



Verkostoitumisen mahdollisuudet puutavara-autoilijoille

Taru Räsänen

Opinnäytetyö, AMK
Tammikuu 2025
Insinööri (AMK), logistiikka

Räsänen, Taru

Verkostoitumisen mahdollisuudet puutavara-autoilijoille

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Tammikuu 2025, 54 sivua.

Logistiikan tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö AMK.

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

Tiivistelmä

Puutavara-autokuljetusten logistiikka on keskeinen osa metsäteollisuutta, ja verkostoituminen on tullut yhä tärkeämmäksi alan kilpailun kasvaessa. Tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää, miten puutavara-autoilijat hyödyntävät verkostoitumisen mahdollisuuksia.

Tutkimus toteutettiin yhdistämällä määrällinen kyselytutkimus ja laadullinen teemahaastattelu. Kysely kohdistettiin verkostoyritykseen kuuluville puutavara-autoilijoille, ja haastattelu tehtiin verkostoyrityksen toimitusjohtajalle. Tutkimuksen tuloksista ilmeni, että puutavara-autoilijat hyödyntävät verkostoitumista monin eri tavoin, kuten alan erikoistuneiden verkostojen, suullisen yhteydenpidon ja alan tapahtumien kautta. Verkostot tarjoavat merkittäviä liiketoimintahyötyjä, kuten resurssien jakamista, asiakaskunnan laajentamista ja vastuullisuuden edistämistä. Verkostoitumisen suurimmiksi haasteiksi nousivat kilpailu, epäluottamus, ajanpuute ja maantieteelliset esteet.

Johtopäätöksenä todettiin, että verkostoituminen on tärkeä väline puutavara-autoilijoiden liiketoiminnan kehittämisessä ja kilpailukyvyn parantamisessa. Verkostojen täysimittainen hyödyntäminen edellyttää kuitenkin jatkuvaa kehittämistä, luottamuksen rakentamista ja avointa yhteistyötä. Tutkimuksen tuloksena luotiin posterit ”Verkostoitu fiksusti”, joka tarjoaa konkreettisia suosituksia ja vinkkejä puutavara-autoilijoiden verkostoitumiskäytäntöjen kehittämiseksi.

Avainsanat (asiasanat)

Puutavara-autoilijat, verkostoituminen

Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)

-

Räsänen, Taru

Networking opportunities for timber truck entrepreneurs

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, January 2025, 54 pages.

Degree Programme in Logistics. Bachelor's thesis.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

Timber truck logistic is keystone of the forest industry. Networking has become more important since the competition has grown on the industry. Research goal was to find out how timber truck entrepreneurs exploit networking.

Research was executed by combining a quantitative survey research and qualitative thematic interview. Survey was targeted to timber truck entrepreneurs in networking company. Interview was done with networking company's CEO.

The results of the study showed that timber truck entrepreneurs utilize networking in various ways, such as through industry-specific networks, verbal communication, and the industry events.

Networks offer significant business benefits, like sharing the resources, expanding the customer base and promoting responsibility.

Biggest challenges of networking were competition, distrust, lack of time and geographical barriers.

Conclusion was that networking is important tool in evolution of timber truck entrepreneurs business and competitiveness. Using full potential of networking requires continuous evolution, building a trust and open cooperation.

At the end of this research, "Network smartly" poster was created. It offers concrete recommendations and tips to develop networking practice for timber truck entrepreneurs.

Keywords/tags (subjects)

Timber truck entrepreneurs, networking

Miscellaneous (Confidential information)

-

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Tutkimusasetelma	4
2.1	Toimiala	4
2.2	Työn tarkoitus	4
2.3	Tutkimusmenetelmät	6
3	Verkostoituminen	9
3.1	Verkostoitumisen historia	10
3.2	Verkostotyypit	10
3.3	Verkostoitumisen peruspilarit	12
3.4	Verkostoituminen yritystoiminnassa	13
3.5	Verkostomaisen toiminnan merkitys ja syyt verkostoitumiselle	14
4	Verkostoitumisen haasteet	16
5	Verkostoitumisen hyötyjä ja mahdollisuuksia	18
6	Teoria yhteenveto	21
7	Oma toteutus	22
7.1	Kysely	23
7.2	Kyselyn tulokset	23
7.3	Haastattelu	34
7.4	Haastattelun tulokset	35
7.5	Avainteemat tuloksista	37
8	Johtopäätökset	38
8.1	Puutavara-autoilijoiden verkostoitumisen hyödyntäminen tällä hetkellä	38
8.2	Haasteet verkostoitumisessa	39
8.3	Verkostoitumisen hyödyt ja mahdollisuudet	41
9	Pohdinta	43
9.1	Työn merkittävyyden tarkastelu	43
9.2	Eettisyys ja luotettavuus	43
9.3	Jatkokehitysehdotukset	45
	Lähteet	47
	Liitteet	50
	Liite 1. Kysely puutavara-autoilijoille	50
	Liite 2. Haastattelun pohja	53
	Liite 3. Verkostoidu fiksusti	54

Kuviot

Kuvio 1. Verkostotyön peruspilarit	13
Kuvio 2. Työssäoloaika	24
Kuvio 3. Verkostoitumismahdollisuuksien hyödyntäminen	25
Kuvio 4. Verkostoitumismahdollisuudet työssä.....	26
Kuvio 5. Verkostoitumisella saavutetut hyödyt	28
Kuvio 6. Verkostoitumisen esteet ja haasteet	29
Kuvio 7. Verkostoitumisen tärkeys	31
Kuvio 8. Tärkeimmät hyödyt verkostoitumisessa	31
Kuvio 9. Verkostoitumisen vaikutus vastuullisuuskäytäntöihin	33
Kuvio 10. Avainteemat tuloksista	37

Taulukot

Taulukko 1. Verkostotyytit	11
Taulukko 2. Yritysten määrä puutavara-autokaluston mukaisessa järjestyksessä.....	15
Taulukko 3. Autojen lukumäärä	24

1 Johdanto

Puutavara-autokuljetukset ovat keskeinen osa metsäteollisuuden logistiikkaa, ja muodostavat tärkeän linkin raakapuun kuljetuksessa metsävarastoilta tehtaalle tai muihin käsittelyvaiheisiin.

Vaikka puutavara-autokuljetuksia on perinteisesti toteutettu pk-yrityksissä, toimialan muutokset, kuten kiristynyt kilpailu, kuljetuskustannusten nousu ja tiukentuvat ympäristösäädökset, ovat lisänneet yhteistyön ja verkostoitumisen merkitystä alalla. Nykypäivänä verkostoituminen on noussut yhdeksi keskeisimmäksi taidoksi työelämässä. Teknologian kehittyessä ja työmarkkinoiden muuttuessa verkostoitumisen merkitys korostuu entistäkin tärkeämmäksi. (Lindsberg 2024,19.)

Opinnäytetyön tarkoituksena on luoda ymmärrys, kuinka puutavara-autoilijat hyödyntävät verkostoitumisen ja yhteistyön tarjoamia mahdollisuuksia liiketoiminnassaan, sekä tunnistaa tekijät, jotka estävät yhteistyön syntymistä. Salminen (2015, 165) toteaa ” Jos et itse tiedä tai osaa jotain, kannattaa tuntea joku, joka tietää tai ainakin joku, joka tuntee jonkun, joka tietää tai osaa”. Tämä ajatus kuvastaa verkostoitumisen peruseriaatetta, jossa tiedon ja osaamisen jakaminen mahdollistaa yhteisöllisen ongelmanratkaisun ja tuo hyötyä kaikille osapuolille.

Tutkimus toteutetaan yhdistämällä kyselytutkimus verkostoyritykseen kuuluville puutavara-autoilijoille, sekä teemahaastattelu verkostoyrityksen toimitusjohtajalle. Näiden menetelmien avulla pyritään saamaan kattavaa tietoa puutavara-autoilijoiden verkostoitumiskäytännöistä ja niiden vaikutuksista liiketoimintaan. Työn tuotoksena syntyy posterit, jossa esitetään käytännönläheisiä suosituksia verkostoitumisen edistämiseksi. Työn tulokset kokoavat yhteen verkostoitumisen hyödyt, haasteet ja mahdollisuudet, tarjoten kattavan näkemyksen siitä, kuinka verkostoituminen voi tukea puutavara-autoilijoiden liiketoimintaa ja mitkä tekijät ovat tärkeää huomioida verkostoyhteistyössä.

2 Tutkimusasetelma

2.1 Toimiala

Puutavara-autokuljetukset ovat kriittinen osa metsäteollisuuden raaka-ainekuljetuksia. Puutavaran kaukokuljetus metsävarastolta tehtaalle käynnistyy lähes aina autokuljetuksella, ja puut kuljetaan joko suoraan tehtaalle tai siirretään rautatie-, uitto- tai aluskuljetukseen. Käytännössä siis kaikki puutavara on jossain vaiheessa osana kuljetusketjua autolla. Tämä tekeekin autokuljetuksesta korvaamattoman osan metsäteollisuuden logistiikkaa. (Kuljetusmuodot 2023; Alatalo, Heikkilä, Hirvonen, Kärki, Lahtela, Niemelä, Olli, Parkkonen, Rumpunen, Saarentaus, Terävä, Oijala, Hänninen, Pennanen, Rajamäki & Väkevä 1997, 2.)

Suomessa puutavara-autokuljetukset hoidetaan pääasiassa yksityisten yrittäjien tarjoamilla kuljetuspalveluilla, joiden asiakkaita ovat metsäteollisuusyritykset ja valtio-omisteinen Metsähallitus. Kuljetusten onnistunut toteuttaminen edellyttää sujuvaa yhteistyötä organisaatioiden kaikilla tasoilla, mikä korostaa verkostoitumisen merkitystä kuljetusketjun tehokkuuden ja toimialan jatkuvuuden kannalta. Menestyksen avaintekijöitä ovat verkostomaisen toiminnan tehokas hallinta, ja lisäksi esimerkiksi henkilöstöhallinto on tärkeä osa yritysten tuloksellista toimintaa. Puutavara-autokuljetusyrittäjät ovatkin muodostaneet yhteistyöverkostoja, jotka mahdollistavat laajempien ja monipuolisempien palvelukokonaisuuksien tarjoamisen asiakkaille. (Alatalo ym. 1997, 4; Kuljetusyrittäjyys 2023.)

2.2 Työn tarkoitus

Verkostoituminen voi toimia keskeisenä välineenä, jonka kautta itsenäiset kuljetusyrittäjät, kuten puutavara-autoilijat, voivat kohdata alan muutoksia yhdessä. Työn tarkoituksena on ymmärtää, kuinka verkostot voivat tukea resurssien jakamista, tiedon välittämistä ja uusien yhteistyömallien luomista kuljetusyrittäjille. Verkostoituminen voi tarjota puutavara-autoilijoille mahdollisuuden jakaa resursseja, kuten kalustoa, ja hyödyntää toistensa osaamista, mikä parantaa toiminnan tehokkuutta ja kestävyyttä. Samalla verkostot luovat tilaa innovatiivisten yhteistyömallien kehittämiseksi, jotka voivat edesauttaa kilpailukyvyyn parantamista laajemmassa logistiikkaketjussa.

Tutkimuksen aihe, verkostoitumisen mahdollisuudet puutavara-autoilijoille, on ajankohtainen ja relevantti alan kehittämisen sekä kestäväen kehityksen näkökulmista. Verkostoituminen puutavara-

autoilijoiden keskuudessa tarjoaa merkittäviä etuja ekologisen, taloudellisen, sosiaalisen sekä kulttuurisen kestävyden edistämiseksi. Nämä asiat tekevät aiheesta ajankohtaisen ja tärkeän nykyisessä liiketoimintaympäristössä.

Ekologinen kestävyys on yhä tärkeämpää nykypäivän liiketoimintaympäristössä. Puutavara-autoilijat ovat avainasemassa metsäteollisuuden logistiikkaketjussa, ja heidän toiminnallaan on suora vaikutus ympäristöön, erityisesti päästöjen ja polttoaineen kulutuksen osalta. Verkostoituminen mahdollistaa ympäristöystävällisempien käytäntöjen ja innovaatioiden jakamisen muiden kuljetusyritysten ja metsäteollisuuden toimijoiden kanssa. Yhteistyö tukee reittien optimointia, polttoaineen kulutuksen vähentämistä ja päästöjen hallintaa, mikä edistää ekologista kestävyttä ja voi vähentää alan ympäristövaikutuksia. Tiukentuvat ympäristösäädökset ja kuljetusalan muutokset tekevät verkostoitumisesta entistä ajankohtaisempaa ja tarpeellisempaa.

