



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

”Good people with right attitude”

Yrittäjien yhteisöä rakentamassa

Marita Tarvonen

Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelma (210 op)

09 / 2016

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Marita Tarvonen	Sivumäärä 48 ja 13 liitesivua
Työn nimi ”Good people with right attitude” – Yrittäjien yhteisöä rakentamassa	
Ohjaava(t) opettaja(t) Anna Pikala	
Työn tilaaja Turku Science Park/Startup Community SparkUp/Sonja Nylander	
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on edistää hyvän yhteisön rakentumista yritys yhteisöissä. Työn tilaaja on Turku Science Parkin Startup-yhteisö SparkUp, ja työ tehdään SparkUpin ja Werstaan yrittäjien yhteisöille. Tavoitteena on edistää hyvän yhteisön rakentumista molemmissa yhteisöissä sekä lisätä verkostoitumismahdollisuuksia niiden välillä.</p> <p>Yrittäjien yhteisössä on merkityksellistä osata rakentaa yhteyksiä yrittäjien välille sekä edistää verkostoja myös eri sidosryhmiin. Hyvän yhteisön muodostuminen vaatii aikaa, läpinäkyvyyttä ja ihmistunte- musta. Näiden yhteisöjen tukeminen on tärkeää, jotta liiketoiminta voisi kehittyä entisestään ja saatavil- la olevia verkostoja voitaisiin käyttää luovemmin hyödyksi. Yhteisön tuki, vertaisuus ja toisilta opittujen sudenkuoppien välttäminen yhdistävät eri alojen yrittäjiä ja houkuttelevat mukaan uusia jäseniä. Yhteisön rakentamisessa on paikkansa myös oikeanlaisella johtajuudella tai koordinoinnilla, innostamisella sekä ennakkoluulottomalla kokeilemisellä.</p> <p>Kehittämistyön tavoitteena oli löytää keinoja, joiden avulla voitaisiin edistää yrittäjien yhteisön rakentu- mista. Tilaajan toiveena oli saada opas erilaisista toimintamalleista, joiden avulla voitaisiin lisätä yhteisöllisyyttä ja verkostoitumismahdollisuuksia. Community-opaasta löytyy 22 toimintamallia, jotka ovat syntyneet yrittäjien tarpeita kuunnellen, muita yritys yhteisöjä benchmarkaten ja ennakkoluulottomasti kokeillen. Opas on jaettu kolmeen osaan: Networking, Business Thinking ja Space. Opas on osittain englanniksi ja osittain suomeksi, koska yritys yhteisöissä liikutaan kansainvälisessä ja monikielisessä ympäristössä.</p> <p>Tutkimusmenetelminä käytettiin kyselyä, haastattelua ja benchmarkingia. Aluksi kyselyn avulla kartoi- tettiin yrittäjien kiinnostusta muun muassa verkostoitumista, toisten tuntemista ja sopivia toimintamalle- ja kohtaan. Tämän jälkeen tehtiin kolme parihaastattelua yrittäjille, kaksi asiantuntijahaastattelua ja kaksi benchmarking-puhelinhaastattelua. Saadun aineiston pohjalta testattiin yhtä toimintamallia käy- tännössä keväällä 2016 ja koottiin 22 toimintamallia sisältävä Community-opas.</p> <p>Kehittämistyön tulokset osoittivat, että yritys yhteisöjen yrittäjät kaipaavat lisää yhteisöllisyyttä, mutta eivät turhia toimintamalleja. Erilaisille yhteisöille hetkille ja verkostoitumismahdollisuuksille on kysyntää, ja tarpeet vaihtelivat kuntosalimahdollisuuksien rakentamisesta oman tapahtuman järjestämiseen. Eri vaiheissa olevat yrittäjät kaipasivat hieman erilaista toimintaa, mutta suuria eroja ei ollut. Kaikki haasta- teltut yrittäjät olivat samaa mieltä vertaistuen tärkeydestä. Luonnollisesti ajankäyttö ja taloudellinen tulospaine nousivat syiksi siihen, miksi ei haluta osallistua esimerkiksi hieman turhilta näyttäviin yhteis- siin hetkiin. Yleisesti yhteisö ja auttaminen nähtiin todella tärkeinä voimavaroina yrittäjyydessä.</p> <p>Työn ajankohtaisuudesta kertoo yrittäjyyden lisääntyminen ja yrittäjien yhteisöjen kasvu niin Suomessa kuin ulkomailla. Hyvän yhteisön rakentaminen vaikuttaa jäsenten hyvinvointiin ja sitä kautta myös liiketoimintaan. Kehittämistyöstä syntynyt Community-opas on suunnattu yrittäjien yhteisöille, mutta myös muut yhteisöt saavat sieltä keinoja yhteyksien ja verkostojen rakentamiseen yhteisön sisällä. Eri ammattialojen edustajat voivat käyttää toimintamalleja oman yhteisönsä kehittämiseen.</p>	
Asiasanat yrittäjien yhteisö, verkostoituminen, hub, innostaminen, johtajuus, yrittäjyys, yhteisöllisyys	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Degree Programme in Civic Activities and Youth Work, Bachelor's Degree

ABSTRACT

Author Marita Tarvonen	Number of Pages 48 and 13 attached
Title "Good people with right attitude" – Building Entrepreneurs' Communities	
Supervisor(s) Anna Pikala	
Subscriber Turku Science Park/Startup Community SparkUp/Community Facilitator Sonja Nylander	
Abstract <p>The objective of this thesis was to find ways to build a good community and develop communality in and between entrepreneurs' communities. The two communities in question are SparkUp and Werstas, in Turku, Finland. The thesis was subscribed by SparkUp, which is a part of Turku Science Park.</p> <p>The increase in the number of entrepreneurs' communities reflects the topicality of this thesis in Finland as well as abroad. Building a good community supports the entrepreneurs' businesses, ideas and wider networks. A good and well-working community is composed of transparency, good leadership or coordination, communality, open experimentation and knowing the target group.</p> <p>The data were collected through questionnaires and six entrepreneurs were interviewed. Following this, two other communities were benchmarked by telephone interview, and two specialist interviews were carried out. Using these methods, different action models and a Community guide were created. It includes 22 communal action models and it is divided into three sections: Networking, Business Thinking and Space.</p> <p>The results show that entrepreneurs want to have various action models: these can be anything from building a gym to creating an own event. According to the results, networking, peer support and sense of community are important for entrepreneurs. However, as entrepreneuring is very time-consuming, organized but pointless activities are not wanted. Anyhow, it depends on the entrepreneur, what kind of action is needed and asked for.</p> <p>The Community guide was created for entrepreneurs' communities but surely other communities can benefit from it. Specialists from different work fields can choose suitable actions models to strengthen their own communities. The action models are not the corner stones for building a good community, but they can contribute to better networking, which supports and strengthens the community.</p>	
Keywords Entrepreneurs' community, networking, hub, motivation, leadership, entrepreneurship, communality	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 KÄSITTEET	8
2.1 Yrittäjien yhteisö	8
2.2 Hub	9
2.3 Verkostoituminen	10
2.4 Innostaminen	12
3 JOHTAJUUS, YHTEISÖ & YRITTÄJYYS	14
3.1 Johtajuuden vaikutus johdettaviin ja organisaation kulttuurin luontiin	14
3.2 Yhteisön rakentumiseen vaikuttavat tekijät ja yhteisön merkitys yksilöön	16
3.3 Yrittäjyyden luonne ja ajankohtaisuus	18
4 TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ YRITTÄJIEN YHTEISÖT SPARKUP & WERSTAS21	
5 MENETELMÄT	23
5.1 Kysely	23
5.2 Haastattelut	25
5.3 Benchmarking	27
5.4 Menetelmien sopivuus	28
6 TULOKSET JA ANALYSOINTI	30
6.1 Verkostojen merkityksen tärkeys yrittäjien yhteisöissä	30
6.2 Kohderyhmälle sopivat toimintamallit	34
6.3 Verkostoja ja ideoita edistävä tilat	39
6.4 Johtajuuden/koordinoinnin tarve yhteisössä	42
6.5 Viestinnän vaikutus yhteisön kehittymiseen	43
7 COMMUNITY-OPAS	45
8 LOPPUPÄÄTELMÄT	48
LÄHTEET	51
LIITTEET	56

1 JOHDANTO

If "plan A" did not work. The Alphabet has 25 more letters – 204 if you are in Japan. Claire Cook.

Yrittäjien yhteisöt, hubit, sekä startup-yrittäjyys ovat uudenlaisia ja kasvavia ilmiöitä. Yrittäjien yhteisöt lisääntyvät kansainvälisesti ja kotimaisesti. Ilmapiiri yrityksiä ja yrittäjiä kohtaan on parantunut koko ajan (Määttänen 2016), ja yrittäjien yhteisöt on koettu hyviksi ja tarpeellisiksi. Suomessa on paljon yrittäjiä ja osa heistä hakeutuu yrittäjien yhteisön kaltaiseen toimintaan mukaan, koska yhteisöistä saatu tuki ja vertaisneuvonta auttavat yrittäjiä tunnistamaan omia haasteitaan, kasvamaan päämäärätietoisesti ja väistämään yleisimpiä sudenkuoppia (Nylander 2016).

Startup-yritykset uudistavat Suomen elinkeinoelämää (Mörttinen 2015) ja yrittäjien sekä itsensä työllistäjien määrän kasvuun on havahtunut myös hallitus, joka suunnittelee yrittäjävähennyksen käyttöönottoa tulevaisuudessa (Björkskog 2016). Työllisyyden lisäämiseksi hallitus toimeenpanee yrittäjyyttä ja työllisyyttä edistäviä toimenpiteitä (Valtioneuvosto 2016). Hallitus pyrkii luomaan 110 000 uutta työpaikkaa eli nostamaan työllisyysasteen 72 prosenttiin (Luotonen 2016). Yrittäjyys tuo yhteiskuntaan uusia tuotteita, palveluita, työpaikkoja (Stenholm 2016), vastauksia työttömyyteen ja samalla ajatusmalleja yrittäjyyden luonteesta uusille tekijöille. Työn on tärkeää olla palkitsevaa ja kiinnostavaa. Sisäinen motivaatio ja sen johtaminen ovat avainasemassa. (Järvilehto 2015.) Yrittäjyydessä intohimo korostuu ja muun muassa uudenlaiset alat, arvot ja tavat toimia nousevat esiin (Jokilampi 2016). Yrittäjyys on tapa toimia ja ajatella (Stenholm 2016), ja palkkatyö vaihdetaankin yhä useammin yrittäjyydeksi (Jokilampi 2016). Yritysmuodot ovat hyvin monipuolisia, yrittäjänä voi toimia osakasyrittäjänä, osuuskunnan jäsenenä, sarjayrittäjänä, sivutoimisena sekä väliaikaisena yrittäjänä (Jokilampi 2016).

Yrittäjyyden ajankohtaisuus on otettu huomioon myös Humanistisen korkeakoulun tulevassa opetussuunnitelmassa. Seuraavaan, 2018 vuonna julkaistavaan,

opetussuunnitelmaan on tulossa pakolliset 10 opintopistettä yrittäjyyttä. Nämä opinnot sisältyvät kaikkien koulutusohjelmien opintoihin ja muutenkin yrittäjyys tulee näkymään vahvemmin muissakin opintojaksoissa. (Pikala 2016.) Valmistuneilla yhteisöpedagogeilla on erilaisia työnimikkeitä yli 70 ja niiden sekaan mahtuu myös pienyrittäjiä (Johansson 2015). Yhteisöpedagogin osaamista tarvitaan yrittäjäkentällä, sillä muun muassa johtajuustaidot ja ryhmädynamiikan asiantuntemus ovat alueita, joilla voi vaikuttaa suuresti eri yhteisöjen muotoutumiseen ja hyvinvointiin. Työssä vaaditaan moninaisempaa osaamista, kameleonittimaista muuttumista sekä työskentelytaitoja erilaisissa tiimeissä (Tuomas 2015, 44). Yhteisöpedagogit vievät osaamistaan eri kentille ja samaan aikaan keräävät myös eri ammattikentiltä itselleen uudenlaista tietoa.

Tämä kehittämistyö on ajankohtainen lisääntyneen yrittäjyyden näkökulmasta, mutta se on myös tilaajalle tarpeellinen. Turku Science Parkin alueella sijaitsevat yrittäjien yhteisöt kaipaavat lisää yrittäjiä verkostoivaa toimintaa (Nylander 2016). Opinnäytetyöni tilaaja on Turku Science Park ja kehittämistyö tehdään SparkUpin ja Werstaan yhteisöille. Yhteisöt muuttivat Turussa uusiin tiloihin marraskuussa 2015 ja paikan oma kulttuuri on rakentumassa (Kallio 2016). Tämän kehittämistutkimuksen tarkoitus on edistää hyvän yhteisön rakentumista yrittäjien yhteisöissä ja lisätä niiden keskinäisiä verkostoitumismahdollisuuksia. Tällaisia verkostoitumismahdollisuuksia luodaan ja autetaan alkuun erilaisten toimintamallien avulla. Toimintamallit eivät ole itsessään vastaus hyvän yhteisön rakentumiseen, mutta niiden avulla voidaan mahdollistaa verkostojen ja uusien yhteyksien syntyä, ja sitä kautta rakentaa parempaa yhteisöä.

Työn edetessä tutkimuskysymys laajeni yhdellä lisäkysymyksellä. Alkuperäinen tutkimuskysymys kuului: Kuinka edistää verkostoitumista ja hyvän yhteisön rakentumista yrittäjien yhteisöjen välillä? Tämän kysymyksen viereen syntyi kuitenkin toinen, yhtä merkittävä kysymys: Kuinka edistää verkostoitumista ja hyvän yhteisön rakentumista myös molempien yrittäjien yhteisöjen sisällä? Lisäksi havahduttiin ilmeiseen tosiasiaan yritysmaailmassa. Yrittäjillä on todella aikataulutettu arki ja ylimääräiset tuokiot yhteisöllisyyden lisäämiseksi eivät saa heitä aktiivisiksi. Yrittäjille ei ole tarkoitus tarjota tarvetta vastaamatonta, ylimääräistä toimintaa. Toimintaa suunnitellessa on tärkeää miettiä hyötynäkökulmaa, selvittäen millaisesta toiminnasta yrittäjät hyötyisivät (Turunen 2016). Tämän vuoksi

toimintamallikokeilu ja muut Community-oppaaseen kootut toimintamallit on suunniteltu hyötynäkökulma edellä. Millainen olisi hetki, jollaista yrittäjät tarvitsisivat ja joka verkostoisi heitä sekä antaisi vastauksia oman liiketoiminnan ajankohtaiseen haasteeseen? Tällainen hetki on oppaassa nimeltään Crowdsourcing, ja muut 22 toimintamallia on jaettu kolmeen osioon edistämään hyvän yhteisön ilmapiiriä, verkostoimaan tai käyttämään annettuja tiloja paremmin hyödyksi. Kaikki toimintamallit on suunniteltu yrittäjien tarpeiden pohjalta, muita mielenkiintoisia kohteita benchmarkaten ja ennakkoluulottomasti kokeillen.

Opinnäytetyöni johdantoa seuraava luku käsittelee kehittämistyön käsitteitä. Käsitteitä seuraava luku syventyy tutkimaan johtajuutta, yhteisöä ja yrittäjyyttä. Tämän jälkeen puhutaan Turku Science Parkista, SparkUpista ja Werstaasta, joille työ valmistuu. Tilaajan esittelyn jälkeen mennään syvemmälle tutkimustyössä käyttämiini menetelmiin, jotka ovat kysely, haastattelut ja benchmarking. Kuudes luku kertoo tuloksista, jonka jälkeen esittelen tekemäni Community-oppaan. Luku sisältää toimintamallin kokeilun esittelyn, arvioinnin sekä linkin oppaaseen. Viimeinen luku kokoaa yhteen koko työn, ja se sisältää loppupäätelmät sekä jatkokehitysehdotukset. Liitteistä löytyvät haastattelurungot yrittäjien parihaastatteluihin, benchmarking-haastatteluihin, asiantuntijahaastatteluihin sekä käyttämäni kyselyrunko.

2 KÄSITTEET

Tämä luku sisältää keskeisten käsitteiden esittelyn. Kehittämistyöni kannalta tärkeitä käsitteitä ovat yrittäjien yhteisö, hub, verkostoituminen ja innostaminen.

2.1 Yrittäjien yhteisö

Yrittäjien yhteisö on yhteisö, joka muodostuu yrittäjistä. Usein yrittäjien yhteisön sisällä tapahtuu paljon muutoksia, sillä yrittäjiä tulee ja lähtee samanaikaisesti. Yrittäjien yhteisössä yritykset voivat olla hyvinkin eri vaiheessa liiketoiminnassaan (Nylander 2016). Turku Science Parkin sivuilla SparkUp tunnetaan nimellä yrityskehitysympäristö, jonka tavoitteet ovat synnyttää uusia liikeideoita ja startupeja, tukea niiden toimintaedellytyksiä ja kansainvälistymistä (Turku Science Park Oy 2016). SparkUp ja Werstas ovat yrittäjistä muodostuvia yhteisöjä, joille teen kehittämistyötä. Yrittäjien yhteisö on suuri voimavara yrityksille ja yhteisöllisyys sekä toisten auttaminen ovat keskeisimmät arvot esimerkiksi Lappeenrantalaisessa startup-yhteisössä (Wirma Lappeenranta Oy 2016).

Yrittäjien yhteisöjä ei todennäköisesti olisi syntynyt niin eri nimisiä ja useanlaisia, jos ne olisi koettu tarpeettomiksi. Yrittäjien yhteisöt on koettu myös kansainvälisesti hyväksi ja kiihdyttämöitä eli business acceleratoreita löytyy maailmalta paljon. Euroopassa esimerkiksi Dublinissa, Lontoossa, Tukholmassa, Berliinissä, Amsterdamissa ja Kööpenhaminassa on useita yrityksiä alkuun auttavia yhteisöjä (Gopak 2016). Kansainvälisesti tunnetuin yritysten kasvun edistäjä lienee Piilaakso eli Silicon Valley. Tällaisia yritysten kasvua edistäviä toimijoita eivät ole vain business acceleratorit, ne ovat ainoastaan yksi esimerkki yrityksille tarjotuista palveluista. Suomessa tällaisia yrityksiä kasvuun tukevia yhteisöjä ovat muun muassa kansainvälisestäikin tunnettu Startup Sauna, Suomen suurin Startup Hub Maria 0-1 (Himanen 2015), luovien alojen yrityspalvelu Humak Creve ja tutkimustyössäni mukana olevat Startup Community SparkUp (SparkUp 2016) ja tiloja, yhteisöä ja palveluja tarjoava Werstas (Werstas 2016). Edellä mainitut esimerkit ovat vain muutamia Suomessa yrityksille kasvupalveluja tarjoavia yhteisöjä.

