää pienyrittäjän sosiaaliset, vertikaaliset, alueelliset, viralliset ja muut verkostot. Haastateltujen taustatietoja ja verkostokarttoja tutkimalla ja vertailemalla haluttiin lisäksi tietää mitä mahdollisia yhtäläisyyksiä ja eroja nais- ja miesyrittäjien verkostoissa on. Tutkimukseen osallistui kuusi naisyrittäjää ja kolme miesyrittäjää eri toimialoilta. Yrittäjistä seitsemän on yksinyrittäjiä ja kaksi on mikroyrittäjiä. Yrittäjien toiminta-alueena on Päijät-Häme. Yrittäjät ovat eri-ikäisiä ja omaavat eripituiset yrittäjänä oloajat. Yrittäjät eroavat toisistaan myös koulutustaustaltaan.

Tutkimuksen tuloksia on purettu teemoittain sekä tutkimusongelmakohtaisesti. Naisyrittäjiä osallistui tutkimukseen puolet enemmän kuin miesyrittäjiä, siksi tutkimustulosten analysoinnissa oli käytettävä keskiarvoja kuvaamaan nais- ja miesyrittäjien verkostojen määriä suhteessa toiseen sukupuoleen. Keskiarvoa ei voinut kuitenkaan laskea muitten verkostojen kohdalla.

Tutkimuksen haastatteluteemat jaettiin neljään eri kategoriaan. Teemat olivat sosiaaliset verkostot, vertikaaliset verkostot, alueelliset verkostot sekä viralliset ja muut verkostot. Haastattelutilanteessa yrittäjiä pyydettiin nimeämään kaikki ne verkostot, jotka he itse kokivat hyödyttävän liiketoimintaansa. Samalla saatiin vastaus tutkimuksen pääongelmaan, joka oli selvittää yrittäjän yritystoiminnan kannalta tärkeät verkostot.

Tutkimuksessa saatiin selville sosiaalisia, vertikaalisia, alueellisia, virallisia ja muita verkostoja yhteensä 589 kappaletta. Verkostot jakaantuivat määrällisesti siten, että naisyrittäjät nimesivät yhteensä 395 verkostoa ja miesyrittäjät nimesivät yhteensä 194 verkostoa.

Sosiaaliset verkostot muodostuvat perheestä, sukulaisista, ystäväistä sekä harrastus-, työ- ja opiskelukavereista. Sosiaalisia verkostoja oli yhteensä 147 kappaletta. Naisyrittäjillä sosiaalisia verkostoja oli yhteensä 76 kappaletta ja miesyrittäjillä 71 kappaletta. Keskimäärin sosiaalisia verkostoja oli 16 kappaletta yrittäjää kohden.

Vertikaaliset verkostot muodostuvat asiakkaista, yhteistyökumppaneista, alihankkijoista sekä palvelun- ja tavarantoimittajista. Vertikaalisia verkostoja oli yhteensä 257 kappaletta. Naisyrittäjillä vertikaalisia verkostoja oli yhteensä 172 kappaletta ja miesyrittäjillä 85 kappaletta. Keskimäärin vertikaalisia verkostoja oli 29 kappaletta yrittäjää kohden.

Alueelliset verkostot muodostuvat yrittäjäjärjestöistä, alueellisista kehitysorganisaatioista, oppilaitoksista, kaupunki- ja kunta organisaatioista ja muista vapaa-muotoisista yhdistyksistä. Alueellisia verkostoja oli yhteensä 108 kappaletta. Naisyrittäjillä alueellisia verkostoja oli yhteensä 76 kappaletta ja miesyrittäjillä 32 kappaletta. Keskimäärin alueellisia verkostoja oli 12 kappaletta yrittäjää kohden.