Puutavara-autoilijoiden verkostoituminen edistää **taloudellista kestävyttä** monin eri tavoin. Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa mahdollistaa kuljetusreittien ja resurssien optimoinnin, mikä vähentää kustannuksia ja polttoaineen kulutusta. Tämä parantaa yritysten kustannustehokkuutta ja ajoneuvojen käyttöastetta. Verkostoituminen voi myös avata uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja parantaa kilpailukykyä, erityisesti pienille ja keskikokoisille yrityksille. Lisäksi sen avulla voidaan jakaa taloudellisia riskejä ja tukea ympäristöystävällisempien käytäntöjen käyttöönottoa, mikä auttaa sopeutumaan tiukentuvaan sääntelyyn. Eli voitaisiin sanoa, että verkostoituminen tukee alan taloudellista kestävyttä pitkällä aikavälillä.

Sosiaalinen kestävyys korostuu verkostoitumisessa, sillä se voi parantaa työoloja ja edistää työntekijöiden hyvinvointia. Yhteiset koulutukset ja turvallisuusstandardien jakaminen voivat lisätä työturvallisuutta, mikä on erityisen tärkeää puutavara-autoilijoiden työympäristössä, jossa liikkuminen tiellä voi olla haastavaa ja vaarallista. Verkostoituminen edistää työyhteisön yhteenkuuluvuuden tunnetta ja edistää vertaistuen tarjoamista, jolloin työntekijät voivat jakaa resursseja ja kokemuksia keskenään. Tällainen verkostoituminen voi parantaa työhyvinvointia sekä lievittää uupumusta ja stressiä.

Verkostoituminen voi myös tukea **kulttuurista kestävyttä** erityisesti alueellisten ja paikallisten erityispiirteiden huomioimisen kautta. Puutavara-autoilijat toimivat eri puolilla Suomea, ja kullakin alueella on omat työskentelyperinteet ja tavat. Verkostot tarjoavat tilaisuuden jakaa tietoa ja parhaimpia käytäntöjä, jotka soveltuvat kullekin alueelle. Tämä tukee yhteisten arvojen ja toimintatapojen kehittymistä, mikä puolestaan vahvistaa alan yhteisöjä. Kulttuurinen kestävyys voi näin ollen tukea verkostojen kehitystä ja luoda pohjan toimivalle yhteistyölle puutavara-autoilijoiden keskuudessa.

Tietoperustan perusteella luodaan käsitys verkostoitumisen haasteista, hyödyistä sekä mahdollisuuksista. Opinnäytetyössä hyödynnettiin kolmea tutkimuskysymystä, joiden avulla saadaan tietoa verkostoitumisesta:

- Miten puutavara-autoilijat hyödyntävät tällä hetkellä verkostoitumista?
- Mitä haasteita verkostoitumiselle on puutavara-autoilijoiden keskuudessa?
- Mitkä ovat verkostoitumisen hyödyt ja mahdollisuudet puutavara-autoilijoille?

2.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus toteutetaan tapaustutkimuksena, koska se keskittyy tarkastelemaan syvällisesti ja monipuolisesti yhtä tapausta, verkostoyritykseen kuuluvien puutavara-autoilijoiden verkostoitumista. Tapaustutkimukselle on tyypillistä, että tutkitaan vain yhtä tapausta tai rajattua ilmiötä, jonka avulla pyritään ymmärtämään sen erityispiirteet ja toimintaa (Kananen 2015, 76). Tässä tutkimuksessa on valittu yksi verkostoyritys tarkasteltavaksi kohdeyritykseksi, sillä se tarjoaa konkreettisen esimerkin puutavara-autoilijoiden verkostoitumisesta. Näin ollen tutkimus keskittyy yhteen yritysverkostoon, joka mahdollistaa verkostoitumisen vaikutusten ja mahdollisuuksien syvällisen tarkastelun.

Tapaustutkimus on valittu tutkimusmenetelmäksi, koska Kananen (2015, 76) mukaan se mahdollistaa useiden aineistonkeruumenetelmien yhdistämisen. Tässä tutkimuksessa yhdistetään sekä kvalitatiiviset että kvantitatiiviset aineistonkeruumenetelmät, mikä tukee tutkimuksen monipuolista lähestymistapaa. Tapaustutkimuksessa voidaan käyttää monimenetelmällistä lähestymistapaa,

jossa yhdistetään laadulliset ja määrälliset menetelmät, joko rinnakkain tai peräkkäin. Tämä lähestymistapa mahdollistaa erilaisten aineistonkeruumenetelmien hyödyntämisen, jolloin saadaan kattavampaa ja syvällisempää tietoa tutkimuksen kohteesta. Monimenetelmällisen tutkimuksen etuna on se, että oikein toteutettuna laadulliset ja määrälliset menetelmät tukevat toisiaan. Toinen menetelmä voi täydentää toista ja täyttää mahdollisia puutteita, joita yksi menetelmä saattaisi jättää. Tällöin tutkimuskysymyksiin voidaan vastata monipuolisemmin kuin pelkästään yhden menetelmän avulla. (Eriksson & Koistinen 2014, 10.)

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa yleisin aineistonkeruumenetelmä on kysely, jonka avulla kerätty data analysoidaan tilastollisin menetelmin. Tällöin keskeisiä analyysivälineitä ovat muun muassa erilaiset tunnusluvut ja suorat jakaumat, joiden avulla voidaan kuvata ja tulkita aineiston piirteitä. Tutkimuksessa keskitytään valittuun ryhmään, joka muodostaa tutkimuksen kohderyhmän eli populaation. Koko populaatiota ei aina tarvitse tutkia, erityisesti jos se on suuri, sillä huolellisesti valittu otos voi antaa tarpeeksi luotettavan kuvan koko ryhmästä. (Kananen 2019, 30.) Määrällinen tutkimus edellyttää myös, että ilmiöstä on olemassa ennakkotietoa ja teoriaa. Tutkijan tulee ymmärtää ilmiön keskeiset tekijät tai muuttujat sekä niiden väliset suhteet, ennen kuin niitä voidaan alkaa mitata määrällisillä menetelmillä, kuten kyselylomakkeilla. (Kananen 2015, 197.)

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa aineistoa voidaan kerätä suorilla keskusteluilla, kuten haastatteluilla. Haastattelujen yleisin muoto on teemahaastattelu, joka tarjoaa syvällisempää tietoa tutkittavasta ilmiöstä. (Kananen 2019, 29.) Laadullisessa tutkimuksessa primääriaineisto, eli esimerkiksi haastattelut ja havainnot, kerätään niiltä henkilöiltä, jotka ovat suoraan yhteydessä tutkittavaan aineistoon (mts. 30). Hirsjärvi, Remes, Sajavaara (2009, 161) korostavat kirjassaan, että kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tutkittavaa asiaa syvällisesti ja monilta eri näkökulmilta, ei pelkästään mittaamalla sitä. Tällöin haastateltavien valinta on tärkeä vaihe, ja onkin olennaista valita juuri oikeat henkilöt, jotka voivat tuoda arvokasta tietoa tutkittavasta ilmiöstä joko oman kokemuksensa perusteella tai asiantuntemuksensa kautta. Haastateltavien valintaa täytyy perustella huolellisesti, jotta saadaan tutkimuksesta esiin syvällistä ja paikkansapitävää tietoa tutkittavasta aiheesta. (Kananen 2019, 30.) Laadullisen tutkimuksen analysointi voi olla haastavaa, koska vaihtoehtoja on monia, eikä sille ole tarkkoja sääntöjä. Tämä tekee analyysistä

joustavaa mutta myös epäselvempää verrattuna kvantitatiivisiin menetelmiin, joissa on selkeämmät rakenteet ja säännöt. (Hirsjärvi ym. 2009, 224.) Laadullisessa tutkimuksessa, kuten teema-haastattelun avulla kerätyssä aineistossa, pyritään ymmärtämään ilmiötä eri näkökulmista. Kun teemahaastattelu on huolellisesti suunniteltu, aineistoissa voi olla piileviä ratkaisuja, jotka tulee löytää. Aineistosta voidaan etsiä rakenteita, prosesseja ja malleja, ja tiivistämällä saadaan esiin suurempia kokonaisuuksia. (Kananen 2010, 60–61.)

Määrällinen osuus tutkimuksessa toteutetaan kyselylomakkeen avulla, joka lähetetään verkostoyritykseen kuuluville puutavara-autoilijoille. Puutavara-autoilijat ovat tutkimuksen kohderyhmä, joten heidän vastauksensa tarjoavat tärkeää tietoa verkoston toiminnasta arjessa, sekä sen haasteista ja hyödyistä. Kyselylomake toteutetaan Webropol-sivustolla, mikä mahdollistaa kätevän ja laajamittaisen aineistonkeruun. Laadullinen osuus toteutetaan teemahaastattelulla, jossa vastauksia ei rajoiteta valmiisiin vaihtoehtoihin, vaan haastateltava saa vastata omin sanoin esitettyihin kysymyksiin. Tämä mahdollistaa syvällisien ja monipuolisien näkemysten ja kokemusten esiin tuomisen. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47.) Teemahaastattelu on valikoitu käytettäväksi, koska se mahdollistaa keskittymisen tiettyyn aiheeseen tai teemaan. (mts. 47). Haastateltavaksi on valittu verkostoyrityksen toimitusjohtaja, koska hänellä on syvä ja asiantunteva käsitys verkostoitumisesta puutavara-autoilijoiden keskuudessa, sekä sen vaikutuksista. Toimitusjohtajalla on keskeinen rooli verkoston toiminnan kehittämisessä ja hän pystyy antamaan arvokasta tietoa verkostoitumisesta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista ja haasteista. Tämä monimenetelmällinen lähestymistapa, jossa yhdistetään määrällinen ja laadullinen aineistonkeruu, mahdollistaa erilaisien näkökulmien tarkastelun sekä ne tukevat toisiaan, minkä avulla saadaan kattavampi ja syvällisempi kuva tutkimusaiheesta.

3 Verkostoituminen

Nykypäivänä verkostoituminen on noussut yhdeksi keskeisimmäksi taidoksi työelämässä. Teknologian kehittyessä ja työmarkkinoiden muuttuessa verkostoitumisen merkitys korostuu entistäkin tärkeämmäksi. Ammatilliset verkostot eivät ole enää pelkästään etu, vaan monille ne ovat elintärkeitä urakehityksen, uusien mahdollisuuksien ja työssä jaksamisen kannalta. Mutta mitä se verkostoituminen sitten itse asiassa onkaan ja miksi se on niin tärkeää?

Vaikka verkostot ovat olleet olennainen osa työ- ja muuta elämää jo vuosisatojen ajan, nykyään verkostoitumisesta puhutaan kuitenkin enemmän kuin koskaan. Tämä ilmiö on ollut olemassa jo kauan ennen kuin sille syntyi varsinainen käsite. Mikä sitten on tehnyt verkostoitumisesta niin tärkeää, että se nousee jatkuvasti esille mediassa, verkkokursseilla ja tapahtumissa? Vastaus löytyy työelämän suurista muutoksista viime vuosikymmenien aikana. Verkostoitumisesta on tullut tärkeä osa työntekoa, ammatillista kehittymistä sekä työssä jaksamista. (Lindsberg 2024, 19.)

Kirjailija Laura Lindsbergin kirjassa (2024, 20) Verkostoitumisen taito on tuotu esiin Finland Young Professional- verkoston tutkimus, jonka mukaan jopa 93 prosenttia vastaajista pitää verkostoitumista nykyajan työelämässä joko merkittävänä tai erittäin merkittävänä asiana. Työelämä on muuttunut merkittävästi viimeisten vuosikymmenten aikana, vielä puoli vuosisataa sitten tärkeintä oli hankkia koulutus, jonka avulla saatiin ensimmäinen työpaikka ja suunta uralle eläkeikään asti. Nykyään ainoa varma asia työelämässä on jatkuva muutos. Digitalisaation, teknologian ja tekoälyn nopea kehitys, globalisaation vaikutukset, väestön ikääntyminen sekä työnteon monimuotoistuminen muokkaavat maailmaa nopeaan tahtiin. (Mts. 19–20.)

Nämä muutokset heijastuvat suoraan työelämään ja uramahdollisuuksiin. Uudet trendit ovat tulleet tutuksi viime vuosikymmeninä, ja valinnanvaraa onkin enenevässä määrin. On myös mahdollista muuttaa urasuunnitelmia radikaalisti kesken elämän. Tämä luo paljon mahdollisuuksia, mutta toisaalta lisää painetta ja epävarmuutta. Jotta pysyy kehityksessä mukana, on tärkeää päivittää jatkuvasti omaa osaamistaan. Kun tarjolla on yhä enemmän mahdollisuuksia, keskittyminen olennaiseen nousee entistäkin tärkeämmäksi. (Mts. 20.)

Kun verkostoitumisen merkitys on kasvanut, niin mikä sitten on sen määritelmä? Verkostoituminen on sosiaalisten suhteiden luomista ja ylläpitämistä eri ihmisten sekä organisaatioiden välillä.

Verkostot koostuvat ryhmästä yksilöitä tai organisaatioita (Airila & Bergbom 2017, 6). Verkostoitumisen avulla voidaan saavuttaa uusia ammatillisia mahdollisuuksia, uralla kehittymistä, sekä saada tukea työelämään liittyviin haasteisiin. Toiminta perustuu yhteistyöhön, jonka tarkoituksena on luoda suhteita, jotka hyödyttävät kaikkia osapuolia, eikä ainoastaan tavoitella omaa etua.