Yrityshautomato, kiihdyttämö eli accelerator, yrityskasvupalvelu, startup-community, yrittäjien yhteisö, startup hub, hub. Yrittäjille on luotu erilaisia yrittäjien yhteisöjä. Yrittäjien yhteisö käsitteen alle kuuluvat tässä työssä kaikki yrityskiihdyttämöt, startup-yhteisöt ja yrityksiä tukevat yhteisöt, joiden tavoite on olla edistämässä yritysten kasvumahdollisuuksia, verkostoitumista ja kansainvälistymistä. Opinnäytetyössäni yrittäjien yhteisöön kuuluvat vuokratilan hankkineet yrittäjät ja mobiilijäsenet. Yrittäjien yhteisöä muodostavat myös luonnollisesti yritys yhteisön johtajat, johtotiimi ja muut sidosryhmät kuten sijoittajat ja valmentajat. Yrittäjien yhteisöt on koettu hyödyllisiksi ja hyväksi kasvun edistäjiksi. Yrittäjät voisivat työskennellä myös eri tiloissa, mutta yhteisö antaa oman tukensa yritysten kehittymiseen. Yrittäjien yhteisöjä on monen kokoisia ja tilat voivat olla hyvinkin erilaisia.

2.2 Hub

Työtilat ovat muuttumassa, monityötilat yleistyvät, etätyö lisääntyy ja perinteiset työpisteet vähenevät (Raeste 2016). Hub on yhteisen työskentelyn mahdollistava tila eli coworking-tila (Hubspace 2016). Usein tilat ovat maksullisia, sillä ne ovat syntyneet yrittäjien tarpeesta saada yhteisöllistä toimistotilaa (Nylander 2016). Yhteinen hubtila koetaan inspiroivaksi tilaksi työskennellä (Strauss 2013), se on verkostoiva, houkutteleva ja yhteisöllinen. Werstaan coworking-tila tarjoaa palveluita, tilat ja yhteisön, jotka helpottavat yrittäjien arkea (Werstas 2016). Yhteisen työskentelytilan hyötyjä ovat muun muassa läheltä saatava apu ja vertaisuus. Hubtiloissa yrittäjät kokevat olevansa osa yhteisöä ja suuri syy siihen, miksi ihmiset tulevat hubeihin, ovat syntyvät yhteydet ja verkostot. (Spreizer, Bacevice & Garret 2015.)

Hubtilat on tehty kohtaamispaikoiksi ja yhteisöllisiksi työskentelytiloiksi. Uudenlaiset luovat tilat ovat olleet esillä sekä aluekehittämisen, innovaatioiden että verkostoitumisenkin näkökulmista (Parkkola 2012, 12). Erilaisissa kulttuurialan ja luovan alan tiloissa verkostoituminen vaihtelee ja kumppanuus voi olla ensisijaisella tai toissijaisella paikalla. Yhteistyö, kollektiivit ja kumppanit voivat joissain tiloissa olla ensisijaisia. Toisaalta, jos verkostoitumista ja kumppanuutta ei

koeta itselle hyödyllisenä voi luovan alan tiloista muodostua enemmänkin tiedekeskusmalli, jossa toimijat ovat erillään vuokratuissa tiloissa. (Sirkkilä 2012, 29.)

Opinnäytetyössäni hubtila tarkoittaa yhteistä työskentelytilaa. Tiloja voi olla hyvin monenlaisia, ja kuvassa 1. näkyy Werstaan eräs coworking-tila. Usein yhteiset tilat tarjoavat muun muassa vuokrattavia toimistoja, yhteisiä taukotiloja, kokoustiloja, suihkut ja yleistä tilaa, joka on kaikkien käytettävissä. Tilojen ominaisuudet, sisustus ja luodut teemat vaihtelevat hubeittain. Hubit on rakennettu edistämään ihmisten kohtaamista ja synnyttämään uusia yhteyksiä helposti esimerkiksi kahvikoneen ääressä, omassa vuokratussa näköesteettömässä (lasitetussa) työskentelytilassa, säkkituolissa tai korkealla baaripöydällä työskennellen. Hubeissa hyöty on verkostoissa, lähellä olevassa vertaistuksessa ja saatavilla olevissa palveluissa. Uusia liiketoiminnallisia ideoita ja ongelmanratkaisua syntyy aktiivisemmin, kun tilat on suunniteltu viihdyttäväksi ja käytännöllisiksi työskennellä sekä itsenäisesti että tiimeittäin.



Kuva 1. Werstaan yksi vastavalmistuneista yhteisöllisistä tiloista, joista löytyy muun muassa pöytäfutis. (Kuva: Werstas 2016)

2.3 Verkostoituminen

Verkostojen merkitykset ovat kasvaneet tietotekniikan nousun myötä ja yhteiskunnan muutosten vuoksi (Parkkola 2012, 10). Verkostot ovat keinoja, joilla haetaan uusien liiketoimintamahdollisuuksien kehittämistä, kilpailukykyä ja tuottavuuden parantamista. Yritysten yhteistyön tiivistyminen ja verkostoituminen nähdään usein välttämättömänä ja ilmeisenä. Yritysjohdon olisi hyvä osata tunnistaa erityyppisten verkostojen ja kumppanuuksien tarjoamat hyödyt. (Valkoka-

ri, Hyötyläinen, Kulmala, Malinen, Möller & Vesalainen 2009, 9–12.) Verkostot auttavat pääsemään lähemmäs päämäärää (Zach 2009, 4), ja verkostojen luominen ja hyödyntäminen on merkityksellistä. Pelkästään se, että verkostoja on, ei riitä, vaan niitä on myös osattava käyttää hyväksi. Suomalainen liikkeenjohdon konsultti ja miljoonia seuraajia keränneen The Cool Hunter -blogin pääkirjoittaja Tuija Seipell (2011, 182) muistuttaa yrittäjiä käyttämään suhteita hyväksi ja etsimään niitä määrätietoisesti, sen sijaan että me suomalaiset ajattelisimme olevamme vaivaksi tai häiriöksi. Yrityksen kasvun ja kansainvälistymisen kannalta verkostoituminen ja yhteisöllisyys ovat keskeisessä roolissa (Nylander 2016).

Verkostoitumista näkyy sekä yrittäjien että yhteisöllisten coworking-tilojen kesken. Tästä hyvä esimerkki on tietävästi Suomen ensimmäinen eri kohteita yhdistävä tuote Coworking Travel Pass. Turun luovien alojen palvelu Humak Creve koordinoi tuotetta, joka yhdistää Helsingissä toimivan Hub13:sta sekä Turun kohteet Logomon ja Werstaan. Kyseiseen tilatuotteeseen kuuluu kaikkien edellä mainittujen coworking-tilojen käyttöoikeus saman kuukausihinnan alle. (Johansson 2016.) Tällainen verkostoituminen edistää hyvien yhteyksien syntymistä tehokkaammin ja rikastuttaa yrittäjien mahdollisuuksia myös liiketoiminnan kehittämässä.

Verkostoitumisella kuvataan opinnäytetyössäni yrittäjien välille syntyviä verkostoja, jotka hyödyttävät yrittäjiä liiketoiminnassa ja henkilökohtaisia kontakteja mahdollisesti lisäten. Verkostoitumisen avulla saadaan lähipiiriin eri alojen osaajia ja osaamisen vaihdolla voivat yritysten liiketoimintamahdollisuudet kehittyä. Verkostoitumisen avulla yritys yhteisöjen ilmapiiri paranee, ja toisiin yrittäjiin tutustumalla sekä heidän osaamisalueidensa tuntemisen kautta voi aluksi hyödyttömältäkin vaikuttaneesta kohtaamisesta tulla tärkeä verkostokumppani. Tuominen ja Koski (2007, 78) toteavat itselle yhdentekevän ja hyödyttömältä vaikuttavan tiedon saattavan merkitä ongelmanratkaisun avainta toiselle. Verkostoitumista voi tapahtua kahvikoneen äärellä liiketoimintatideoista keskusteltaessa, urheiluskabassa, tapahtumassa tai ongelmanratkaisuhetkessä. Tässä opinnäytetyössä verkostoitumista halutaan edistää erilaisten toimintamallien kautta, jotka saattavat olla hyödyksi tulevaisuuteen katsottaessa. Verkostojen

kautta halutaan edistää liiketoimintamahdollisuuksien kehittymistä ja yhtä vahvasti rakentaa hyvän yrittäjien yhteisön kulttuuria.

2.4 Innostaminen

Sosiokulttuurisesta innostamisesta teoksen kirjoittanut Leena Kurki (2000, 19) kuvailee innostamisen herättävän ihmisiä eloon ja saavan heidät liikkeelle. Innostamisessa on kyse vuorovaikutuksesta, ja innostamisen avulla ihmiset kasvavat aktiivisiksi toimijoiksi yhteisöissään. Innostamisen perusedellytys on saattaa ihmisiä yhteen, jotta dialogia tapahtuisi. (Kurki 2000, 20–24.) Tällainen liike on verkostoja ja yhteisön syntymistä edistävää. Monista startup-yrityksistä sekä peliteollisuudesta löytyvät erinomaiset edellytykset innostavalle yhteisölle (Aalto-Setälä & Saarinen 2014, 13). Startupit ja yrittäjien yhteisöt ovat täynnä luovuutta, kokeilunhalua ja hyviä bisnesideoita. Uskon, että tämän vuoksi kirjailijat Aalto-Setälä ja Saarinen (2014, 13) näkevät niissä edellytykset myös todella innostavalle yhteisölle.

Tarkoituksenmukaisen innostamisen avulla voidaan saada yhteisöstä innostuneempi. Innostamisen ei ole tarkoituksenmukaista olla tyhjänpäiväistä ihmisten energisoimista vaan aitoa kiinnostumista asioita kohtaan niin liiketoimintaan kuin yhteisöönkin liittyen. Innostumisella ei ratkaista maailman ongelmia, mutta innostuminen saa ihmiset liikkeelle (Kurki 2000, 24). Innostumisen kautta voidaan vaikuttaa ilmapiiriin, joka puolestaan vaikuttaa verkostoitumiseen. Verkostoitumisen avulla voi syntyä uusia kontakteja ja ideoita, jotka vaikuttavat liiketoimintaan. Innostunut yhteisö vetää puoleensa, ja se innostaa myös uusia yrittäjiä mukaan. Yrittäjien yhteisöt ja hubit ovat innostavia ympäristöjä, joissa toimijat saavat toisensa innostumaan ideoidensa ja intohimonsa kautta. Tällainen luovuuden, ideoiden ja innostamisen kehä ei helposti sammuu, jos sitä osaa tietyn väliajoin uudistaa, kehittää ja innostaa eteenpäin. Innostaminen ja innostuminen vaikuttavat positiivisesti myös tuottavuuteen liiketoiminnassa.

Csikszentmihályin (2003, 134) mukaan työpaikoissa, joissa flow virtaa, käytävät täyttyvät naurusta ja vitseistä. Tällaisessa ympäristössä on innostavaa työskennellä, ja usein kriitikot jäävät tällaisissa tiloissa ja yhteisöissä vähemmälle hu-

miolle. Innostus näyttää kasautuvan tiettyihin paikkoihin ja ihmisiin. Innostuneita ihmisiä on hankala pysäyttää, ja ehkä he ovatkin niitä, jotka pääsevät innostumisensa avulla myös mielensäankeuttajien ylitse. (Aalto-Setälä & Saarinen 2014, 14.) Innostamisen avulla saadaan yhteisössä aikaan liikettä, joka lisää verkostoja ja hyvää ilmapiiriä. Hyvä ilmapiiri taas osaltaan lisää flowta, joka puolestaan lisää innostumista. Innostuminen on keskeinen asia yrittäjyydessä. Tiivistetysti, tässä työssä tarkoituksenmukaisen innostamisen avulla voidaan saada aikaan yhteisön innostumista, joka puolestaan lisää keskinäisiä verkostoja ja sitä kautta mahdollisuuden liiketoiminnan kehittymiseen.

3 JOHTAJUUS, YHTEISÖ & YRITTÄJYYS

Johtajuus, yhteisön rakentaminen sekä yrittäjyyden luonteen tunteminen auttavat edistämään yhteisön rakentumista myös yrittäjien yhteisöissä. Tässä luvussa avaan edellä mainittuja ilmiöitä, jotka ovat tärkeitä kehittämistyöni näkökulmasta.

3.1 Johtajuuden vaikutus johdettaviin ja organisaation kulttuurin luontiin

Johtamisessa olennaisinta on yksinkertaisuus, selkeys ja johdonmukaisuus. Johtamisessa ei ole mitään mystiikkaa. Se on arkista, määrätietoista työtä. Kiehtovasti kokonaisvaltaista. (Alahuhta 2015, 17, 25.)

Luovassa asiantuntijaorganisaatiossa johtajuus perustuu kulttuurin kehittämiseen, arvojen luontiin, visioiden luomiseen, inspiroitumiseen, peruspäämäärien pohtimiseen ja motivoimiseen. Johtajan liiketoimintaosaaminen ja liikkeenjohdollinen ajattelu ovat tärkeitä, mutta ne eivät ole avain menestyksekääseen toimintaan. (Huuhka 2010, 37.) Moni kuvittelee, että johtajan, jonka tavoite on menestyä liike-elämässä, tulisi tietää paljon tuotteesta tai palvelusta, johon organisaatio on erikoistunut. Tämä on arvokasta taitoa mutta ei ensisijaista. Tärkein taito on saada työntekijät työskentelemään tehokkaasti yhdessä, ja hyvässä organisaatiossa on tilaa erilaisten työntekijöiden kyvyille. (Csikszentmihalyi 2003, 128.) Luovan asiantuntijaorganisaation erinomaisuus perustuu luovan henkilöstön osaamiseen, vahvaan sitoutumiseen ja siihen, että jäsenet haluavat antaa osaamisensa organisaation käyttöön (Huuhka 2010, 37–38).

Tänä päivänä johtaminen on alaisten tuntemista, taitoa kehittää ja tukea yksilöiden osaamista yhteisössä sekä ryhädynamiikan tuntemista (Raina 2012, 22–23). Yksilön johtamisessa kiinnitetään huomio viiteen perusasiaan: luottamuksen rakentamiseen, positiiviseen asenteeseen, kiinnostukseen ihmisten kehittämistä kohtaan, kykyyn nähdä olennainen ja haluun saada aikaan (Alahuhta 2015, 141). Modernin johtajuuden kautta voidaan saada työntekijöissä aikaan niin sanottua draivia eli innostumista. Moderni johtaja on innostava, hänellä on

palveleva asenne työntekijöitä kohtaan ja hän luottaa yhteisöönsä. Tällainen johtaja ei asetu työntekijöiden yläpuolelle vaan alapuolelle, toimijaksi, joka luo mahdollisuuksia. (Manninen 2016.)

Johtamisen perusasiat eivät ole vuosisatojen saatossa kovin muuttuneet, mutta siitä on tullut vaativampaa megatrendien kuten digitalisaation ja globalisaation vuoksi (Alahuhta 2014, 24). Raina (2012, 22) puolestaan nostaa esille muun muassa ihmisten vaihtuvuuden työpaikoilla, sähköisten viestimien käyttöönoton, työn tavoitteiden monimutkaistumisen ja yleisen koulutustason nousemisen syiksi joihinkin muutoksiin johdolisella kentällä. Nykyään ei pärjää traditionaalisella ja 60-luvulla kyseenalaiseksi asetetulla autoritaarisella johtajuudella vaan johtajuus on enemmänkin vastuunkantamista, johon myös työntekijät osallistuvat. (Raina 2012, 22–23.)

Johtamiseen ja sen tyyleihin vaikuttavat kohderyhmä, yhteiskunnalliset muutokset, jonka vuoksi myös johdettava joukko muuttuu, mutta silti johtajuudessa on joitain pysyvää niin kuin ihmisyydessäkin. Koneen ja Nokian johtajana toiminut Martti Alahuhta (2015, 17) tiivistää johtajuuden kokonaisvaltaiseksi projektiksi: Johtaminen kasvattaa ihmisenä ja muillakin elämän alueilla, sillä samat ydinasiat ovat olennaisia esimerkiksi lastenkasvatuksessa. Kuuntele, ymmärrä, kannusta, luota vastuuta, kerro palautetta ja anna aikaa. Johtaminen kasvattaa ihmisenä, mutta myös toisinpäin: kun panostaa kasvamiseen ihmisenä, kehittyy myös työssä johtajana. (Alahuhta 2015, 17.) Jos emme ymmärrä ihmistä, emme voi ymmärtää bisnestä (Salonen & Toikkanen 2015, 27).

Luovan asiantuntijaorganisaation johtamisessa tulee myös eteen kysymys, että voiko sellaista yhteisöä ensinnäkään johtaa. Välillä kuulee, että luovia organisaatioita ei voisi johtaa, mutta todennäköisesti sillä tarkoitetaan sitä, että niitä ei voi johtaa menestyksekkäästi tavanomaisin keinoin. (Huuhka 2010, 37.) Rainan (2012, 22) mukaan jokainen ryhmä tarvitsee johtajuutta, ja vaikka vastuunkantajan paikka jäisikin helposti ottamatta, täytyy valtatyhjiö kuitenkin aina. Jotta ryhmän liike pysyy oikeassa suunnassa, tarvitsee se johtajan (Raina 2012, 22). Seuraajuutta on aina, vaikka selvää johtajaa ei olisikaan nimetty. Yhteisön kulttuurin kehittymisen kannalta on hyvä, että sillä on tietty yhteinen päämäärä tai arvo, jota seurataan.

SparkUpissa ja Werstaassa haastatellut yhteyshenkilöt ovat nimikkeiltään Community-fasilitaattori sekä markkinointiasiantuntija/Host. Näissä yhteisöissä ei oikein ole perinteisiä johtajia tai managereita. (Nylander, Kallio 2016.) Riippumatta siitä, tarvitseeko ryhmä johtajaa vai ei, voi ihmisiin kuitenkin vaikuttaa. On olemassa useita vaikuttamisen tekniikoita, ja toimintatapa sekä käyttökonteksti ratkaisevat sen eettisyyden muita kohtaan (Gjrerstad 2015, 189). Johtajuutta voi osoittaa jokainen, riippumatta roolistaan työyhteisössä. Johtajuudessa on kyse siitä, kuinka toimit muiden kanssa. (Alahuhta 2015, 17.)

Ihmisen näkyvään toimintaan ja käyttäytymiseen vaikuttavat muun muassa hänen edustamansa arvot, kokemukset, ajattelu, tunteet, luonne ja mielenmallit. Yrityksen tai organisaation kulttuurin luomiseen vaikuttavat sen edustamat arvot, ja niihin perustuu näkyvä toiminta. (Creator Kehittämispalvelut Oy, 2016.) Jos halutaan tehdä yrityksistä kasvavia ja kansainvälistyviä, mitkä ovat arvot, joita yrittäjiä kannustetaan seuraamaan myös uusissa kansainvälisissä ympäristöissä? Millaiset arvot ja kulttuuri auttavat yrittäjiä kasvattamaan omaa liiketoimintaansa ja vievät heitä mahdollisimmat pitkälle? Jokainen vie toiminnassaan eteenpäin edustamia arvoja tietoisesti tai tiedostamattomasti. Arvot ovat tasaveroinen karsija. Maa, kellonaika tai olosuhteen muutos eivät voi vääristää niitä. Arvot näyttävät suuntaa ja ovat vähän kuin ihmisen käyttäytymisen kompassi. (Salonen ym. 2014, 101–102.) Johtajat, koordinaattorit, fasilitaattorit ja jokainen työyhteisön jäsen tuovat käyttäytymisellään, toiminnallaan ja valinnoillaan esiin edustamia arvoja. Johtajan on tärkeä pohtia omia periksiantamattomia arvojaan, jotka eivät muutu erilaisten tilanteiden ja mahdollisuuksien osuessa kohdalle (Hämäläinen 2016).

