



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Yrittäjyysorientaatio mikroyrityksissä

Juvonen, Terhi

2011 Laurea Otaniemi

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Otaniemi

Yrittäjyysorientaatio mikroyrityksissä

Terhi Juvonen
Liiketalous
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2011

Terhi Juvonen

Yrittäjyysorientaatio mikroyrityksissä

Vuosi 2011

Sivumäärä 38

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää suomalaisten mikroyritysten yrittäjyysorientaatioastetta. Opinnäytetyö tehtiin Laurea-ammattikorkeakoululle ja se on osa laajempaa tutkimusta. Tässä tutkimuksessa perinteiseen kolmikantamalliin, jonka alakategoriat ovat innovatiivisuus, proaktiivisuus ja riskinotto, lisättiin neljänneksi muuttujaksi verkostoituminen.

Tutkimuksen teoriaosuus käy läpi yrittäjyysorientaatioteorian ja sen perinteiset alakategoriat. Teoriaosuudessa käsitellään laajasti verkostoitumista sekä sen syitä mahdolliseksi neljänneksi muuttujaksi osana yrittäjyysorientaatiota. Teoriaosuuden alussa on myös lyhyt katsaus suomalaisiin yrittäjyyslukuihin ja kasvuyrittäjyyteen Suomessa.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Aineisto kerättiin pääosin sähköpostikyselyillä ja puhelinsoitoilla. Kyselyillä lähestyttiin espoolaisia ja lohjalaisia vuonna 2000 perustettuja yrityksiä. Tuloksista etsittiin yrittäjyysorientaatioteorian mukaisesti vähäistä yhteyttä alakategorioihin.

Tulosten perusteella voitiin todeta, että yrittäjyysorientaatio suomalaisissa mikroyrityksissä ei ole kovin vahvaa. Verkostoitumisen osuutta yrittäjyysorientaatioon täytyy tulevaisuudessa tutkia lisää. Tutkimustuloksissa verrattiin lukuja myös kansainväliseen vastaavaan tutkimukseen.

Tulosten pohjalta tehtiin johtopäätökset mahdollisista syistä, miksi tulokset eivät täysin vastanneet yrittäjyysorientaatioteoriaa ja vastaavia tuloksia maailmalta. Lisäksi lopussa on pohdittu vaihtoehtoisia malleja tutkimuksen toteuttamiseen tulevaisuudessa sekä kehitysehtouksia koko yrittäjyysorientaatiotutkimuksen jatkotutkimuksille.

Terhi Juvonen

Entrepreneurship orientation in small companies

Year	2011	Pages	38
------	------	-------	----

The purpose of this thesis is to clarify the entrepreneurship orientation posture in Finnish small companies. The target organization of this thesis is Laurea University of Applied Sciences and the thesis is a part of larger entrepreneurship orientation study. In this study networking was included one of the down-categories of the traditional entrepreneurship orientation model which are innovativeness, pro-activeness and risk-taking.

The theory part covers the traditional entrepreneurship model and also discussion about networking and its importance in business is included. There is also a short discovery about growth entrepreneurship in Finland in the beginning of the theory section.

This study was carried out by using a quantitative method. The material was gathered by e-mail questionnaires and phone calls. The target organizations, located in Espoo and Lohja, were founded in 2000. The aim was to find out whether the results show as low posture of entrepreneurship orientation in these target organizations as the entrepreneurship orientation theory has stated.

The results showed that the level of entrepreneurship orientation in Finnish small companies is not very high. However, the significance of networking in entrepreneurship orientation needs some further studying. The results were also compared with those of a corresponding international study.

Conclusions were drawn based on the study results. These conclusions were possible reasons for why the results did not match the expectations according the former research and results of entrepreneurship orientation theory. Also suggestions about further studies are discussed in the end of this report.

Keywords: entrepreneurship, small companies, innovations, pro-activity, risk-taking, networking

Sisällys

1	Johdanto	7
2	Opinnäytetyön teoriatausta	8
	2.1 Kasvuyrittäjyys ja yrittäjyysorientaatio yleisesti	8
	2.1.1 Innovaatiot	9
	2.1.2 Proaktiivisuus	10
	2.1.3 Riskinottokyky	12
	2.1.4 Verkostoituminen	13
	2.2 Tutkimushypoteesit	15
3	Tutkimusmetodiikka.....	16
	3.1 Hyvän tutkimuksen vaatimukset.....	17
	3.1.1 Validiteetti eli pätevyys.....	17
	3.1.2 Reliabiliteetti eli luotettavuus.....	17
	3.1.3 Objektiivisuus eli puolueettomuus	18
	3.1.4 Muita hyvän tutkimuksen tunnusmerkkejä.....	18
	3.2 Kysymysten laadinta.....	18
	3.3 Taustakysymykset	19
4	Toteuttamissuunnitelma	19
	4.1 Sähköpostikysely	19
	4.2 Puhelinhaastattelut.....	20
5	Tutkimustulokset	20
	5.1 Cronbachin alfa ja korrelaatio	20
	5.1.1 Innovaatiot	20
	5.1.2 Proaktiivisuus	21
	5.1.3 Riskinottokyky	21
	5.1.4 Verkostoituminen	21
	5.2 Korrelaatiot	21
	5.3 Demografiset tulokset.....	23
	5.3.1 Yrityksen kotipaikka	23
	5.3.2 Yrityksen perustamisvuosi	23
	5.3.3 Vastaajan asema	24
	5.4 Liikevaihto ja henkilöstön määrä.....	24
	5.5 Yrittäjyysorientaatiotulokset	25
	5.5.1 Innovatiivisuus	25
	5.5.2 Proaktiivisuus	25
	5.5.3 Riskinottokyky	26
	5.5.4 Verkostoituminen	26
	5.6 Vertailu kansainväliseen vastaavaan tutkimukseen	26

5.7	Hypoteesien toteutuminen tutkimuksessa	27
6	Yhteenveto ja jatkokehitystyö	28
	Kuviot	33
	Taulukot	34
	Liite1	35

1 Johdanto

Suomessa kasvuyritysten määrä on pieni. Tilastokeskuksen mukaan Suomessa oli vuonna 2010 yhteensä 320 682 yritystä, joista valtaosa, 246 331, työllisti alle 10 henkilöä (Suomen Yrittäjät, 2010). Pienyritysten lukumäärä oli 14 468, keskisuurten 2 334 ja suuryritysten 608 (Suomen Yrittäjät, 2010).

Edellä mainitut luvat summaavat sen, mitä esimerkiksi yrittäjyyspiireissä ja poliitikoiden puheissa kuulee tasaisin väliajoin: Suomessa korkean kasvun yritykset ovat lukumäärältään vähissä. Erilaisia syitä on listattu aina verotuksesta suomalaisten haluttomuuteen riskien ottamisessa (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 17).

Vuosittain perustettavien yritysten lukumäärä ei sinänsä ole kansainvälisellä vertailulla kovin pieni, vaikkakin se on Euroopan Unionin tasolla hieman keskimääräistä alhaisempi (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 67). Lisäksi perustettavien yritysten lukumäärä on 1990 - luvun lammavuosien jälkeen ollut tasaisessa nousussa lukuun ottamatta vuotta 2009, jolloin globaali talouslama todennäköisesti hidasti tätä kehitystä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 10–11).

Kuitenkin jostain syystä Suomessa yrittäjyys jää helposti itsensä työllistämiseksi eli mikroyritysten määrä on suhteessa todella suuri. Vuonna 2010 määrä oli jopa 94,3 % kaikista yrityksistä (Suomen Yrittäjät, 2010). Lopuista pienyrityksien osuus oli 5,5 %, keskisuurten 0,9 % ja suuryritysten vain 0,2 % (Suomen Yrittäjät, 2010).

Valtio (nykyisin Työ- ja elinkeinoministeriö) on vuodesta 2003 asti julkaissut katsauksen yrittäjyydestä Suomessa. Katsauksen tarkoituksena on muun muassa tukea yrittäjyyttä koskevaa päätöksentekoa. Vuoden 2010 yrittäjyyskatsauksessa pureuduttiin osin erityisesti kasvuyrittäjyyteen (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 6).

Kasvuyrittäjyydellä on suuri merkitys kansantaloudellisesti sekä erityisesti globaalissa kilpailussa mukana pysymiselle. Kasvuyrityksissä syntyy uusia innovaatioita ja ne tuovat valtiolle verotuloja sekä luovat uusia työpaikkoja (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 100–101).

Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan Suomessa kasvuyrittäjyyden tekee ongelmalliseksi erityisesti yritys rakenne, jossa mikroyritysten määrä on suhteessa todella suuri (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 99). Sen sijaan pienistä ja keskisuurista yrityksistä, jotka työllistävät 10 - 249 henkeä, on pulaa (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 99). Osasyynä on ilmeisesti se, että pk-yritysten omistajat luopuvat omistuksestaan varhaisessa vaiheessa, ostajana on usein ulkomaalainen omistaja (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 100).

Yritysten kasvun syitä on maailmalla tutkittu melko laajasti. Eräs laajalti tutkittu malli on yhdysvaltalaisten tutkijoiden Covinin ja Slevinin vuonna 1989 julkaisema yrittäjyysorientaatiomalli. Malli sisältää kolme alakategoriaa, jotka ovat innovatiivisuus, proaktiivisuus ja riskinotto-kyky. Jotta yritys voi kasvaa ja menestyä, on johdon strategisissa valinnoissaan otettava huomioon kaikki edellä mainitut osa-alueet. Malli sinänsä ei ota kantaa siihen, miten eri osa-alueita pitäisi suhteuttaa keskenään.

Verkostoituminen on nostettu myös erityisesti kasvuyritysten yhdeksi menestystä selittäväksi tekijäksi. Erityisesti globaalissa kilpailutilanteessa yritysten kyky verkostoitua on koettu tärkeäksi. Sen vuoksi tässä opinnäytetyössä edellä mainittuun kolmikantamalliin lisätään neljäntenä muuttajana verkostoituminen.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia, miten edellä mainittu yrittäjyysorientaatio, jonka alakategoriat ovat innovatiivisuus, proaktiivisuus sekä riskinotto-kyky, Suomessa vaikuttaa mikroyritysten toimintaan. Yrittäjyysorientaatioteorian mukaisestihan luvut mikroyrityksissä pitäisivät olla suhteellisen matalat. Lisäksi tutkitaan, onko malliin lisätyllä verkostoitumisen vaikutusta toiminnassa. Otannaksi on valittu Espoossa ja Lohjalla vuonna 2000 perustetut yritykset.