(Verkostoituminen, n.d.)

3.1 Verkostoitumisen historia

Lindsbergin (2024, 16) mukaan verkostoituminen on asia, jota kaikki tekevät, toiset tietoisesti ja suurin osa huomaamattaan. Sosiaaliset suhteet ja verkostot ovat aina olleet olennainen osa ihmisten elämää, mutta työelämässä niiden merkitys korostui teknologian kehittymisen myötä (mts. 16).

Verkostoitumisen merkitys alkoi kasvaa erityisesti 1700- ja 1800- luvuilla, kun merentakainen kaupankäynti yleistyi ja samalla korostui luottamuksen tarve. Monet asiantuntijat ovat sitä mieltä, että verkostoitumisesta tuli tärkeä osa liiketoimintaa juuri silloin, kun yritykset alkoivat tehdä kauppaa ulkomaisten kanssa eri välikäsien kautta. Verkostojen avulla luotiin puitteita luotettavalle toiminnalle, ja luottamus mahdollistikin kilpailun ja yhteistyön rinnakkaiselon. (Tontts 2019, 15.)

Teollisen vallankumouksen aikakautta on myös kutsuttu sosiaalisen vallankumouksen ajaksi. Tavat, joilla ihmiset pukeutuivat, puhuivat, pitivät lupauksiaan sekä kohtelivat toisiaan, muodostivat tällöin kirjoittamattomia sääntöjä yhteiskunnassa. Sosiaalisten taitojen kehittäminen ja verkostoihin kuulumisen kasvattivat ihmisten luottamusta toisiaan kohtaan, mikä puolestaan vahvisti verkostojen toimivuutta ja arvostusta. (Mts. 15.)

3.2 Verkostotyypit

Yrittäjän henkilökohtaisten suhteiden merkitys korostuu yritystoiminnassa erityisesti silloin, kun yritys on uusi tai erottuu muista. Yrittäjällä voi olla monenlaisia verkostosuhteita, joiden tarkoitukset vaihtelevat. (Toivola 2006, 24.) Pienten yritysten verkostot voidaan jakaa eri tyyppeihin, kuten taulukossa 1 on esitetty.

Taulukko 1. Verkostotyypit (Toivola 2006, 25, muokattu)

Verkkotyyppi	Kuvaus
Vaihdantaverkosto	Yritysten välinen yhteistyö, jonka toimintaan vaikuttavat sekä vuorovaikutus- että sosiaaliset verkostot.
Vuorovaikutusverkosto	Verkostosuhteita, joiden kanssa ei tehdä kauppaa, vaan vaihdetaan tietoa.
Sosiaalinen verkosto	Verkostot ovat aina ihmisten välisiä. Sosiaaliset verkostot rakentuvat perheen, ystävien ja tuttavien kesken.
Vertikaalinen verkosto	Saman arvoketjun jäseniä, joissa tuotteet tai palvelut täydentävät toisiaan.
Horizontaalinen verkosto	Saman toimialan sisällä toimivia kilpailijoiden välisiä yhteistyöverkostoja.

Toivolan (2006, 24) mukaan yritysten verkostot voidaan jakaa kolmeen tyyppiin: vaihdantaverkostoihin, vuorovaikutusverkostoihin ja sosiaalisiin verkostoihin. Vaihdantaverkostoissa yritykset tekevät yhteistyötä, joka perustuu tuotantoon tai kaupankäyntiin. Tällöin verkostojen toimintaan vaikuttavat myös vuorovaikutus- ja sosiaaliset verkostot. Vuorovaikutusverkostoissa ei käydä suoraa kauppaa, vaan osapuolet vaihtavat tietoa keskenään. Tällaisia verkostoja voivat olla esimerkiksi suhteet pankkien ja tilitoimistojen kanssa. (Mts. 24.)

Yrittäjälle henkilökohtaiset verkostot ovat erityisen tärkeitä pienyrityksissä, joissa resurssit ovat rajalliset. Henkilökohtainen verkosto toimii tukiverkkona, johon yrittäjä voi tukeutua vaikeina aikoina. Yrittäjillä on sekä virallisia että epävirallisia verkostoja, ja hänen kykynsä luoda ja kehittää näitä verkostoja on oleellista. Viralliset verkostot muodostuvat organisaatioista kuten pankit ja tili-toimistot, joiden kanssa tehdään liiketoimintaa. Epäviralliset verkostot taas rakentuvat henkilökohtaisista suhteista, kuten perheestä ja ystävistä. Epävirallisten verkostojen rooli on erityisen merkittävä yrityksen alkuvaiheessa, mutta niiden arvo säilyy tärkeänä myös koko yrityksen toiminnan ajan. (Mts. 24.)

Toivola (2006, 24) korostaa kirjassaan, että sosiaaliset verkostot ovat merkityksellisiä yrittäjälle ja johdolle, sillä ne voivat tukea liiketoiminnan kehittämistä. Sosiaaliset verkostot muodostuvat usein perheen, ystävien ja tuttavien välisistä suhteista. Nämä verkostot voivat vaikuttaa merkittävästi yrityksen mahdollisuuksiin, kustannuksiin sekä toimintaan, ja näin voivatkin toimia kilpailuetuna. Sosiaaliset verkostot voivat johtaa sekä vertikaalisiin että horisontaalisiin suhteisiin ja perustuvat

luottamukseen, mikä tekee niistä erityisen arvokkaita. Ilman sosiaalista verkostoa tällaisia luottamukseen pohjautuvia suhteita olisi vaikea rakentaa. (Mts. 24.)

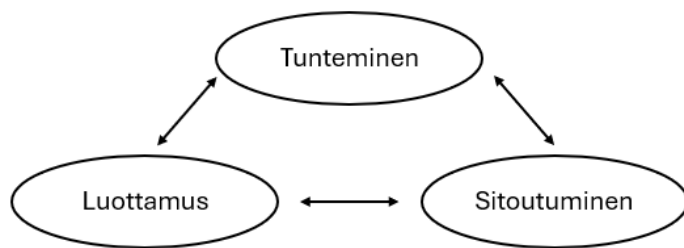
Yritysten verkostoista voidaan erottaa siis vertikaaliset ja horisontaaliset verkostot. Vertikaaliset verkostot koostuvat saman tuotanto- tai arvoketjun osapuolista, joiden tuotteet täydentävät toisiaan. Horisontaaliset verkostot puolestaan muodostavat saman toimialan yrityksistä, jotka kilpailevat keskenään, mutta tekevät yhteistyötä yhteisten etujen saavuttamiseksi. (Mts. 24.)

3.3 Verkostoitumisen peruspilarit

Verkostoitumisen onnistumiseen vaikuttaa monet eri elementit, ja tutkimuksissa onkin tunnistettu kymmeniä, ellei satoja eri tekijöitä. Käytännön työssä on kuitenkin mahdotonta keskittyä kaikkiin yksityiskohtiin samanaikaisesti, kun toimintaa ohjaa arjen kiireellisyys ja tarve reagoida nopeasti nykyhetkeen. (Järvensivu 2019, 60.) Järvensivu (2019, 60) korostaa, että verkostoitumisen kokonaisuuden hahmottaminen on tärkeää, mutta erityisen tärkeää selkeyttää ne ydinasiat, jotka ovat avainasemassa.

Järvensivun (2019, 61) mukaan kolme keskeisintä onnistumisen tekijää ovat tunteminen, luottamus ja sitoutuminen. Yhteistyö ei voi käynnistyä ilman, että osapuolet tuntevat toisensa. Tunteminen on perusta, jolle luottamus rakentuu. Ilman luottamusta yhteistyö ei voi syventyä, vaikka osapuolet tuntevatkin toisensa. Syvämpi luottamus mahdollistaa avoimemman tiedon ja osaamisen jakamisen, mikä on ratkaisevaa toiminnan kehittymiselle. (Mts. 61.) Järvensivu (2019, 61) toteaa kirjassaan, että pelkkä tunteminen ja luottamus eivät riitä, tarvitaan myös sitoutumista, jotta yhteistyö etenee konkreettisiksi toimenpiteiksi. Tunteminen, luottamus ja sitoutuminen vaikuttavat kaikki toisiinsa ja voivatkin muodostaa toisiaan vahvistavia suhteita (mts. 62).

Tämä suhde voi käynnistyä esimerkiksi tutustumisen kautta. Kun opimme tuntemaan toisen osapuolen, syntyy luottamus, ja tätä kautta sitoudutaan yhteisiin tavoitteisiin. Toisaalta suhde voi alkaa myös luottamuksesta, jolloin yhteistyökumppania voi aluksi tuntea vain vähän, mutta silti päätetään luottaa häneen ja aloittaa yhteinen projekti, jonka aikana tuntemus syvenee. Kolmas mahdollisuus on sitoutua ensin johonkin yhteiseen tehtävään ja antaa sen myötä luottamuksen ja tuntemisen kehittyä ajan mittaa. (Mts. 62.)



Kuvio 1. Verkostotyön peruspilarit (Järvensivu 2019, 61, muokattu)

Järvensivun (2019, 62) mukaan nämä kolme tekijää tunteminen, luottamus ja sitoutuminen ovat keskeisiä siksi, että ne luovat perustan yhteistyölle ja sen onnistumiselle. Verkostoitumisesta saadaan parhaat tulokset, kun toimijoilla on yhteiset tavoitteet, ja kun verkosto tarjoaa kaikille osapuolille vastavuoroisesti hyötyä. Usein verkostoitumista tarvitaan juuri niissä tilanteissa, joissa yhteiset tavoitteet eivät ole vielä selvillä. Tällöin onkin erityisen tärkeää panostaa tuntemisen, luottamuksen ja sitoutumisen rakentamiseen, jotta yhteiset tavoitteet sekä hyöty löydetään yhteistyön aikana. (Mts. 62.) Yllä oleva kuvio 1 havainnollistaa näiden kolmen tekijän keskinäistä yhteyttä. Tunteminen toimii perustana luottamukselle, joka puolestaan mahdollistaa syvemmän sitoutumisen yhteistyöhön ja konkreettisten toimenpiteiden toteuttamiseen.

3.4 Verkostoituminen yritystoiminnassa

Verkostoituminen tarjoaa yrittäjille merkittäviä mahdollisuuksia liiketoiminnan kasvattamiseen ja kehittämiseen, erityisesti uusien resurssien, tiedon sekä mahdollisuuksien kautta. Hyvin rakennetut verkostot voivat auttaa hankkimaan uusia asiakkaita, sijoittajia sekä yhteistyökumppaneita. Lisäksi ne voivat toimia tärkeässä roolissa tukien tai neuvonantajina yrittäjyyden haasteiden ja mahdollisuuksien keskellä. Verkostoituminen on erityisen tärkeää pienille yrityksille, sillä sen avulla

päästään käsiksi uusille markkinoille, sekä voidaan jakaa resursseja muiden samanlaisten toimijoiden kanssa. (Lindsberg 2024, 200.)

Verkostot voidaan kuvata kahden tai useamman itsenäisen yrityksen väliseksi pitkäaikaiseksi yhteistyöksi, jossa yritykset toimivat yhdessä parantaakseen kilpailuasemaansa. Yrittäjän verkostoosaaminen tarkoittaa hänen kykyään luoda, kehittää ja hallita verkostoja sekä hyödyntää niitä strategisena työkaluna liiketoiminnassa, kuten Toivola (2006, 22) toteaa kirjassaan. Yrityksen kilpailukyky ei perustu pelkästään tietoon ja osaamiseen, vaan yhä enemmän sen kykyyn verkostoitua ja tehdä yhteistyötä. Tämä tarkoittaa taitoa rakentaa luottamukseen, avoimeen viestintään ja sitoutumiseen pohjautuvia verkostosuhteita. (Hakanen, Heinonen & Sipilä 2007, 24.)

3.5 Verkostomaisen toiminnan merkitys ja syyt verkostoitumiselle

Nykypäivänä verkostoitumisen ja yhteistyön merkitys korostuu erityisesti myös logistiikka-alalla, jossa liiketoimintaympäristö muuttuu nopeasti. Pk-yrityksissä verkostoituminen nähdään keskeisenä kasvukeinona. Jyväskylän ja Itä-Suomen yliopistojen tutkimuksessa todettiin, että verkostoituminen on elintärkeää pk-yritysten kasvulle, ja monet niistä tavoittelevat yhteistyön kautta liiketoimintansa laajentamista. (Toivola 2006, 73; Onnistunut verkostoituminen edellyttää yrittäjiltä vahvaa vuorovaikutusosaamista 2020.) Kun kilpailutilanteet kiristyvät, yhä harvempi yritys pärjää yksin omilla resursseillaan. Yritykset tarvitsevat muiden osaamista, tietoa ja resursseja entistä enemmän. Yhdessä toimimalla on helpompi saavuttaa tavoitteita, joita yksin olisi vaikea saavuttaa (Toivola 2006, 9).