3.2 Yhteisön rakentumiseen vaikuttavat tekijät ja yhteisön merkitys yksilöön

Yhteisön rakentumiseen vaikuttavat eri tekijät kuten läpinäkyvyys ja dialogitaidot, johtajuus ja omistajuus. Tässä alaluvussa käsittelen hyvän ilmapiirin edistämisen, erilaisuuden hyväksymisen ja vision vaikuttamista yhteisön rakentumiseen. Vaikka jotkut arvoista kuulostavatkin kliseiltä, koen ne tärkeiksi hyvän yrittäjien yhteisön rakentumisen kannalta.

Yhteisö kannustaa jäseniä yksilöllisyyteen, tuomaan esille erilaisuutta, joka puolestaan rakentaa yhteisöllisyyttä eteenpäin ja tuo ryhmään energiaa (Paasivara & Nikkilä 2012, 34). Yhteisön ei ole tarkoitus poistaa yksilöiden ominaisuuksia, vaan hyvä yhteisö vahvistaa yksilöitä heidän ominaisuuksissaan, haastaa heitä kasvamaan, ja jäsenet innostavat toisiaan ja inspiroituvat toistensa toiminnasta. Hyvä työryhmä muodostuu erilaisilla vahvuuksilla varustetuista ihmisistä (Helin 2006, 222). Siellä osataan arvostaa ihmisten erilaisuutta sekä ammatillisesti että myös persoonatasolla (Spiik 2004, 134). Erilaiset persoonat luovat työyhteisöön rikasta ja avointa ilmapiiriä.

Positiivisuus vie usein pidemmälle kuin turhautuminen, tilanteesta riippumatta. Hyvä ilmapiiri ja fiilis eivät poista sitä, etteikö pidettäisi jalkoja maassa kiinni ja nähtäisi tosiasioita. Positiivisuus auttaa enemmänkin olemaan lannistumatta ja kääntää katseen mahdollista kohti. Kyynisyys ja turhautuminen taas heikentävät ihmistä ja organisaatiota. (Alahuhta 2014, 141–143, 188.) Positiivinen ilmapiiri luo rentoutta muodostaa verkostoja, ja positiivisen palautteen antaminen ja kannustaminen tiivistävät yhteisöä entisestään. Kun ilmapiiri on hyvä ja yhteisössä koetaan yhteenkuuluvuutta, saa se aikaan muun muassa sitä, että jäsenet haluavat auttaa toisiaan sekä vaikuttaa toisiinsa. Tiimin luoma avoin ilmapiiri vaikuttaa tiimin avoimuuteen ottaa vastaan uusia jäseniä ja suhteisiin muiden tiimien kanssa. (Spiik 2004, 152–153.) Hyvän ilmapiirin luominen yrittäjien yhteisöissä on merkityksellistä, koska dynamiikka ja liikkuvuus voi olla hyvinkin vilkasta.

Yrityksessä ja organisaatiossa on oltava selvillä suunnasta, jota kohti on tarkoitus mennä. Se voi olla niinkin yksinkertaista kuin olla tarpeeksi hyvä ja kiinnostava. Ihmisen, tuotteen tai kansainväliseen menestymiseen tarvitaan sitä, että se on tarpeeksi hyvä ja kiinnostava tavoitellun kohderyhmän mielestä (Tuominen & Kuulasmaa 2011, 27). Jokainen yritys ja organisaatio on syntynyt jostain tarpeesta. Miksi muuten olisi luotu jotain yhteisöä tai organisaatiota ilman tavoitetta tai tarkoitusta? Yrittäjien yhteisötkin on luotu jotain tarkoitusta varten. Yritykset on luotu syyn vuoksi. Jotta yritys, organisaatio tai yhteisö menevät eteenpäin, on hyvä olla selvillä sen visiosta, missiosta tai syystä, miksi se on luotu, jotta se pystyy kehittymään ja muuttumaan tarvetta vastaavaksi. ”Arvot ovat tähtäyspisteitä, jollaiseksi yritystä konkreettisesti halutaan kehittää”, tiivis-

tää Alahuhta (2015, 139). Jos yhteisölle ei ole kirkastunut, miksi se on olemassa ja mitä se on tekemässä, ei se pysy kasassa. Yhteinen ajattelu pitää yhteisöä yhdessä. Ilman tietynlaista yhteistä ajattelua ei synny yrittäjien yhteisöä. Yrittäjillä täytyy olla syy tulla yhteen. Heillä on selkeät haasteet, täytyy muun muassa myydä palvelu, tuottaa ja keksiä. Jos yrittäjä ei saa ryhmältä siihen mitään tukea tai ideaa, hänellä ei ole mitään syytä tulla yhteen. (Turunen 2016.)

Organisaation päämäärien selvittäminen on työntekijöiden työtä edistävää ja merkityksellistä. Jos yrityksen päämäärät on käsitetty väärin tai ne eivät ole selvillä, on työntekijöiden vaikea keskittyä niiden toteuttamiseen (Csikszentmihalyi 2003, 136). Turku Science Parkilla on selvä visio: vauhdittaa innovatiivista kasvua (Turku Science Park Oy 2016). Werstaalla on tavoite olla uusi tapa tehdä työtä. Se kannustaa yhteisön jäseniä tekemään töitä unelmien eteen tarjoamalla siihen tilat, palvelut ja yhteisön. (Werstas 2016.) SparkUpilla on visio olla startup-yritysten kasvun vauhdittaja (Turku Science Park Oy 2016). Visio, missio ja näky ovat syitä siihen, miksi yhteisö on luotu, ja ne kertovat sen tavoitteista. Vaikka edellä mainituissa yhteisöissä voi eri tahoilla ja yksityisillä yrityksillä olla erilaisia näkyjä omasta toiminnastaan, koko organisaation näky on yhteinen: vauhdittaa kasvua. Tätä missiota on hyvä toistaa ja tuoda esille, jotta organisaation ja yritysten suunta pysyy selvänä.

3.3 Yrittäjyyden luonne ja ajankohtaisuus

Yrittäjyys on sitä, että hyppää jyrkän teeltä ja rakentaa lentokoneen matkalla alas. LinkedIn-Palvelun perustaja Reid Hoffman. (Piippo & Peltola 2012, 133.)

Yrittäminen sisältää sanan yrittää ja monet eivät siksi tykkää siitä. Mutta yrittäjyydessä on kyse yrittämisestä – kokeilusta, vaikka ei tiedetä, tuleeko asia koskaan toimimaan. Lopputulemaa ei tiedä ja siksi siis kokeillaan. (Söderlund 2015, 12.) Niklas Hed ja hänen kollegansa tekivät monia kymmeniä ison luokan ja paljon pieniä virheitä ennen Angry Birds in läpimurtoa. Yrittäjyys vaatii valtavasti työtä. Rovion menestys perustuu järjestömän kovaan työntekoon, ei tuuriin (Hed 2013, 12.) Kokeilemisen ja yrittämisen kautta oppii, ottaa riskejä ja epäonnistuu. Ja sitten yrittää lisää. (Söderlund 2015, 157.) Luovat ihmiset tekevät paljon ja epäonnistuvat usein. Olennaisinta on kuitenkin se, että he kääntävät epäonnis-

tumiset mahdollisuuksiksi ja oppivat niistä. (Tuominen ym. 2007, 61.) Epäonnistumisen kautta mennään eteenpäin ja opitaan olemaan tekemättä ainakaan samoja virheitä uudelleen. Epäonnistuminen on osa jokaisen elämää, mutta silti sitä saatetaan helposti ajatella toisten ihmisten kautta eikä tuleva hyötynäkökulma edellä. Epäonnistumisessa saatamme helposti katsoa muiden reaktioihin. Kun kaadumme pyörällä, useimmiten ensimmäinen reaktio on kääntää pää ja katsoa huomasiko kukaan. (Piippo ym. 2012, 50–51.)

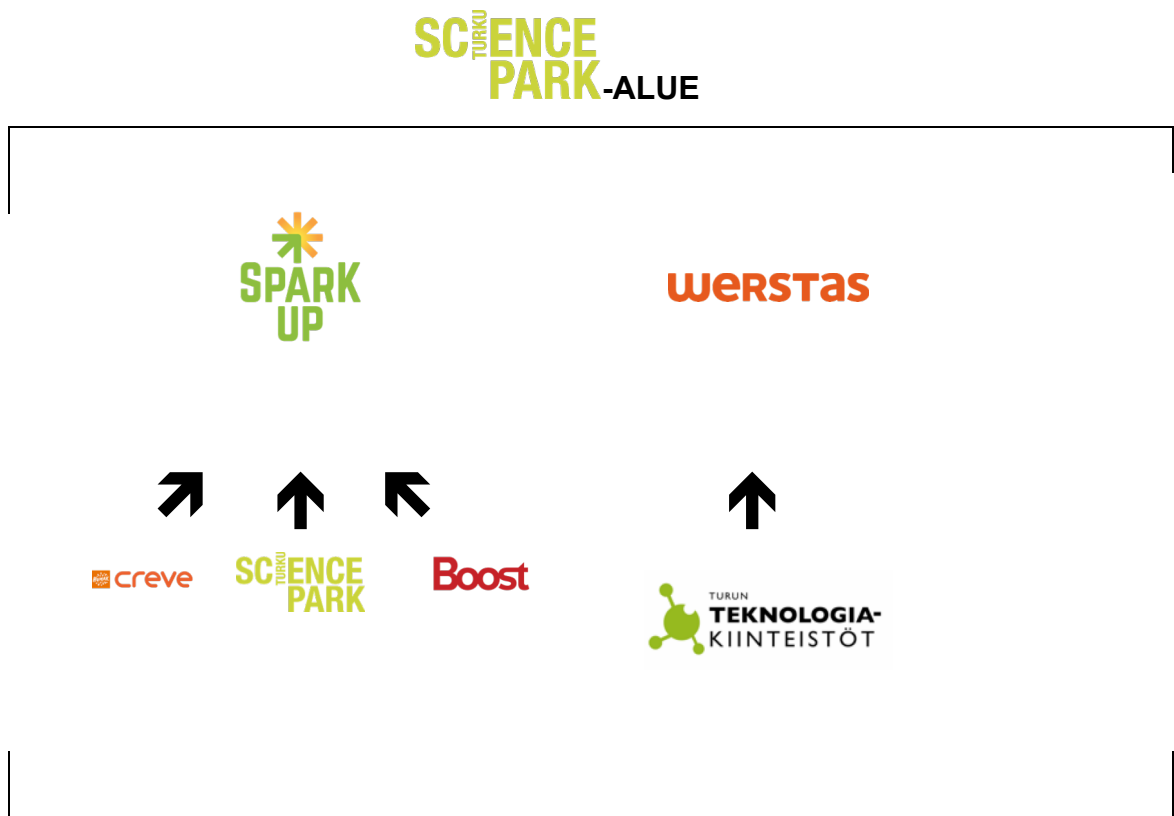
Onnistuminen on miellyttävää, mutta epäonnistuminen muuttaa ja opettaa meitä (Piippo ym. 2012, 25). Ihminen oppii sekä omien että toisten epäonnistumisten kautta. Leikola muistuttaa, kuinka toisten mokista ja yrittämisestä oppii valtavasti. Ne antavat rohkeutta itselle, ja aina ei tarvitse mennä oman kantapään kautta vaan toisen. (Piippo ym. 2012, 156.) Epäonnistumisen ei pidä antaa jättää tekemästä asioita, joita kohti pyrkii. Pelko voi kontrolloida päätöksentekoa ja estää tavoittelemasta parempia ratkaisuja, koska tarpeeksi hyvä on turvallista ja helpompaa. Eläessä pelon kautta me vain selviydymme, mutta kohtaamalla pelot voidaan luoda jotain uutta ja parempaa. Bisnestä ajatellen on hyvä pohtia omia kauhuskenarioita, kohdata ne ja ottaa riskejä pelosta huolimatta. Riskinotto on nimittäin bisneksen kulmakivi. (Seipell 2016.) Mark Zuckerbergin mukaan suurin riski on olla ottamatta riskiä (Piippo ym. 2012, 91). Innovaatioon ja menestykseen sisältyy dilemma: Riskejä ottamalla voi menestyä. Mutta kun alamme menestyä, vähennämme riskinottoa pelataksemme varman päälle, ja alamme vältellä riskinottoa eli sitä, mikä vei meidät juuri menestykseen. (Piippo ym. 2012, 91.)

Yrittäjyys on ajankohtainen ilmiö yrittäjien yhteisöjen lisääntymisen vuoksi, mutta se on tullut ajankohtaiseksi myös vuoden 2016 alussa käydyssä työttömyyskeskustelussa. Työttömyyttä yritetään vähentää muun muassa kannustamalla työttömiä yrittäjyyteen. (Luotonen 2016.) Sivutoimisen yritystoiminnan aloittaminen halutaan tehdä mahdollisimman sujuvaksi (Palojärvi 2016). Pienet yritykset tarvitsisivat apua ensimmäisen työntekijän palkkaamiseen ja keskisuuret yritykset kansainvälistymiseen, tiivistää elinkeinoministeri Olli Rehn (Palojärvi 2016). Yrittäjien yhteisöt tarjoavat erilaisia palveluja kansainvälistymisen tukemiseen sekä verkostojen löytymiseen. Eri palveluihin suuntautuneista yrittäjien yhteisöistä voisi löytyä myös mahdollisuuksia uusien liikeideoiden eteenpäin viemi-

seen, tiimiytymiseen sekä kansainvälistymisen edistämiseen. Tulevaisuudessa työskentely verkostoissa ja projekteissa lisääntyvät, ja startupeista tuttua työskentelyä tarvitaan muun muassa työelämässä sekä koulussa yhä enemmän (Ekonomit 2016).

4 TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ YRITTÄJIEN YHTEISÖT SPARKUP & WERSTAS

Turku Science Park on Turun alueella toimiva tiedepuisto, joka on yksi Suomen suurimpia ja vanhimpia. Turun Science Parkissa sijaitsee startup-yhteisö SparkUp (Turun TeknologiaKiinteistöt Oy 2016) ja samalla tiedepuiston alueella toimii myös Werstas, joka toimii Turun TeknologiaKiinteistöjen tiloissa ElectroCityn kiinteistössä (Nylander 2016). Tiedepuistoalueelle, toisin sanottuna Turku Science Park alueelle on keskittynyt suuri osa yrityksiä ja yrityspalveluja, ja lähitöillä olevat korkeakoulut tekevät alueen kanssa tiivistä yhteistyötä esimerkiksi Life Science -puolella (Nylander 2016). Alueella toimii yli 400 yritystä ja organisaatiota, jotka työllistävät yli 16 000 ihmistä (Turun TeknologiaKiinteistöt Oy 2016). Kuvio 1. havainnollistaa yksinkertaisesti, ketkä toimijat ovat yrittäjien yhteisöjen takana Turku Science Parkin alueella.



Kuvio 1. Startup Community SparkUpin ja Werstaan toimijat.

Startup Community SparkUp on startup-yhteisö. SparkUp tarjoaa StartingUp, TeamingUp ja BusinessUp -työpajasarjoja. Tarkoitus olisi, että työpajasarjojen

jälkeen voisi nousta Werstaaseen jo valmiina yrityksenä (Nylander 2016). Toimintaa yhteistyössä pyörittävät Turku Science Park, opiskelijoiden Boost Turku sekä luovien alojen yrityspalvelu Humak Creve (Turun TeknologiaKiinteistöt Oy 2016). SparkUpin tehtävänä on keskittyä uusien liikeideoiden ja startup-yritysten synnyttämiseen ja tukea niiden toimintaedellytyksiä, kasvua ja kansainvälistymistä (Turku Science Park 2015).

Werstas on coworking-tila ja yhteisö, jonka jäsen voi olla startup-yritys, freelancer, etätöntyöntekijä tai jo vakiintunut yritys. Werstas tarjoaa innovatiivisen ympäristön työskennellä ja palveluita, jotka auttavat siellä työskentelevien arkea. (Werstas 2016.) Werstas on yhteisöllinen työtila, jossa eri alojen yrittäjät toimivat keskenään ja voivat löytää yhteistyömahdollisuuksia (Kallio 2016).

Werstas ja SparkUp toimivat Turku Science Park alueella ja samassa rakennuksessa, SparkUp kerroksissa 1. ja 2., Werstas kerroksissa 4. ja 5. Haastattelussa (liite 1) tuli ilmi, että yrittäjien yhteisöjen välille haluttaisiin enemmän verkostoivaa toimintaa (Nylander 2016). Tilat ja toiminta ovat uutta ja olisi tärkeää, että yrittäjät kohtaisivat toisiaan (Kallio 2016). Toiminnasta haluttaisiin vaihtelevaa: tavoitteellinen toiminta on tärkeää, mutta sen lisäksi kaivattaisiin toimintaan myös hupia (Nylander 2016). Yrittäjien välille haluttaisiin mahdollistavaa toimintaa, joka ei veisi liikaa aikaa, mutta verkostoisi heitä niin, että voitaisiin löytää esimerkiksi yhteisön sisältä mahdollisuuksia, joita yritykset voisivat toisilleen tarjota. Osaa yrittäjistä kiinnostaa yhteinen toiminta ja verkostoituminen, mutta on yrittäjiä, jotka eivät halua juurikaan muuta kuin, että käytännön asiat toimivat. (Kallio & Nylander 2016.)

Tähän asti Werstaalla on esimerkiksi järjestetty joka viikko säännöllisiä Werstas-treffejä, joissa yrittäjät kohtaavat toisiaan. Sen lisäksi on järjestetty vapaa-muotoisempaa toimintaa ja pelattu esimerkiksi pöytäfutista. Aamuisin ja joskus lounasaikaan on ollut myös mahdollista osallistua joogahetkeen. (Kallio 2016.) SparkUpista on myös kerran kuussa tultu yhteiseen iltapäivän viettoon Werstaalle. Silloin juodaan yhdessä kahvia ja joku yritys esittelee toimintaansa. Muuten SparkUpissa on järjestetty erilaisia tapahtumia, yhteisiä kahvihetkiä ja juhlia esimerkiksi rahoitusten saamisesta. (Nylander 2016.)

5 MENETELMÄT

Menetelmien valintaan vaikuttaa se, minkälaista tietoa etsitään sekä se, keneltä tai mistä sitä etsitään (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 184). Tutkimustyöhöni menetelmikseni valitsin kyselyn, haastattelun sekä benchmarkingin. Kyselyn toteutin perinteisellä paperisella kyselylomakkeella sekä sähköisellä lomakkeella. Paperisista lomakkeista kirjasin myöhemmin tiedot sähköiseen muotoon. Haastattelussa käytin teemahaastattelun periaatteita tehden kolme parihaastattelua. Teemahaastattelua käytin myös kahdessa asiantuntijahaastattelussa. Lisäksi benchmarkkasin kahta kotimaista yrittäjien yhteisöä puhelinhaastatteluin.

5.1 Kysely

Kyselylomake on tavallisin määrällisissä tutkimusmenetelmissä käytetty tapa kerätä aineistoa. Kyselylomakkeen etu on, että siinä vastaaja jää tuntemattomaksi. Tutkimusaineistoa voidaan kerätä puhelinhaastatteluna, kyselylomake voidaan lähettää sähköpostitse, julkaista internetissä tai kerätä kyselylomakkeella esimerkiksi tapahtumassa. (Vilkkä 2015, 94–95.) Tutkimusaineistoa kerätessäni päädyin itse jakamaan kyselylomakkeita SparkUpin ja Werstaan tiloissa. Jaoin ne ensimmäisen kerran yhteisessä torstaitapaamisessa, jossa läsnäolijat täyttivät kyselyn paikan päällä. Jätin kyselylomakkeita (liite 5) ja karkkia sekä mainoksen kaikkien vastanneiden kesken arvottavasta palkinnosta molempien yritys yhteisöjen tiloihin. Tämän lisäksi julkaistiin yritys yhteisöjen Facebook-sivuilla linkki sähköiseen kyselyyn.