Viralliset verkostot muodostuvat tilitoimistosta, konsulteista ja kauppakamareista. Virallisissa verkostoissa vaihdetaan tietoja ja ajatuksia. Muilla verkostoilla tässä tutkimuksessa tarkoitetaan sosiaalista mediaa. Virallisia verkostoja oli yhteensä 11 kappaletta. Naisyrittäjillä virallisia verkostoja oli yhteensä 8 kappaletta ja miesyrittäjillä 3 kappaletta. Muita verkostoja oli yhteensä 69 kappaletta. Yhden yrittäjän sosiaalisen median verkostot tekevät ”hyppäyksen” tutkimustulokseen, joten muista verkostoista keskiarvoa ei voi laskea.

Eniten yrittäjät nimesivät vertikaalisia verkostoja, seuraavaksi suurin ryhmä oli sosiaaliset verkostot ja kolmanneksi suurimman verkoston muodostivat alueelliset verkostot.

Tutkimuksessa haluttiin tietää myös yrittäjän mielipide oman yritystoimintansa kannalta tärkeimmäksi kokemansa verkosto. Yrittäjät kertoivat tärkeimmiksi verkostoiksi ensimmäisenä asiakkaat ja toisena sukulaiset. Puoliso ja sukulaiset, kuten omat lapset ja vanhemmat, sisarukset ja muut sukulaiset sekä ystävät koettiin tärkeiksi tukijoiksi ja heidän kautta saadaan myös uusia verkostoja. Yrittäjänä olevat ystävät ja sukulaiset, etenkin jos he ovat pienyrittäjiä, ovat tärkeitä yrittäjälle. Mikroyrittäjän yhtiökumppanit ja työkaverit laskettiin mukaan lähiverkostoon ja alaiset miellettiin enemmän yhteistyökumppaneiksi kuin alaisiksi. Myös yrittäjäjärjestöjen merkitys yrittäjälle mainittiin. Useat yrittäjät halusivat verkostoihinsa lisää asiakkaita.

Tutkimuksessa oli kolme alaongelmaa. Alaongelmat olivat:

- Miten naisyrittäjien ja miesyrittäjien verkostot mahdollisesti eroavat toisistaan?
- Mitä yhtäläisyyksiä nais- ja miesyrittäjien verkostoissa on?
- Miten nais- ja miesyrittäjien verkostot näkyvät alueellisesti?

Miesyrittäjillä on enemmän sosiaalisia verkostoja kuin naisyrittäjillä. Nais- ja miesyrittäjillä on vertikaalisia verkostoja saman verran. Nais- ja miesyrittäjillä oli vertikaalisia verkostoja enemmän kuin sosiaalisia verkostoja. Alueelliset verkostot ovat hieman suuremmat naisyrittäjillä kuin miesyrittäjillä.

Yksinyrittäjän ja mikroyrittäjän alueellinen liiketoiminta-alue ulottuu toisiin kaupunkeihin, kuntiin ja Etelä-Suomen alueelle. Toimialakohtaisesti ja epäsuorasti yksinyrittäjän alueelliset verkostot voivat ulottua maamme rajojen ulkopuolelle huolimatta siitä, onko yrittäjällä varsinaista toimintaa ulkomailla. Alueellista verkostoitumista syntyy myös alueellisen naisyrittäjä- ja paikallisen / alueellisen yrittäjäjärjestön kautta. Alueellisilla kehitysorganisaatioilla ja oppilaitoksilla on merkittävä rooli yrittäjän verkostoissa. Yksi haastatelluista yrittäjästä haluaisikin lisätä yhteistyötä oppilaitosten kanssa.

Taulukossa 6 on yhteenveto verkostoista teemoittain ja sukupuolittain jaoteltuna. Keskiarvon mukaan laskettuna verkostojen määrä ei eroa nais- ja miesyrittäjien kesken.

TAULUKKO 6. Yhteenveto yrittäjien verkostostoista teemoittain nais- ja miesyrittäjien kesken sekä keskiarvot. Luvut on pyöristetty ylöspäin.