Tämä näkyy myös puutavara-alalla, jossa metsäteollisuus ja kuljetusyritykset ovat yhä enemmän riippuvaisia yhteistyöstä. Metsäalan lehdessä julkaistun tiedon mukaan yhden yhdistelmän autoilijat ovat yleisin vaihtoehto puutavara-autoyrittäjien keskuudessa, mikä korostaa verkostojen ja yhteistyön roolia toimialan kehityksessä, katso alla oleva taulukko 2.

Taulukko 2. Yritysten määrä puutavara-autokaluston mukaisessa järjestyksessä. (Nurmi 2024)

Yritysten määrä puutavara-autokaluston mukaisessa järjestyksessä
Kehitys 2018 – 2024, Perustiedot: Trafi / Ajoneuvoliikennerekisteri

Autotyyppi/yritys	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018
29	1	0	0	0	0	0	0
28	0	0	0	0	0	0	0
27	0	0	0	1	0	0	0
26	0	0	0	0	0	0	0
25	0	1	0	0	0	0	0
24	0	0	1	0	1	0	0
23	0	1	1	1	0	1	0
22	1	1	0	0	0	1	1
21	0	0	0	0	1	0	0
20	1	0	1	1	1	0	0
19	0	0	0	0	0	1	1
18	1	0	0	0	0	0	0
17	1	2	1	1	1	0	1
16	0	3	1	2	0	1	0
15	5	1	0	0	1	2	0
14	0	1	4	2	3	0	1
13	4	3	2	1	2	2	3
12	2	3	4	2	1	3	3
11	3	3	2	4	2	4	3
10	5	1	3	5	5	4	2
9	6	9	4	3	3	4	7
8	6	12	9	8	10	12	5
7	15	7	12	13	13	11	13
6	14	15	12	10	16	18	16
5	28	20	21	21	17	25	23
4	38	39	34	34	33	29	33
3	58	53	67	67	60	65	64
2	117	124	130	135	140	135	128
1	242	254	270	290	331	341	356
Yrityksiä yhteensä	548	553	579	601	641	659	660

Verkostoitumisen ja yhteistyön syyt vaihtelevat, mutta niiden yhteinen tavoite on loppuasiakkaalle tuotettavan lisäarvon lisääminen (Toivola 2006, 19). Yritykset voivat verkostoitumalla saavuttaa kustannussäästöjä, liiketoiminnan kasvua, joustavuutta ja parempaa kykyä reagoida muutoksiin. Esimerkiksi verkostoitumalla yritykset voivat luoda tehokkaampia toimitusketjuja, jotka parantavat asiakaskokemusta ja nopeuttavat toimituksia. Lisäksi verkostoituminen voi myös auttaa riskien jakamisessa, uusille markkinoille pääsemisessä, uuden teknologian omaksumisessa tai markkinoille pääsyn nopeuttamisessa. Lisäksi yritykset voivat yhdistää toisiaan täydentäviä osaamisalueita. (Mts. 13.)

Pienet ja keskisuuret yritykset verkostoituvat usein markkinointiin ja asiakassuhteisiin liittyvän osaamisen tarpeen vuoksi. Yhteistyön avulla ne voivat tavoitella markkinoita, joihin yksin olisi vaikea päästä, ja samalla keskittyä omiin vahvuuksiinsa. Nykyään kilpailu ei ole enää vain yksittäisten yritysten välistä, vaan myös verkostojen keskinäistä kilpailua (Toivola 2006, 13). Tällöin on erityisen tärkeää hyödyntää verkoston resursseja ja kontakteja. Salminen (2015, 165) toteaa ”*Jos et itse tiedä tai osaa jotain, kannattaa tuntea joku, joka tietää tai ainakin joku, joka tuntee jonkun, joka tietää tai osaa.*” Tämä ajatus heijastaa verkostoitumisen keskeistä periaatetta, jossa tiedon ja

osaamisen jakaminen mahdollistaa ongelmien ratkaisemisen yhteisöllisesti ja tuo lisäarvoa kaikille osapuolille.

4 Verkostoitumisen haasteet

Verkostoituminen voi tuntua monille haastavalta, erityisesti niille, jotka eivät ole tottuneet aktiiviseen sosiaaliseen kanssakäymiseen tai kokevat itsensä introverteiksi. Perinteiset verkostoitumistilanteet, kuten messut tai suurten tapahtumisen vastaanottotilaisuudet voivat tuntua epämukavilta ja stressaavilta tilanteilta. Näissä tilanteissa voi tuntua vaikealta lähestyä tuntemattomia ihmisiä tai luoda syviä ja aitoja yhteyksiä. (Kuinka verkostoituminen voi avata uusia mahdollisuuksia, n.d.) Tällöin monet jäävät paitsi verkostoitumisen tarjoamista mahdollisuuksista, jotka estävät heitä hyödyntämästä verkostoitumismahdollisuuksiaan parhaalla mahdollisella tavalla (Kuinka verkostoituminen voi avata uusia mahdollisuuksia, n.d.; Business Networking Challenges: How to Overcome the Common Obstacles and Fears 2024).

Korpi, Laine ja Soljansalo (2012, 149) jakavat verkostoitumiseen liittyvät ongelmat kahteen pääryhmään: määrällisiin ja laadullisiin ongelmiin, jotka kumpikin voivat rajoittaa verkostojen tehokasta hyödyntämistä yrityksissä. Määrälliset haasteet verkostoitumisessa liittyvät kontaktiverkoston hallintaan, suuri kontaktiverkosto voi olla vaikeasti hallittava, jolloin kontaktien ylläpito ja hyödyntäminen jää vähäiseksi ajankäytön puutteen vuoksi. Toisaalta, jos verkosto on liian pieni, se voi rajoittaa yhteistyömahdollisuuksia ja heikentää yrityksen kykyä saavuttaa haluttuja tuloksia. (Korpi ym. 2012, 149–150.)

Verkostoitumisen haasteet liittyvät usein monimuotoisuuden ja moniäänisyyden mukanaan tuomiin eroavaisuuksiin. Verkostojen jäsenten erilaiset taustat ja osaamisalueet, näkökulmat sekä toimintakulttuurit voivat aiheuttaa hankaluuksia ymmärryksen saavuttamisessa, sekä yhteistyön sujuvuudessa. Erilaiset arvot ja uskomukset vaikuttavat siihen, miten verkostojen jäsenet tulkitsevat ja lähestyvät yhteistoimintaa, tämä voi lisätä väärinymmärryksiä ja johtaa vääränlaisiin tulkintoihin. (Verkostojohtamisen opas 2019, 18; Business Networking Challenges: How to Overcome the Common Obstacles and Fears 2024.)

Toisaalta verkostoitumisen monimuotoisuuden puute voi myös rajoittaa verkoston mahdollisuuksia kehittyä ja hyödyntää erilaisia näkemyksiä ja kokemuksia. Kun verkostoituminen tapahtuu vain

omien tuttuun tai samankaltaisten ihmisten kanssa, jäädytään paitsi niistä hyödyistä, joita erilaiset kontaktit voisivat tarjota. Tehokas verkostoituminen edellyttää kykyä tunnistaa ja ottaa huomioon niin monimuotoisuuden kuin moniäänisyyden tuomat haasteet. (Verkostojohtamisen opas 2019, 18; Business Networking Challenges: How to Overcome the Common Obstacles and Fears 2024.)

Ajanpuute on yksi suurimmista haasteista verkostoitumiselle, sillä monet kokevat olevansa liian kiireisiä verkostoitumiseen. Työ- ja perhevelvoitteet voivat jättää vähäisesti aikaa osallistua tapahtumiin, seurata kontakteja tai ylläpitää suhteita. Verkostoitumisen ei kuitenkaan tarvitse olla niin aikaa vievää. Ajanhallintaan voi vaikuttaa asettamalla realistisia tavoitteita, valitsemalla tärkeimmät kontaktit sekä hyödyntämällä erilaisia verkkotyökaluja kuten eri sosiaalisen median sovelluksia, jotka helpottavat yhteydenpitoa ilman, että se vie liikaa aikaa. (Business Networking Challenges: How to Overcome the Common Obstacles and Fears 2024.)

Laadulliset haasteet puolestaan liittyvät asenteisiin ja yhteistyöhalukkuuteen. Esimerkiksi kärsimättömyys ja kateus, jotka voivat vaikeuttaa yhteistyötä ja estää verkostojen tehokasta hyödyntämistä. Sitoutumisen puute, yhteishengen puuttuminen, sekä epäselvät tavoitteet estävät verkostojen sujuvaa toimintaa, mikä voi johtaa epärealistisiin odotuksiin ja pettymyksiin.

(Verkostoitumisen riskit ja niidenhallinta, n.d.; Korpi ym. 2012, 149–150.) Lisäksi verkostoitumiseen liittyvä epävarmuus, kuten jännitys tai itsevarmuuden puute on monelle verkostoitujalle haastavaa etenkin uusien ihmisten tai vaikutusvaltaisten toimijoiden kohtaamisessa. Tämä epävarmuus voi estää aitojen kontaktien muodostumista ja vähentää halukkuutta osallistua verkostotilaisuuksiin. Itsevarmuutta voi kuitenkin vahvistaa esimerkiksi hyvällä valmistautumisella, sekä oman esityksensä harjoittelulla. (Business Networking Challenges: How to Overcome the Common Obstacles and Fears 2024.) Näiden taitojen kehittäminen voi auttaa lieventämään laadullisten haasteiden tuomia esteitä verkostoitumisessa ja tätä kautta lisätä vuorovaikutuksen positiivisia vaikutuksia.

Yrityksille on tärkeää tunnistaa nämä haasteet ja pohtia, millaisia verkostoja ne haluavat luoda. Tärkeää on myös muistaa se, että mikä yhdelle ihmiselle on ongelma saattaa olla toiselle mahdollisuus tai tavoite. Tämän vuoksi on hyödyllistä pohtia, mitkä piirteet nykyisissä verkostoissa koetaan ongelmallisiksi ja miten niitä voisi kehittää. (Korpi ym. 2012, 149–150.)

5 Verkostoitumisen hyötyjä ja mahdollisuuksia

Verkostoituminen on olennainen osa nykyaikaista liiketoimintaa, sillä se avaa yrityksille ovia uusiin mahdollisuuksiin ja parantaa kilpailukykyä. Hyvin rakennettu verkosto voi toimia voimavarana, joka tukee yrityksen kasvua, innovaatioita ja sopeutumiskykyä muuttuvassa markkinaympäristössä. Digitalisaation, väestön ikääntymisen, ilmastonmuutoksen ja globaalien talouden luomat haasteet edellyttävät monimuotoista ja luovaa ajattelua, jota syntyy parhaiten tiimi- ja yhteistyötä hyödyntäen (Hiila, Tukiainen & Hakola 2019, 68). Verkostojen avulla yritykset voivat yhdistää resurssejaan, jakaa osaamistaan ja kehittää uusia liiketoimintamalleja, mikä tukee niiden pitkän aikavälin menestystä ja kasvua.

Verkostoituminen ei kuitenkaan ole pelkästään liiketoimintaa, vaan myös tilaisuus luoda henkilökohtaisia suhteita, jotka tukevat urakehitystä. Verkostot voivat tarjota tukea, ymmärrystä ja uusia näkökulmia, jotka auttavat meitä kasvamaan niin yrittäjinä kuin ihmisinä. Kun verkostoituminen pohjautuu yhteisiin arvoihin ja tavoitteisiin, se voi olla tehokas väline sekä henkilökohtaisessa että ammatillisessa kehityksessä. Verkostot, joissa arvostetaan luottamusta ja vastavuoroisuutta, tarjoavat paitsi käytännön apua, myös henkistä tukea, joka vie meitä eteenpäin. (Vepsäläinen 2023.)

Verkostoituminen tarjoaa yrityksille monia hyötyjä, kuten uusien asiakkaiden, kumppaneiden ja sijoittajien löytämisen. Tämä luo monipuolisia liiketoimintamahdollisuuksia ja mahdollistaa resursien yhdistämisen markkinoiden tarpeiden täyttämiseksi. (Hakanen ym. 2007, 25; Lindsberg 2024, 200). Niemisen (2016, 9) mukaan yritykset voivat yhdistää osaamisensa ja resurssinsa tuottaakseen lopputuotteen tai palvelun, joka täyttää markkinoiden tarpeet mahdollisimman hyvin. Tämä mahdollistaa sen, että jokainen yritys pystyy keskittymään omaan ydintoimintaansa. Verkostoituminen ei pelkästään edistä tiedon jakamista, vaan tarjoaa myös jatkuvia oppimismahdollisuuksia. Yksilöt voivat saada uusia ideoita ja näkemyksiä siitä, kuinka muut ammattilaiset ratkaisevat samanlaisia haasteita. (Hiila ym. 2019, 68.) Verkostoituminen on myös mahdollisuus luoda yhteisöjä, joissa kaikki voivat jakaa osaamistaan, oppimistaan sekä tukea toisilleen. Se avaa ovia uusille mahdollisuuksille, kuten asiakkaille, yhteistyökumppaneille tai jopa ystäville. Avoimuus ja uteliaisuus ovat avaimia, sillä verkostoista voi löytyä juuri se tuki, jota tarvitsemme. (Vepsäläinen 2023.)