2 Opinnäytetyön teoriatausta

Opinnäytetyön teoriatausta nojaa alun perin yhdysvaltalaisten tutkijoiden Covinin ja Slevinin vuonna 1989 julkituomaan malliin yrittäjyysorientaatioista. Tämä kolmikantamalli jakaa yrittäjyysorientaation osa-alueisiin, jotka ovat innovaatiot, proaktiivisuus ja riskinotto-kyky. Lisäksi tässä opinnäytetyössä malliin on lisätty verkostoituminen.

Toinen tärkeä teoriaosuus käsittelee määrällistä tutkimusta, jollaisena opinnäytetyön tutkimusosuus on toteutettu. Lisäksi raporttiosiossa on pohdittu yleisemmin tutkimusmetodiikkaa ja sitä, oliko valittu tutkimustapa ylipäättään paras mahdollinen.

2.1 Kasvuyrittäjyys ja yrittäjyysorientaatio yleisesti

Yrittäjyysorientaation ja kasvun välinen side on osoitettu useissa eri tutkimuksissa (Covin & Miles 1999, 60). Monet nopeimmin kasvavat ja kannattavimmat yritykset on perustettu yrittäjän vahvan vision mukaisesti ja johdetaan yrittäjämäisesti (Covin & Slevin 1988, 217). Kuitenkin esimerkiksi Suomessa yrittäjyyden kasvuhaluus on kansainvälisellä vertailulla melko alhainen (Pohjoismaiden alhaisin) (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 29).

Yrittäjyysorientaatiolla on positiivinen maine tehokkaaseen toimintaan liittyvänä ilmiönä. Tämä johtuu siitä, että ilmiöön liittyvät toiminnat eli innovatiivisuus, riskinottokyky ja proaktiivisuus ovat yleisesti linkitetty yrityksen kasvuun (Covin & Miles 1999, 59). Kasvu sinänsä ei ole yritystoiminnan itsetarkoitus, sillä se on ennemminkin tulosta kilpailukyvyistä, osaamisesta ja innovatiivisuudesta (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 23).

Erityisesti vihamielisissä ympäristöissä toimiville pienille yrityksille on hyötyä yrittäjämäisestä asenteesta ja strategiasta (Covin & Slevin 1988, 81, 218). Yrittäjyysorientaation avulla yritys voi parantaa kilpailuasemiaan ja muuntaa yritykset, markkinat ja toimialat innovaatioiden kehitysalustaksi (Covin & Miles 1999, 47).

Tutkimusten mukaan erityisesti yrityksen joustava rakenne, yrittäjyysasennonituminen strategiassa, pitkän tähtäimen kilpailullinen asenne (tavoitteiden asettaminen johtamisessa) sekä kiinnostus ympäristön ja toimialan muutosten seurantaan ovat osa-alueita, joilla pienet yritykset pärjäävät haasteellisessa ympäristössä (Covin & Slevin 1989, 83).

Asennonituminen yrittäjyysorientaatioon on ennen kaikkea johdosta lähtevää toimintaa (Covin & Slevin 1991, 17). Tällöin yrityksen organisaatorakenne on joustava sekä mahdollistaa toiminnan korkean suorituskyvyn ja yrityksen kasvun (Lumpkin & Dess 1996, 156).

Yrittäjyysorientaatiota ja yrittäjyysasenteita on myös tutkittu eri kulttuurien välisinä eroina. Merkittäviä eroja ei ole ainakaan toistaiseksi löydetty (muun muassa Knight 1997, 222; Rees & Shah 1986, 105). Yrittäjyysorientaatiota ja sen heijastusta kasvuun on myös tutkittu useassa eri maassa. Vaikka jokainen kolmikannan osa-alue voi vaihdella itsenäisesti, niiden heijastus kasvuun on osoitettu useassa eri maassa (Kreiser, Marino & Weaver 2002, 80, 82).

Yrittäjyys voi organisaatioissa ilmentyä eri tavoin. Kolme yleisintä esimerkkiä yrittäjyysasenteiden ilmenemisestä yritystoiminnasta ovat, kun (1) ”vakiintunut” yritys siirtyy uudelle toimialalle, (2) yksilö tai yksilöt lyövät läpi uuden innovaation yrityksen sisällä tai (3) yrittäjyyden filosofia kattaa koko organisaatiokulttuurin ja toiminnat (Covin & Miles 1999, 48).

2.1.1 Innovaatiot

Sana innovaatio on useimmiten totuttu yhdistämään teknologisiin edistysaskeleisiin ja uusiin tuotteisiin. Kuitenkin sana innovaatio pitää sisällään lupauksen jostain uudesta (Antola & Pohjola 2006, 20). Käytännössä innovatiivisuus voi kaikessa yksinkertaisuudessaan olla myös uusi tapa toimia (Antola & Pohjola 2006, 21).

Yrittäjyysorientoitunut yritys investoi varoja T&K-toimintaan (Covin & Slevin 1991, 16). Kasvuyrittäjyyden näkökulmasta innovatiivisuuden on oltava pysyvää toimintaa. Yhden idean synnyttäminen vahingossa on toki mahdollista. On kuitenkin muistettava, jotta innovatiivisuus jatkuu, yrityksen on myös panostettava uusien innovaatioiden luomiseen. (Lyytinen & Piha 2004, 67) Innovatiivisuus on yksi selkeä kasvuyrittäjyyden osatekijä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 25).

Tutkimusten mukaan suomalaisyritysten aktiivinen T&K-toiminta on vähäistä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 30, 39). Valitettavasti, jotta yritykset pysyvät mukana globaalissa kilpailussa, aktiivinen T&K -toiminta on väistämätöntä (Carlson & Wilmot 2006, 19–20). Varsinkin radikaaleilla innovaatioilla on merkitystä, sillä yleensä ne mullistavat toimialaa ja pakottavat kilpailijoita reagoimaan (Antola & Pohjola 2006, 28).

Globalilla taantumalla ei pitäisi olla vaikutusta innovaatiotoimintaan, koska sekä innovatiivisuus että tehokkuus ovat aina tärkeitä menestystekijöitä. Tämän vuoksi innovaatiotoiminnan ei tulisi olla suhdanteisiin sidottua. Valitettavasti kuitenkin käytännössä yleensä talouden korkeasuhdanteissa näyttää helpommalta vaihtoehdolta satsata innovaatiotoimintaan ja vastavasti matalasuhdanteissa panostaa kustannustehokkuutta. (Hannos 2004, 4) Innovatiivisuus toteutuukin usein aineettomien investointien kautta, jotka puolestaan vastaavat merkittävä osaa tuottavuuden kasvusta (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 25).

Innovaatiotoiminta on ensisijaisesti yrityksen johdosta lähtevää toimintaa. Innovatiivisuuteen kannustavasta johtajuudesta ja organisaatioilmapiiristä kumpuaa onnistumista. Jokaisella yrityksellä on tapansa luoda organisaatiokulttuuri ja keinot innovatiivisuuden löytämiseksi yrityksen sisällä voivat vaihdella runsaastikin. Tärkeintä on oikeanlainen asenne. (Silván 2004, 261)

Radikaalit innovaatiot johtavat tyypillisesti aiemman tiedon ja osaamisen vanhenemiseen. Niiden seurauksena toimialarakenteet mullistuvat ja organisaatiohierarkiat joutuvat uudelleentarkasteluun. (Antola & Pohjola 2006, 28)

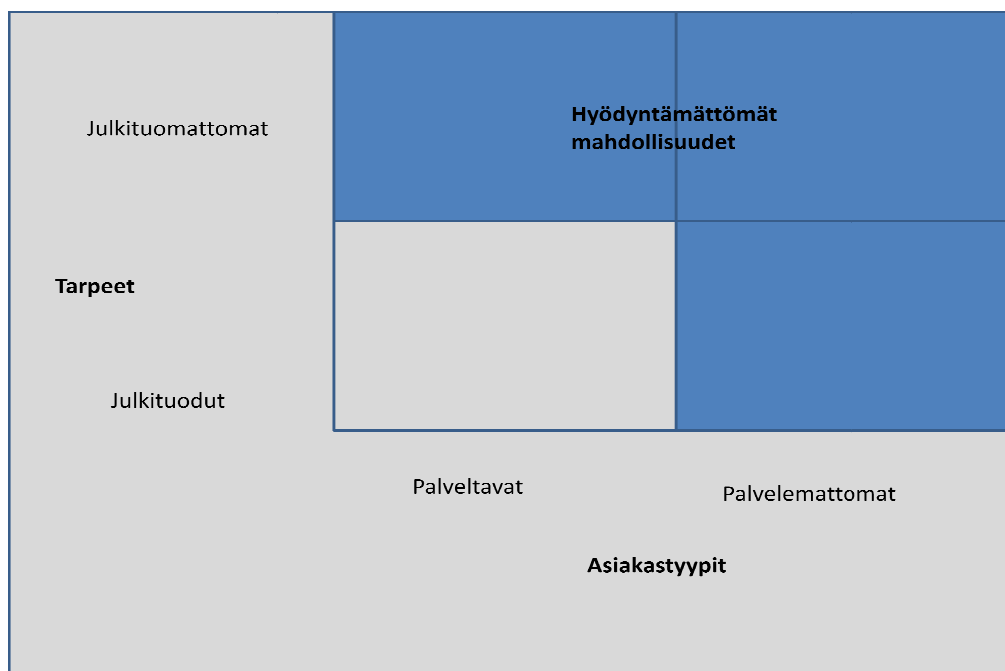
2.1.2 Proaktiivisuus

Proaktiivisuus eli ennakointi on hyvin lähellä innovaatiotoimintaa. Yleisesti se tarkoittaa yrityksen kykyä ennakoida tulevia trendejä ja markkinoita. Olennaista on rakentaa organisaatioon jatkuvan uudistumisen sekä erilaisille yrityksen ulkopuolisille muutoksille (Hannus 2004, 4).