Verkosto				Keskiarvo		Keskiarvot
	Naiset	Miehet	Yhteensä	Naiset	Miehet	
Sosiaaliset	76	71	147	13	24	16
Vertikaaliset	172	85	257	29	28	29
Alueelliset	76	32	108	13	11	12
Viralliset	8	3	11	1	1	1
Muut	63	3	66	-	-	-
Yhteensä	395	194	589	66	65	65

Koulutustaustaa ja verkostoja tutkiessa selviää, että keskiarvona laskettuna korkeakoulutuksen omaavilla yrittäjillä on suurimmat verkostot. Toiseksi suurimmat verkostot ovat ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneilla yrittäjillä. Kolmantena on opistotason suorittaneet yrittäjät. Tämän tutkimuksen perusteella koulutustason ja verkostojen suhteesta ei voi tehdä yleisiä johtopäätöksiä.

Yrittäjän ikä, yrittäjänä oloaika tai koulutustausta ei suoraan näy verkostojen määrässä. Verrattaessa yhden vuoden yrittäjänä olleita kahta naisyrittäjää huomataan, että yrittäjien ikä vaikuttaa tällöin verkostojen määrään. Nuorella yrittäjällä on vähemmän verkostoja kuin jo iältään ja pitemmän työkokemuksen omaavalla yrittäjällä. Tutkimuksessa ei analysoitu yrittäjien verkostoja toimialakohtaisesti.

Verkostoissa olevat erot liittyvät siihen, kumman sukupuolen kanssa nais- ja miesyrittäjät toimivat. Naisyrittäjillä oli verkostoissa enemmän naispuolisia yhteyshenkilöitä kuin miespuolisia. Miesyrittäjillä oli taas enemmän miespuolisia yhteyshenkilöitä kuin naispuolisia. Tämän tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että naisyrittäjät toimivat naisten kanssa ja miesyrittäjät miesten kanssa.

Taulukossa 7 on yhteenveto nais- ja miesyrittäjien yhteyshenkilöiden määrästä sekä naisten että miesten kanssa. Keskiarvolla mitattuna miehillä on enemmän verkostokontakteja yhteenlaskettuna kuin naisilla. Sukupuolten välillä yhteyshenkilöiden määrä ei merkittävästi eroa toisistaan keskiarvolla mitattuna.

TAULUKKO 7. Tutkimukseen osallistunien yrittäjien verkostoissa olevien yhteyshenkilöiden sukupuoli, määrä ja keskiarvo. Luvut on pyöristetty ylöspäin.

Yhteyshenkilö	Naiset	Miehet	Yhteensä	Keskiarvo
Naiset	235	129	364	61
Miehet	59	133	192	64

Tutkimuksessa keskityttiin yrittäjän liiketoimintaan vaikuttaviin verkostoihin. Näkökohta on yrittäjän yksilöllisyys ja yrittäjän mielipide. Yrittäjän yksilöllisyyden huomioiminen ja yrittäjän oma mielipide vastaa haastattelulomakkeen laatu-kysymykseen. Laadukas verkosto on se verkosto, minkä yrittäjä halusi verkostoihinsa nimetä.

Tutkimus vahvistaa, että sosiaalisilla suhteilla ja -verkostoilla on tärkeä taustatuen merkitys yrittäjälle ja ne vaikuttavat epäsuorasti yrittäjän liiketoimintaan. Sosiaalisen verkoston kanssa käydyt keskustelut vaikuttavat yrittäjän liiketoiminnassa tehtyihin päätöksiin. Myös alueellisten verkostojen vaikutus näkyy yrittäjien verkostoissa. Yrittäjäjärjestöjen ja oppilaitosten kanssa tehty yhteistyö lisää verkostoitumista. Liiketoimintaan suoraan vaikuttaa kuitenkin eniten yrittäjän vertikaaliset verkostot; asiakkaat, yhteistyökumppanit ja palvelun- ja tavarantoimittajat. Toimialasta riippuen pienyrittäjä vaikuttaa laajalla alueella. Sosiaalinen media on vahvasti mukana vain yhden yrittäjän verkostoissa. Sitä ei kuitenkaan voinut pois sulkea tuloksista, koska tutkimuksessa huomioidaan nimenomaan yrittäjän omasta näkökulmasta yrittäjän liiketoimintaan vaikuttavat verkostot. Sosiaalisen median vaikutus tulevaisuudessa saattaa olla hyvinkin merkittävä. Virallisten verkostojen osuus tässä tutkimuksessa ei näyttäydä suuressa roolissa.