Verkostoituminen toimii parhaiten, kun se perustuu avoimeen tiedon ja kontaktien jakamiseen. Verkoston jäsenet voivat pyytää apua, jos heiltä puuttuu tietoa tai taitoa, tai jos he haluavat kuulla

uusista mahdollisuuksista. On kuitenkin tärkeää muistaa, että verkostoituminen on vastavuoroista, jos joku muu verkoston jäsen tarvitsee apua, on myös oltava itse valmis auttamaan, vaikka se aiheuttaisi ylimääräistä vaivannäköä. (Salminen 2015, 164.)

Verkostoituminen ja eri toimijoiden osaamisen yhdistäminen voivat synnyttää täysin uudenlaisia liiketoimintamalleja ja kehitysmahdollisuuksia, mikä tukee yrityksen pitkän aikavälin kasvua ja kilpailukyvyyn parantamista. (Hakanen ym. 2007, 25; Lindsberg 2024, 201). Alun perin verkostoitumisen motiiveina on usein ollut kustannussäästöt, liiketoiminnan kasvattaminen ja uusien tuottojen etsiminen. Nykyisin verkostoituminen nähdään myös keinona vahvistaa osaamista, tiedon hankintaa sekä oppimista, sillä osaamisen ja tiedon merkitys liiketoiminnan menestystekijöinä kasvaa jatkuvasti. (Hakanen ym. 2007, 25.)

Verkostoituminen parantaa yritysten reagoitavalmiutta ja mahdollistaa nopeamman sopeutumisen markkinoiden muutoksiin. Yhteistyö edistää innovatiivisuutta, sillä uusien ideoiden ja ratkaisujen syntyminen on todennäköisempää, kun eri toimittajat yhdistävät osaamistaan. Verkostot voivat myös vahvistaa yritysten uskottavuutta ja parantaa niiden mainetta markkinoilla. (Hakanen ym. 2007, 25–26.) Tämän lisäksi tavoitteena voi olla asiakaskunnan laajentaminen, mikä puolestaan tarjoaa yrityksille mahdollisuuden markkinaosuuden kasvattamiseen sekä uusien asiakkaiden saavuttamiseen, mikä entisestään tukee liiketoiminnan kasvua (Verkostot voimavarana n.d.).

Verkostoituminen voi myös tarkoittaa yhteistyötä kilpailevien yritysten kanssa. Vaikka yritykset kilpailevat samoista asiakkaista ja markkinoista, yhteistyö verkostossa voi silti auttaa vähentämään riskejä. (Verkostoitumisen riskit ja niiden hallinta n.d.) Kilpailevien yritysten välillä tapahtuva tietojen jakaminen ja kokemusten vaihto voi auttaa tunnistamaan liiketoiminnan epävarmuustekijöitä, kuten kuljetuskapasiteetin vaihtelua. Tällainen yhteistyö parantaa yrityksen kykyä reagoida nopeasti markkinatilanteiden muutoksiin, jolloin verkosto kokonaisuudessaan vahvistuu ja pysyy kestävämpänä.

Yhteistyö muiden yritysten kanssa voi jakaa riskit ja kustannukset, erityisesti suurissa investoinneissa tai projekteissa, joissa yksittäisen yrityksen on vaikea kantaa koko taloudellista taakkaa. Esimerkiksi yhteiset hankinnat voivat tuoda kustannussäästöjä ja vähentää näin investointiriskejä.

(Hakanen ym. 2007, 26.) Erityisesti nopeassa muutoksessa olevissa toimintaympäristöissä verkostot tarjoavat joustavuutta, innovatiivisuutta ja kykyä mukautua nopeasti, mikä tukee dynaamista organisoitumista ja resurssien jakamista tehokkaasti ongelmien ratkaisussa (Verkostojohtamisen opas 2019, 12).

Leydenin, Linkin ja Siegelin (2014, 1160) mukaan yrittäjän kyky hyödyntää sosiaalisia verkostoja on keskeinen tekijä liiketoiminnan kehittämisessä ja menestyksen mahdollisuuksien kasvattamisessa pitkällä aikavälillä.

Kuljetusalalla

Kuljetusalalla menestyminen vaatii paljon muutakin kuin pelkkää logistiikan ja toimitusketjun hallintaa, edellytyksenä on myös vankka ja monipuolinen kontaktiverkosto, joka tarjoaa mahdollisuuden vaihtaa arvokasta tietoa sekä löytää uusia yhteistyömahdollisuuksia. Verkostoituminen on keskeinen osa alaa, vaikka ala onkin yhä enemmän siirtymässä kohti tietopohjaisempia ratkaisuja ja teknologian hyödyntämistä. Teknologia on tärkeä väline prosessien sujuvoittamisessa sekä optimimisessa, mutta henkilökohtaisilla suhteilla on yhä ratkaiseva rooli. Verkostojen luominen ja ylläpitäminen yhdessä teknologian kehittyvien ratkaisujen kanssa voi edistää kuljetusalan siirtymistä entistä toimivampaan tulevaisuuteen. (You're navigating the transportation sector. How can a diverse network of contacts benefit you? n.d.; The Value of Networking In The Transport Industry 2024.)

Henkilökohtaisten verkostojen rakentaminen on keskeinen tekijä kuljetusalalla, sillä se mahdollistaa luottamuksellisten suhteiden luomisen, jotka voivat kestää pitkälle tulevaisuuteen. Kasvokkain tapahtuva vuorovaikutus esimerkiksi alan tapahtumissa, mahdollistaa syvemmän yhteyden syventymisen. Tällöin ammattilaiset voivat arvioida kumppanien luonteenpiirteitä, mikä on erityisen tärkeää alalla, jossa luottamus ja yhteistyö ovat elintärkeitä. Vaikka digitaalinen viestintä onkin nykyäänä yleisempää, ei silti saa unohtaa henkilökohtaisia kohtaamisia, jotka tarjoavat mahdollisuuden syventää liikesuhteita sekä varmistaa, että työskennellään luotettavien kumppanien kanssa. (The Value Of Networking In The Transport Industry 2024.)

Kuljetusalan ammattilaiset, jotka panostavat verkostoitumiseen ja kumppanuuksien rakentamiseen, varmistavat tällä, että heidän liiketoimintansa pysyy kilpailukykyisenä ja kykenevätkin sopeutumaan nopeasti muuttuviin markkinaolosuhteisiin.

6 Teoria yhteenveto

Verkostoituminen on **keskeinen osa nykyistä työelämää**, ja sen merkitys kasvaa teknologian ja työmarkkinoiden muutosten myötä. Se on olennainen **väline urakehityksessä, uusien mahdollisuuksien avaamisessa ja työssä jaksamisessa**. Verkostoituminen ei ole uusi ilmiö, mutta sen tärkeys on korostunut erityisesti viime vuosikymmeninä. Työelämä on muuttunut niin, että verkostot ovat usein elintärkeitä, eivät pelkästään etu. Verkostoituminen on nykyään paitsi **tapa luoda ja ylläpitää ammatillisia suhteita** myös keino **selviytyä** jatkuvassa **muutoksessa** ja **pysyä kehityksen mukana**. Verkostoituminen määritellään sosiaalisten suhteiden luomiseksi ja ylläpitämiseksi eri yksilöiden ja organisaatioiden välillä. Hyvin toimivat verkostot voivat tuoda **uusia mahdollisuuksia, tukea ammatillista kasvua** ja **auttaa haasteiden voittamisessa**. Verkostoitumisen peruspilarit ovat **tunteminen, luottamus ja sitoutuminen**. Nämä kolme tekijää muodostavat perustan yhteistyölle ja mahdollistavat sen syventymisen ja kehittymisen.

Erityisesti yrityksille verkostoituminen on **tärkeä osa liiketoiminnan kasvattamista ja kehittämistä**. Verkostot voivat avata ovia uusille asiakkaille, sijoittajille ja yhteistyökumppaneille. Verkostoituminen voi myös toimia **tukena** yrityksen arjessa, tarjoten neuvontaa ja tukea haasteiden keskellä. Pienet ja keskisuuret yritykset voivat erityisesti hyötyä verkostoitumisesta, sillä se mahdollistaa **resurssien jakamisen** ja **pääsyn uusille markkinoille**. Verkostoituminen ei ole kuitenkaan aina helppoa. Haasteita voivat olla esimerkiksi **ajanpuute, epämukavuus** uusien ihmisten kohtaamisessa ja **verkostojen hallinnan vaikeus**. Verkostoituminen voi myös tuntua stressaavalta erityisesti introverteille, ja monilla on vaikeuksia lähestyä tuntemattomia henkilöitä. Näitä haasteita voidaan kuitenkin voittaa asettamalla realistisia tavoitteita, hyödyntämällä verkostoitumiselle sopivia työkaluja, kuten sosiaalista mediaa.

Verkostoituminen on tärkeä osa nykyistä ammatillista ympäristöä ja tarjoaa merkittäviä mahdollisuuksia yksilöille ja yrityksille. Onnistunut verkostoituminen ei tapahdu itsestään vaan **vaatii aikaa, panostusta** ja **kykyä tunnistaa** verkoston arvot ja mahdollisuudet. Tietoperusta, joka käsittelee verkostoitumisen merkitystä liiketoiminnassa, on relevanttia tämän opinnäytetyön tavoitteiden

kannalta. Työn tarkoituksena on tutkia, kuinka puutavara-autoilijat voivat hyödyntää verkostoitumisen ja yhteistyön tarjoamia mahdollisuuksia, ja miten verkostot voivat toimia **resurssien jakamisen, tiedon välittämisen** ja **uusien yhteistyömallien** luomisen välineinä kuljetusyrittäjille.

Verkostoitumisen keskeiset elementit - **luottamus, tunteminen ja sitoutuminen**, tarjoavat teoreettisen perustan sille, miten puutavara-autoilijat voivat rakentaa ja vahvistaa yhteistyösuhteitaan muiden toimijoiden kanssa. Tieto verkostojen vaikutuksesta liiketoiminnan tehokkuuteen ja **kilpailukykyyn** on olennaista puutavara-autoilijoille, sillä se tukee heitä liiketoimintansa kehittämisessä ja kilpailukyvyn parantamisessa erityisesti kiristyvässä kilpailussa ja tiukentuissa vaatimuksissa. Verkostoituminen tarjoaa myös **mahdollisuuksia** jakaa käytäntöjä ja oppia toistensa kokemuksista, mikä tukee yritysten kehitystä. Puutavara-autoilijat voivat verkostoitumisen kautta **jakaa resursseja ja tietoa**, mikä parantaa logistiikkaketjujen tehokkuutta ja auttaa yrityksiä sopeutumaan muuttuviin markkinatilanteisiin. Näin ollen tietoperustan tarjoama ymmärrys verkostoitumisen monimuotoisuudesta ja sen tarjoamista liiketoimintamahdollisuuksista on erittäin tärkeää tutkimukseni kannalta.

Lisäksi tietoperusta, joka käsittelee verkostojen roolia **toimialan laajempien kehityssuuntien**, kuten ympäristövaatimusten ja teknologian hyödyntämisen tukemisessa, on suoraan relevantti puutavara-autoilijoiden verkostoitumista käsittelevälle tutkimukselle. Puutavara-autoilijat voivat hyödyntää verkostojen tarjoamia mahdollisuuksia edistääkseen **liiketoimintansa kestävyttä** ja **kilpailukykyä**. Yhteenvedona voidaan todeta, että tietoperusta on olennainen osa tutkimuksen tavoitteiden kannalta. Se tarjoaa arvokasta tietoa verkostoitumisen merkityksestä ja mahdollisuuksista puutavara-autoilijoille, jotka voivat hyödyntää verkostoja liiketoimintansa kehittämisessä ja kilpailukyvyn parantamisessa.

7 Oma toteutus

Tutkimuksessa on pidetty jatkuvasti mielessä kolme tutkimuskysymystä: 1. Miten puutavara-autoilijat hyödyntävät tällä hetkellä verkostoitumista, 2. Mitä haasteita verkostoitumiselle on puutavara-autoilijoiden keskuudessa ja 3. Mitkä ovat verkostoitumisen hyödyt ja mahdollisuudet puutavara-autoilijoille. Nämä kysymykset ohjasivat sekä kyselyn että haastattelun rakenteen suunnittelua.

7.1 Kysely

Opinnäytetyössä toteutettiin kvantitatiivinen tutkimus, jossa käytettiin kyselyä puutavara-autoilijoiden verkostoitumiskäytäntöjen, haasteiden ja mahdollisuuksien kartoittamiseksi. Kyselyn aineisto kerättiin Webropol-sivuston avulla, ja se lähetettiin 4.12.2024 noin 100 autoilijalle sähköpostitse. Vastausaikaa oli 1,5 viikkoa, ja kyselyyn vastasi yhteensä 19 puutavara-autoilijaa.