Tietoliikenteen vallankumouksen jälkeen valppauden merkitys yritystoiminnassa on korostunut entistä enemmän. Tuotteiden elinkaaret lyhenevät, kehitysaikatauluja tiukennetaan ja asiakkaat odottavat saavansa palvelua lähes välittömästi (Hamel & Prahalad 2006, 66).

Proaktiivisuus on osa menestyvän yrityksen strategiaa, koska kilpailukykyinen yritys ravistelee markkinoilla valloillaan olevaa toimintaa (Covin & Miles 1999, 50). Tällöin yrityksellä on kyky tuoda nopeasti uusia tuotteita markkinoille (Covin & Slevin 1991, 16).

Alla oleva Kuvio 1 kuvaa nykyisen ”avoimen järjestelmän” sisällä tapahtuvan kilpailun mahdollisuuksia. Kokonaiset toimialat ovat suojattomia uusien sääntöjä vastaan, koska kaikki alalle vakiintuneet yritykset hyväksyvät ajan myötä lähes samat käytännöt ja toimintamallit. Toimiala, joka on täyttä toisiaan jäljitteleviä yrityksiä, tarjoaa tilaisuuden yrityksille, joiden liikkeenjohto ei piittaa vallitsevista toimintakehyksistä. (Hamel & Prahalad 2006, 89) Kuvio kertoo hyvin myös innovaatioiden mahdollisuuksista.



Kuvio 1: Kilpailun mahdollisuudet (Hamel & Prahalad 2006, 89)

Ajankohtaisen esimerkkinä on Applen ja Samsungin ohitus Nokiasta älypuhelin- ja tabletti-markkinoilla. Kilpailijat ovat Nokiaa paremmin onnistuneet löytämään uusia mahdollisuuksia perinteisen toimialan ulkopuolelta ja ohittamaan tämän monella tapaa trendikkäillä markkinoilla. Lisäksi Nokia jäi jälkeen myös puhelimelle ladattavien oheispalveluiden markkinoilla. Häviö tässä kilpailussa aiheutti osin Nokian pörssikurssien laskun, vaikka yritys teki edelleen hyvää tulosta.

Mielenkiintoista tästä on se, että Nokian lailla esimerkiksi Ericsson ja Motorola tuntuivat pudonneen tästä kilpailusta kokonaan (tosin molemmat Nokia peittosi melko tehokkaasti aikaisemmin omalla toiminnallaan nousten näin matkapuhelinvalmistajien jättiläiseksi). Tämä osoittaa sen, että kaikkien toimialalla olevien yritysten on syytä olla vikkeliä toimissaan ja erityisesti asiakkaiden tiedostamattomien tarpeiden ennakoinnissa.

Proaktiivinen yritys on jatkuvassa valppaudessa. Erityisesti heikot signaalit ovat tärkeä keino kehittää yrityksen toimintaa vastaamaan tulevaisuuden tarpeita. Heikkojen signaalien havaitseminen tarjoaa mahdollisuuden reagoida ajoissa toimintaympäristön muutoksiin tai hyödyntää markkinoilla piileviä tarpeita (Silván 2004, 13). Yrityksen tehtävänä onkin tarkkailla ympäristöään sekä pyrkiä tarjoamaan asiakkaille jotain uutta.

2.1.3 Riskinottokyky

Säilyttääkseen organisaation olemassaolon ja kasvun, yritysten on menestyksekkäästi toimitettava ympäristön kanssa. Avainasemassa on yritysten kyky selvitä ympäristön epävarmuuden aiheuttaneista riskeistä (Kreiser & Marino 2002, 904).

Riskinottokyky on liitetty perinteisesti yrittäjille keskeisiin ominaisuuksiin (Campbell 1992, 23; Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 17). Yleensä yrittäjyyttä pidetään uravaihtoehtona paljon riskialttiimpana kuin työntekijänä olemista (Rees & Shah 1986, 96).

Vaikka riskinottokyky luetaan yrittäjän perusominaisuuksiin, näyttää siltä, että tutkimusten mukaan yrittäjät eivät välttämättä itse koe ottavansa riskejä (Busenitz 1999, 336). Sen sijaan he näkevät liiketoimintamahdollisuudet usein positiivisemmin kuin muut (Palich & Bagby 1995, 433). Selkeän riskin yrittäjät ottavat siinä vaiheessa, kun he ylipäätään päättävät perustaa yrityksen ja toteuttavat sen (van Praag & Cramer 1999, 58).

Kuitenkin yrittäjien täytyy usein sietää epävarmuutta. Tämä johtuu siitä, että yritystoiminnan mukanaan tuomat haasteet ja mahdollisuudet ovat erityisesti aloitteleville yrityksille hyvin vaikeasti ennustettavissa (Shane, Locke & Collins 2003, 265).

Riskinottohalukkuus liittyy myös vahvasti proaktiivisuuteen. Mukautumiskyky ei riitä silloin, kun toimintaympäristö on jatkuvassa myllerryksessä ja muutokset vaikeasti ennakoitavissa. ”Katsotaan miten käy” - asenne ei myöskään riitä, sillä tällöin kilpailijat ajat yrityksen ohi oikealta ja vasemmalta (Hamel & Prahalad 2006, 72).

2.1.4 Verkostoituminen

Tässä tutkimuksessa yrittäjyysorientaation kolmikantamalliin on lisätty mukaan verkostoituminen. Organisaatioiden kyky lisätä ja pitää yllä sosiaalista pääomaa onkin lisääntyvässä määrin pidetty tärkeänä osana etulyöntiaseman saavuttamiseksi (Nahapiet & Ghoshal 1998, 256). Erityisesti pienille alkavan kasvun yrityksille verkottuminen on merkityksellistä, sillä yhteistyö asiakkaiden ja muiden yritysten kanssa tuo aloittelevalle yritykselle lisää voimavaroja (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 101).

Yrityksillä saattaa olla useita eri syitä verkostoitua. Joskus kyseessä voi olla liittoutuminen yhteistä kilpailijaa vastaan, toisinaan taas esimerkiksi teknologian ja uusien yhteisten alustojen kehittäminen. Oli lopullinen päämäärä mikä tahansa, tärkeintä on voimien yhdistäminen. (Hamel & Prahalad 2006, 220)

Verkostoitumisen merkitys näkyy erityisesti teknologiayritysten keskuudessa, sillä runsaasti T&K -työtä tekevät yritykset ovat myös vahvasti verkottuneita. Näissä yrityksissä tuotevalikoima on laajempi kuin vähemmän kumppaniverkostoja omaavissa yrityksissä (Hagedoorn, 1995, 225). Näin verkostoitumisella ja innovaatioilla on selkeä sidos. Esimerkiksi teknologiakumppanuudet ovat tärkeitä, koska se auttaa yrityksiä ylläpitämään jatkuvaa innovaatio toiminnan kehitystä (Steensma, Marino, Weaver & Dickinson, 2000, 969).

Akateemisissa keskittymissä on huomattu erityisesti näiden verkostojen positiivinen vaikutus yritysten T&K -työhön (Shane 2002, 547). Lisäksi esimerkiksi Eindhovenin alueella sosiaalinen pääoma oli tärkeä osa klusterin muodostumisessa. Lopulta lähes kaikki alueen metalli- ja elektroniikka-alan yritykset kuuluivat klusteriin ja olivat näin verkottuneita erilaisten suhteiden kautta. (Rutten & Boekema 2007, 1842–1843)

Erityisesti talouden globalisoituminen ja kilpailupaineet ovat lisänneet voimakkaasti tarvetta yritysten välisen yhteistyön kehittämisen ja yhteistoimintaverkostojen muodostamisen (Toivola 2006, 9). Muuttuvat kilpailutilanteet korostavat esimerkiksi nopeuden, joustavuuden, oppimisen ja jatkuvuuden kehittämisen merkitystä (Toivola 2006, 10).

Verkostomaisen toiminnan perusteina voivat olla pyrkimys riskin jakamiseen, pääsy uusille markkinoille, tarve uuden teknologian omaksumiseen sekä toisiaan täydentävien taitojen ja osaamisen yhdistäminen (Toivola 2006, 13). Pienten ja keskisuurten yritysten keskeinen syy verkostoitumiseen on useimmiten markkinointiin ja asiakassuhteisiin liittyvä osaaminen ja sen tarve. Yhteistyössä on mahdollisuus päästä sellaisille markkinoille, joille pienellä yrityksellä ei yksin olisi mahdollisuuksia, ja samalla yritys voi keskittyä ydinosaamiseensa. (Sutinen & Viklund 2005, 27)

Ajankohtainen esimerkki globaalista verkostoitumisesta on Suomen vuonna 2010 osallistuminen Shanghaiin maailmannäyttelyyn Kiinassa. Yhteisesti koordinoitua näyttelyä seurauksena saadaan aikaan hankkeita, jotka vievät esimerkiksi suomalaisia hyvinvointialan innovaatioita koordinoitusti Kiinaan. Toimialalla Suomessa on runsaasti lähinnä pieniä yrityksiä, joilla ei muutoin olisi resursseja ja osaamista lähteä Kiinan markkinoille, joilla volyymit ovat moninkertaiset Suomeen verrattuna. Ilman tämälntyyppistä verkostoitumista näillä yrityksillä on käytännössä olemattomat mahdollisuudet vastaaviin toimiin. Näin esimerkiksi taloudelliset riskit jakaantuvat ja esimerkiksi uhka kopioinnista pienenee.

Kasvuyrittäjä toimii laajemmilla markkinoilla ja hakee verkostojen kautta resursseja sekä turvaverkostoa riskien jakamiseen. Verkostot voivat toimia kasvun vauhdittajina, jos verkostoja osataan strategisesti oikein hyödyntää. (Toivola 2006, 25)

Verkostojen merkityksen uskotaan kasvavan entisestään tulevaisuudessa. On väitetty jopa, että menestyäkseen yrityksen on väistämättä toimittava jossakin verkostossa (Sutinen & Viklund 2005, 33).