Tutkimustuloksista ilmeni, että naisyrittäjät toimivat naisten kanssa ja miesyrittäjät miesten kanssa. Tutkimukseen osallistuneilla yrittäjillä on huomattavasti laajemmat yhteistyöverkostot kuin Yksinyrittäjäkyselyssä on selvinnyt. Yksinyrittäjäkyselyn mukaan yrittäjällä on tyypillisesti kahdesta kolmeen yhteistyökumppania.

Työ- ja elinkeinoministeriön tekemän raportin mukaan vuonna 2030 epävirallisia verkostoja syntyy enemmän virallisten verkostojen rinnalle. Raportissa arvioidaan myös, että paikalliset verkostot tulevat kasvamaan globaalien verkostojen ohella. Verkostot muodostuvat tulevaisuudessa useista organisaatioista, kuten yrityksistä, tutkimus- ja oppilaitoksista sekä palvelujen ja tuotteiden loppukäyttäjistä.

Tässä tutkimuksessa kuvattiin nais- ja miesyrittäjien taustatietojen lisäksi sukupuoli ja ikä, sukupuoli ja yrittäjänä oloaika sekä yrittäjien koulutustausta. Tutkimuksessa verrattiin nais- ja miesyrittäjien koulutustaustaa. Nais- ja miesyrittäjien koulutustaustaa ja verkostoja verrattiin keskiarvon mukaan. Lisäksi koulutustaustaa ja verkostoja verrattiin sukupuolittain.

Sosiaalisia ja vertikaalisia verkostoja tutkittiin nais- ja miesyrittäjien kesken toimialan, iän ja yrittäjänä oloajan mukaan. Alueellisia verkostoja tutkittiin lähinnä yrittäjäjärjestöjen ja oppilaitosten roolin näkyvyyttä ja merkitystä yrittäjien verkostoissa. Lisäksi verrattiin nais- ja miesyrittäjien verkostoissa olevin yhteyshenkilöiden määrää ja sukupuolta nais- ja miesyrittäjien kesken.

Tämän tutkimuksen pohjalta näyttäisi, että yrittäjän tausta ja toimiala vaikuttaa enemmän verkostoihin – määrään ja niistä saatavaan tukeen ja hyötyyn – kuin sukupuoli, ikä ja yrittäjänä oloaika.

Jatkotutkimusehdotukseni ovat seuraavanlaiset:

- Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien kanssa tehtävä verkostojen kehittämiseen liittyvä tutkimus
- Tutkimuksessa mukana olleiden naisyrittäjien verkostojen kehittäminen

LÄHTEET

Painetut lähteet

Hakanen, M. – Heinonen, U. – Sipilä, P. 2007 Verkostojen strategiat. Menesty yhteistyössä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hirsijärvi, S., Hurme, H. 1995. Teema-haastattelu. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsijärvi, S., Hurme, H. 2010. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13–14 osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi

Honkanen, V. 2010. Onko naisilla tulevaisuutta yrittäjinä? Artikkelit. Futura-lehti 3/10.

Koskinen, I., Alasuutari, P., Peltonen, T. 2005. Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

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

Ollus, M., Ranta, J., Ylä-Anttila, P. 2002. Yritysverkostot – kilpailua tiedolla, nopeudella ja joustavuudella. Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra (Sitra 201) Vantaa: Tummavuoren kirjapaino Oy.