Kyselyssä oli 15 kysymystä, jotka sisälsivät sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä, nämä ovat nähtävillä liitteessä 1. Kysymykset keskittyivät taustatietoihin, verkostoitumisen nykytilanteeseen, haasteisiin, hyötyihin ja mahdollisuuksiin. Erityisesti verkostoitumisen tärkeyttä, hyötyjä ja mahdollisia esteitä tarkasteltiin vastaajien henkilökohtaisilla näkemyksillä ja kokemuksilla. Avoimilla kysymyksillä, kuten ”Mikä mielestäsi on paras tapa verkostoitua puutavara-autoilijana” ja ”Onko verkostoitumisella ollut konkreettisia hyötyjä omassa toiminnassasi?”, pyrittiin saamaan syvempää ymmärrystä verkostoitumisen käytännöistä ja sen vaikutuksista.

Kyselyyn kerättyä aineistoa analysoitiin tilastollisin menetelmin, jotta tuloksia voitiin esittää visuaalisesti erilaisten kuvaajien avulla, kuten diagrammien ja taulukoiden avulla. Tämä mahdollistaa tulosten selkeän ja havainnollistavan esittämisen, jolloin voidaan tarkastella ja analysoida vastaajien vastauksia eri näkökulmista ja vertailla niitä.

7.2 Kyselyn tulokset

Tässä osiossa käsitellään **puutavara-autoilijoiden verkostoitumiskäyttäytymistä** kyselytutkimuksen tulosten pohjalta. Alla oleva kuvio 2 esittää, kuinka kauan vastaajat ovat toimineet puutavara-autoilijoina, ja tulokset osoittavat, että suurin osa 84 % on ollut alalla yli kymmenen vuotta. Tämän perusteella alalla toimivat yrittäjät ovat sitoutuneita työhönsä, ja tätä kautta ovat erityisalan ammattiosaajia.



Kuvio 2. Työssäoloaika

Kyselyssä selvitettiin myös, kuinka monta puutavara-autoyhdistelmää vastaajilla on yrityksessään. Tulosten mukaan suurin osa, reilu 68 % vastaajista omistaa useampia puutavara-autoyhdistelmiä, kun taas noin 32 % yrityksistä toimii vain yhdellä yhdistelmällä. Tämän kyselyn mukaan tulokset viittaisivat siihen, että suurin osa puutavara-autoilijoista omistaa useamman ajoneuvon, kuten taulukosta 3 nähdään.

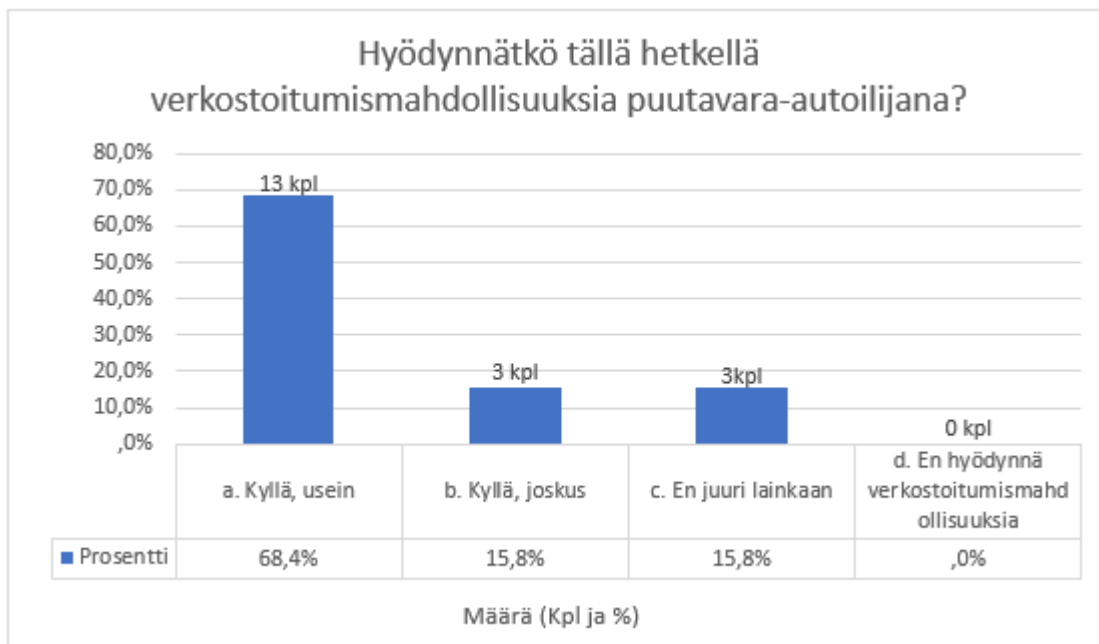
Taulukko 3. Autojen lukumäärä

Onko yritykselläsi yksi vai useampia puutavara-autoyhdistelmiä?

Vastausvaihtoehdot	Määrä (n)	Prosentti (%)
a. Yksi	6	31,6 %
b. Useampia, kuinka monta?	13	68,4 %
b. Useampia, kuinka monta?	3	
b. Useampia, kuinka monta?	6	
b. Useampia, kuinka monta?	5	
b. Useampia, kuinka monta?	2	
b. Useampia, kuinka monta?	6	
b. Useampia, kuinka monta?	5	
b. Useampia, kuinka monta?	3	
b. Useampia, kuinka monta?	12	
b. Useampia, kuinka monta?	4	
b. Useampia, kuinka monta?	20	
b. Useampia, kuinka monta?	2	
b. Useampia, kuinka monta?	8	
b. Useampia, kuinka monta?	14	

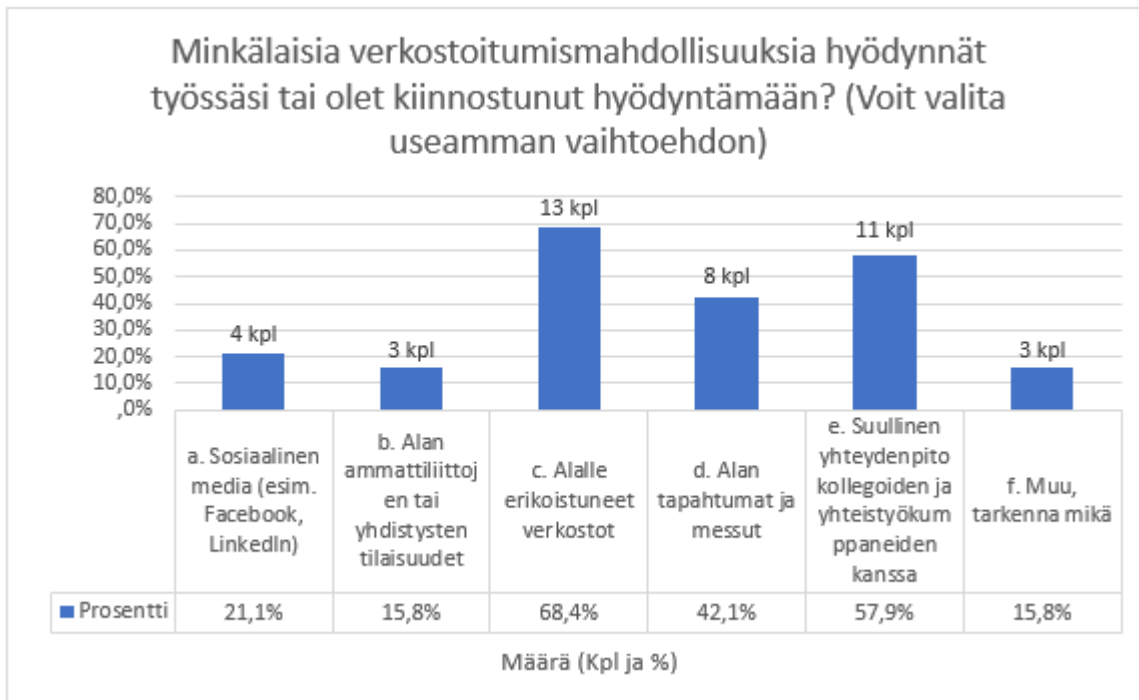
Verkostoitumisen rooli korostuu vastaajien keskuudessa, sillä reilu 68 % vastaajista ilmoitti hyödyntävänsä verkostoitumismahdollisuuksia usein. Tämä osoittaa, että monet puutavara-autoilijat ovat tietoisia verkostojen tuomista mahdollisuuksista ja ymmärtävät niiden arvon liiketoiminnan

kasvun ja kehityksen tukemisessa. Verkostoitumisen mahdollisuuksia hyödynnetään eri tavoin, mutta noin 16 % vastaajista käyttää verkostoja satunnaisesti ja sama prosenttiosuus ei juuri lainkaan hyödynnä niitä. Tämä voi viitata siihen, että nämä yritykset eivät ole vielä löytäneet sopivia verkostoitumistapoja, vaikka niillä olisi tarvetta ja potentiaalia verkostojen hyödyntämiseen. Katso alla olevasta kuvioista 3, kuinka verkostoitumisen hyödyntäminen jakautuu vastaajien keskuudessa.



Kuvio 3. Verkostoitumismahdollisuuksien hyödyntäminen

Kyselyn tulokset osoittavat, että vastaajat **hyödyntävät monipuolisesti** erilaisia verkostoitumismahdollisuuksia työssään, kuten alla olevasta kuvioista 4 ilmenee. Eryteisesti alalle erikoistuneiden verkostojen, suullisen yhteydenpidon sekä alan tapahtumien merkitys korostuvat. Tämä viittaa siihen, että vastaajat arvostavat verkostoja, jotka tarjoavat syvempää asiantuntemusta ja kohdennettua tukea liiketoiminnassaan. Alalle erikoistuneet verkostot ovat selvästi suosituin verkostoitumistapa, mikä korostaa alakohtaisten yhteyksien merkitystä. Tällaiset verkostot mahdollistavat syvällisen **yhteistyön** muiden saman alan toimijoiden kanssa, mikä tukee **tiedonvaihtoa, resursien hyödyntämistä** ja **liiketoiminnan kehittämistä**. Erikoistuneiden verkostojen suosio voi selittyä niiden käytännölläisyydellä ja kyvyllä vastata suoraan alan tarpeisiin.



Kuvio 4. Verkostoitumismahdollisuudet työssä

Suullinen yhteydenpito kollegoiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa on toiseksi suosituin verkostoitumistapa, mikä osoittaa, että henkilökohtainen ja välitön vuorovaikutus on edelleen tärkeää monille vastaajista. Tällainen yhteydenpito mahdollistaa nopean **tiedonvaihdon, luottamuksellisten suhteiden rakentamisen ja yhteistyömahdollisuuksien syntymisen**, mikä on erityisen tärkeää pk-yritysten toiminnassa. Alan **tapahtumat ja messut** ovat myös merkittävä verkostoitumiskanava, vaikka ne eivät ole yhtä suosittuja kuin alalle erikoistuneet verkostot tai suullinen yhteydenpito. Tästä huolimatta niiden merkitys on huomattava, **erityisesti uusien kontaktien luomisessa** ja kasvokkain tapahtuvan vuorovaikutuksen tarjoamien mahdollisuuksien vuoksi. Tapahtumat ja messut tarjoavat konkreettisen ympäristön, jossa syntyy mahdollisuuksia liiketoiminnan laajentamiseen ja uusien yhteistyösuhteiden rakentamiseen.