Kuvio 2: Yksilöiden ja organisaatioiden sidokset bioteknologian toimialalla (Oliver & Liebskind 1998, 94)

Yllä oleva Kuvio 2 kuvaa yksilöiden ja organisaation sidoksia bioteknologian toimialalla (Oliver & Liebskind 1998, 94). Erityisesti uuden oppimisessa ja omaksumisessa byrokraattinen ilmapiiri vaikeuttaa tätä toimintaa. Lisäksi tätä edesauttaa vapaa tiedon vaihto tieteellisissä piireissä. (Oliver & Liebskind 1998, 95)

Verkostojen laatu (vahva tai heikko) vaikuttaa eri tavalla resurssien saavuttamiseen. Heikoilla verkostoilla pääsee useimmiten käsiksi tietoon kun taas vahvat verkostot auttavat motivaation saavuttamisessa. Rahoitusta hankittaessa verkostojen laadulla ei juuri ole väliä. Kuitenkin tärkeintä on verkostoitua ylipäätään. (Jenssen & Koenig 2002, 1045)

Sosiaalisilla verkostoilla on merkittävä vaikutus yrittäjyyteen, koska ne tarjoavat yritykselle mahdollisuuden löytää sekä fyysisiä että henkisiä resursseja (Jenssen & Koenig 2002, 1039). Sosiaaliseen pääomaan sijoittaminen koetaan kuitenkin usein haasteelliseksi (Prusak & Cohen, 2001, 87). Kuitenkin verkostoitumisen kehittymisessä olisi erityisen tärkeää muistaa antaa ihmisille aikaa muodostaa verkostoja ja vaihtaa tietoja sekä oppia uutta (Prusak & Cohen, 2001, 88).

Jotta uuden tiedon oppiminen saadaan kytkettyä esimerkiksi uusien innovaatioiden luomiseen, ylimmän johdon tulee kannustaa vallitsevista näkemyksistä poikkeavaa ajattelua. Uusi tieto syntyy ennen kaikkea erilaisista näkemyksistä. Vaikka ristiriitojen salliminen ja luovan jännitteen hyödyntäminen saattaa kuluttaa organisaation energiaa, mutta uudistumisen kannalta dialogi on tärkeää. (Hannus 2004, 18)

2.2 Tutkimushypoteesit

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on erityisesti tutkia, korreloivatko Suomessa yrittäjyysorientaatio ja mikroyrittäjyys keskenään.

Teoriataustan pohjalta tässä tutkimuksessa tutkimushypoteeseiksi on asetettu:

H1) Suomalaisilla mikroyrityksillä on matalampi yrittäjyysorientaation aste kuin nopeammin kasvavilla kansainvälisillä yrityksillä.

H2) Yrittäjyysorientaation neljä osa-aluetta ovat jokainen yksittäin matalammalla tasolla mikroyrityksissä kuin nopeammin kasvavilla yrityksillä. Hypoteesit jokaiselle osa-alueelle ovat:

H2.1) Mikroyrityksillä on matalampi innovatiivisuuden taso kuin nopeammin kasvavilla yrityksillä.

H2.2) Mikroyrityksillä on matalampi riskinotto kyky kuin nopeammin kasvavilla yrityksillä.

H2.3) Mikroyritykset ovat vähemmän proaktiivisia kuin nopeammin kasvavat yritykset.

H2.4) Mikroyritykset ovat vähemmän innokkaita verkostoitumaan kuin nopeammin kasvavat yritykset.

H3) Verkostoituminen on yksi yrittäjyysorientaatioon kuuluvista osa-alueista.

H3.1) Yritykset, joissa sosiaaliset verkostot ovat passiivisesti käytössä ongelmien ratkaisuisissa, kasvavat hitaammin.

H3.2) Yritykset, joissa on keskitytty vähemmän ulkoisiin verkostoihin, kasvavat hitaammin.

H3.3) Yritykset, jotka ovat enemmän tehtäväorientoituneita, kasvavat hitaammin.

3 Tutkimusmetodiikka

Tutkimusmenetelmä valitaan tutkimuksen ongelman ja tutkimuksen tavoitteen mukaan (Heikkilä 2004, 14). Ongelma vaikuttaa siihen, toteutuuko tutkimus kvalitatiivisena eli laadullisena vai kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena (Heikkilä 2004, 16).

Tässä tutkimuksessa päädyttiin kvantitatiiviseen eli tilastolliseen tutkimukseen. Kvantitatiiviseen tutkimusmetodiikkaan päädyttiin siksi, että näin yrittäjyysorientaatiota pystytään tutkimaan tarpeeksi laajalla otannalla (Heikkilä 2004, 16). Tarpeeksi laajasta otannasta voidaan vetää suurempia johtopäätöksiä myös suomalaisesta yrittäjyysorientaatioasenteesta ylipäättäen.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa selvitetään vastauksia kysymyksiin, jotka perustavat lukumääriin ja prosenttiosuuksiin. Tämä edellyttää riittävän suurta otantaa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään aineiston keruussa yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa vastausvaihtoehdot ovat valmiiksi annettu. (Heikkilä 2004, 16)

Opinnäytetyö olisi voitu toteuttaa myös kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Käytännössä tällöin tutkimus olisi pitänyt kohdentaa muutamalle erikokoiselle yritykselle etukäteen sovitun luokittelun mukaan (Heikkilä 2004, 17). Tällöin myös hypoteesi olisi ollut luonnollisesti toisenlainen. Kvalitatiivinen tutkimus keskittyy pieneen määrään tapauksia, jotka pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Tässä tutkimustyypissä ei pyritäkään tilastolisiin yleistyksiin. (Heikkilä 2004, 16)

Kvalitatiivisen tutkimuksen ongelma kuitenkin tässä tapauksessa on, että sen tuloksista ei voi vetää niin suoria johtopäätöksiä suomalaiseen yrittäjyysorientaatioon kuin kvantitatiivisesta tutkimuksesta. Mikäli tutkimusta halutaan tulevaisuudessa syventää, helpointa on ottaa yhteyttä suoraan kyselyyn vastanneisiin tutkimusyrittäjiin ja haastatella näiden päättäjiä tarkemmin.

3.1 Hyvän tutkimuksen vaatimukset

Määrällisessä tutkimuksessa luotettavien vastausten saaminen tutkimuskysymyksiin on onnistuneen tutkimuksen tae (Heikkilä 2004, 29). Tässä osiossa on käsitelty lyhyesti hyvän kvantitatiivisen tutkimuksen perustavaatimukset.

Hyvässä tutkimuksessa luotettavuuden kannalta tärkeintä on, että otos on kokonaisuudeltaan edustava ja tarpeeksi suuri sekä vastausprosentti on korkea. Lisäksi kysymysten tulee mitata oikeita asioita ja kattaa koko tutkimusongelma. (Heikkilä 2004, 188)

3.1.1 Validiteetti eli pätevyys

Tutkimusta laadittaessa on tärkeää asettaa täsmälliset tavoitteet työlleen. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että tutkimusta suunniteltaessa lomakkeen kysymysten tulee mitata oikeita asioita. Niiden tulee myös kattaa koko tutkimusongelmat ja vastata kaikkiin hypoteeseihin. Validin tutkimuksen selkeitä merkkejä ovat myös perusjoukon tarkka määrittely, edustavan otoksen saaminen ja korkea vastausprosentti. (Heikkilä 2004, 29)

Erityisen tärkeää abstraktien käsitteiden kuvaamisessa on löytää kysymyksiä kattamaan koko käsitteen (Heikkilä 2004, 186). Sen vuoksi tässä tutkimuksessa jokaista yrittäjyysorientaation osa-aluetta mittasi kolme eri kysymystä.

Tämäntyypisessä tutkimuksessa mahdollinen virhe voi olla myös valehteleminen. Se voi olla joko systemaattista tai satunnaista. Systemaattinen valehtelu voi olla asioiden kaunistelua, jolloin tutkimus kertoo enemmänkin siitä, miten asioiden pitäisi olla kuin siitä, miten asiat oikeasti ovat. (Heikkilä 2004, 186)

3.1.2 Reliabiliteetti eli luotettavuus

Tutkimus on reliabiliteettinen, kun tulokset eivät ole sattumanvaraisia. Sattumanvaraisuuden välttämiseksi tutkimusta tehtäessä on oltava koko ajan tarkka ja kriittinen. Luotettavuuden tae on myös koko tutkittavan perusjoukon edustaminen (Heikkilä 2004, 30).

Toisin kuin validiteettia, reliabiliteettia voidaan tarkastella mittauksen jälkeen (Heikkilä 2004, 187). ”Reliabiliteetti määritellään käytännössä kahden riippumattoman mittauksen korrelaatioksi. Mitataan samaa asiaa kahdella tai useammalla kysymyksellä ja lasketaan niiden välinen korrelaatiokerroin.” (Heikkilä 2004, 187)

3.1.3 Objektiivisuus eli puolueettomuus

Hyvän tutkimuksen merkkeihin kuuluu, etteivät sen tulokset riipu tutkimuksen tekijästä. Vaikka jokaiseen tutkimukseen liittyikin subjektiivisia valintoja, on tärkeää, etteivät tutkijan omat käsitykset ja mielipiteet vaikuta tutkimusprosesseihin. (Heikkilä 2004, 30–31)

3.1.4 Muita hyvän tutkimuksen tunnusmerkkejä

Edellisten lisäksi hyvällä tutkimuksella on muitakin tunnusmerkkejä. Hyvä tutkimus on taloudellinen ja tehokas eli sen hyöty ja kustannukset ovat oikeassa suhteessa. Myös avoimuus on tärkeää laadukkaassa tutkimuksessa. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimusraportissa esitetään kaikki tulokset eikä esimerkiksi toimeksiantajan kannalta epäedullisia tuloksia piilotelleen. (Heikkilä 2004, 31)

Edellä mainittujen lisäksi hyvässä tutkimuksessa on huolehdittu tietosuojasta. Kenenkään yksityisyyttä eikä liike- tai ammatillisalaisuutta vaaranneta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tärkeää, että vastaajia ei tunnisteta tuloksista. (Heikkilä 2004, 31) Näiden lisäksi hyvä tutkimus on hyödyllinen ja käyttökelpoinen. Eli sen pitää tuoda esiin jotain uutta. (Heikkilä 2004, 32)

3.2 Kysymysten laadinta

Kyselytutkimuksessa on tärkeää laatia kysymykset huolella. Erityisesti lomaketta laatiessa on syytä ottaa huomioon, että kysymykset eivät saa johdatella vastaajaa ja niiden tulee olla helpposti ymmärrettäviä (Aaltola & Valli 2007, 102).