Kyselymenetelmä on tehokas tapa kerätä laaja tutkimusaineisto (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 108). Jotta yrittäjien yhteisöihin tulisi käyttöön yrittäjiä kiinnostavia, yhteisöä edistäviä ja tarvetta vastaavia toimintamalleja, on hyvä kerätä aineistoa laajemmin kuin vain haastattelujen avulla. Tämän vuoksi päädyin kyselyyn, kartoittamaan tarpeita ja visioita laajemmin. Kyselyä luodessa on tärkeää muistaa tehdä kysymyksistä selkeitä ja tarkkoja (Ojasalo ym. 2009, 116), jotta uskottavaa ja kehittävää aineistoa syntyisi. Erilaiset kysymystyyppit

kuten avoimet kysymykset ja monivalinnat antavat erilaista tietoa ja rikastuttavat kyselyyn vastaamista (Hirsjärvi ym. 2015, 198). Kysymyksien määrää ja pituutta kannattaa myös miettiä. Tekemässäni kyselyssä halusin korostaa ytimekkyyttä ja lyhyttä. Halusin tehdä kyselystä helpon ja nopean täyttää, mahdollisia kehittämissideoita herättelevän. Yleisesti ottaen lyhyet kysymykset ovat parempia kuin pitkät ja spesifit parempia kuin yleiset. Kaksoismerkityksen sisältäviä kysymyksiä on hyvä välttää, ja kysymysten järjestyksellä voi auttaa vastaajaa syventymään loppupään usein enemmän ajatuksia vaativia kysymyksiä varten. (Vilkkä 2015, 202–203.) Kyselytutkimusmenetelmän heikkoutena on pinnallisuus ja analysointi, kuinka vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen (Ojasalo ym. 2009, 108). Tämän lisäksi on vaikea kontrolloida väärinymmärryksiä, ja joissain tapauksissa kato eli vastaamattomuus nousee suureksi haasteeksi (Hirsjärvi ym. 2015, 195).

Kyselyssä käytin Webropol-työkalua. Webropol on kyselytyökaluna Pohjoismaiden suosituin. (Webropol 2016.) Webropolin avulla voi luoda tiettyjen mallien ehdoin halutunlaisen kyselyn erilaisine kysymysvaihtoehtoineen. Kyselyssäni käytin muun muassa monivalintaa sekä avoimia kysymyksiä. Kysely keräsi yhteensä 36 vastausta, paperivastauksia 36 ja sähköisiä 0. Sähköinen vastauslomake oli avattu noin 18 kertaa, mutta vastauksia sen kautta ei lähetetty. Kysely oli auki 3–4 viikkoa keväällä 2016. Sen lisäksi, että Facebook-sivuilla muistutettiin yrittäjiä vastaamaan kyselyyn, kävin SparkUpilla ja Werstaalla viemässä lisää kyselylomakkeita, karkkia ja innostamassa vastaamaan. Kyselyn valinta tutkimusmenetelmäksi oli aiheellinen. Sen avulla sain laajemman tutkimusaineiston ja mielipiteitä sopivien toimintamallien toteuttamiseen. Kyselyssä olisi kuitenkin ollut hyvä olla myös toimintamalleihin liittyvien kysymysten lisäksi tutkimusaiheestani hieman laajemmin. Tutkimuskysymykseni päämäärä on selvittää, kuinka voidaan rakentaa hyvää yhteisöä yrittäjien välille toimintamallin keinoin, joten olisi ollut hyvä kysyä muutama kysymys esimerkiksi johtajuuden vaikutuksesta tai tyytyväisyydestä jo järjestettyihin toimintoihin liittyen. Vaikka paperisia vastauksia tuli 36 jäi silti mietityttämään syyt sähköisöisen kyselyn vastaamattomuuteen.

5.2 Haastattelut

Haastattelut-alaluku sisältää käyttämäni parihaastattelun, asiantuntijaahaastattelun ja benchmarking-haastattelun peruseriaatteiden kuvausta ja menetelmän sopivuuden arviointia.

Parihaastattelu

Tutkimusmenetelmäksi valitsin ensin ryhmähaastattelun, mutta siirryin aikataullisten haasteiden vuoksi kolmeen parihaastatteluun. Yksilöhaastattelun sijaan valitsin parihaastattelut (liite 2), sillä halusin haastattelutilanteisiin hieman enemmän vuorovaikutusta sekä ryhmässä tai tässä tapauksessa parin kesken syntyvää dynamiikkaa. Usein ryhmässä vallitseva dynamiikka vie käsiteltävää asiaa uudelle tasolle (Ojasalo ym. 2009, 100). Kun tilanteessa on enemmän kuin haastattelija ja yksi haastateltava, tulee tilanteesta usein hieman rennompimpi sekä keskustelusta monipuolisempaa. Suurempana riskinä suuremmassa haastattelijajoukossa on ajautua puhumaan sivuasioista. Haastattelijan tehtävä on ohjata keskustelua ja varmistaa, että kiinnostuksenkohteena olevat aiheet käydään läpi. (Ojasalo ym. 2009, 101.)

Haastattelumenetelmänä käytin strukturoidun ja teemahaastattelun välimuotoa. Minulla oli aihealueet ja valmiit kysymykset, joihin halusin vastauksia eri alojen yrittäjiltä. Haastattelun aikana valmiiden kysymysten ohessa käytiin kuitenkin keskustelua yrittäjiltä nousseista aihealueista, jonka jälkeen palattiin strukturoidun haastattelun listattuihin kysymyksiin. Koin yrittäjiltä nousseista aiheista keskustelun tärkeäksi tiettyjen aikaraamien sisällä, sillä sieltä tuli ilmi asioita, joita en ollut osannut kysyä, mutta jotka auttoivat minua ymmärtämään yrittäjien yhteisön kontekstia paremmin. Strukturoidussa haastattelussa on kysymyksillä tarkka muoto ja esittämisjärjestys, kun taas teemahaastattelu on välimuoto strukturoidusta ja avoimesta haastattelusta. Eli siinä aihepiirit ovat tiedossa, mutta tarkka muoto ja järjestys puuttuvat. (Hirsjärvi ym. 2015, 208.) Haastatteluparit valitsin minulle annetulta sähköpostilistalta, jossa oli noin kymmenen nimeä. Aluksi tarkoitukseni oli haastatella molemmista yrittäjien yhteisöistä yksi pari, mutta päädyinkin haastattelemaan SparkUpilta kaksi paria ja Werstaalta yhden, mutta olisin kaivannut myös toista haastatteluparia Werstaalta. Haastei-

ta oli sopia Werstaan yrittäjien kanssa yhteisistä haastatteluajoista, joka on täysin ymmärrettävää liike-elämän kiireiden vuoksi. Tämän vuoksi päätin, että yksi parihaastattelu Werstaalta riittää, vaikka olisin saanut monipuolisempaa tietoa haastatellessani useampia yrittäjiä. Jälkeenpäin ajateltuna vaikuttaa saatuun aineistoon hieman valmiiksi annettu sähköpostilista noin kymmenestä yrittäjästä. Jos otantana olisi ollut koko yhteisö, olisin saattanut saada haastateltavaksi yrittäjiä, jotka eivät ole ollenkaan kiinnostunut yhteisöllisyydestä, ja sitä kautta saanut uudenlaisia näkökulmia yhteisön rakentamiseen. Sillä uskon, että sähköpostilistalle valitut yrittäjät olivat kuitenkin jokseenkin valittuja liittyen aktiivisuuden oman yhteisön sisällä.

Haastattelu on siitä ainutlaatuinen tiedonkeruumenetelmä, että siinä ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Siitä seuraa sekä etuja että haittoja. Joustavuus ja selventämisen mahdollisuus ovat haastattelu- menetelmän etuja, ja haittapuoli taas on muun muassa haastateltavan mahdollisuus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2015, 206.) Haittana voi olla myös ryhmähaastattelutilanteessa mahdollinen jännite haastateltavien kesken, minkä vuoksi rehellisiä ja avoimia vastauksia voi olla vaikeaa saada. Haastattelupaikka on olennainen tekijä, myös haastattelun onnistumisen kannalta. Haastattelijan on hyvä osata valita tila ottaen huomioon haastateltavan näkökulma. On valittava tila, joka ei ole liian virallinen, ja jossa haastateltava ei koe itseään epävarmaksi. (Eskola, Vastamäki 2015, 30.) Haastatteluita tehdessäni valitsin haastattelupaikoiksi tietoisesti yritysyhteisön varattavissa olevat neukkarit eli neuvotteluhuoneet. Ne olivat yrittäjille tuttuja ja sijaittivat heille tutussa ympäristössä. Ympäristö oli myös heidän työpaikkansa, joten aikataulullisesti sijainti oli myös oiva.

Haastattelumenetelmä oli todella tärkeä ja aineistoa runsaasti lisäävä. Haastattelun etuna oli käydä kyselyä tarkemmin läpi erilaisten toimintamallien tarpeellisuutta ja perusteluja tiettyjä toimintamalleja kohtaan. Haastattelu-aika oli noin tunti, jonka aikana käytiin läpi suunnitellut kysymykset. Joidenkin parihaastattelujen aikana syvennyttiin tiettyihin aiheisiin enemmän, joka innosti haastateltavia myös avaamaan kyseisiä teemoja enemmän. Haastatteluvastauksia litteroidessani huomasin myös yrittäjien epäsuoria vastauksia kysymyksiin, jonka vuoksi tuntui, että jotkut aihepiirit jäivät täysin käsittelemättä. Koin, että suurin syy vas-

tata epäsuorasti, oli kaikki muut tärkeät aiheet, jotka haastattelusta olivat nousseet. Myös haastateltavien päällekkäin puhuminen tai vahingossa toisen keskeyttäminen, jonka jälkeen ajatus saattoi katketa ja aihe vaihtua huomaamatta vaikutti vastausten epämääräisyyteen.

Asiantuntijahaastattelu

Asiantuntijahaastatteluissa (liite 4) haastattelin kahta eri alan asiantuntijaa. Haastattelusta toinen oli strukturoitu ja toinen oli teemahaastattelu. Yksinkertaisuudessaan teemahaastattelua voidaan kuvata keskusteluna, joka tapahtuu tutkijan aloitteesta ja tutkijan ehdoilla, ja jossa tutkija pyrkii avoimen vuorovaikutuksen avulla saamaan esille haastateltavan ajatuksia kyseisestä aihepiiristä (Eskola ym. 2015, 27–28). Valitsin itse asiantuntijahaastateltavat, koska molemmat ymmärsivät tutkimusaiheeni, ja molemmilla on kokemusta yrittäjyydestä sekä johtajanasemasta. Asiantuntijahaastatteluiden avulla halusin saada ideoita toimintamallien suunnitteluun ja ideointiin yhteisöllisyyden lisäämisessä. Toinen haastattelu sai alkunsa erään seminaarin loppupuolella, jonka vuoksi päädyin hyvinkin improvisoituun haastatteluhetkeen, joka kesti noin 15 minuuttia ja käsitteli pääasiassa toimintamalleja ja yhteisön rakentamista. Toinen asiantuntijahaastattelu oli taas strukturoitu haastattelu, johon olin valmistellut kysymysrunгон, ja joka käytiin tunnin aikana läpi kokonaisvaltaisesti. Molemmissa haastatteluissa tuli ilmi hyviä näkökulmia ja ideoita toimintamallien suunnitteluun. Vaikkakin molemmilta asiantuntijoilta olisi ollut hyvä kysyä sama kysymyspatteristo, koin silti seminaarin jälkeisen mahdollisuuden niin merkittäväksi, että päätin käyttää haastatteluissa eri menetelmiä.

5.3 Benchmarking

Benchmarking on menetelmänä utelias ja sopii hyvin kehittämistyöhön. Benchmarking on oivallus siitä, että joku muu voi olla parempi jollakin alueella (Tuominen 2005, 5). Siinä tutustutaan toisten toimintaan ja saadaan mahdollisesti kehittämisideoita omaan sekä käytetään avuksi jo hyväksi havaittuja menetelmiä. Vertailukohteina voivat olla esimerkiksi samankaltaisten alojen toimijat, kilpailijat tai toisten toimialojen organisaatiot. (Ojasalo ym. 2009, 163.) Benchmarking on nöyryyttä oivaltaa toisen paremmuus ja viisautta saavuttaa

sama taso ja jopa ylittää se (Tuominen 2005, 5). Menetelmää käyttäessä voi oivaltaa omien hyvien käytäntöjen toimivuuden sekä joskus myös benchmarkattavien kohteiden kehittämisalueet.

Opinnäytetyöni benchmarking-kohteita ovat yrittäjien yhteisöt StartUp Hub Maria sekä Hub13. Molemmat yhteisöt sijaitsevat pääkaupunkiseudulla ja edistävät yritysten kasvumahdollisuuksia. Benchmarking on mielestäni yksi hienoimmista kehittämismenetelmistä. Sen avulla voidaan oppia samankaltaisilta toimijoilta ja kehittää omaa toimintaa. Valitsemieni kahden benchmarking-kohteen lisäksi tutkin netistä myös eri yrityksiä ja yrittäjien yhteisöjä, joiden toiminta on mielenkiintoista. Tätä tutkimusta en kuitenkaan tehnyt kovin systemaattisesti, mutta eteeni tulleita inspiroivia kohteita olivat esimerkiksi suomalainen yritys Fast Monkeys sekä Tallinnassa sijaitseva startup-yhteisö Garage48. Näiden lisäksi käytin hyväkseni luovien alojen kasvuyrityspalvelu Humak Crevessä tekemäni työharjoittelun aikana keräämääni tietoa yrittäjyydestä sekä yrittäjien tarpeista erilaista toimintaa kohtaan. StartUp Hub Maria 0–1:n ja Hub13:sta benchmarkingin toteutin puhelinhaastatteluina. Tiedostin, että fyysinen haastattelu paikan päällä olisi tuonut uutta näkökulmaa tilojen kehittämiseen, mutta aika oli rajallinen ja näin tärkeämmäksi käyttää aikaa tutkimukseeni kuuluvien yhteisöjen parihaastatteluihin. Benchmarking-haastatteluiden (liite 3) kautta sain kuitenkin hyvää tietoa lyhyen ajan sisällä. Molemmat haastateltavat olivat todella innostavia ja innostuneita sekä kertoivat mielellään toiminnastaan että tiloistaan, joten menetelmä toimi loistavasti tutkimustyössäni.

5.4 Menetelmien sopivuus

Kysely sopi työhöni tutkimusmenetelmäksi hyvin, sillä sen avulla kartoitettiin laajemman yrittäjäjoukon mielipiteitä halutuista toimintamalleista. Haastattelujen avulla perehdyttiin syvemmin kuuden yrittäjän kehitysehdotuksiin yhteisöjä kohtaan. Benchmarking oli myös tutkimusmenetelmänä sopiva, sillä sen avulla kartoitettiin samankaltaisten toimijoiden toimintaa ja saatiin ideoita omaan. Saadun aineiston tulokset kuvaavat turkulaisten yrittäjien yhteisöjen tilaa ja kehitysehdotuksen liittyvät niiden toimintaan. Toimintamalleista hyötyvät myös toiset yrittäjien yhteisöt, sillä startupien ja edistyneempien yritysten tarpeet ovat hyvin sa-

manlaisia erilaisissa yhteisössä. Tulos- ja analyysiluvusta löytyy esiin tulleita tuloksia, joita voi myös yleistää laajemmin, sillä niitä korostivat asiantuntijat, kerätty lähdemateriaali sekä saatu aineisto.

6 TULOKSET JA ANALYSOINTI

Kyselyn, haastatteluiden ja benchmarkingin tulokset on analysoitu teemoittain. Aineiston laajuuteen vaikuttaa yrittäjien tärkeiksi kokemien asioiden moninaisuus. Seuraavissa alaluvuissa on yritetty ottaa huomioon kuitenkin eniten ääntä saaneet teemat. Kaikki haastattelut litteroitiin ja kysely analysoitiin Webropolin avulla. Yrittäjien haastattelut, asiantuntijahaastattelut, benchmarking-haastattelu sekä kyselyn tulokset on teemoiteltu seuraavasti: verkostojen merkityksen tärkeys yrittäjien yhteisössä, kohderyhmälle sopivat toimintamallit, verkostoja ja ideoita edistävät tilat, johtajuuden/koordinoinnin tarve yhteisössä sekä viestinnän vaikutus yhteisön kehittymiseen.

6.1 Verkostojen merkityksen tärkeys yrittäjien yhteisöissä

Verkostot ovat keskeisessä roolissa yrittäjien yhteisössä. Haastateltavien mukaan yhteisö on elinehto (Herlin 2016) ja avainasia (Anonyymi 2 2016). Verkostoituminen ja yhteisöllisyys tapahtuvat ihmisten kesken, ei yritysten. Ihmisten tunteminen on tärkeää, ja ei ole väliä tulevatko he Werstaasta vai SparkUpista. (Herlin 2016.) Yhteisöjä ja verkostoja hyödyntämällä startupit löytävät haasteisiinsa ratkaisuja nopeammin ja ideoita syntyy eri näkökulmista (van der Woude 2016). Haastateltavat mainitsivat myös toimivansa verkostoijina toisten toimijoiden välillä. Herlin ja Pulkkinen (2016) ovat molemmat suositelleet yhteisön sisällä toimijoita toisilleen tietäen, että joltain löytyy juuri kysyttyä osaamista. Yhteisöistä löytyy kaikenlaista osaamista ja yhdessä tehdessä voidaan tarjota myös asiakkaalle parempaa (Herlin 2016). Verkostoituminen ja tukiverkoston rakentaminen ovat osa yrittäjyyttä ja Trapin (2016) mielestä on hyvä, että näin suomalaisia myös hieman pakotetaan ekstroverttiyteen. Suomalaisilla on verkostoja, kunhan niitä vain käytetään hyväksi. Seipell tiivistää sen hyvin: Entä jos suomalaisten ongelma ei ole verkostojen puute vaan se, että niitä ei osata käyttää hyödyksi? (Seipell 2011, 182).

Molempien yhteisöjen kyselyn mukaan yhteensä 33 vastaajaa 34 vastaajasta (N=36) piti yhteisöllisyyden edistämistä tärkeänä, vaikka haastatteluissa tuli ilmi, että toisten tiloissa ei oltu kovin aktiivisesti vierailtu. Yksi haastateltava (Anonyymi 1 2016) kertoi käyneensä Werstaalla vain kerran ja tietävän sieltä yhden yrittäjän. Haastatteluissa kävi myös ilmi, että jotkut haastateltavista eivät olleet lainkaan vierailleet toisen yhteisön tiloissa. Eräs haastateltavista ei ollut varma, missä toinen yhteisö sijaitsee. Silti haastateltavat halusivat lisää yhteistyötä. Hyvään yhteisöön kuuluu erilaisia toimijoita, ja olisi hyvä tietää mitä kukin tekee (Pulkinen 2016).