Kyselyn tuloksista käy ilmi myös, että verkostoituminen ei rajoitu pelkästään perinteisiin ammatillisiin tilaisuuksiin, vaan myös digitaalisten kanavien rooli kasvaa jatkuvasti. Näiden kanavien vähempi suosio perinteisiin verkostoitumismuotoihin verrattuna voi johtua siitä, että ne eivät tarjoa yhtä välitöntä tai käytännönläheistä hyötyä kuin muut vaihtoehdot. Verkostojen hyödyntäminen ei

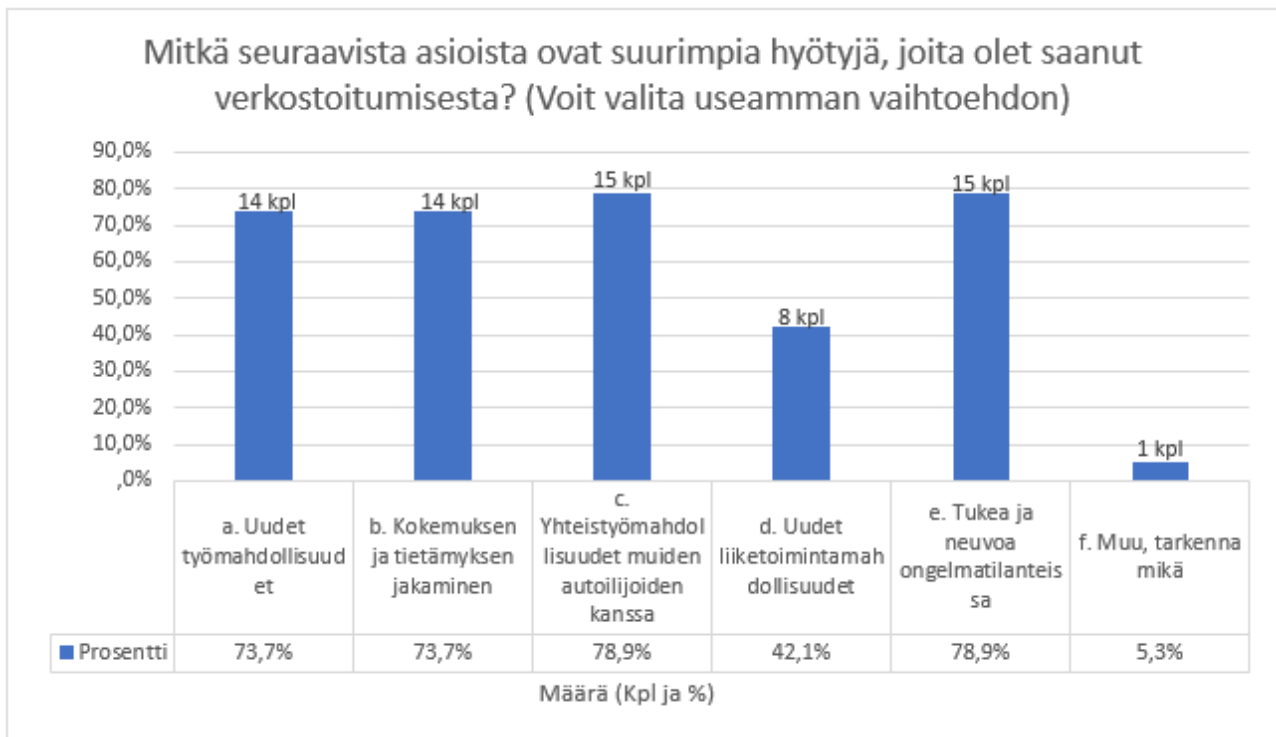
siis ole pelkästään kontaktien lisäämistä, vaan se on olennainen osa liiketoimintastrategiaa, jonka avulla yritykset voivat saavuttaa kilpailuetua ja tukea kasvuun.

Kyselyssä kartoitettiin mielipiteitä parhaista tavoista verkostoitua puutavara-autoilijana, ja vastausten perusteella verkostoitumisen parhaat käytännöt kiteytyvät useisiin keskeisiin teemoihin: **luottamus, yhteistyön merkitys ja yhteistyömahdollisuudet**. Yksi suosituimmista verkostoitumis-
muodoista oli liittyminen oman alan tarjoavaan verkostoalan yritykseen. Useampi vastaaja korosti sen tarjoavan paitsi **pitkäaikaisia yhteistyömahdollisuuksia** mutta myös **tukea liiketoiminnan kehittämiseen**.

Erityisesti tiivis ja jatkuva yhteydenpito muiden alan toimijoiden kanssa nousi esille. Verkostoituminen ei rajoitu pelkästään suuriin ja virallisiin tilaisuuksiin, vaan se tarkoittaa myös **päivittäistä vuorovaikutusta** ja **tiedonvaihtoa** muiden puutavara-autoilijoiden ja kuljetusalan yrittäjien kanssa. Tämä vuorovaikutus voi olla muodollisempaa tai epämuodollisempaa, mutta tärkeintä on, että se on säännöllistä ja henkilökohtaista. *”Pelkkä digitaalinen yhteydenpito ei riitä – vaan henkilökohtainen kontakti on olennainen osa toimivia yhteistyösuhteita”*. Luottamus, joka rakentuu ajan myötä, on tärkeä tekijä verkostoitumisessa.

Kyselyn tuloksista käy myös ilmi, että kaluston ja yritysten maineella on merkittävä rooli verkostoitumisessa. Paikallisella tasolla hyvä maine ja huolellisuus voivat houkutella uusia yhteistyökumppaneita ja asiakkaita. Sana kiirii nopeasti ja yritykset, jotka panostavat kalustonsa ulkonäköön ja kuljettajiensa hyvinvointiin, saavat usein hyvän suosituksen ja luottamuksen muilta toimijoilta. Tämä voi olla avainasemassa uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytämisessä.

Kyselyssä selvitettiin, mitkä ovat suurimpia hyötyjä, joita puutavara-autoilijat ovat saaneet verkostoitumisesta. Vastajat saivat valita useamman vaihtoehdon, ja kysymys oli seuraava: ” Mitkä seuraavista asioista ovat suurimpia hyötyjä, joita olet saanut verkostoitumisesta?”. Kyselyn tulokset paljastavat, että verkostoitumisella on useita käytännön etuja, jotka käyvät ilmi alla olevasta kuvista 5, jossa esitetään prosenttiosuudet vastauksista.

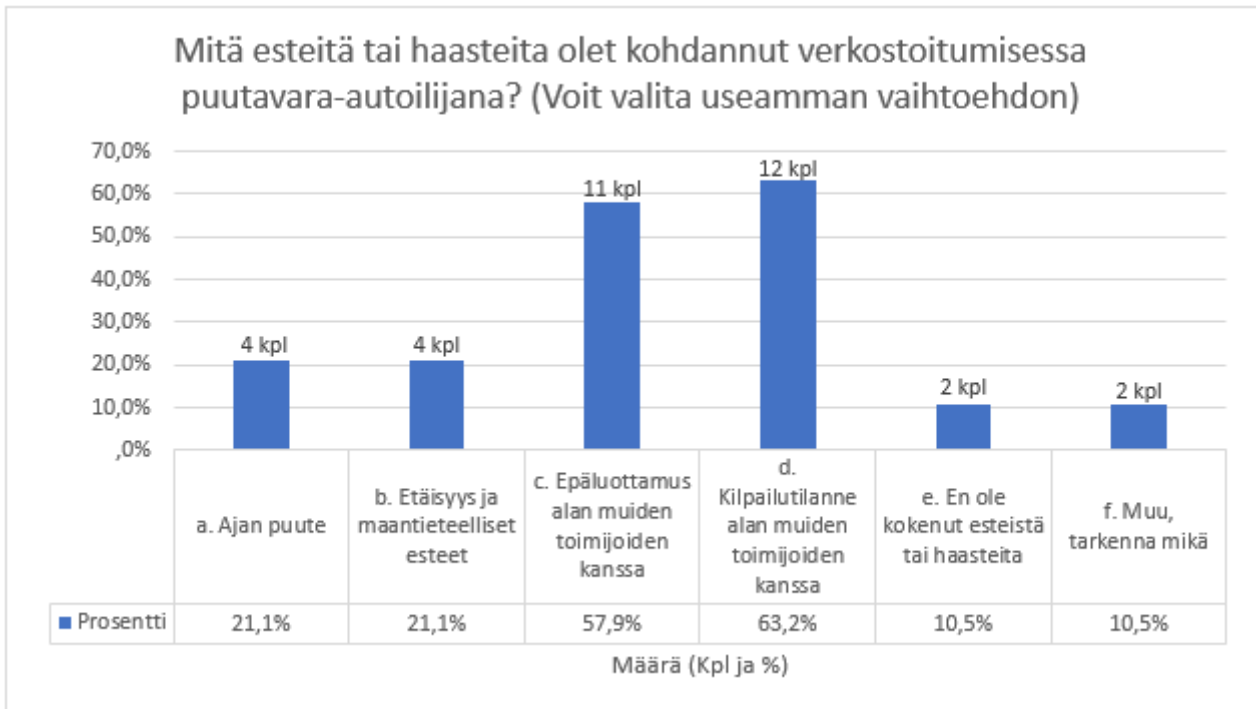


Kuvio 5. Verkostoitumisella saavutetut hyödyt

Yhteistyömahdollisuudet muiden autoilijoiden kanssa sekä **tuki ja neuvot ongelmatilanteissa** olivat selvästi yleisimmin valitut hyödyt kyselyssä, sillä kumpikin vaihtoehto sai 15 valintaa. Tämä korostaa verkostoitumisen merkitystä yhteisön tukena ja ongelmanratkaisuissa puutavara-autoilijoiden keskuudessa. Lisäksi 14 vastaajaa valitsi uusien työmahdollisuuksien saamisen sekä kokemuksen ja tietämyksen jakamisen muiden kuljetusyrittäjien kanssa tärkeinä verkostoitumisen hyötyinä.

Uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytäminen oli myös tärkeä hyöty, vaikka sitä valittiin hieman vähemmän, kuin muita vaihtoehtoja. Tämä voi kertoa siitä, että verkostoituminen ei aina johda välittömiin liiketoimintasopimuksiin, mutta tarjoaa kuitenkin arvokasta tukea pitkän aikavälin kasvustrategioissa. Yksi vastaajista valitsi ” Muut, tarkenna mikä ” – vaihtoehdon ja mainitsi hyödykseen alennukset. Vaikka alennusten saaminen ei ollut yleisesti mainittu hyöty verkostoitumisessa, se voi silti tarjota merkittäviä etuja esimerkiksi polttoainehinnoissa tai kalustohankinnoissa.

Seuraavaksi kyselyssä kartoitettiin verkostoitumisen esteitä ja haasteita. Vastaajille annettiin mahdollisuus valita useampi vaihtoehto, jotta saatiin kattava kuva niistä tekijöistä, jotka voivat vaikeuttaa verkostoitumisprosessia puutavara-autoilijana. Kyselyn tulokset ovat nähtävillä alla olevasta kuviosta 6.



Kuvio 6. Verkostoitumisen esteet ja haasteet

Suurimmat haasteet liittyivät epäluottamukseen alan muiden toimijoiden kanssa sekä kilpailutilanteeseen, joka nousi esiin vaihtoehdoista. Tämä viittaa siihen, että verkostoitumisen esteenä voi olla pelko siitä, että yhteistyö muiden toimijoiden kanssa ei ole tasapuolista, tai että kilpailu saattaa estää aitojen yhteistyömahdollisuuksien syntyminen.

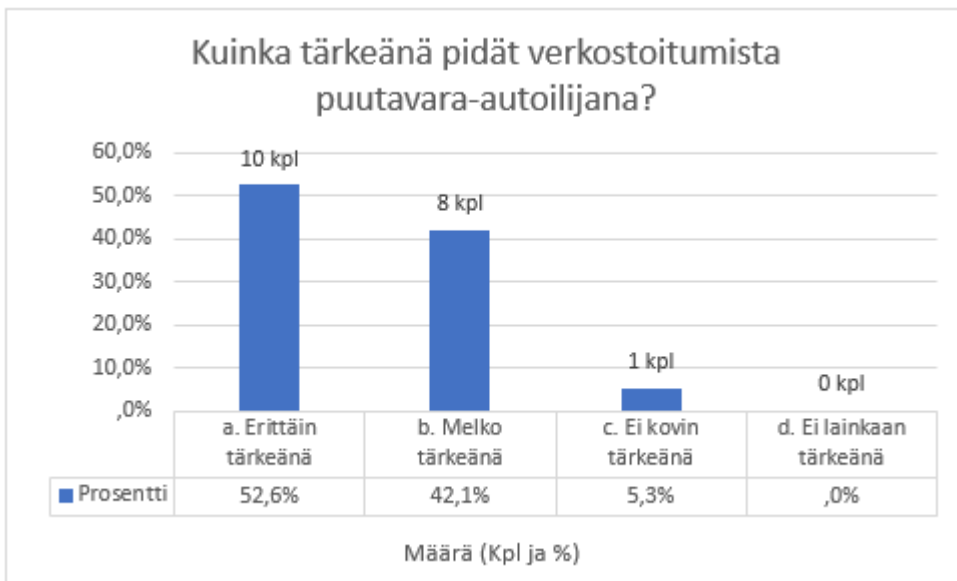
Muita yleisiä esteitä verkostoitumisessa olivat **ajan puute** sekä **etäisyys** ja **maantieteelliset esteet**. Nämä voivat vaikeuttaa verkostoitumista erityisesti silloin, kun toimijat sijaitsevat eri puolilla maata. Vaikka osa vastaajista ei ollut kokenut merkittäviä esteitä tai haasteita, pieni osa mainitsi myös muita esteitä, kuten epätasapuolisen kohtelun ja määrätyt erimielisyydet. Nämä voivat heikentää luottamusta ja yhteistyöhalukkuutta. Kyselyn tulokset osoittavat, että verkostoitumisella

on monia etuja, liittyy siihen kuitenkin myös haasteita, jotka voivat rajoittaa mahdollisuuksia ja vaikeuttaa yhteistyön rakentamista alan toimijoiden kesken.