Tässä tutkimuksessa kysymykset oli kerätty englanninkieliseen tutkimussuunnitelmaan ja ne piti kääntää suomeksi. Hieman haasteelliseksi muodostui sähköpostilomakkeen ulkoasun tuomat rajoitukset. Kysymyksiä piti hieman katkaista useammalle riville. Lukemisen ymmärrettävyyttä parannettiin lihavoitien avulla (esimerkiksi kuin sanat).

3.3 Taustakysymykset

Tässä tutkimuksessa tärkeä osa taustatiedosta painottuu kasvun määritelmiin. Tutkimukseen valitut yritykset luokiteltiin toisessa opinnäytetyössä (Eronen, työn alla) talouden lukujen mukaan, jotka saatiin Patentti- ja rekisterihallituksen tietokannasta. Eronen opinnäytetyössä yritykset jaetaan neljään eri kokoluokkaan kasvun mittareiden mukaan. Mittareina ovat yrityksen liikevaihto, liikevoitto ja henkilöstön lukumäärä. (Eronen, työn alla)

Kyselylomakkeen taustakysymykset toimivat lämmittelynä ennen varsinaista kyselyä. Niiden tarkoituksena on myös toimia niin kutsuttuina selittävinä muuttujina, jolloin tutkittavaa ominaisuutta tarkastellaan niiden suhteen. (Aaltola & Valli 2007, 103)

Itse kyselylomakkeessa päätettiin taustakysymysten osuus jättää suhteellisen pieneksi. Taustakysymyksissä kysyttiin aluksi yrityksen kotipaikkaa ja perustamisvuotta. Näillä pyrittiin varmistamaan, että vastaus sopii tutkimuksen rajauksen sisään (eli kotipaikka Espoo tai Lohja sekä perustamisvuosi 2000). Lisäksi kolmas taustakysymys käsitteli vastaajan asemaa yrityksessä. Tällä pyrittiin siihen, että analysointivaiheessa voidaan todeta, kuinka hyvin vastaajat ovat osanneet arvioida yrityksensä toimintamalleja (löytyykö esimerkiksi eriäviä mielipiteitä samoihin kysymyksiin saattaa ilmetä, riippuen siitä, ovatko vastaajat keskimäärin olleet johtajia vai työntekijöitä).

4 Toteuttamissuunnitelma

4.1 Sähköpostikysely

Tutkimus päätettiin toteuttaa www-kyselynä sähköisellä e-lomakkeella. Se lähetettiin kohdeyrityksille, joiden yhteystiedot saatiin Fonecta Finderista. Haastattelulomake löytyy opinnäytetyön liitteenä (Liite 1).

Fonecta Finderin listoilta siivottiin aluksi pois tytäryhtiöt ja konkurssin tehneet sekä fuusioista syntyneet yhtiöt. Tämän jälkeen etsittiin vielä kohdeyritysten verkkosivut ja sähköpostit. Kysely lähetettiin lopulta 117 yritykselle ja yrityspäätäjälle.

Sähköpostikyselyn suosio puolesta puhuu taloudellisuus ja tehokkuus (Aaltola & Valli 2007, 111). Eryityisesti tässä tutkimuksessa, kun kohderyhmänä olivat yritysten päättäjät (jotka tunnetusti ovat kiireisiä), mahdollisimman vaivaton ja nopea vastaaminen houkuttelee vastaajia ylipäättään vastaamaan kyselyyn.

Toisaalta sähköpostikyselyn huono puoli on siinä, että se hukkuu helposti muiden sähköpostien joukkoon. Sen vuoksi sähköposteja lähetettiin hieman eri aikoina ja eri viikonpäivinä. Näillä vaihteluilla oli toki jonkin verran merkitystä vastaajamääriin, mutta valitettavasti kiireiset yrityspäätäjät eivät yleisesti ottaen koe tällaisiin tutkimuksiin vastaamista kovinkaan tärkeänä. Tämän vuoksi tutkimukseen päätettiin lisätä puhelin toiseksi apuvälineeksi.

4.2 Puhelinhaastattelut

Erilaisissa vastaavissa tutkimuksissa maailmalla sähköpostin ja puhelimen yhdistelmä on todettu tehokkaimmaksi haastattelutavaksi. Puhelinhaastatteluissa käytettiin pohjana edellä mainittua e-lomaketta. Välineenä puhelin osoittautui vielä tehottomammaksi kuin sähköposti. Yrityspäätäjiä on hankala tavoittaa ja ylipäättään kyselyyn vastaaminen koettiin ylimääräiseksi toiminnaksi, joka jää kaikkien muiden velvoitteiden taka-alalle (mikä sinänsä on hyvin ymmärrettävää).

5 Tutkimustulokset

5.1 Cronbachin alfa ja korrelaatio

Tutkimustulosten luotettavuutta mitattiin Cronbachin alfan mukaan. Se perustuu väittämien välisiin korrelaatioihin (Malhotra 2004, 268). Cronbachin alfassa kerroin vaihtelee lukemissa 0 -1. Lukemissa yli 0,7:n arvo on hyvä, yli 0,8:n arvo luokitellaan puolestaan erinomaiseksi. (Pallant 2007, 98)

	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Innovatiivisuus	0,496	0,503	2
Proaktiivisuus	0,000	0,010	3
Riskintottokyky	0,513	0,479	3
Verkostoituminen	0,491	0,499	2

Taulukko 1: Cronbachin Alfa

5.1.1 Innovaatiot

Innovaatio-osuuksissa kysyttiin yrityksen johtajien strategista suhtautumista yrityksen T&K-toimintaan, kuten esimerkiksi uusien tuotteiden tai palveluiden kehittämiseen ja markkinointiin. Luotettavuuden varmistamiseksi alkuperäisestä kyselystä piti pudottaa pois kysymys tuo-

te- ja palvelulinjoista. Tästäkin huolimatta tämän osion luotettavuus kyselystä ei ole kovin hyvä.

5.1.2 Proaktiivisuus

Proaktiivisuutta koskevassa osuudessa kysyttiin yritysten johtajien proaktiivista suhtautumista kilpailijoihin. Tässä osiossa kysyttiin yrityksen johdon suhtautumista kilpailijoihin sekä heidän toimiinsa ennakkointiin. Kuten taulukosta näkee, osiota ei voi pitää luotettavana eikä näin ollen proaktiivisuudesta ei voida vetää suoria johtopäätöksiä.

5.1.3 Riskinottokyky

Tässä osuudessa kysyttiin yritysten johtajien suhtautumista riskinottoon. Kuten taulukosta näkee Cronbachin alfan arvo antaa osuudesta erittäin luotettavan kuvan. Tässä osiossa kysyttiin yrityksen johdon suhtautumista riskien ottamiseen suhteessa toimialaan ja kilpailijoihin nähden. Luotettavuuden lisäämiseksi kyselystä olisi voitu poistaa kilpailijoiden toimiin reagointiin liittyvät kysymys. Tämän kysymyksen kanssa Cronbachin alfan olisi noussut arvoksi .865, jolloin luotettavuus olisi ollut huippuluokkaa.

5.1.4 Verkostoituminen

Tässä osuudessa kysyttiin yritysten johtajien suhtautumista verkostoitumiseen. Tässä osiossa kysyttiin yrityksen johdon suhtautumista ajankäyttöön yrityksen ulkopuolisten henkilöiden kanssa sekä heidän käsityksestään johtajan ihmis- tai tehtäväorientoitumisesta. Kyselystä piti pudottaa pois kolmas kysymys, joka käsitteli johdon henkilökohtaisten sosiaalisten verkostojen käyttöä. Siltikin Cronbachin alfa ei antanut kovin luotettavaa lukua.

5.2 Korrelaatiot

Alla oleviin taulukoihin on laskettu eri muuttujien keskinäisiä riippuvuuksia. Näihin korrelaatiolaskelmiin on käytetty niin sanottua Pearsonin korrelaatiokerrointa, joka on useimmin käytetty malli (Heikkilä 2004, 203).

”Pearsonin korrelaatiokerroin lasketaan seuraavalla kaavalla:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} = \frac{s_n}{s_x s_y}$$

(x_i, y_i) ovat jakauman muodostavia lukupareja

s_x ja s_y ovat muuttujien x ja y keskihajonnat” (Heikkilä 2004, 91)

Korrelaatiolla katsotaan kahden eri muuttujan suhdetta toisiinsa. Kaikissa korrelaatioasteikoissa kertoimet vaihtelevat -1:n ja 1:n välillä. Lähellä - 1 arvoa oleva luku kertoo, että korrelaatio on negatiivista (eli toisen muuttujan kasvaessa toisen muuttujan arvo pienenee). Korrelaatio on puolestaan positiivista, jos arvo on lähellä + 1 tulosta (eli toisen muuttujan kasvaessa myös toinen kasvaa). (Heikkilä 2004, 91)

Suuren ja pienen korrelaation ero on Pallantin mukaan seuraava. Eli jos korrelaatio (r) on seuraavaa:

r = .10-.29, korrelaatio on pieni

r = .30-.49, korrelaatio on keskinkertainen

r = .50-1.0, korrelaatio on suuri

Sekä negatiivisiin että positiivisiin korrelaatiolukuihin pätevät samat säännöt. (Pallant 2007, 132)

Alla oleva Taulukko2 summaa korrelaatiot eri yrittäjyysorientaation osa-alueiden kesken. Lisäksi tämän jälkeen on laskettu vielä yrittäjyysorientaatioiden osa-alueiden korrelointi yrityksen liikevaihtoon ja henkilöstön määrään nähden. Yrittäjyysorientaation ja kasvuyrittäjyyden sidoksen vuoksi kaikkien korrelaatioiden pitäisi tässä tapauksessa olla positiivisia.