SparkUpin ja Werstaan yhteisöt ovat erillisiä, eikä ole syntynyt oikein tunnetta, että ne olisivat yksi yhteisö (van der Woude). ”Täällä kaikki on yhtä samaa yhteisöä, mutta sitten ei kuitenkaan” (Anonyymi 1 2016). Alakerrassa yritykset ovat enemmän startupeja ja Werstaassa jo edistyneempiä. Yhteisöllisyyttä ei tällä hetkellä juuri ole, mutta yritykset voisivat olla hyödyksi toisilleen (Anonyymi 2 2016), ja ihmiset voisivat tehdä enemmän yhteistyötä (van der Woude). Neljä kuudesta yrittäjästä mainitsi haastattelussa kysymysten ulkopuolella jotain opiskelijayrittäjäyhteisö Boostin toiminnasta, esimerkiksi heidän kulttuuristaan, jääkaapista tai ideoinnin avuksi hankituista Legoista. Haastatteluissa koettiin, että kiinteistössä toimivat tahot, jotka järjestävät toimintaa, eivät näytä yhdeltä yhteisöltä vaan enemmänkin siltä, että jokainen on omansa. Osasy siihen, että tiivistä yhteistyötä järjestäjien puolelta ei ole vielä syntynyt, on varmasti myös yhteisön tuoreus, sillä se on vasta perustettu. Haastateltavien mukaan tarvittaisiin lisää keskinäistä yhteistyötä (Anonyymi 2, van der Woude 2016), joka voi vaikuttaa myös yrittäjien välisiin verkostoihin ja hyvän yhteisön rakentumiseen. Molemmille yhteisöille järjestettyjä yhteisiä tilanteita voisi olla vieläkin enemmän (Herlin).

Taulukossa 1 näkyy 36:n vastaajan tarve toisten tuntemista kohtaan. Kysymyksessä kysyttiin, halusivatko yrittäjät tutustua paremmin SparkUpin ja Werstaan toimijoihin. Kuvioista löytyy myös kohta ”muu”. Muu-sarakkeen jäsenet olivat muun muassa eri alojen yrittäjiä, mobiilijäseninä tai kasvuyrityksistä, jotka eivät osanneet määritellä kuuluvatko yhteisöön. Mutta tässä työssä esimerkiksi mobiilijäsenet ja tiloissa toimivat kasvuyritykset kuuluvat yhteisön piiriin.

Taulukko 1. Yrittäjien halukkuus tutustua muihin toimijoihin.

	Olen		
	SparkUpin toimija (N=9)	Werstaan toimija (N=22)	Muu toimija (N=5)
Kyllä	8	13	5
En	0	0	0
Ehkä	1	9	0

Hyvä yhteisö muodostuu erilaisista ihmisistä: ”Good people with the right attitude” (van der Woude 2016). Joitain kiinnostaa yhteisön rakentaminen enemmän kuin toisia ja joitain ei lainkaan. Yhteisö voi olla kuin juna: siinä on erilaisia vaunuja. Ensimmäisessä vaunussa on ihmisiä, jotka innostuvat, verkostoituvat ja ovat hyvin yhteisöllisiä. Seuraava on keskiosa, jossa on suurin osa ihmisistä, ja jotka ovat ihan ok yhteisöllisyyden kanssa. Viimeisissä vaunuissa on ihmisiä, jotka eivät halua verkostoitua vaan pysyä omissa tiloissaan. (Herlin 2016.) Herlinin (2016) eräässä seminaarissa kuulema junanäkökulma voi kuvata myös yhteisön tilaa. Osa haluaa verkostoitua, ja toisena ääripäänä on joukko, joka haluaa hoitaa vain omat työtehtävänsä. Haastateltavien yhteisön rakenteesta keskustellessa tuli ilmi myös ajatus siitä, pitäisikö suorittaa jonkunlaista valintaa yritysten ottamisessa tiloihin, jos halutaan tuoda kasvua edistävät tekijät yhteen. Jos tavoitteena on edistää verkostoja syntymistä, yritysten kasvua ja yhteisön rakentumista, onko tilassa hyvä olla myös yrityksiä, joita kyseiset asiat eivät kiinnosta? Benchmarking-haastattelussa tuli ilmi, että Startup hub Maria 0-1:ssä keskeisenä pidetään yritysten laatua. Jotta tilaan pääsee yrittäjäksi, täytyy olla jo esimerkiksi ensimmäinen rahoituskierros alla. Maria 0-1:ssa merkitystä on yritysten laadulla, ei vain isolla tilalla (Kangas 2016). Samaa ajatusta toi esille yrittäjähaastattelussa myös Herlin (2016) toteamalla, että pitäisikö yrittäjien yhteisöissä alkaa pohtia tulevaisuudessa jonkinlaista valintaa.

Jokainen tuo oman panoksensa yhteisön kehittämiseen. Ei voida ajatella, että vastuu yhteisöllisyyden onnistumisesta on vain johdolla. Jokainen vaikuttaa osaltaan ilmapiiriin. (Paasivaara ym. 2010, 19.) Haastateltavan mukaan yhtei-

sön tilanne on hyvä, jos jokainen tekee oman osansa yhteisön eteen (Anonyymi 1 2016). Yhteisössä suurin rooli on ihmisillä, keistä se muodostuu. Oikea linja syntyy siitä, kun ihmiset ajattelevat, mitä he itse voisivat yhteisölle antaa. Jos kaikki vain tarkkailevat mitä voivat saada, on hyvää yhteisöä vaikea rakentaa. (Janhila 2016.) Benchmarking-kohde Hub13 tiivisti saman myös sanoihin ”Sharing is caring” (Hohtari 2016). Toisten auttamista korosti myös van der Woude (2016), joka toi saman ajatuksen yhteisöstä kuin Janhila (2016), jonka mukaan menestyvä yhteisö rakennetaan minä-tekijän sijaan me-sanalla ympärille. Yksi haastateltavista (Anonyymi 2 2016) lisää vielä ajatuksen, jossa eri alojen yritykset haluavat tuoda osaamistaan takaisin yhteisöön, josta ovat apuja saaneet. Seuraavassa kuviossa (kuvio 2) on haastateltavien ilmauksia kuvailemaan hyvää yhteisöä. Sen lisäksi hyvä yhteisö on haastateltavien mukaan dynaaminen, jäsenet kokevat kuuluvansa siihen (van der Woude 2016) ja siellä on tilaa vapaalle keskustelulle (Hohtari 2016). Keskinäinen luottamus on myös tärkeä ominaisuus (Hohtari 2016). Hyvän yhteisön luonteeseen kuuluu myös sen avoimuus ottaa uusia jäseniä mukaan (Janhila 2016) ja se on ajatusmaailmaltaan nuori ja tällä tarkoitetaan, että yhteisö ei ole jämähtänyt vanhoihin tapoihin (Anonyymi 2 2016). Hyvässä yhteisössä on vertaisuutta ja työyhteisön kannalta hyvä yhteisö on sellainen, joka on ”best place to work” (Kangas 2016).



Kuvio 2. Hyvän yhteisön ominaisuuksia.

6.2 Kohderyhmälle sopivat toimintamallit

Erityisesti suurissa organisaatioissa tuhlataan energiaa ja aikaa käytäntöihin ja kokouksiin, jotka ovat merkityksettömiä niiden osallistujille (Csikszentmihalyi 2003, 142). Yrittäjien yhteisöihin ei haluta turhia toimintamalleja, jotka vievät aikaa ja muita resursseja. Moni tekee virheen rakentaessaan oheistoimintaa, koska sellaiselle ei ole tarvetta (Kangas 2016). Yhteisöissä halutaan panostaa sekä ihmisten että yritysten kannalta tarpeelliseen toimintaan (Janhila 2016). Joskus kuitenkin hyödyttömältäkin vaikuttava hetki saattaa olla ratkaiseva. Resurssien jakaminen verkostoitumiseen, yhteisön kehittämiseen sekä liiketoiminnallisen tuoton tekemiseen ei ole aina yksiselitteistä (Janhila 2016). Vuorovaikutuksen, joutilaisuuden, sosiaalisen yhteisöllisyyden ja keskustelun merkitystä sekä vaikutusta liiketoiminnan kannalta ei vielä, todennäköisesti, täysin ymmärretä. Vapaata yhteisöllisyyttä ei pidetä tehokkaana työnä ja sen suoria vaikutuksia bisnekseen on vaikea osoittaa. (Janhila 2016.) Tämän vuoksi Janhilan (2016) mukaan edellä mainittujen asioiden vaikutuksia pitäisikin tarkastella kokonaisuutena.

Yleinen ”pöhinä” ja tapahtumat ovat hyviä juttuja, mutta on hyvä muistaa, että se ei ole tärkeintä (Trapp 2016). Yrittäjän on jossain vaiheessa nähtävä toiminnan arvo, mutta silti kaikki kohtaamiset ovat mahdollisuuksia. Turhia tapaamisia tai kohtaamisia harvoin on, se on ehkä enemmän itsestä kiinni, mitä niistä saa. (Herlin 2016.) Kyse on myös yrittäjästä, hänen tavoitteistaan ja toimintatavoistaan. Osa haluaa vain rakentaa bisnestä, ja osa haluaa keskustelun kautta löytää ideoita liiketoimintaan. (Janhila 2016.) Yritykset ovat eri vaiheissa ja vaihtelevalle toiminnalle on kysyntää. Se, mikä toimii yhdessä tilanteessa toisella, ei ollenkaan sovi toiselle (Tuominen ym. 2007, 78). Se, mikä on hyödyttömiä tietoa yhdelle, saattaa merkitä avainta ongelmanratkaisuun toiselle. Yritysjohtaja Matomäki tiivistää hyödyttömän ja hyödyllisen tiedon eron seuraavasti: ”Eniten hyötyä minulle on elämässäni ollut siitä, että olen lukenut helvetisti hyödyttömiä.” (Tuominen 2007, 78.) Joskus hyödyttömän näköisestä hetkestä tai kohtaamisesta voi syntyä merkittäviä ajatuksia tulevaisuuden kannalta.

Kyselyssä kysyttiin kysymys, joka sisälsi 15 valmista toimintamalliehdotusta, joiden lisäksi tyhjään sarakkeeseen sai kirjoittaa haluamansa ehdotuksen. Toimintamallien mielekkyyttä arvioitiin asteikolla 1–5. Numeroarvioinnissa numerot kuvasivat seuraavia arvoja (5=erittäin tärkeä, 3=melko tärkeä, 1=ei ollenkaan tärkeä). Eniten ääniä saivat toimintamallit, jotka edistävät ilmapiiriä, verkostoitumista, toisten yrittäjien tuntemista sekä yrittäjien yhteisiä liiketoiminnallisia projekteja. Vähiten ääniä sai toimintamalli nimeltään viikonvinkki. Seuraavasta taulukosta (taulukko 2), löytyy kyselyn toimintamallit.

Taulukko 2. Yrittäjien hyödyllisiksi näkemät toimintamallit.

(N=36)	
Yleinen tervehtiminen ja hyvän ilmapiirin edistäminen	4,75
Verkostoituminen uusien yhteistyökumppaneiden löytämiseksi	4,43
Toiset toimijat tutuiksi	4,39
Yhteiset monialaiset projektit liiketoiminnan edistämiseksi	4,23
Teemakahvi/lounas (viikoittain vaihtuva yrittäjyyteen liittyvä teema)	3,66
Jäätelöbaari+verkostoitumista	3,44
Yhteinen kahvitauko/lounas	3,44
Säännöllinen yhteinen tekeminen	3,22
Osaamisenvaihtopäivä (työskentely päivän ajan toisen projektissa)	3,11
Vieraileva viihdyttävä (standup-koomikko)	3,11
Yhteisöllinen kisa sekajoukkuein (palkintona kahvi tai lounas)	3,06
Yhteinen pelihetki (pingis, katusabä)	3,06
Hissitaulu	3,03
Yhteinen hetki "viikon vinkin" jakamiseen	2,77
Muu, mikä?	5
Keskiarvo	3,71
Muu, mikä?	
Vapaa lounas ilman ohjelmaa	
Facebook-ryhmä	
Whatsapp-ryhmä	
Kaljabaari	

Muut toimintamallit kuten yhteinen kisahetki (pingis, säbä, kyykkykisa), jäätelöbaari ja yhteinen lounas saivat vähemmän ääniä kuin ensimmäisiksi mainitut, mutta haastatteluissa kilpailujen ja urheilun merkitys kuitenkin korostui. Liikuntamahdollisuuksista esimerkiksi pingispöytä olisi hyvä idea (Trapp 2016), tai kuntosali (Pulkinen 2016). Aasiassa harrastetaan ”toimistojumppana” Taiji:tä. Siellä kaikki ovat tottuneet siihen, eikä sitä pidetä ihmeellisenä. Yksi haastattelusta (Anonyymi 1 2016) pohti Taijin tai taukojumpan toimivuutta myös Suomen kontekstissa. Urheilun lisäksi haastattelussa tuli ilmi myös omien tapahtumien järjestäminen.

Benchmarking-haastatteluissa tuli ideoita ulospäin tarjottavista palveluista, partneritoiminnasta, kasvua tukevasta palvelusta, koulutussarjasta (Hohtari 2016) ja tapahtumasta, johon tuotaisiin alojen kovimpien firmojen ostotarjoukset allekirjoitettaviksi (Kangas 2016). Asiantuntijahaastattelussa tuli myös ehdotus, jossa yhteisön ulkopuolelta tulisi esimerkiksi kulttuuri- tai taidetoimijoita järjestämään ohjelmaa. Entä jos päiväkahvin aikana olisi joku esitys, tai yhteisön rakentajana toimisi ulkopuolisia toimijoita, esimerkiksi klovneja, hakemaan yrittäjiä pois toimistoista? Yrittäjille voitaisiin kokeiluna tarjota jotain, mitä he eivät osaa tarvita, mutta mikä voisi tehdä hyvää. (Janhila 2016.) Trapp (2016) kyseli tapahtuman järjestämisen mahdollisuudesta, ja Herlin (2016) olisi valmis järjestämään tapahtuman yksin tai yhteistyössä muutaman yrittäjän kanssa. Werstaaseen voisi rakentaa sellaista yhteisöä, joka ratkoo ongelmia yhdessä. Täällä voitaisiin myös tehdä ja ottaa vastaan erilaisia projekteja, joihin valitaan työryhmä. (Pulkinen 2016.) Keskustelukulttuurin lisääminen ja yhteiset hetket, joissa sosialisoidaan ja luodaan kontakteja, ovat tärkeitä. Yhteisten toimintamallien on hyvä olla erilaisia. (van der Woude 2016.)

Haastatteluissa tuli ilmi, että Boost esimerkiksi järjestää paljon juhlia, ja Startup Journeyssa vietettiin aikaa yhdessä ja luotiin verkostoja muutenkin kuin bisnekseen (Anonyymi 2 2016). Erilaisia toimintamalleja pitäisi testata ja katsoa mitkä toimivat ja mitkä eivät (van der Woude 2016). Yhteistyön ja yhteisten projektien mahdollisuus nousivat myös haastatteluissa esiin. Yhdessä tehden saadaan suurempaa lisäarvoa kuin mitä voi yksin saada. On hyvä miettiä, mitä voitaisiin yhdessä tarjota asiakkaalle. Sellaisen yhteistyön mahdollistaminen olisi hyvää,

ja sitä haluttaisiin lisää. (Herlin 2016.) Vastavuoroisuutta syntyy siitä, kun yrittäjät itse alkavat järjestää tapahtumia yhteisöissään. Kun esimerkiksi jo pidemmällä oleva startup-yritys kertoo omaa tarinaansa ja sen kautta auttaa muita kasvuun, annetaan vastavuoroisesti yhteisölle takaisin jotain, mitä on itse aikaisemmin yhteisöltä saatu. (Kangas 2016.) Lisäksi kyselyssä avointen vastausten kautta tuli seuraavia, yksittäisiä, toimintamalliehdotuksia: markkinointi/brändäyshetki, mahdollisten yhteyksien luominen liikeideoita ajatellen, suljettu Facebook-ryhmä Werstaalaisille, koko perheen elokuvailta sekä säännöllinen koko yhteisön kahvitauko, joka auttaa verkostoitumaan ja tulemaan ulos omasta lasikopista eli toimistosta.

Säännöllisyys ja toiminnan järjestäminen vaativat johdonmukaisuutta. Toisella benchmarking-kohteella Hub13:sta tällaisia yhteisiä hetkiä järjestää ja vetää tietty tiimi. Heillä on selkeät jaetut roolit, tapahtumatiimi sekä omat henkilöt tila- palveluissa ja kiihdytyspalveluissa. (Hohtari 2016.) Myös Startup Hub Mariassa 0-1:ssä tulee olemaan oma tiimi toiminnan järjestämiseen. Tiimin pienuus nähtiin eduksi toiminnan ja tapahtumien järjestämisessä. (Kangas 2016.) Pieni tiimi toimii dynamiikaltaan usein hyvin. Toiminnan järjestämisen delegoinnin lisäksi nähtiin toiminnan säännöllisyys tärkeäksi osatekijäksi. Taulukossa 3 näkyy, kuinka usein yrittäjät toivoisivat toimintamalleja järjestettävän. Kysymys ei sisältänyt sen tarkempaa toimintamallin kuvausta, joten vastaukset koskevat toimintamallien järjestämisen säännöllisyyttä hyvin yleisesti.

Taulukko 3. Yrittäjien mielipiteitä toimintamallien järjestämisen tiheydestä.

	Kaikki	Werstas	SparkUp	Muu
	(N=36)	(N=22)	(N=9)	(N=5)
1x/vko	12	4	4	4
1x/2vko	15	9	5	1
1x/kk	7	7	0	0
Harvemmin	2	2	0	0

Säännöllisyys on tärkeää toiminnan rakentamisen kannalta. Kokeiluja ei pitäisi lopettaa ensimmäisten kertojen jälkeen, jos osallistujia niihin ei vielä ole saatu. (Janhila 2016.) On hyvä, että koko ajan tapahtuu jotain, kunhan se ei häiritse

työtä (Kangas 2016). Hub13:ssa toiminta halutaan pitää myös säännöllisenä, ja heillä yhteisiä toimintahetkiä järjestetään noin kerran kuussa. Säännöllisyys on tärkeää, että ihmiset osaavat varautua, ja jotta saadaan hankittua ulkopuolisia partnereita. (Hohtari 2016.) Sen lisäksi, että koko ajan tapahtuu jotain, on tärkeää, että toiminta on relevanttia. Tapahtumia halutaan järjestää, mutta täytyy kuitenkin olla tietyt rajat. Laatu merkitsee yrittäjille paljon, ja omistajuus häviää, jos joku rakentaa aivan omanlaistaan tapahtumaa yhteiseen tilaan. (Kangas 2016.)