Pirnes, H. 2002. Verkosto ylivoimaa. Helsinki: WSOY.

Saarnilehto A., Vesalainen, J. Annola, V. 2013. Monimuotoinen verkosto: Johtamista ja juridiikkaa. Lakimiesliiton Kustannus.

Toivola, T. 2006. Verkostoituva yrittäjyys: strategiana kumppanuus. Helsinki: Edita Publishing.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Vantaa: Tammi.

Valkokari, K., Hyötyläinen R., Kulmala H., Malinen P., Möller K., Vesalainen J., 2009. Verkostot liiketoiminnan kehittämisessä. Helsinki: WSOYpro

Vesalainen, J. 2006. Kaupankäynnistä kumppanuuteen – Yritystenvälisen suhteen elementit, analysointi ja kehittäminen. 2 painos. Helsinki: Teknologiateollisuus.

Elektroniset lähteet

Euroopan komissio. Europa Tiivistelmät EU:n lainasäädännöstä. Mikroyritysten sekä pienten ja keski suurten yritysten määritelmä. [Viitattu 6.4.2013]. Saatavissa: http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26026_fi.htm

Helakorpi, S. 2005. Verkostot ja muuttuva asiantuntijuus. Kever 4/2005, ISSN 1796-8283. [Viitattu 21.9.2013]. Saatavissa: <http://www.uasjournal.fi/index.php/kever/article/view/917/766>

Iisalo, M. 2012. Naisyrittäjien strateginen verkostoituminen. Lahden ammattikorkeakoulu. [Viitattu 20.10.2013]. Saatavissa: https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51702/Iisalo_Mari.pdf?sequence=1

Lahden Seudun Yrittäjänaiset ry. [Viitattu 14.9.2013]. Saatavissa: <http://www.lahdenseudunyrityksitaajat.fi/yhdistys/historia/>

Leskinen, R. 2011. A Longitudinal Case Study of an Entrepreneurial Networking Process. Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu. Johtamisen ja kansainvälisen liiketoiminnan laitos, Yrittäjyys ja pienyritysten johtaminen. Aalto University publications series. Doctoral dissertations 32/2011. [Viitattu 24.04.2013]. Saatavissa: http://epub.lib.aalto.fi/pdf/diss/Aalto_DD_2011_032.pdf

Lätti, K. 2011. Kotityöpalveluyrittäjien verkostoituminen. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. [Viitattu 20.10.2013]. Saatavissa: https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/33925/Opinnaytetyo_Kukka_Latti.pdf?sequence=1

Päijät-Hämeen Yrittäjät. [Viitattu 14.9.2013]. Saatavissa:

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/paijathame/tilastot/>

Suomen Yrittäjät. [Viitattu 14.9.2013]. Saatavissa:

http://www.yrittajat.fi/File/74a2a91a-c1dc-4e10-b809-b366448b4dc6/SY_tilastot2013.pdf

TEM 2010a. MoniNainen ja Uudistuva Naisyrittäjyys – Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmän loppuraportti. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 4/2010-Helsinki. Edita Publishing Oy. [Viitattu 27.04.2010]. Saatavissa:

http://www.tem.fi/files/25810/TEM_4_2010.pdf

TEM 2010b. Yrittäjyyskatsaus. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 60/2010. [Viitattu 27.04.2010]. Saatavissa:

http://www.tem.fi/files/27967/TEM_60_2010_netti.pdf

TEM raportteja 14/2012. Suomen työelämä vuonna 2030. Miten ja miksi se on toisennäköinen kuin tällä hetkellä. Alasoini, T., Järvensivu, A., Mäkitalo, J. [Viitattu 31.08.2013]. Saatavissa:

http://www.tem.fi/files/33157/TEMrap_14_2012.pdf

TEM Yrittäjyyskatsaus 46/2012. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. [Viitattu 01.09.2010]. Saatavissa:

http://www.tem.fi/files/35080/TEMjul_46_2012_web.pdf

TEM-analyysejä 51/2013. Minne ja miksi uudet työpaikat syntyvät?