	Innovatiivisuus	Proaktiivisuus	Riskinotto-kyky	Verkostoituminen	Liikevaihto	Henkilöstö
Innovatiivisuus		.170	.010	.454	.489	.363
Proaktiivisuus	.170		.509	.402	-.386	-.442
Riskinotto-kyky	.010	.509		.395	-.239	-.152
Verkostoituminen	.454	.402	.395		.273	.138
Liikevaihto	.489	-.386	-.239	.273		
Henkilöstö	.363	-.442	-.152	.138		

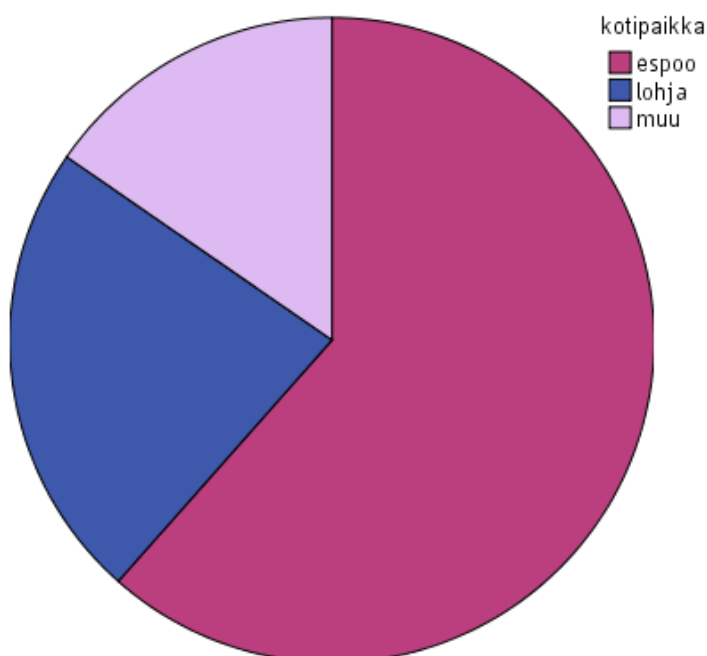
Taulukko 2: Korrelaatiot

Kysely lähetettiin lopulta 117 yritykselle tai yrityspäätäjille. Vastajamäärä oli kaiken kaikkiaan 13. Tällöin lopulliseksi vastausprosentiksi jäi 11,11.

5.3 Demografiset tulokset

Tässä osiossa kysyttiin tutkimukseen taustatietoja. Niiden avulla pystyttiin vertaamaan tutkittavia yrityksiä toisiinsa. Demografiakysymykset toimivat vastaajille lämmittelykysymyksinä ennen varsinaisia yrittäjyysorientaatiota mittaavia kysymyksiä.

5.3.1 Yrityksen kotipaikka



Kuvio 3: Yrityksen kotipaikka

Vastaajien maantieteellistä sijoittumista kuvaa Kuvio 3. Vastaajia oli lopulta 7 Espoosta ja 3 Lohjalta. Kaksi yritystä luokitteli kotipaikakseen kohdan ”muu”. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yritykset ovat muuttaneet muualle jossain vaiheessa toimintansa aikana.

5.3.2 Yrityksen perustamisvuosi

Vaikka Fonecta Finderin mukaan kaikki kohdeyritykset oli perustettu vuonna 2000, jostain syystä yritysten edustajat ilmoittivat poikkeavia vuosilukuja. Kaksi vastaajista oli ilmoittanut

perustamisvuodekseen 1999 ja yksi 2001. Sinänsä kaikkien yritysten toiminta on ollut sen ver-
ran pitkäaikaista, että tähän tutkimukseen heidän vastauksensa soveltuvat.

5.3.3 Vastaajan asema

Jotta saatiin tietoa siitä, onko vastaajalla ylipäätään käsitystä yrityksen johtamisesta tai stra-
tegisista linjauksista, demografiakysymyksissä kysyttiin myös vastaajan asemaa. Yhtä työntekijä -vastaajaa lukuun ottamatta vastaajat ilmoittivat olevansa yrityksen pääomistaja tai toi-
mitusjohtaja.

5.4 Liikevaihto ja henkilöstön määrä

Demografiakysymysten toinen osuus koski taloutta ja henkilöstöä. Näitä kysyttiin siksi, että
haluttiin tietää enemmän yrityksen kasvusta. Kaikki vastaajayritykset olivat molemmalta ko-
koluokaltaan melko pieniä.

Liikevaihto ja henkilöstö

	liikevaihto	henkilöstö
1	450 000	5
2	400 000	5
3	170 000	2
4	435 000	5
5	370 000	5
6	180 000	4
7	250 000	3
8	70 000	2
9	200 000	2
10	400 000	5
11	600 000	6
12	500 000	5
13	400 000	7
yhteensä N	13	13

Taulukko 3: Liikevaihto ja henkilöstön määrä

Taulukko 3 summaa vastanneiden yritysten liikevaihdon ja henkilöstön määrän. Tutkimukseen vastanneet yritykset ovat siis lukujen mukaan kaikki maltillisen kasvun yrityksiä. On kuitenkin huomattava, että jokainen näistä työllistää enemmän kuin yrittäjän itsensä, joten yhtään yksityisyrittäjää ei tähän tutkimukseen vastannut.

5.5 Yrittäjyysorientaatiotulokset

Kyselyn varsinaisessa osiossa kysyttiin siis yritysten yrittäjyysorientaatioastetta. Jokaista yrittäjyysorientaation alakategoriaa varten oli laadittu kolme eri kysymystä. Näin pyrittiin saamaan tarpeeksi tietoa kyseisestä alakategoriasta tarpeeksi laajasti.

5.5.1 Innovatiivisuus

Innovatiivisuusosiossa kyseltiin yrittäjien edustajien näkemystä yrityksensä T&K-johtajuudesta, uusien tuotteiden ja palveluiden markkinoille tuomista sekä muutoksista tuote- ja palvelulinjoissa.

Kolmas kysymys, joka koski muutoksia tuote- ja palvelulinjoissa ei antanut luotettavaa tulosta tutkimukselle. Tämän vuoksi kysymys piti hylätä tutkimustuloksista ja saman kysymyksen käyttämistä tulevaisuudessa vastaavissa tutkimuksissa kannattaa välttää. Taulukko 4 summaa innovaatiokysymysten tulokset.

T&K-johtajuus	3,46
Uudet tuotteet ja palvelut	3,15
Innovaatiokysymysten keskiarvo	3,08

Taulukko 4: Innovaatiokysymysten tulokset

5.5.2 Proaktiivisuus

Proaktiivisuutta mittaavassa osiossa kysyttiin yritysten näkemystä aktiivisesta toiminnastaan kilpailijoita vastaan, edelläkävijyydestään toimialallaan sekä asennoitumisestaan kilpailuun yleensä. Taulukko 5 summaa proaktiivisuuskysymysten tulokset.

Toiminnot kilpailussa	2,15
Uuden tuominen toimialalle	3,15
Asennoituminen kilpailuun	3,23
Proaktiivisuuskysymysten keskikiarvo	2,84

Taulukko 5: Proaktiivisuuskysymysten tulokset

5.5.3 Riskinottokyky

Yritysten riskinottokykyä mittaavassa osiossa kysyttiin näkemystä yritysjohton riskinoton astetta eri projekteissa, rohkeudesta liikkeissään toimialalla ja asennoitumista epävarmoissa päätöksentekotilanteissa. Taulukko 6 summaa riskinottokysymysten tulokset.

Riskinoton aste	2,23
Rohkeus toimialalla	3,15
Asennoituminen epävarmoissa päätöksentekotilanteissa	2,69
Riskinottokykykysymysten keskiarvo	2,69

Taulukko 6: Riskinottokykykysymysten tulokset

5.5.4 Verkostoituminen

Tässä tutkimuksessa perinteiseen yrittäjyysorientaatiomalliin lisättiin neljänneksi osa-alueeksi verkostoituminen. Verkostoitumisastetta kysyvässä osiossa käsiteltiin yrityksen johdon ajankäyttöä yrityksen ulkopuolisten henkilöiden kanssa, ihmisorientoituneisuutta sekä henkilökohtaisten sosiaalisten verkostojen käyttöä.

Verkostoitumisosion kolmas kysymys, joka koski yrityksen johdon henkilökohtaisten verkkojen käyttöä businessstarkoituksiin ei antanut luotettavaa tulosta. Tämän vuoksi kysymys piti hylätä. Lisäksi, mikäli tulevaisuudessa vastaavaa tutkimusta tehdään, on syytä harkita, kannattaako vastaavaa kysymystä käyttää lainkaan. Taulukko 7 summaa muilta osin verkostoitumiskysymysten tulokset.

Ajankäyttö yrityksen ulkopuolisten henkilöiden kanssa	3,85
Ihmisorientoituneisuus	3,23
Verkostoitumiskysymysten keskiarvo	3,54

Taulukko 7: Verkostoitumiskysymysten tulokset

5.6 Vertailu kansainväliseen vastaavaan tutkimukseen

Kansainvälisesti yrittäjyysorientaatiota on tutkittu muutamassa eri maassa (Kreiser, Marino & Weaver 2002, 79). Kreiserin ja kumppaneiden tutkimuksessa vuonna 2002 kyseltiin yritysten

yrittäjyysorientaatioasenteita Australiassa, Suomessa, Meksikossa, Alankomaissa, Ruotsissa ja Norjassa.

Taulukko 8 summaa yhteen Kreiserin, Marinon ja Weaverin sekä vuoden 2011 yrittäjyysorientaatiokyselyt (Kreiser, Marino & Weaver 2002, 83). Näistä luvuista on jonkin verran havaittavissa yrittäjyysorientaation asteen vaihteluja suurempien yritysten sekä mikroyritysten välillä.

Tutkimus 2002		Tutkimus 2011	
Innovatiivisuus	2,95	Innovatiivisuus	3,08
Proaktiivisuus	3,38	Proaktiivisuus	2,84
Riskintottokyky	2,79	Riskintottokyky	2,69

Taulukko 8: Vertailu kansainväliseen tutkimukseen

Huomioitavaa tässä vertailussa on, että tähän tutkimukseen vastanneissa yrityksissä ei ollut mukana alle neljä henkilöä työllistäviä henkilöitä, vaan tutkimuksen vastanneista yrityksistä työllisti keskimäärin 30-65 työntekijää. Tässä tutkimuksessa yhteenvedot esitettiin kaikkien maiden keskiarvoina, joten suoria johtopäätöksiä ei nimenomaan suomalaiseen yrittäjyysorientaatioasteeseen voi vetää.

5.7 Hypoteesien toteutuminen tutkimuksessa

Tutkimukselle asetetut hypoteesit eivät kaikilta osin saaneet tukea. H1) eli Suomalaisten mikroyritysten yrittäjyysorientaation aste on matalampi kuin nopeammin kasvavalla kansainvälisillä yrityksillä. Verratessa Kreiserin tutkimukseen tämä hypoteesi sai osittain tukea. On kuitenkin huomioitava, että matalammat luvut ovat kovin pienet, joten kovin suoria johtopäätöksiä tästä ei voi tehdä.