Haastateltavat kuvailivat yritys yhteisön nykytilaa seuraavasti: Tiloissa tapahtuu aina jotain (Anonyymi 1 2016), ja kun on lähdössä, tekee kuitenkin mieli jäädä, ja lisäksi tapahtumista on saanut ihan hyvin kontakteja (Trapp 2016). Usein SparkUpin yhteisömanageri tulee koputtelemaan oviin, kysymään esimerkiksi kahville, ja johtoporras sekä coachit muistuttelevat hyvin tavoitteista asiakkaiden kanssa (Anonyymi 1 2016). Tähän asti tiloissa on järjestetty muun muassa koulutuksia, tapahtumia ja torstaikahveja. Niihin eivät kuitenkaan tilan yrittäjät liian usein osallistu (Anonyymi 2 2016), ja noin puolet yrittäjähaastateltavista ei ollut osallistunut kertaakaan Werstaan ja SparkUpin välille järjestettäviin kahvihetkiin. Ihmisiä on tärkeä osallistaa – joskus kahvinjuonti ja esittelyn kuuntelu ovat aika passivoivia (Herlin 2016). Täällä voisi olla enemmän yhdessä oppimista. Koulutukset, joita järjestetään, ovat suurimmaksi osaksi istumista ja kuuntelua. Haastateltavien mukaan toiminta saisi olla enemmän aktivoivaa ja osallistavaa. Tällä hetkellä ne ovat hieman vanhanaikaisia. (Herlin 2016.) Alasteellakin käytetään toiminnallista opettamista (Pulkinen 2016), ja istuminen on väsyttävää ja harvoin pedagogista (Herlin 2016).

Yritys yhteisöjen tarpeiden välillä ei näkynyt suuria eroja. Molemmissa yhteisöissä kaivattiin liiketoimintaa edistäviä sekä esimerkiksi liikunnallisia mahdollisuuksia työpäivien sisälle. Haastattelujen pohjalta sekä liiketoimintaa edistävät että hyvää ilmapiiriä luovat toiminnot koettiin tärkeiksi. Werstaassa eli edenneempien yritysten yhteisössä sekä SparkUpin yrittäjiä haastateltaessa tuli molemmissa puheenaiheeksi tuottavuusnäkökulma. Molempien yritys yhteisöjen yrittäjät korostivat tiettyä taloudellista painetta, mutta samaan aikaan he toivat esille verkostojen merkityksen ja sen, että aluksi hyödyttömältäkin vaikuttavat kohtaamiset voivat muuttua hyödyllisiksi. Tätä ajatusta korostivat kuitenkin hieman enemmän edistyneemmän yhteisön yrittäjät, jotka ovat jo yleisesti ottaen liike-

toiminnassaan pidemmällä ja tekevät isompaa bisnestä. Molemmissa yhteisöissä korostui yrittäjyyden luonteenpiirre, kiire, joka tuo omia haasteita valintojen tekemiseen. Yleisesti toimintamallit nähdään yhteisöä rakentavina, kunhan ne on luotu tiettyä tarvetta vastaamaan. Se voi muun muassa olla verkostojen lisäämistä, yhteistyötä yritysten kesken tai yleistä ilmapiiriä rakentavaa.

6.3 Verkostoja ja ideoita edistävä tilat

Paras strategia on luoda olosuhteet, joissa flow'n kokeminen on mahdollista. Toisen flow'n kokemiseen ei voi kukaan suoraan vaikuttaa, mutta ympäristöä muokkaamalla sen toteutumismahdollisuuksia voi kasvattaa. (Csikszentmihalyi 2003, 129.) Hubtilat on luotu yhteisiksi työskentelytiloiksi, joiden yksi tavoite on verkostoida ihmisiä. Haastateltavat yrittäjät olivat pääosin hyvin tyytyväisiä tiloihin, mutta muutamia kehitysehdotuksia kuitenkin tuli. SparkUpin tiloissa on aika vähän parannettavaa (Anonyymi 1 2016). Werstaan tilat ovat todella siistit ja tyylikkää, mutta ehkä hieman steriilit (Herlin 2016). Pulkkinen (2016) laittaa sen vielä uutuuden piikkiin. Siirtyminen tänne Werstaaseen oli hyvä valinta, ja täällä joustavuus on suuri etu (Pulkkinen 2016). Haastateltavien mukaan Turusta saa muualtakin hyvää toimistotilaa, mutta täällä neliöhintaan kuuluu muun muassa siivous, internet, neukkari (toimisto), yhteiset tilat ja kaikki mahdollinen. Samaa hengenvetoon Herlin (2016) korostaa myös Werstaan joustavuutta ja lyhyttä irtisanomisaikaa niin tilassa kuin kalusteissakin. Myös toinen haastateltava (Anonyymi 1 2016) tuo esiin edun hintaan kuuluvasta siivouksesta ja kahviautomaatista, joka on hänen sanojensa mukaan loistava. Jokaisen kuuden haastatellun yrittäjän mielestä kahviautomaatti on paikka, jossa tapaa ihmisiä luonnollisimmin, ja jossa syntyy helposti keskusteluja.

Lasikopit jakoivat haastateltavien mielipiteitä, ja niihin liittyen tuli myös kehitysehdotuksia. Kahden haastateltavan mukaan SparkUpilla saisi olla hieman enemmän lasikoppeja ja sitä kautta yrittäjiä. Nyt niitä on noin kuusi ja saisi olla ainakin kymmenen. (Anonyymi 1 2016.) Resurssitehokkuus myös nousisi, jos kopit olisivat vieläkin suuremmalla käytöllä (Trapp 2016). Osa koki lasikopit eristäviksi ja suosi enemmän avokonttoria, toiset taas näkivät lasikopin hyväksi

työskentely-ympäristöksi. Avokonttorissa on totuttu puhumaan kaikki asiat heti. Se voi häiritä työn tekemistä, mutta jos istuu lasikopissa koko päivän, täytyy välillä mennä tapaamaan muita (Pulkkinen 2016). Yksi haastateltavista (Anonyymi 2 2016) on työskennellyt ennen avokonttorissa ja koki sen erittäin hyväksi, vaikka hän ymmärtää, että joillekin sellainen työskentelytila ei sovi. Mutta hänen mielestään lasikopit eristävät hieman enemmän, koska tila on jaettu fyysisesti lasiseinällä (Anonyymi 2 2016), kun taas avoimessa konttorissa eli open officessa ihmiset kohtaavat luonnollisemmin (van der Woude 2016). Toisten mielestä lasikopit ovat loistavia, ja aina kun niiden ohi kävelee, katsoo, mitä niissä tapahtuu (Trapp 2016). Lasikoppeihin pyydetään muita yrittäjiä myös kahville. Herlinin vuokraamasta tilasta löytyy esimerkiksi kaksi nojatuolia, säkki-tuolit ja pystypöydät (Herlin 2016).

Tilat koettiin yleisesti hyväksi, mutta yrittäjyyttä ja verkostoitumista edistäviä kehitysehdotuksia tuli ilmi haastattelujen ja kyselyn kautta. Tiloihin voisi saada white boardit (Pulkkinen 2016) sekä mahdollisuuden kirjoittaa seinille. Esimerkiksi lasilevyyn voisi kirjoittaa tussilla (Herlin 2016). Sen lisäksi voisi hankkia esimerkiksi postit-lappuja, suunnittelulegoja ja muovailuvahaa, ettei kaikkeen ideointiin olisi vain kannettavaa tietokonetta ja tussia. Suunnittelulegoilla ja muovailuvahalla voisi suunnitella esimerkiksi pienoismalleja (Pulkkinen 2016). Jostain huoneesta voisi tehdä niin sanotun leikkihuoneen, ja sieltä voisi aina löytyä jotain edellä mainittuja välineitä ideoiden syntymiseen. Boostilla on esimerkiksi iso legolaatikko, ja niillä voi rakennella kaikenlaista. (Herlin 2016.) Sen lisäksi voisi yhteisössä olevilla isoilla screeneillä olla aikataulu tapahtumista, joita tiloissa järjestetään (Anonyymi 2 2016). Haastateltava (Anonyymi 2 2016) kertoi, kuinka Microsoft Fluxilla on niin sanottu ”makers’ hub” yleisen tilan keskiössä. Sinne saa mennä kuka vaan työskentelemään, ja jokainen pystyy näkemään mitä siellä tapahtuu. Aktiviteettia tarvitaan, ja esimerkiksi Microsoft Flux on luonut sitä kyseisen hubin avulla. Haastateltava (Anonyymi 2 2016) toi esille idean myös samalla ideologialla toimivan työskentelytilan mahdollistamisesta tähän yhteisöön. Se voisi olla paikka, joka keräisi ihmisiä yhteen, ja siellä voisi olla esimerkiksi 3D-tulostin. Kyselyssä tiloihin ehdotettiin järjestettäväksi myös iltaohjelmaa kuten perheen elokuvailtaa. Saatavilla tiloissa voisi yhden vastajan mielestä olla lehtiä ja käytössä rentoutushuone. Opinnäytetyöni ensimmäisissä luvuissa mainitsemani coworking-tilojen väliseen tilapassiin tuli myös

kehitysehdotus. Cowoking Travel Passia markkinoitiin aluksi vain mobiilijäsenille, mutta haastattelussa tuli ilmi, että Herlin (2016) oli ollut yhteydessä palvelun tuottajiin ja maininnut, että myös toimitilojen vuokraajat saattaisivat olla kiinnostuneita palvelusta, ei vain mobiilijäsenet.

Turku Science Parkin alueella toimivat ruokapalvelut yhdistävät alueella työskenteleviä yrittäjiä ja eri alojen asiantuntijoita. Hyväntuuliset ruokalat lähellä työympäristöä tarjoavat herkullisia aterioita, antavat tilan rentoutua ja voivat tehdä suuren muutoksen ympäristöön (Csikszentmihalyi 2003, 131). SparkUpin ja Werstaan läheisyyteen rakennettiin juuri ravintola Mauno, ja tilat ovat rakentumassa edelleen. Ravintola yhdistää ihmisiä ja siellä näkee tuttuja, joita ei muualla kohtaa (Anonyymi 1 2016). Tiloilla on merkitystä, ja ei ole sattumaa, että nuoria ihmisiä vetää puoleensa Silicon Valley, Salt Lake tai Microsoftin Redmond. Yritys, joka haluaa pitää kiinni työntekijöistään, kiinnittää huomiota myös ympäristöön. Hieno ympäristö ei ole kuitenkaan välttämätön ja joskus siitä voi olla myös haittaa. (Csikszentmihalyi 2003, 129–130.)

Tilojen suunnittelulla ja niiden kehittämällä oikeaan suuntaan voidaan pyrkiä edistämään yritysten kasvumahdollisuuksia, verkostoitumista sekä mielekästä ympäristöä työskennellä. Startup Hub Maria 0–1:n tiloja kehitetään tiimien avulla. Tiimit vaikuttavat niiden käyttötarkoitusten ideoimiseen, joten kehityskohteet tulevat suoraan yhteisöltä. (Kangas 2016.) Hub13-tilat on luotu eri käyttötarkoitusten mukaan, ja ne ovat erilaisia pienistä toimistotiloista showroomiin. Hub13-tilat jakautuvat kahteen kerrokseen ja keskiössä on koulutus/tapahtumatila. (Hohtari 2016.) Sellaisten käytäntöjen, jotka sallivat ihmisten vapaan liikkumisen ja osallistumisen heidän töitään koskeviin päätöksiin, laatiminen on hyvin konkreettinen tapa parantaa työympäristöä (Csikszentmihalyi 2003, 134). Leikkiminen edistää flowta. Ja kun esimerkiksi lapsi pelaa iPadilla, on hän tietynlaisessa flowtilassa. Intensiivinen keskittyminen vaikuttaa aivojen aktivoitumiseen ja muun muassa uutta tietoa muodostavien uusien tapojen luomiseen. (Järvilehto 2014, 120.) On perusteltua, miksi yrittäjille tarjotaan erilaisia tiloja työskennellä ja leikkihuoneita ideoida. Hubin tarkoitus on tarjota palveluita, tiloja ja yhteisöä, jotka edistävät ideoiden syntyä ja luovat osaltaan myös niiden kautta syntyviä menestyviä yrityksiä.

6.4 Johtajuuden/koordinoinnin tarve yhteisössä

Opinnäytetyön alussa viitattiin jo yhteisöjen johtajuuskäsityksiin tuomalla eri mielipiteitä siitä, voiko luovaa asiantuntijaorganisaatiota oikeastaan johtaa. Koko ajan muuttuva työelämä tuo murroksia johtajuuteen. Uusi työ vaatii luovuutta ja yhteistyökykyä valvonnan ja rutiinistyön sijaan. (Manninen 2016.) Janhila (2016) mukaan yhteisö syntyy toimijoista. Se tarvitsee oman ”puuhamiehen”, vetäjän, mutta jos joku luo sinne sääntöjä, poistavat ne helposti yhteisön omaa autonomiaa. Opinnäytetyöni alussa tuotiin esiin myös tilaajan näkökulma, jonka mukaan heillä ei ole perinteisiä johtajia vaan koordinaattoreita (Nylander 2016). Koordinaattorin ja ylläpitäjän rooli olisi olla kaiken pohjalla ja mahdollistaa se, mitä yritykset tarvitsevat ja toimia palvelijan roolissa. Ei niin että kontrolloidaan, koska se syö yhteisön liikkeen. Yhteisön täytyy saada muokkautua ja liikkua vapaasti. (Janhila 2016.) Yksi haastateltavista (Anonyymi 2 2016) toi taas näkökulman johtajasta, jota tarvitaan, jotta yhteisö, esimerkiksi SparkUp, voisi olla tila, jossa luodaan menestyviä yrityksiä.

Van der Woude (2016) näkee myös tilausta jonkinlaiselle johtajalle tai henkilölle, joka toisi kaiken yhteen, sillä tällä hetkellä SparkUpissa on ihmisiä, jotka järjestävät toimintaa, ja niin sanottu yhteentuoja puuttuu. Janhila (2016) toi esille yhteisönvetäjän yrityksiä palvelevan roolin ja asenteen. Koordinaattorin tehtävä voi olla vastata yritysten tarpeisiin ja tarjota apua (Janhila 2016). Saman puolesta puhuu myös van der Woude (2016). Palveleva johtaja on vähän niin kuin manageri. Hän ei keskity niinkään siihen, kuinka saa managerina asiat tehtyä vaan siihen, kuinka hän voi tarjota ihmisille tarvittavan, jotta he keskittyvät työhönsä ja saavat tehtyä asiat itse. Palveleva johtaja luo ympäristöä, jossa asiat tapahtuvat luonnollisesti. Tähän tarvittaisiin henkilö, joka tukee ja auttaa yrittäjiä saamaan sen, mitä tarvitaan. Hänen ei tarvitse olla ekspertti mutta henkilö, joka tuntee ihmiset ja voi yhdistellä heitä. (van der Woude 2016.) ”Käsityönä” ihmisten yhdistelemisestä näin pienten yrittäjien määrän kanssa puhuu myös Janhila (2016). Valittavan henkilön täytyisi kasvaa tehtävään. Ja kaikkien järjestäjätahojen sekä startupien että muiden olisi tuettava henkilöä, joka ottaisi tällaisen tehtävän vastaan. (Anonyymi 2 2016.) Näiden haastattelujen lisäksi johtajuudesta

puhuttiin benchmarking-haastatteluissa, joissa Kangas ja Hohtari (2016) toivat esille heidän yhteisöidensä tiimit, jotka organisoivat eri alueita.

6.5 Viestinnän vaikutus yhteisön kehittymiseen

Benchmarking-kohteen Startup Hub Maria 0-1:n toimitusjohtaja Voitto Kangas (2016) mainitsee yhdeksi merkittäväksi hyvän yhteisön rakentumisen edistäjäksi hyvät viestintäkanavat koko ”kompleksin” läpi. Heidän tavoitteensa on olla viestinnässä niin tehokas, että he voisivat saada vastauksen mihin tahansa kysymykseen puolessa tunnissa (Kangas 2016). Viestintäosaaminen on noussut yhdeksi tärkeimmäksi työelämä taidoksi, ja siinä on paljolti kyse vaikuttamisesta. Hyvät ja erinomaiset viestijät erottaa toisistaan se, kuinka sanoma innostaa, ja kuinka se aktivoi heitä toimimaan. (Hakala 2015, 20–21.) Viestinnän merkitys on kasvussa ja sen kehittämiseksi on tilausta. Työyhteisöviestintä on myös suuri tekijä vaikuttajaorganisaation menestykseen. Tyhjiä sanontoja pitää välttää, ja periaatteet on saatava elämään arjessa, ja ne pitää avata käytännön toimiksi. (Juholin 2009, 153–154.)

Erään haastatteluparin haastattelutilanteessa tuli ilmi tietämättömyys yhteisen torstaikahvihetken säännöllisyydestä. Molemmat yrittäjät naureskelivat ja pohtivat, että mistä tällainen yleinen informaatio voi löytyä. Tämä tilanne kuitenkin tiivistää muutaman viestinnän periaatteen. Viestin täytyy sisältää olennainen tieto, ja yksinkertaisuus ja selkeys ovat voimavara. Viestinnässä toistaminen ja samojen sanojen käyttäminen on tärkeää, vaikka ne vaikuttaisivat jo kuinka tutuilta. (Alahuhta 2015, 47.) Johdon puolelta tiettyjen toimintamallien markkinointi ja niistä viestiminen saattaa tuntua toistolta, mutta on hyvä jatkaa viestimistä samoista asioista. Kyseisen tilanteen lisäksi edellä mainitut yrittäjät kertoivat olevansa todella huonoja Facebookin käyttäjiä ja toivoivat muuta kanavaa esimerkiksi eri tapahtumien kutsuille. Tällaisen sisäisen viestinnän esimerkin lisäksi tuli esiin myös viestintä, tiedottaminen ja markkinointi organisaatiosta ulospäin. Yrittäjien yhteisöä olisi hyvä saada enemmän myös ulkopuolisten tietoisuuteen. Sekä Trapp (2016) että eräs toinen haastateltava (Anonyymi 1 2016) ovat kohdanneet ihmettelyä SparkUpin toiminnan saavuttamattomuudes-

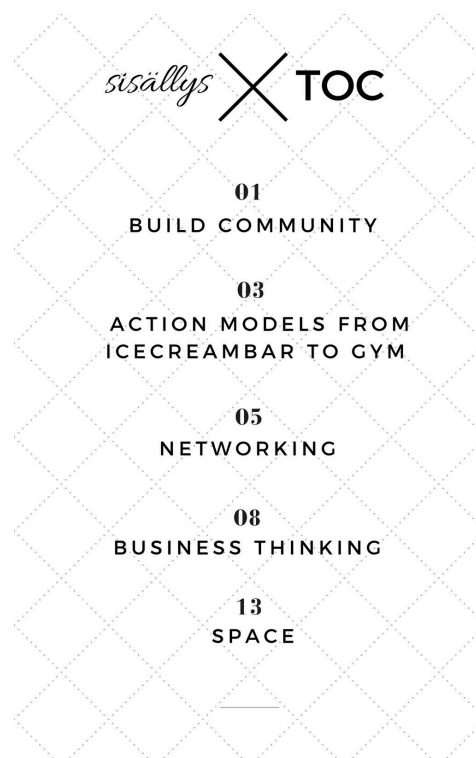
ta. Trapilta (2016) tutut ovat tulleet kyselemään, että ”mikä ihmeen SparkUp?”. Yhteisöstä on tärkeää tiedottaa ja viestiä muun muassa yrittäjien kannalta. Boost on tunnettu opiskelijoiden keskuudessa, koska se on opiskelijoiden start-up-yhteisö, mutta SparkUp olisi tärkeää saada myös yrittäjien tietoisuuteen. (Trapp 2016.) Tähän tiedonpuutteeseen vaikuttaa osaltaan varmasti myös organisaation nuoruus, mutta tehokkaalla markkinoinnilla ja viestinnällä voidaan edistää organisaation kasvumahdollisuuksia ja menestymistä.