Koponen E-L. – Räisänen H. [Viitattu 31.08.2013]. Saatavissa:

http://www.tem.fi/files/36778/Uudet_tyopaikat.pdf

Tilastokeskus 2012a. Katsaus yrityksiin, toimipaikkoihin ja konserneihin. [Viitattu 8.4.2013]. Saatavissa:

http://tilastokeskus.fi/til/syr/2011/syr_2011_2012-11-26_kat_001_fi.html

Tilastokeskus 2012b. Yritys- ja toimipaikkarekisteri. Yritykset 2011. [Viitattu 02.06.2013]. Saatavissa: http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html

Toivola, T. 2005. Yrittäjyys verkostotaloudessa. Yksin tekemisestä verkostomaiseen toimintaan. Acta Wasaensia, 144. Johtaminen ja organisaatiot. Väitöskirja. Vaasan yliopisto. [Viitattu 6.4.2013]. Saatavissa:

http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_952-476-099-1.pdf

Tsupari, P., Sisto, J., Godenhjelm, P., Oksanen, O-P. & Urrila, P
Yritysten liiketoimintasuhteet. Selvitys liiketoimintasuhteista ja verkostoitumisesta Suomessa. Katsauksia 2004/6 [Viitattu 6.4.2013]. Saatavissa:

<http://www.hpl.fi/arkisto/ekarchive/20040928-095732-3684.pdf>

Valkokari, K. 2009. Yhteisten tavoitteiden ja jaetun näkemyksen muodostuminen kolmessa erityyppisessä verkostossa. VTT Publication s 715. ISBN 978-951-38-7354-7(nid.). Väitöskirja. Helsinki: Edita Prima Oy [Viitattu 9.6.2013]. Saatavissa: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/publications/2009/P715.pdf>

Varamäki, E., Kohtamäki. M. 2006. Verkotot ja liittoutuminen. [Viitattu 01.06.2013]. Saatavissa:

http://lipas.uwasa.fi/ktt/johtaminen/slides/Verkotot_liittoutuminen_K2006_osa1.pdf

Yksinyrittäjäkysely 2010. Suomen Yrittäjät. [Viitattu 20.04.2013]. Saatavissa:

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/tutkimustoiminta/yksinyrittajakysely-2010/>

Muut lähteet

Päijät-Hämeen Yrittäjät ry 2013. Jäsentilastot 09/2013.

LIITTEET

LIITE 1. Teemahaastattelurunko

I TAUSTAKYSYMYKSET

- Sukupuoli _____
- Ikä _____
- Toimiala _____
- Yrittäjänä oloaika _____
- Koulutustausta _____
- Monesko yritys nykyinen yrityksesi on _____
- Miksi yritys on perustettu _____
- Kansallinen yritys / kansainvälinen yritys _____

II Mitkä verkostot ovat yritystoimintasi kannalta tärkeitä ja miksi mainitsemasi verkostot ovat tärkeitä? Mikä on verkostojen määrä ja laatu?

- perhe, sukulaiset, ystävät
- harrastusten kautta saadut verkostot
- työ- ja opiskelukaverit; nykyiset ja entiset
- yhteistyökumppanit; toiset yrittäjät
- asiakkaat (entiset, nykyiset)
- palvelu- ja tavarantoimittajat, alihankkijat
- järjestötoiminta, yhdistykset
- alueelliset kehitysorganisaatiot, oppilaitokset
- tilitoimisto, konsultit, kauppakamari
- kaupunki, kunta
- sometutut
- muu / muut verkostot

III Minkä ja miksi omista verkostoista koet tärkeimmäksi/tärkeimmiksi liiketoimintaasi ajatellen?