H2) Käsitteli yrittäjyysorientaation eri osa-alueita. Pääväittämän mukaan yrittäjyysorientaation neljä osa-aluetta ovat jokainen yksittäin matalammalla tasolla mikroyrityksissä kuin nopeammin kasvavilla yrityksillä.

H2.1):n mukaan mikroyrityksillä on matalampi innovatiivisuuden taso kuin nopeammin kasvavilla yrityksillä. Tämä hypoteesi ei saanut tukea, sillä kansainvälisiin vertailulukuihin nähden innovatiivisuus mikroyrityksissä oli suurempi.

H2.2) käsitteli riskintottokykyä. Sen mukaan mikroyrityksillä on matalampi riskintottokyky kuin nopeammin kasvavilla yrityksillä. Hypoteesi sai osittain tukea. Mikroyritysten riskintottokyky

oli matalampi kuin kansainvälisen tutkimuksen yrityksillä, mutta erotus oli vain 0,10 pistettä. Tämän vuoksi hypoteesi tarvitsee selkeämmäksi tuekseen jatkotutkimuksia.

H2.3) mukaan mikroyritykset ovat vähemmän proaktiivisia kuin nopeammin kasvavat yritykset. Tämä hypoteesi sai tukea. Valitettavasti tuloksia ei voida pitää luotettavina, joten varmuutta tämän hypoteesin tueksi ei ole.

H2.4) käsitteli verkostoitumista yhtenä yrittäjyysorientaation osa-alueena. Sen mukaan mikroyritykset ovat vähemmän innokkaita verkostoitumaan kuin nopeammin kasvavat yritykset. Koska vastaavaa tutkimusta ei kansainvälisissä tutkimuksissa tehty, ei tälle hypoteesille saatu tukea.

H3) käsitteli verkostoitumista laajemmin. Sen mukaan verkostoituminen on yksi yrittäjyysorientaatioon kuuluvista osa-alueista. Mikroyrityksissä verkostoitumislukujen pitäisi olla suhteellisen alhaisia. Verkostoitumisasteen keskiarvo oli kuitenkin 3,54 (selkeästi korkeampi arvo kuin muiden osa-alueiden vastaavat luvut).

H3.1):n mukaan yritykset, joissa sosiaaliset verkostot ovat passiivisesti käytössä ongelmien ratkaisuisissa, kasvavat hitaammin. Hypoteesi ei saanut tukea ja tämä osio jouduttiin sulkemaan luotettavuuden parantamisen vuoksi pois lopullisista tuloksista.

H3.2) oletti, että yritykset, joissa on keskitytty vähemmän ulkoisiin verkostoihin, kasvavat hitaammin. Hypoteesi ei saanut tukea, sillä luku oli lähellä neljää (3,85).

H3.3) käsitteli yritysten tehtäväorientoituneisuutta. Sen mukaan yritykset, jotka ovat enemmän tehtäväorientoituneita, kasvavat hitaammin. Hypoteesi ei saanut tukea, sillä luku oli yli kolme (3,23).

6 Yhteenveto ja jatkokehitystyö

Tämä tutkimus antoi jonkinlaisia viitteitä suomalaisten mikroyritysten yrittäjyysorientaatioasenteista. Verrattuna kansainvälisiin tutkimuksiin nämä tutkimustulokset eivät kuitenkaan vastanneet täysin muualta saatuihin tuloksiin yrittäjyysorientaatioasteesta.

Vertailulukujen eriävyys saattaa johtua heikosta validiteetista. Herääkin epäily, ovatko mikroyritysten edustajat osanneet vastata täysin rehellisesti kyselyyn. Vaikka hyvässä kvantitatiivisessa tutkimuksessa vastaajien yritystä ei pysty tuloksista tunnistamaan (kuten tässä tapauksessa), vaikuttaa siltä, että vastaajat ovat hieman liioitelleet yrityksen toimintaa. Tämä väite vaatii kuitenkin lisätutkimuksia sekä tutkimuksia erikokoisista yrityksistä.

Esimerkiksi korrelaatioluvuissa eri osa-alueiden suhteet liikevaihtoon ja henkilöstön lukumäärään korrelaation pitäisi olla yrittäjyysorientaatioteorian mukaan positiivinen. Sekä innovaatio että verkostoituminen korreloivat positiivisesti molempiin. Kuitenkin proaktiivisuus ja riskinotto kyky korreloivat negatiivisesti liikevaihtoon ja henkilöstöön. Tämähän tarkoittaisi sitä, että liikevaihdon sekä henkilöstön kasvaessa molempien pitäisi pienentyä. Kuitenkin taas yrittäjyysorientaatioteorian mukaan erityisesti menestyvissä yrityksissä eri osa-alueiden pitäisi jatkuvasti kehittyä.

Korrelaatioluvut saattavat viitata siihen, että organisen kasvun yrityksissä proaktiivisuus ja riskinotto kyky ovat voimakkaimmillaan uuden yrityksen perustamisvaiheessa. Tätä johtopäätöstä puoltaa tutkimus, jonka mukaan yrittäjät ottavat suuren riskin perustaessaan yrityksen. Lisäksi erityisesti riskinotto kyvyn suhteen on syytä ottaa huomioon, että omistajat itse eivät välttämättä koe ottavansa riskejä sen enempää kuin muutkaan ihmiset. Myös kyselylomakkeessa muotoiltu kysymys ”korkean riskin projektien suosimisesta” saatetaan ymmärtää kovinkin eri tavoin.

Kuten edellä olleista luvuista voidaan päätellä, kovin suoria johtopäätöksiä ei Kreiserin ja kumppaneiden sekä tämän tutkimuksen perusteella voida tehdä. Lukujen erot innovatiivisuuden ja riskinotto kyvyn välillä ovat kovin matalia, eivätkä siis tilastotieteellisestä näkökulmasta tarpeeksi vaihtelevia. Selkeä ero on havaittavissa ainoastaan proaktiivisuuden kohdella. Ikävä kyllä taas proaktiivisuuden Cronbachin alfa taas osoittaa, että tutkimus ei ole luotettava. Verkostoitumista ei puolestaan Kreiserin tutkimuksessa ollut, joten tämä luku antaa pelkkää uutta tutkimustietoa.

Yrittäjyysorientaatioteorian mukaan tulosten olisi pitänyt olla selkeästi Kreiserin ja kumppaneiden tutkimusten alapuolella. Herääkin kysymys, että olivatko kysymykset tarpeeksi selkeästi muotoiltuja. Kreiserin ja kumppaneiden tutkimuksessa oli käytetty melko samanlaisia kysymyksiä ja käytössä oli 5-portainen Likert-asteikko (Kreiser, Marino & Weaver 2002, 81). Useimmissa yrittäjyysorientaatioon liittyvissä tutkimuksissa onkin käytetty samantyyppistä asteikkoa, jossa valittiin yrityksen toiminnan asemoituminen kahden eri ääripään mukaan (muun muassa Covin & Slevin 1988, 225, Knight 1997, 217 ja Steensma, Marino & Dickison 2000, 959).

Tässä tutkimuksessa piti alun perin noudattaa samantyyllistä asteikkoa. Kuitenkin johtuen e-lomakkeen teknisistä ominaisuuksista, ei tällaista asteikkoa pystytty rakentamaan selkeästi. Sen vuoksi kysymykset jouduttiin muotoilemaan uudestaan. Vastaajalle oli esitetty väite, jota piti arvioida 5-portaisella asteikolla täysin samaa mieltä - täysin eri mieltä. Vaikka väittämiä pyrittiin selkeyttämään lihavoineilla ja katkaisuilla, herää kysymys, oliko kyselylomake lopulta tarpeeksi ymmärrettävä.

Jatkotutkimuksissa kannattaa ehdottomasti suunnata tutkimukset kohti kasvuyrityksiä. Vaikka tämä tutkimus antaakin suuntaviitteitä suomalaisesta yrittäjyysorientaatiosta, jatkon kannalta tärkeää on tutkia, miltä vastaavat luvut näyttävät korkean kasvun yrityksissä. Näin saadaan tarkempaa tietoa siitä, päteekö yrittäjyysorientaatioteoria myös suomalaisiin kasvuyrityksiin.

Verkostoitumisen osalta tämä tutkimus ei ollut riittävän kattava, jotta sen yhteydet osana yrittäjyysorientaatioteoriaa olisi saatu kunnolla todettua. Tässä vaiheessa tutkimuksen laajentaminen on tarpeen. Erityisesti korkean kasvun yritysten verkostoitumista olisi tärkeää tutkia.

Lisäksi mahdollisissa jatkotutkimuksissa kannattaa pohtia, onko kvantitatiivinen tutkimus paras mahdollinen. Erityisesti korkeat innovatiivisuusosien luvut antavat viitteitä siitä, että tässä tutkimuksessa yritysten johtohenkilöstö ei ole oikea taho arvioimaan objektiivisesti toimintaansa. Olisi mielenkiintoista tietää, millä tavoin suurempi vastaajajoukko vaikuttaisi tutkimustuloksiin.

Tulevaisuudessa kannattaa myös pohtia, pitäisikö ainakin osa tutkimuksesta suorittaa kvalitatiivisena tutkimuksena. Näin yrittäjyysorientaatiolle saataisiin myös lisää syvyyttä sekä laajempaa käsitystä kohdeyritysten kunkin alakategorian käytännön toteutuksesta. Kvalitatiiviseen tutkimukseen kasvuyrityksissä kannattaa myös lisätä sekä ylimmän johdon (omistajat, toimitusjohtaja ja muu johtohenkilökunta) että työntekijöiden näkemyksestä yrityksensä yrittäjyysorientaatioasenteista käytännön arjessa.

Lähteet

Kirjallisuus

Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) 2007. Ikkuna tutkimusmetodeihin 1. 2. korjattu ja täydennetty painos. Juva: WS Bookwell.

Antola, T. & Pohjola, J. 2006. Innovatiivisuuden johtaminen. Helsinki: Edita.

Carlson, C. & Wilmot, W. 2006. Innovation: the five disciplines for creating what customers want. New York: Crown Business.