7 COMMUNITY-OPAS

Kehittämistyön tuloksena syntyi Community-opas yrittäjien yhteisöjen rakentamisen edistämiseen. Community-oppaassa on 22 erilaista toimintamallia tukemaan yhteisön rakentumista. Ensimmäinen osio tuo keinoja verkostoitumiseen, toisessa osassa on toimintamalleja osaamisen jakamiseen liiketoimintaa edistämään, ja kolmas osio keskittyy tilojen kehittämiseen ja hyväksi käyttämiseen. Opas on ensisijaisesti suunniteltu edistämään yrittäjien yhteisöjen yhteisöjä, mutta eri toimintamalleista on varmasti apua myös muille yhteisöille ja eri alojen asiantuntijoille.



Kuva 2. Community-opas.



Kuva 3. Sisällysluettelo.

Community-opas on rakenteeltaan selkeä, ja visuaalinen toteutus on tärkeä osa työtä (kuvat 2 ja 3). Visuaalisen toteutuksen avulla halutaan edistää oppaan käyttöönottoa, jotta yhteisö ja yrittäjät hyötyisivät toimintamalleista. Community-opas tehtiin Canva-ohjelmalla. Opas sisältää sisällysluettelon, johdannon sekä 22 toimintamallia jaoteltuina kolmeen osioon: Networking, Business Thinking ja Space. Oppaaseen on kerätty myös yrittäjyyteen ja yhteisöön liittyviä ”quoteja”

eli sanontoja lukemista keventämään. Oppaasta tehtiin tarkoituksella kaksikielinen, jossa englanti ja suomi vaihtelevat sujuvasti. Koska liikutaan monikielisellä kentällä, jossa puhutaan adviseista, business angeleista, afterworkeista ja mentoreista, nähtiin myös kaksikielisyys oppaaseen sopivana.

Oppaan syntymiseen vaikuttivat tietoperusta, kehittämistyössä kyselyn, benchmarkingin ja haastatteluiden avulla kerätty aineisto sekä tutustuminen yrittäjyyden luonteeseen. Opas on pyritty tekemään yrittäjien tarpeita vastaamaan ja yhteisöjä auttamaan yhteisön rakentamisessa. Tulokseksi saatiin 22 toimintamallia, jotka tukevat ja kehittävät yhteisön ja liiketoiminnan eri alueita. Tarkoitus oli luoda tarvetta vastaavia malleja, ennakkoluulottomasti ja rohkeasti kokeillen. Toimintamalleissa on hyvä muistaa se, että mikä toimii yhdelle, ei välttämättä sovi toiselle. Näiden 22 mallin avulla voi kehittää omalle yhteisölle parempia ja sopivampia keinoja tukea verkostoja, yhteisöllisyyttä ja liiketoiminnan kehittämismahdollisuuksia. Seuraavasta osoitteesta voi Community-oppaan ladata yhteisöjen käyttöön. Opas löytyy seuraavan sivun *aivan alalaidasta* nimellä: Communityguide- 22 Action Models For Helping To Connect And Find New Ideas For Your Business, by Marita Tarvonen <http://www.sparkup.fi/en/sparkup/tips-hints> .

Oppaan yhdestä toimintamallista tehtiin pioneerikokeilu keväällä 2016. Silloin toimintamallin nimi oli ongelmanratkaisuhetki, mutta oppaasta se löytyy nimellä Crowdsourcing A. Toimintamallin tarkoitus oli tuoda uusia ratkaisuja yritysten senhetkisiin haasteisiin. Toimintamalli kesti 45 minuuttia, jonka aikana pitchattiin haasteet, joihin haluttiin toisilta yrittäjiltä toteutuskelpoisia ja uusia ratkaisuideoita. Neljänkymmenenviiden minuutin aikana jakauduttiin ryhmiin ja esiteltiin parhaat ratkaisuehdotukset. Ongelmanratkaisuhetkeen osallistui 8 yhteisön jäsentä ja kahden yrityksen ajankohtaisia haasteita ratkottiin. Yrittäjät kokivat hetken uusia kokeiltavia ratkaisuja tuovaksi, inspiroivaksi ja sopivan mittaiseksi. Haasteiden ratkaisuaika 15–20 minuuttia koettiin sopivaksi, ja uudet ratkaisut olivat aivan uudenlaisia ideoita, heidän sanojensa mukaan oman ajatusmaailman ulkopuolelta eli ”out of the box”. Kehittämisehdotukseksi tuli kannustaa osallistuvia yrittäjiä ajattelemaan ongelmia laajempaan kontekstiin sovittaen ja hyödyntäen heidän tietämystään myös laajasti muilta elämän alueilta, jotta ratkaisut olisivat täysin uudenlaisia.

Pioneerikokeilun pitäminen tuli joillekin yrittäjille yllätyksenä. Ongelmanratkaisuhetkestä viestittiin molempien yhteisöjen Facebook-ryhmässä, ja siitä oli mainos kummankin yhteisön yleisellä screenillä sekä perinteinen paperinen mainos SparkUpin kahvikoneen vierellä. Silti hetkestä tiesi vain muutama. Tässä olisi kehitysehdotus tehokkaamman viestinnän edistämiseen. Toimintamallin osallistujista kaikki olivat Startup Community Sparkupista, joten Werstaan yrittäjistä ei kukaan valitettavasti saapunut paikalle. Yhteisön jäsenet, jotka olivat paikalla, pyysivät lisää tämänkaltaista toimintaa. Pioneerikokeilusta käytettiin nimeä ongelmanratkaisuhetki, mutta oppaaseen sen nimeksi vaihdettiin Crowdsourcing A. Myöhemmin nimittäin ilmeni, että yhteisön aiemmin järjestetyssä samankaltaisessa hetkessä oli käytetty nimeä Crowdsourcing, joten Crowdsourcing nähtiin hyväksi nimeksi molempiin, kuitenkin hieman eroaviin hetkiin. Crowdsourcing A on pioneerikokeiluna toteutettu ongelmanratkaisuhetki ja Crowdsourcing B hieman erilainen, ennen kokeilua toteutettu toimintamalli, joka koettiin myös hyvin toimivaksi.

Ideas are like rabbits. You get a couple and learn how to handle them, and pretty soon you have a dozen. John Steinbeck.

8 LOPPUPÄÄTELMÄT

Tämän työn tarkoituksena oli edistää hyvän yhteisön rakentumista yrittäjien yhteisöjen välillä sekä molempien omissa yhteisöissä, erilaisten toimintamallien keinoin. Tarkoituksena oli luoda monipuolisia ja tarvetta vastaavia toimintamalleja tukemaan sekä yhteisöä että yrittäjien liiketoimintaa. Oppaasta löytyy 22 erilaista toimintamallia verkostoja, liiketoimintaa ja yhteisöä tukemaan. Oppaasta voi ottaa yrittäjien yhteisöjen lisäksi apua asiantuntijat ja työryhmät eri ammattikentillä, muokaten toimintamalleja kohderyhmälle sopiviksi. Turhat toimintamallit on pyritty jättämään pois ja opasta käytettäessä on hyvä muistaa se, että mikä toimii toiselle, ei välttämättä toimi toiselle, ja kuten van der Woude (2016) yksinkertaisesti totesi, on toimintamalleja hyvä olla monenlaisia.

Yrittäjät kaipaavat vaihtelevaa toimintaa eri osa-alueita tukemaan. Yhteisöissä halutaan hyviä socialisoivia verkostoitumishetkiä ja samaan aikaan liiketoimintaa edistävää toimintaa. Hupia ja hyvää ilmapiiriä halutaan edistää, mutta koko ajan hupi ei voi olla keskipisteenä, koska liiketoimintaan liittyy myös tulospaine. Joskus kuitenkin hyödyttömältäkin tuntunut hetki tai kontakti voi osoittautua liiketoiminnan kannalta tärkeäksi. Tutkitussa tietoperustassa sekä läpi saadun aineiston korostui verkostojen merkitys. Benchmarking-haastatteluissa, asiantuntijahaastatteluissa, yrittäjienhaastatteluissa sekä kyselyssä oltiin yleisesti hyvin samaa mieltä verkostojen ja toisten yrittäjien tuen tärkeydestä. Yhteisö, nähtiin elinehtona ja voimavarana yrittäjyyden keskellä. Nylanderin (2016) mukaan yrityksen kasvun ja kansainvälistymisen kannalta verkostoituminen ja yhteisöllisyys ovat keskeisissä rooleissa.

Opinnäytetyö on ajankohtainen yrittäjyyden sekä yhteiskunnassa tapahtuvien muutosten vuoksi. Uusien ammattien ja työelämän muuttuessa syntyy uusia ammatteja ja työtehtäviä, joissa myös yhteisöpedagogin on mahdollisuus työskennellä. Yhteisöpedagogien työnimikkeitä on jo yli 70 (Johansson 2015), joten kyseisen ammattikunnan asettuminen hyvinkin erilaisille työkentille on ilmeinen. Yhteisöpedagogi voi olla osana rakentamassa sopivaa kulttuuria erilaisille yhteisöille niitä kunnioittaen, niiden erityispiirteet huomioiden ja omaa asiantuntevuuttaan ryhmän hyväksi käyttäen.

Aineistossa ilmi tulleita kehittämissuhteita olivat muun muassa ideointiin tarkoitettujen leikkihuoneiden mahdollistaminen, mahdollisuudet järjestää omia tapahtumia ja yrittäjiä yhdistäviä liiketoimintaa edistävien projektien tarjoaminen. Sen lisäksi ehdotettiin kuntosalilaitteiden ja -välineiden sekä esimerkiksi pingispöydän hankkimista yhteisöön. Näiden ja monien muiden tulosluvussa esiin tulleiden ehdotusten lisäksi jaan muutaman muun jatkokehityssuhteita. Ensiksi olisi hyvä jalkauttaa Community-opas yhteisöjen käyttöön sekä tutkia, mitkä malleista ovat käytetyimpiä ja kysytyimpiä, ja jatko kehittää niitä vielä enemmän yrittäjien verkostoitumista, liiketoimintaa ja yritys yhteisöjä tukemaan. Lisäksi näen viestinnän merkityksen hyvin suurena yhteisöjen kehittymisen näkökulmasta ja tunnetuksi tekemisessä. Jotta esimerkiksi toimintamallit voisivat hyödyttää yrittäjiä liiketoiminnassa, ideoinnissa ja verkostoitumisessa, on tärkeää viestiä ja markkinoida niistä hyvin jo aikaisessa vaiheessa. Viestinnän merkitystä ei voi väheksyä ja harvemmin sitä on liikaa. Viestinnän kehittämiselle on tilausta ja sen merkitys kasvussa (Juholin 2009, 153-154).

Näiden lisäksi voisin nähdä hieman villinä, mutta hyödyllisenä kokeiluna ”yrittäjien yhdistelijän”/managerin työtehtävän täyttämisen. Aineiston muutamissa haastatteluissa tuli esille johtamisen tai koordinoimisen merkitys, mutta tulos jäi kuitenkin hieman vajaaksi. Henkilökohtaisesti näen koordinoimisen/johtajuuden merkittävänä tekijänä viedä yhteisöä yrittäjien tarvetta vastaavaan suuntaan sekä tärkeänä tekijänä valitun suunnan saavuttamisessa. Ajatuksia johtajuuden tarpeellisuuteen en kuitenkaan saanut jokaiselta kuudelta (3/6) haastattelulta yhteisön jäseneltä, mutta valitun tiimin selkeä työnjaon merkitys tuli ilmi molemmissa benchmarking-haastattelussa sekä johtajuusnäkökulma molemmissa asiantuntijahaastatteluissa. Joten tietynlaista johtajuutta tai selvää koordinoimista tarvitaan erilaisissa yrittäjien yhteisöissä. Yrittäjät, jotka kaipasivat tietynlaista koordinoimista ja yhteen tuomista ehdottivat ideaa ”yrittäjien yhdistelijästä”. Henkilön ei välttämättä tarvitsisi olla ekspertti (van der Woude 2016) vaan kasvaa tehtävänsä yhdistelemään yrittäjiä ja palvelemaan heitä heidän tarpeissaan. ”Yrittäjien yhdistelijän” työtä olisi näin tärkeä tukea koko yhteisö (Anonyymi 2 2016). Näiden kehityssuhteita lisäksi olisi mielenkiintoista seurata kuinka johtajuus, viestintä ja tietoinen yhteisön rakentaminen nopeuttavat yhteisön verkostojen syntymistä, ilmapiiriin kehittymistä ja bisnestä. Yhteisön kehittymisen ja

liiketoiminnan edistymisen kannalta on myös tärkeää tietyn väliajoin kartoittaa yrittäjien sen hetkistä tilannetta ja tarvetta uusille toimintamalleille. Erilaisia toimintamalleja on tärkeä kokeilla ja tehdä niistä osallistavia. Tämän lisäksi mielestäni jokaisessa yrityksessä ja yhteisössä on ajoittain tärkeää tarkistaa suunta, mihin ollaan menossa, jotta tavoiteltu päämäärä voitaisiin saavuttaa ja tehdä tarvittavat muutokset hyvissä ajoin.

Tilaaja on oli tyytyväinen tehtyyn kehittämistyöhön. Hänen mukaansa oppaan esimerkit auttavat erilaisia yhteisöjä löytämään vahvuuksia ja rakentamaan kulttuuria, jossa puhalletaan yhteen hiileen. Tällainen yhteisen tekemisen meiningin luominen on tärkeää niin aloittavalle kuin kasvuyrityksellekin. Oppaan avulla yhteisöt auttavat yrittäjiä tärkeissä verkostoitumisen ja mentoroinnin mahdollisuuksissa. Tilaajan mukaan vinkit, joita saadaan kokeneemmilta yrittäjiltä voi olla niitä käännteentekevimpä ja verkostot sekä mentorointi ovat avainasemassa, jotta yritykset löytävät polkunsu eteenpäin. Mahdollisuuksia tällaisiin kohtaamisiin ja kehittämismahdollisuuksien jakamiseen tarjoaa Community-oppaan erilaiset toimintamallit.

To live a creative life, we must lose our fear of being wrong.
Joseph Chilton Pearce.

LÄHTEET

- Aalto-Setälä, Pauli & Saarinen Mikael 2014. Innostus. Myötämanipuloinnin aakoset. Helsinki: Talentum.
- Aaltola, Juhani & Valli, Raine (toim.) 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Alahuhta, Matti 2015. Johtajuus. Kirkas suunta ja ihmisten voima. Kokemuksia ja näkemyksiä johtamisesta Koneen ja Nokian vuosilta. Jyväskylä: Docendo Oy.
- Björkskog, Tommi 2016. Yrittäjävähennys ensi vuoden budjettiin. Artikkel. Viitattu 7.6.2016.
<http://www.ts.fi/mielipiteet/lukijoilta/861381/Yrittajavahennus+ensi+vuoden+budjettiin>
- Creator Kehittämispalvelut Oy. Turunen, Jose 2016. Johtajuudesta, yrittäjyydestä ja yhteisön arvoista. Email jose.turunen@creator.fi 14.4.2016.
- Csikszentmihalyi, Michaly 2003. Hyvä bisnes. Johtaminen, flow ja tarkoituksen luominen. Helsinki: Rasalas Kustannus.
- Ekonomit 2016. Ole ketterä ja toimi kuin startup. Viitattu 21.8.2016.
http://www.ekonomit.fi/tiedotteet/-/asset_publisher/GRHwjnYpv0Bm/content/ajankohtaista-ole-kettera-ja-toimi-kuin-startup
- Eskola, Jari & Vastamäki, Jaana 2015. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa Valli Raine, Aaltola Juhani (toim.) Jyväskylä: PS-kustannus, 27-28.
- Gjerstad, Eevastiina 2015. Näin vaikutat. Vaikuttamisen psykologia arjessa ja työssä. Innosta, helpota, kosketa, vaikuta. Juva: Docendo Oy.
- Gopak, Arthur 2016. Best Startup Accelerators in Europe. Artikkel. Viitattu 18.8.2016. <http://www.alphagamma.eu/entrepreneurship/best-startup-accelerator-programs-in-europe/>
- Hakala, Jukka 2015. Miten saan viestini perille. Helsinki : Brains.
- Helin, Kari 2006. Yhdessä menestymisen taito. Helsinki: Talentum.
- Himanen, Eva 2015. Marian sairaalasta tehdään Suomen suurin startup-keskus. Artikkel. Viitattu 18.8.2016. <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/marian-sairaalasta-tehdään-suomen-suurin-startup-keskus/6yGib9kM>
- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2015. Tutki ja kirjoita. Porvoo: Tammi.

- Hubspace 2016. A Complete Working Environment For Your Startup. Viitattu 17.8.2016. <http://www.hubspacetlv.com>
- Huuhka, Maisa 2010. Luovan asiantuntijaorganisaatioin johtaminen. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Hämäläinen, Petra 2016. Johtajuus ja juontaminen. Alive-yhteisön tiimipalaveri. Raision vapaaseurakunta. 30.3.2016. Raisio.
- Johansson, Tuula 2015. Katso ammatit, työllistyminen ja palkka. Artikkel. Viitattu 6.6.2016. <http://www.humak.fi/uutiset/ammatit-tyollistyminen-palkka/>
- Johansson, Tuula 2016. Yhteisölliset työtilat nyt verkkokaupasta. Artikkel. Viitattu 26.6.2016. <http://www.humak.fi/uutiset/liikkuville-yrityksille-yhteisolliset-tyotilat-nyt-verkkokaupasta/>
- Juholin, Elisa 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo: Infor Oy.
- Jokilampi, Jari 2016. Yrittäjyys on 2010-luvun työelämän vapautusliike. Artikkel. Viitattu 5.9.2016. <http://uusyrityskeskus.fi/fi/blog/suk-teema/2016/01/yrittajyys-on-2010-luvun-tyoelaman-vapautusliike>
- Järvilehto, Lauri 2015. Artikkelissa Erotu intohimolla ja uudistu. Menestykseen tarvitaan intohimoa, paljon työtä, intuitioita, unelmia ja itseensä uskomista. Kylteripäivillä tarjottiin menestyksen eväitä. Ekonomi 1/2015, 44-46.
- Järvilehto, Lauri. Hauskan oppimisen vallankumous 2014. Englanninkielinen alkuteos: Learning as Fun. Rowio Entertainment Ltd. 2009-2014. Juva: PS-kustannus.
- Kurki, Leena 2000. Sosiokulttuurinen innostaminen. Tampere: Vastapaino.
- Luotonen, Anniina 2016. Työttömyys turvaa kiristetään, yrittäjyyteen kannustetaan – Tällainen on hallituksen yrittäjyyspaketti. Artikkel. Viitattu 21.8.2016. <http://www.ksml.fi/kotimaa/Tyottomyysturvaa-kiristetään-yrittajyyteen-kannustetaan---Tällainen-on-hallituksen-yrittajyyspaketti/7565166>
- Manninen, Olli 2016. Palvele ja innosta. Artikkel. Viitattu 22.8.2016. <http://www.ekonomilehti.fi/palvele-ja-innosta/>
- Määttänen, Markku. Kommentti. Artikkelissa Pelander, Heidi 2016. Lempeä kriitikko. Turun Sanomat 22.3.2016.
- Mörttinen, Leena 2016. Artikkelissa Erotu intohimolla ja uudistu. Menestykseen tarvitaan intohimoa, paljon työtä, intuitioita, unelmia ja itseensä uskomista. Kylteripäivillä tarjottiin menestymisen eväitä. Ekonomi 1/2015, 44-46.
- Nylander, Sonja 2016. Suullinen tiedonanto 19.8.2016.

- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 1. painos. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Paasivaara, Leena & Nikkilä, Juhani 2010. Yhteisöllisyydestä työhyvinvointia. Helsinki: Kustannus-Osakeyhtiö Kotimaa/Kirjapaja.
- Palojärvi, Eeva 2016. Näin hallitus aikoo luoda 110 000 työpaikkaa: työtön sivutoimiseksi yrittäjäksi, työttömyysturvan voisi muuttaa starttirahaksi. Artikkel. Viitattu 21.8.2016. <http://www.hs.fi/politiikka/a1460426346251>
- Parkkola, Timo 2012. Lupa sotkeutua. Juohdntoa luovan alan talouden verkonsilmiin. Teoksessa Parkkola, Timo (toim.) Tilaa verkostoille! Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu, 10-15.
- Puustinen, Terho & Mäkeläinen, Mika 2013. Taivas+Helvetti Vol 1. 18 yrittäjää, jotka saivat lähes kaiken+3, jotka menettivät lähes kaiken. Porvoo: One by One Publishing Oy.
- Pikala, Anna 2016. Suullinen tiedonanto 15.8.2016.
- Piippo, Tuuti & Peltola, Miika 2012. Kantapään kautta. Kirja rohkeista epäonnistumisista. Latvia: BALTO print.
- Raeste, Juha-Pekka 2016. 80 päivää konttorilla—omat työpisteet katoavat, ja Elisalla jo joka kolmas työpäivä tehdään etänä. Artikkel. Viitattu 20.6.2016. <http://www.hs.fi/talous/a1462509307732?jako=0e38a49961c0c14b098b939fc1024683&ref=fb-share>
- Raina, Liisa 2012. Uusi Yhteisöllisyys. Kasvatusyhteisön rakentamisen ammattitaito. Tampere: Juvenes Print – Tampereen yliopistopaino.
- Ristikangas, Marjo-Riitta & Ristikangas, Vesa 2011. Valmentava johtajuus. Helsinki: WSOYpro OY.
- Salonen, Ville & Toikkanen, Petri 2015. Selittävä tekijä. Ihmistietoisuus liiketoiminnassa. Porvoo: Docendo Oy.
- Seipell, Tuija 2016. Kolumni: Tarpeeksi hyvä ei ole tarpeeksi hyvä. Kolumni. Viitattu 21.8.2016. <http://www.helsinkidesignweek.com/weekly/kolumni-tarpeeksi-hyva-ei-ole-tarpeeksi-hyva/?lang=fi>
- Seipell, Tuija, 2011. Teoksessa Tuominen, Saku & Kuulasmaa Risto 2011. Matkanopas. Entä jos kansainvälistymisessä on kyse vain kahdesta asiasta? Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi, 182.
- Sirkkilä, Hannu 2012. Rumaa ja rosoista? Vanhoista teollisuuskiinteistöistä luovan alan tiloiksi. Teoksessa Parkkola, Timo (toim.) Tilaa verkostoille! Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu, 21-34.
- SparkUp 2016. Viitattu 21.8.2016. <http://www.sparkup.fi/en>

- Spiik, Karl-Magnus 2004. Tulokseen tiimityöllä. Helsinki: WSOY.
- Spreitzer, Gretchen & Bacevice, Peter & Garrett, Lydon 2015. Harvard Business Review. Workspaces. Why People Thrive in Coworking Spaces. Artikkele. Viitattu 17.8.2016. <https://hbr.org/2015/05/why-people-thrive-in-coworking-spaces>
- Stenholm, Pekka 2016. Artikkelissa Havaste, Ellinoora 2016. Yrittäjyys on tapa ajatella ja tehdä asioita, jotka hyödyttävät yhteiskuntaa. Viitattu 5.9.2016. <http://lahjoita.utu.fi/pekka/>
- Strauss, Karsten 2013. Why Coworking Spaces Are Here To Stay. Artikkele. Viitattu 17.8.2016. <http://www.forbes.com/sites/karstenstrauss/2013/05/28/why-coworking-spaces-are-here-to-stay/#51fafc55a413>
- Söderlund, Evon 2015. Käänsin vihan rakkaudeksi. Teoksessa Strömsholm, Sonja, & Lahti, Emilia, & Järvilehto, Lauri & Koutaniemi, Meeri. Sisä. Tarinoita itsensä ylittämistä ja hyväntekemisestä. Porvoo: PS-kustannus, 151-162.
- Tuomas, Kerttu 2015. Artikkelissa Erotu intohimolla ja uudistu. Menestykseen tarvitaan intohimoa, paljon työtä, intuitioita, unelmia ja itseensä uskomista. Kylväpäivillä tarjottiin menestymisen eväitä. Ekonomi 1/2015, 44-46.
- Tuominen, Kari 2005. Teoksessa Niva, Mikael & Tuominen, Kari Benchmarking käytännössä. Itsearviointin työkirja. Hyviä periaatteita ja benchmarking-tutkimuksia. Turku: Oy Benchmarking Ltd.
- Tuominen, Saku & Koski, Jussi T. 2007. Kuinka ideat syntyvät? Luovan ajattelun käsikirja. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Tuominen, Saku & Kuulasmaa, Risto 2011. Matkanopas. Entä jos kansainvälistymisessä on kyse vain kahdesta asiasta? Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Turku Science Park Oy 2015. Startup-yhteisö. Viitattu 1.11.2015. <http://turkusciencepark.com/fi/palvelut/palvelut-aloittavalle-yritykselle/startup-yhteiso/>
- Turku Science Park Oy 2016. Aloittavan yrityksen palvelut. Viitattu 5.4.2016. <http://turkusciencepark.com/fi/palvelut/palvelut-aloittavalle-yritykselle/startup-yhteiso/>
- Turun TeknologiaKiinteistöt Oy, 2016. Turku Science Parkin kärkialat. Viitattu 21.8.2016. <http://www.teknologiakiinteistot.fi/fi/science-park/karkialat>
- Valkokari, Katri & Hyötyläinen, Raimo & Kulmala L. Harri & Malinen, Pekka & Möller, Kristian & Vesalainen Jukka (toim.) 2009. Verkot liiketoiminnan kehittämisessä. Porvoo: WSOYpro.

- Valtioneuvosto 2016. Valtioneuvoston viestintäosasto. Hallitus sopi vuoden 2017 talousarviosta- pääosassa työllisyys ja yrittäjyys. Tiedote 354/2016. Viitattu 5.9.2016. http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/10616/hallitus-sopi-vuoden-2017-talousarviosta-paaosassa-tyollisyys-ja-yrittajyys
- Vilkkä, Hanna 2015. Tutki ja kehitä. (4. Uudistettu painos). Juva: PS-kustannus.
- Webropol 2016. Kyselytutkimus ja kyselyt netissä. Viitattu 25.8.2016. <http://webropol.fi>
- Werstas Turku, 2016. Viitattu 20.8.2016. <http://www.werstasturku.fi/fi>
- Wirma Lappeenranta Oy. Startup-Millin tiloissa yritys yhteisön on suuri voimavara. Viitattu 18.8.2016. <http://www.wirma.fi/wirma/ajankohtaista/startupmill-tiloissayritysyhteiso-suuri-voimavara>
- Zack, Devora 2010. Networking for People Who Hate Networking. A field Guide for Introverts, The Overwhelmed, and The Underconnected. San Francisco Berrett-Koehler Publishers, Inc.

HAASTATTELUT

Kaikki haastattelut ovat Marita Tarvosen tekemiä.

- Anonyymi 1 2016. Yhteisön yrittäjä. 4.5.2016, Turku.
- Anonyymi 2 2016. Yhteisön yrittäjä. 25.4.2016, Turku.
- Herlin, Niko 2016. Great Minds Oy. 20.5.2016, Turku.
- Hohtari, Markku 2016. Hub 13. 4.5.2016, Turku (puhelinhaastattelu).
- Janhila, Leena 2016. Humak Creve. 15.5.2016, Turku.
- Kallio, Noora 2016. Turun Teknologia kiinteistöt Oy. 29.3.2016, Turku.
- Kangas, Voitto 2016. Startup Hub Maria 0-1. 30.5, Turku (puhelinhaastattelu).
- Nylander, Sonja 2016. Turku Science Park Oy. 29.3.2016, Turku.
- Pulkkinen, Arttu 2016. Flycam Oy. 20.5.2016, Turku.
- Trapp, Otto 2016. Vint Finland Oy. 4.5.2016, Turku.
- Turunen, Jose 2016. Creator Kehittämispalvelut Oy. 13.4.2016, Turku.
- Van der Woude, Aschwin 2016. Mind Offer. 25.4.2016, Turku.

LIITTEET

Liite 1 SparkUpin & Werstaan yhteisöfaliitaattorin ja Hostin/markkinointiasiantuntijan haastattelurunko (strukturoidu/teemahaastattelu)

Nimi, työnimi, työtehtävä
Milloin tilat perustettiin ja miksi?
Miten määrittelette SparkUpin ja Werstaan?

Millaisia yhteisöllisiä toimintamalleja haluaisitte yrittäjien välille?
Millaisia toimintamalleja olette jo kokeilleet, toimivatko ne?
Haluaisitteko yhteisöllisyyttä enemmän yrittäjien yhteisöjen välille vai molempiin erikseen?
Onko toimintamalleja, joita ei haluta?

Onko yrittäjillä kiinnostusta ja tarvetta yhteisöllisyyden edistämistä kohtaan?
Onko SparkUpin ja Werstaan yrittäjät tällä hetkellä keskenään tekemisissä?
Onko ollut yleistä esittelykierrosta?

Kuinka tiloista voitaisiin tehdä vieläkin enemmän yhteisöllisemmät?
Missä tiloissa yrittäjät tapaavat luontevimmin tai helpoiten?
Jos saisitte järjestää kesken työpäivän mitä vain yrittäjiä yhteen tuovaa, mitä se olisi?
Miten toiminnasta saataisiin jatkuvaa?
Onko yrittäjät kiinnostuneista nyt jo tällaisesta toiminnasta?
Mitkä ovat olleet kekseliäimpiä yhteisöllisyyttä edistäviä toimintamalleja, joista olette kuulleet tai mitä ovat tulleet vastaan?

Millaisen yhteisön haluaisitte tänne?
Miten yhteisöllisyys vaikuttaa työn tekemiseen? Onko sillä vaikutusta?
Miksi yrittäjäyys ja tällaiset yhteisöt ovat pinnalla?
Miksi yhteisöllisyys on ajankohtaista, miksi?
Mitkä asiat te näkisitte tärkeimmäksi yhteisöllisyyden edistämisessä?
Millaisia toimintamalleja haluaisitte oppaaseen?
Millainen on budjetti?
Muuta sanottavaa?

Liite 2 Yrittäjien haastattelurunko (strukturoidu/teemahaastattelu)

Nimi, yritys

Tunnetteko yrittäjiä SparkUpista ja Werstaasta?

Onko yhteisöllisyyden edistäminen tärkeää, miksi?

Miksi täällä kannattasi rakentaa hyvää yhteisöä?

Onko yrittäjien tunteminen tärkeää yrittäjien yhteisöjen kesken vai molemmissa erikseen?

Onko täällä yhteisiä arvoja tai missiota? Mitkä ne ovat?

Millainen on hyvä yhteisö?

Mikä on paras yhteisö, jossa olette käyneet tai olleet osana? Mikä teki siitä erityisen?

Miten tänne saataisiin paras mahdollinen yhteisö? Mitä pitäisi lisätä tai ottaa pois?

Millaista yhteisöllistä toimintaa on järjestetty?

Millaista toimintaa haluaisitte tänne?

Miten saataisiin mahdollisimman moni yrittäjä mukaan?

Kuinka usein toimintaa voisi järjestää?

Jos saisitte järjestää kesken työpäivän mitä vain yrittäjiä yhteen tuovaa, mitä se olisi?

Mikä olisi parasta, mitä yhteisöllisyydestä voisi syntyä?

Missä tiloissa tapaatte toisia yrittäjiä helpoiten?

Miten tiloista voitaisiin tehdä vieläkin yhteisöllisemmät, mitä haluaisitte tänne?

Muuta sanottavaa?

Liite 3 Benchmarking puhelinhaastattelunrun- got (strukturoidu haastattelu)

Benchmarking-haastattelu 1

Nimi, yhteisö/hub

Keistä yhteisönne muodostuu?

Millaiselle toiminnalle on yrittäjien puolelta kysyntää?

Kuinka säännöllisesti järjestätte yhteistä toimintaa?

Kuka yhteisiä hetkiä järjestää? Nimetty henkilö/tiimi?

Millainen olisi paras yhteisö, joka teille voisi syntyä?

Millaiset tilat teillä on?

Jos voisi järjestää yrittäjille mitä vain yhteistä toimintaa, mitä järjestäisit?

Miksi yhteisöllisyyttä on tärkeä edistää, onko?

Millainen on hyvä yhteisö?

Muuta sanottavaa?

Benchmarking-haastattelu 2

Nimi, yhteisö/hub

Milloin tilanne avataan ja miksi se haluttiin rakentaa?

Millainen on hyvä yhteisö?

Miksi on tärkeää edistää yhteisöllisyyttä yrittäjien yhteisössä?

Miten tulette edistämään hyvän yhteisön rakentumista tiloissanne?

Onko jo suunniteltu joitain toimintamalleja, joita tulette käyttämään?

Tiedättekö millaiselle toiminnalle on yrittäjien puolelta kysyntää?

Näetkö yhteisen toiminnan säännöllisyyden tärkeänä?

Onko teidän tulevilla tiloilla joku tietty henkilö tai tiimi, joka järjestää yhteisö-
listä toimintaa?

Millaiset teidän tiloista on rakentumassa?

Jos voisit järjestää yrittäjille mitä vain yhteistä toimintaa, mitä järjestäisit?

Osaatko vielä sanoa, mistä jutusta tulee teidän konseptin erikoisuus, josta muut
voisivat ottaa mallia?

Muuta sanottavaa?

Liite 4 Asiantuntijahaastattelu (teemahaastattelu & strukturoitu haastattelu)

Asiantuntijahaastattelu 1 (teemahaastattelu)

Nimi/Yritys/Yhteisö

Millaista verkostoituvaa toimintaa järjestäisit yrittäjille? Miksi?

Asiantuntijahaastattelu 2 (strukturoitu)

Nimi/Yritys/Yhteisö

Millainen on hyvä yhteisö?

Miten edistää hyvän yhteisön rakentumista yrittäjien yhteisöjen välille?

Onko tärkeää vahvistaa yrittäjien yhteisöjen yhteyttä?

Onko säännöllisyys toiminnassa tärkeää?

Kuka yhteisöllistä toimintaa voisi järjestää?

Millainen olisi paras mahdollinen yhteisö, joka tänne voisi muodostua?

Onko yhteisö jo halutunlainen?

Jos yrittäjille voisi järjestää mitä vain, mitä järjestäisit?

Mitä on tärkeää ottaa huomioon tätä yhteisöä rakentaessa?

Mitä kaipaavat tänne?

Muuta sanottavaa?

Liite 5 Kyselylomakkeen runko

YHTEISÖLLISYYS

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn! Kysely on osa kehittämistyötä, jossa selvitetään yhteisöllisyyttä yrittäjien välillä.

Kysely on tarkoitettu SparkUpin ja Werstaan toimijoille. Vastaamiseen menee noin 10 minuuttia.

Vastauksia käytetään yhteisöllisten toimintamallien suunnitteluun SparkUpissa ja Werstaassa. Kiitos vastauksistasi!

Kyselyn lähettämisen jälkeen sinun on halutessasi mahdollista osallistua tuotepalkinnon arvontaan!

1. Olen

SparkUpin toimija

Werstaan toimija

Muu, mikä?

2. Kuinka hyvin tunnet Werstaan ja Sparkupin toimijoita? (5=Tunnen kaikki, 4=tunnen lähes kaikki, 3=tunnen noin puolet, 2=tunnen vain muutaman, 1=en tunne ketään)

5 4 3 2 1

Tunnen kaikki Sparkupin toimijat

En tunne ketään Sparkupin toimijaa

Tunnen kaikki Werstaan toimijat

En tunne ketään Werstaan toimijaa

3. Haluaisitko tutustua paremmin SparkUpin ja Werstaan toimijoihin?

Kyllä

En

Ehkä

4. Mitkä asiat ovat tärkeitä yhteisöllisyyden näkökulmasta? (5=Erittäin tärkeä, 4=tärkeä, 3=melko tärkeä, 2=ei kovin tärkeä, 1=ei ollenkaan tärkeä)

5 4 3 2 1

TYÖHYVINVOINTIToiset toimijat tulevat tutuksi Yhteinen pelihetki (esimerkiksi pingis, katusalibandy, jalka-
kyykkykisa) Säännöllinen yhteinen tekeminen (esimerkiksi bingo) Yleinen tervehtiminen ja hyvän ilmapiirin edistäminen **YHTEISÖLLISYYS**Yhteisöllinen kisa sekajoukkuein, palkintona lounas tai kahvi Vieraileva viihdyttäjä (esimerkiksi Standup-koomikko) Yhteinen kahvitauko/lounas Yhteinen hetki "viikonvinkin" jakamiseen (esimerkiksi ruoka-
vinkki, pirkkaniksi) Hissitaulu, johon voi aloittaa keskustelun vapaasta aiheesta
(Mitä tekis ruuaksi kotona? Ketkä lähtis lounaalle tänään?) **YHTEISTYÖ**Verkostoituminen uusien yhteistyökumppaneiden löytämi-
seksi Yhteiset monialaiset projektit liiketoiminnan edistämiseksi Osaamisenvaihtopäivä (esimerkiksi työskentely päivän ajan
toisen projektissa) Teemakahvi/lounas (viikoittain vaihtuva yrittäjyyteen liittyvä
teema, josta voidaan keskustella, vaihtaa kokemuksia ja an-
taa vinkkejä) Jäätelöbaari + verkostoitumista/yhteistä keskustelua Muu, mikä? _____ **5. Kuinka usein osallistuisit yhteisölliseen hetkeen?**

- Päivittäin
- Viikoittain
- Kerran kahdessa viikossa
- Kerran kuussa
- Harvemmin

6. Jos työpaikalla voisi kesken päivän järjestää mitä vain, mitä se olisi?

7. Miten yhteisöllisiä tiloja voisi hyödyntää paremmin virkistäytymiseen ja rauhoittumiseen työpäivän aikana? (esimerkiksi pingis, NHL-peli, Playstation, lehdet, sohvut, pelit, katusäbä, rentoutumishuone, hierontatuoli)

8. Kuinka usein käyttäisit yhteisiä tiloja virkistäytymiseen tai rentoutumiseen?

- Päivittäin
- Viikottain
- Kerran kahdessa viikossa
- Kerran kuukaudessa
- Harvemmin

9. Onko yhteisöllisyys työpaikalla tärkeää?

- Kyllä
- Ei
- En tiedä

10. Olisitko itse valmis osallistumaan Sparkupin ja Werstaan yhteisöllisyyden rakentamiseen?

- Kyllä
- Ehkä
- En

11. Millaista osaamista/ideoita sinulla olisi SparkUpin ja Werstaan yhteisöllisyyden rakentamiseksi?

Kiitos vastauksistasi! Paina lähetä painiketta ja sen jälkeen osallistu halutessasi tuotepalkinnon arvontaan!