Hamel, G. & Prahalad, C. K. 2006. Kilpajuoksu tulevasta. Helsinki: Talentum.

Hannus, J. 2004. Strategisen menestyksen avaimet: tehokkaat strategiat, kyvykkyydet ja toimintamallit. Helsinki: Pro Talent.

Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. 5. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Lyytinen, J. & Piha, K. 2004. Yritä edes: 32 syytä ryhtyä yrittäjäksi. Helsinki: Talentum.

Malhotra, N. K. 2004. Marketing Research. An applied orientation. 4. painos. New Jersey: Pearson Education

Pallant, J. 2007. SPSS Survival manual - A step by step guide to data analysis using SPSS for Windows. 3. painos. Singapore: Markono Print Media Pte.

Silván, S. 2006. Valppaus on valttia: heikot signaalit löytyvät läheltä. Tampere: Tammer-Paino.

Sutinen, M. & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä: opas yrittäjille, yrityksen perustamista suunnitteleville ja yrittäjä-tutkintoon valmentautuville. 10. uudistettu painos. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulun julkaisusarja.

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

Artikkelit

Busenitz, L. 1999. Entrepreneurial risk and strategic decision making. The Journal of Applied Behavioral Science; Sep 1999; 35. 3; ABI/INFORM Global, 325 - 340.

Campbell, C. 1992. A decision theory model for entrepreneurial acts. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 17 No 1, 21-27.

Covin, J. & Miles, M. 1999. Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. Entrepreneurship Theory and Practice, 2J(3), 217 - 259.

Covin, J. & Slevin D. 1991. A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 16, 7 - 25.

Covin, J. & Slevin, D. 1989. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. Strategic Management Journal; Jan/Feb 1989; ABI/INFORM Global, 75 - 87.

Covin, J. & Slevin, G. 1988. The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. Journal of Management Studies 25:3 May 1988, 217 - 234.

Eronen, T, työn alla. Kasvuyrittäjyyden määritelmät.

Hagedoorn, J. 1995. Strategic technology partnering during 1980s: trends, networks and corporate patterns in non-core technologies. Research Policy 24 (1995), 207 - 231.

- Knight, G. 1997. Cross-cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial orientation. *Journal of Business Venturing* 12, 213 - 225.
- Kreiser, P. & Marino, L. 2002. Analyzing the historical development of the environmental uncertainty construct. *Management Decision*; 2002; 40,9; ABI/INFORM Global, 895 - 905
- Kreiser, P., Marino, L. & Weaver, K. 2002. Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: a multi-country analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 71 - 94.
- Lumpkin, G. & Dess, G. 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review* 1996, Vol. 21, No. 1, 135 - 172.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. 1998. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, 242 - 266.
- Oliver, A. & Liebeskind, J. 1998. Three levels of networking for sourcing intellectual capital in biotechnology. *Int. Studies of Mgt. & Org.*, Vol. 27, No.4, 76 - 103.
- Palich, L. & Bagby, D. 1995. Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing* 10, 425 - 438.
- Prusak, L. & Cohen, D. 2001. How to invest in social capital. *Harvard Business Review*, Vol. 79, 86 - 93.
- Rees, H. & Shah, A. 1986. An empirical analysis of self-employment in The U.K. *Journal of Applied Econometrics* Vol. 1, 95 - 108.
- Rutten, R. & Boekema, F. 2007. Regional social capital: Embeddedness, innovation networks and regional economic development. *Technological Forecasting & Social Change* 74, 1834 - 1846.
- Shane, S. 2002. Executive Forum: University technology transfer to entrepreneurial companies. *Journal Business Venturing* 17 (2002), 537 - 552.
- Shane, S., Locke, E. & Collins, C. 2003. Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review* 13 (2003), 257 - 279.
- Steensma, H., Marino, L. & Dickson, P. 2000. The influence of national culture on the formation of technology alliances by entrepreneurial firms. *Academy of Management Journal* 2000, Vol. 43, No 5, 951 - 973.
- Työ- ja elinkeinoministeriö, Kasvu- ja omistajayrittäjyyden seurantatyöryhmän raportti 2009. Osaamisen ja edelläkävijyyden Suomi. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 42/2009.
- Työ- ja elinkeinoministeriö, Yrittäjyyskatsaus 2010. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 60/2010.
- van Praag, C. & Cramer, J. 1999. The roots of entrepreneurship and labour demand: individual ability and low risk aversion. *Economica* 2001, 45 - 62.
- Sähköiset lähteet
Suomen Yrittäjät 2010. Yrittäjyys Suomessa. Viitattu 8.5.2011.
<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/yrittajyys Suomessa/>

Kuviot

Kuvio 1: Kilpailun mahdollisuudet (Hamel & Prahalad 2006, 89).....	11
Kuvio 2: Yksilöiden ja organisaatioiden sidokset bioteknologian toimialalla (Oliver & Liebskind 1998, 94)	14
Kuvio 3: Yrityksen kotipaikka	23

Taulukot

Taulukko 1: Cronbachin Alfa	20
Taulukko 2: Korrelaatiot.....	23
Taulukko 3: Liikevaihto ja henkilöstön määrä	24
Taulukko 4: Innovaatiokysymysten tulokset.....	25
Taulukko 5: Proaktiivisuuskysymysten tulokset	26
Taulukko 6: Riskinottokykykysymysten tulokset.....	26
Taulukko 7: Verkostoitumiskysymysten tulokset	26
Taulukko 8: Vertailu kansainväliseen tutkimukseen	27

Liite1

Laurea-ammattikorkeakoulu tekee tutkimusta yrittäjyysorientaation/-asenteen sekä verkostoitumisen vaikutusta yrityksen kasvuun. Olemme valinneet kohderyhmäksi 10 vuotta toimineet yritykset. Yhteystiedot olemme saaneet Fonectan yritystietokannasta. Kysymyksissä valitkaa yrityksenne toimintaa parhaiten kuvaava vastausvaihtoehto.

Kiitokset etukäteen vaivannäöstänne

Yritys on perustettu vuonna _____

Yrityksen kotipaikka on

- Espoo
- Lohja
- Muu

Asemani yrityksessä on

- Toimitusjohtaja tai pääomistaja
- Muu johtohenkilö
- Toimihenkilö
- Työntekijä

Yritykseni liikevaihto on vuodessa _____

Yritykseni henkilöstön lukumäärä _____

Valitkaa parhaiten yrityksenne toimintaa kuvaava vastausvaihtoehto

1. Yleensä yritykseni johto suosii enemmän nykyisten tuotteiden tai palveluiden markkinointia kuin T&K -työtä, teknologiajohtajuutta ja uusia innovaatioita.
 - Täysin samaa mieltä
 - Osittain samaa mieltä
 - Ei samaa, eikä eri mieltä
 - Osittain eri mieltä
 - Täysin eri mieltä

2. Yritykseni on tuonut markkinoille viimeisen 3 vuoden aikana useita uusia tuote- ja palvelulinjoja.
 - Täysin samaa mieltä
 - Osittain samaa mieltä

- Ei samaa, eikä eri mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä

3. Muutokset tuote- tai palvelulinjoissa ovat olleet useammin pieniä **kuin** suuria.

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Ei samaa, eikä eri mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä

Valitkaa parhaiten yrityksenne toimintaa kuvaava vastausvaihtoehto.

4. Yritykseni reagoi useammin kilpailijoiden toimiin **kuin** panee alulle toimia, joihin kilpailijat reagoivat.

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Ei samaa, eikä eri mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä

5. Yritykseni on usein ensimmäinen, joka tuo toimialalleen uusia tuotteita tai palveluita, hallintotekniikkoja, teknologioita jne.

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Ei samaa, eikä eri mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä

6. Yritykseni johto välttää useammin ristiriitoja kilpailijoiden kanssa vedoten ”elä ja anna toisten elää” - ajatteluun **kuin** omaksuu kilpailulliseen ”lyö kilpailijat” - asenteen.

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Ei samaa, eikä eri mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä

Valitkaa parhaiten yrityksenne toimintaa kuvaava vastausvaihtoehto.

7. Yritykseni johdolla on taipumus suosia mieluummin haastavia **kuin** helposti toteutettavia projekteja.
- Täysin samaa mieltä
 - Osittain samaa mieltä
 - Ei samaa, eikä eri mieltä
 - Osittain eri mieltä
 - Täysin eri mieltä
8. Yritykseni johto uskoo, että toimintaympäristön luonteesta johtuen kehittämisessä on parempi edetä varovaisesti, huomaamattomilla toimilla **kuin** rohkeilla laaja-alaisilla toimilla.
- Täysin samaa mieltä
 - Osittain samaa mieltä
 - Ei samaa, eikä eri mieltä
 - Osittain eri mieltä
 - Täysin eri mieltä
9. Kohdatessaan epävarmoja päätöksentekotilanteita yritykseni johto tyypillisemmin omaksuu varovaisen, ”katsotaan ja odotellaan” - asenteen **kuin** rohkean ja aggressiivisen asenteen.
- Täysin samaa mieltä
 - Osittain samaa mieltä
 - Ei samaa, eikä eri mieltä
 - Osittain eri mieltä
 - Täysin eri mieltä

Valitkaa parhaiten yrityksenne toimintaa kuvaava vastausvaihtoehto.

10. Yritykseni johto käyttää suuremman osan työajastaan yrityksen työntekijöiden kanssa **kuin** yrityksen ulkopuoleisten henkilöiden kanssa.
- Täysin samaa mieltä
 - Osittain samaa mieltä
 - Ei samaa, eikä eri mieltä
 - Osittain eri mieltä
 - Täysin eri mieltä
11. Yritykseni johto on enemmän tehtäväorientoitunutta, käyttäen aikaa yrityksen tekniisiin tai liiketoimintaprosesseihin **kuin** ihmisorientoitunutta, käyttäen aikaa kommunikointiin työntekijöiden, asiakkaiden ja osakkaiden kanssa.

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Ei samaa, eikä eri mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysin eri mieltä

12. Yritykseni johto pitää enemmän henkilökohtaiset sosiaaliset verkostonsa erillään työtehtävistään kuin käyttää niitä aktiivisesti liiketoimintatarkoituksiin.

- Täysin samaa mieltä
- Osittain samaa mieltä
- Ei samaa, eikä eri mieltä
- Osittain eri mieltä
- Täysi eri mieltä