Kysely jatkui edellisessä kysymyksessä käsiteltyjen haasteiden, erityisesti epäluottamuksen ja kilpailutilanteen tarkastelulla. Tavoitteena oli selvittää, kuinka **kilpailu** alalla vaikuttaa yhteistyön ja verkostoitumismahdollisuuksien rakentamiseen. Vastaajilta kysyttiin, kokevatko he kilpailun niin voimakkaaksi, että se hankaloittaa yhteistyötä ja verkostoitumista. Kilpailu todettiin merkittäväksi esteeksi noin 50 prosentilla vastaajista. Kyselyssä mainittu lause *”Kilpailu on välillä veristä ja epä-reilua”* kiteyttää tilannetta. He kokevat, että kilpailutilanne vaikeuttaa yhteistyömahdollisuuksien syntymiseen. **Erityisesti asenteet, keskinäinen kateus, luottamuspula sekä kaluston ylikapasiteetti** mainittiin esteinä. Näiden tekijöiden vuoksi yhteistyö muiden toimijoiden kanssa koettiin hankalaksi, sillä samat toimijat kilpailevat usein samoista työmahdollisuuksista.

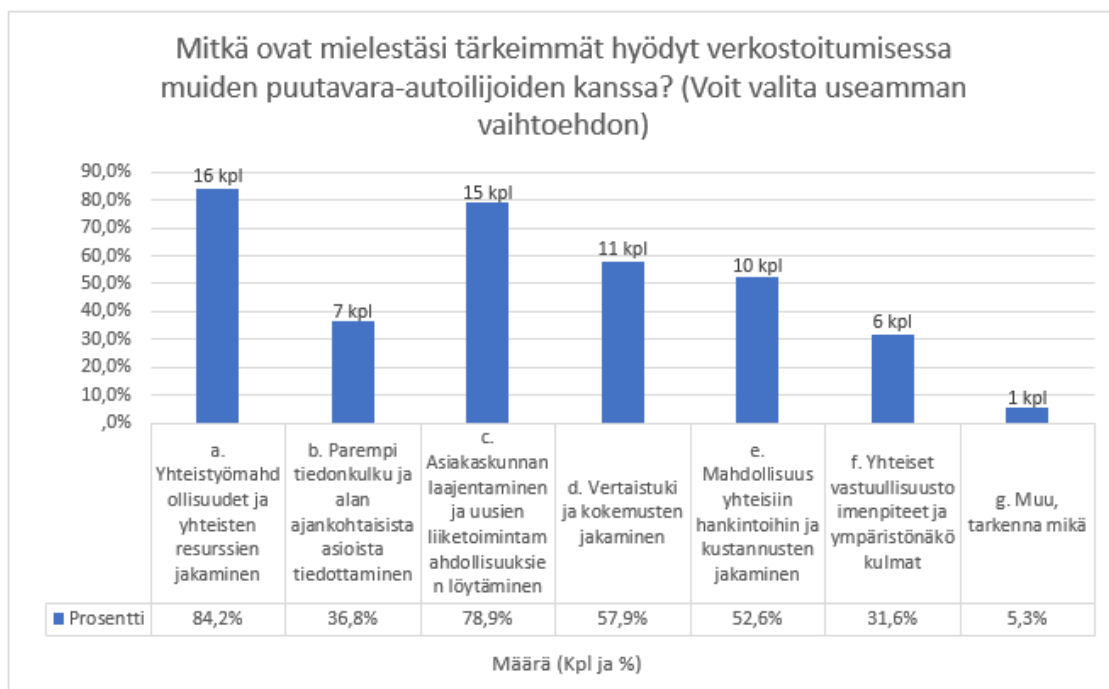
Toisaalta noin 16 prosenttia vastaajista koki, ettei kilpailu estä yhteistyötä. Heidän mukaansa **verkostoon kuulumalla oma yritys vahvistuu**, ja **yhteistyömahdollisuuksia** voidaan löytää. Kuljetushintojen samankaltaisuus eri tilaajilta nähtiin tekijänä, joka vähentää kilpailun haitallisia vaikutuksia ja mahdollistaa yhteistyötä. Yllättävän suuri osa, noin 37 prosenttia, ei osannut arvioida kilpailun vaikutusta verkostoitumismahdollisuuksiin. Tämä voi viitata siihen, että kilpailun vaikutukset eivät ole kaikille yhtä selkeitä tai merkittäviä, tai että kilpailu ei kaikissa tilanteissa ole keskeinen tekijä verkostoitumismahdollisuuksien arvioinnissa.

Tarkasteltaessa sitä, kuinka tärkeänä vastaajat pitävät verkostoitumista puutavara-autoilijana, suurin osa piti sitä erittäin tärkeänä (noin 53 %) tai melko tärkeänä (noin 42 %). Noin viisi prosenttia vastaajista ei pitänyt verkostoitumista kovin tärkeänä, mikä voi viitata siihen, että osa toimijoista ei näe verkostoitumisen hyötyjä riittävän merkittävinä. Vastauksen tuloksista nähdään kuitenkin, että verkostoituminen on tärkeää alan toimijoille, vaikka kilpailu voi asettaa haasteita yhteistyölle. Alla olevasta kuvioista 7 käy ilmi tarkempi vastausten jakautuminen ja kuinka eri vastaajat arvioivat verkostoitumisen merkityksen.



Kuvio 7. Verkostoitumisen tärkeys

Kyselyssä pyydettiin vastaajia kertomaan, mitkä ovat heidän mielestään tärkeimmät **hyödyt** mitä verkostoituminen alalla tarjoaa. Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon, ja tuloksissa korostuivat erityisesti **yhteistyömahdollisuuksien** ja **yhteisten resurssien jakautumisen** merkitys, joka nousi tärkeimmäksi vaihtoehdoksi. Kuviossa 8 näkyy tarkempi jakauma vastauksista.



Kuvio 8. Tärkeimmät hyödyt verkostoitumisessa

Muita merkittäviä verkostoitumisen hyötyjä olivat **asiakaskunnan laajentuminen** ja **uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytäminen**. Verkostoituminen nähtiin myös tärkeänä **tiedonkulun** parantamiseksi, sillä se edistää ajankohtaisten alan asioiden tiedottamista sekä **vertaistuen** ja **kokemusten jakamista**. Kyselyn mukaan mahdollisuus yhteisiin hankintoihin ja kustannusten jakaminen nousi kyselyssä neljänneksi tärkeimmäksi hyödyksi verkostoitumisessa. Lisäksi yhteiset **vastuullisuustoimeenpiteet ja ympäristönäkökulmat** valikoituivat kuudenneksi tärkeimmäksi hyödyksi, mikä osoittaa verkostojen roolin myös kestäväen kehityksen tukemisessa alalla. Yksi vastaaja valitsi vaihtoehdon ”muut” ja tarkensi, että tärkeänä hyötynä pidettiin ”*meno-paluu kuljetusten mahdollisuutta*”.

Kyselyssä vastaajat nostivat esiin useita tärkeitä mahdollisuuksia, joita verkostoituminen voi tarjota puutavara-autoilijoille. Yksi keskeisimmistä mahdollisuuksista oli **työn tasaaminen** paremmin läpi vuoden, mikä parantaa työllisyyttä ja vähentää sesonkivaihteluiden vaikutuksia. Verkostoituminen mahdollistaa myös **yhteisten resurssien jakamisen**, mikä lisää toimintatehokkuutta ja mahdollistaa suurempien kuljetuskokonaisuuksien hallinnan.

Monet vastaajat mainitsivat, että ”*Yksin toimiva yrittäjä ei pystyisi tarjoamaan suuria urakoita ilman verkostojen tukea*”. Verkostot mahdollistavat **työn jakamisen ja joustavan reagoinnin**, esimerkiksi ruuhkapiikkeihin ja kiireaikoihin. Lisäksi verkostot voivat auttaa järjestämään meno-paluu kuljetuksia, mikä parantaa yrityksen kannattavuutta ja vähentää kaluston päästöjä. Erityisesti isompien kokonaisuuksien hallinta ja resurssien tehokas käyttö korostuivat parantaen kilpailukykyä ja liiketoiminnan kannattavuutta.

Verkostoituminen mahdollistaa myös **yhteishankintoja**, jotka pienentävät kustannuksia ja parantavat toimintatehokkuutta. Yhteistyön lisääminen nähtiin tärkeänä, koska se mahdollistaa resurssien jakamisen sekä tietojen ja kokemusten vaihtamisen muiden toimijoiden kanssa. Tämä ei ainoastaan paranna työllisyyttä ja kannattavuutta, vaan lisää yrityksen joustavuutta. Erityisesti työn tasaisuus, meno-paluukuljetuksien lisääntyminen ja niiden myötä parantunut kannattavuus nousivat esiin kyselyssä tärkeinä mahdollisuuksina, jotka voivat auttaa pitämään yrityksen toiminnan vakaana ja kilpailukykyisenä.

Verkostoitumisen **helpottamiseksi** puutavara-autoilijoiden keskuudessa nousi useita eri keinoja ja toimenpiteitä kyselyn kautta. Monet vastaajat korostivat **asenteen** ja **suhtautumistavan** merkitystä. Verkostoituminen lähtee yksilöstä itsestään, ja asenteen muutoksella voisi olla suuri vaikutus yhteistyön lisääntymiseen. On tärkeää, että yrittäjät ovat valmiita puhaltamaan **yhteen hiileen** ja **arvostamaan yhteistyötä**, sillä yhteinen etu hyödyttää kaikkia osapuolia. **Avoimuus** ja **luottamuksen** rakentaminen nähtiin keskeisinä tekijöinä verkoston ilmapiirin rakentamiseen. Ammattikateus haluttaisiin kyselyn perusteella pois verkostoitumisesta, ja tällöin yhteistyö voisi toimia sujuvammin ja tehokkaammin. Lisäksi toivottiin, että verkostojen jäsenet olisivat tasapuolisesti kohdeltuja ja kaikki noudattaisivat yhteisiä pelisääntöjä, mikä takaisi rehellisyyden ja oikeudenmukaisuuden verkostojen toimivuuden kannalta. ”*Yhteiset pelisäännöt jotta homma pelaa rehellisesti.*”

Verkostojen hyötyjen maksimoiseksi ehdotettiin myös alueen asiakaskannan laajentamista. Vastaajat toivoivat, että alueella olisi useampi asiakas tai tilaaja, jotta verkostoitumisesta saataisiin parempia tuloksia. Yhteisten tapahtumien ja koulutusten järjestäminen nähtiin myös hyödyllisinä keinoina, sillä ne tarjoaisivat yrittäjille mahdollisuuden tutustua toisiinsa ja oppia yhteistyön merkityksen sekä hyödyt. Kaiken kaikkiaan verkostoitumista voitaisiin parantaa avoimella ja luottamuksellisella yhteistyöllä, jossa kaikilla osapuolilla on yhteinen tavoite.

Verkostoitumisella voi olla merkittävä rooli myös alan vastuullisuuden edistämässä. Alla olevasta kuviosta 9, näkyvät tulokset kysymykseen ” Koetko, että verkostoituminen voi edistää alan vastuullisuutta (esim. ympäristöystävälliset käytännöt, työhyvinvointia)?”.

Koetko, että verkostoituminen voi edistää alan vastuullisuutta (esim. ympäristöystävälliset käytännöt, työhyvinvointia)?			
Vastausvaihtoehto	Määrä (n)	Prosentti (%)	Perustelut
a. Kyllä, miten?	14	73,70 %	<ul style="list-style-type: none"> - Yhteiskoulutukset ja uusimmat alan muutokset heti saatavilla - Näin mejän verkostossa toimitaan jo nyt - Co2 päästöjen pieneminen - Helpompi toimia isompana - Tietoisuuden lisääminen asiasta - Sertifikaatti - Yhteiset koulutukset - Paremmat resurssit - Jaettu tieto auttaa tietämättömiäkin toimimaan oikein - Tehokkuus ja laadunhallinta - Lähinnä yhteydenpitona muiden alan toimijoiden kanssa - Kaikenmaailman raporttien väentäminen yhdessä - Jos verkostossa on tietoa mm. laatuasioihin - Välittäminen lisääntyy verkostoitumisessa
b. En koe	3	15,80 %	
c. En osaa sanoa	2	10,50 %	

Kuvio 9. Verkostoitumisen vaikutus vastuullisuuskäytäntöihin

Kyselyssä suurin osa vastaajista noin 74 prosenttia koki, että verkostoituminen voi edistää vastuullisuus käytäntöjä, kuten ympäristöystävällisyyttä sekä työhyvinvointia. **Yhteiset koulutukset** ja ajankohtaisista alan muutoksista tiedottaminen nähtiin tärkeinä keinoina, joiden avulla tieto ja parhaat käytännöt leviävät verkoston jäsenille. Esimerkiksi monet vastaajat mainitsivat, että verkostot voivat **tukea CO2-päästöjen vähentämistä ja edistää ympäristöystävällisempiä** toimintatapoja. Verkostojen kautta voidaan jakaa myös vastuullisuuteen liittyvää tietoa, joka auttaa osaltaan kehittämään alan käytäntöjä. Tietoisuuden lisääminen vastuullisuusasioista oli yleisesti esiin nousut hyöty.

Erityisesti yhteiset koulutukset ja **resurssien jakaminen** voivat parantaa työhyvinvointia ja tehokkuutta. Verkostoituminen mahdollistaa myös laadunhallinnan ja tehokkuuden parantamisen, jotka ovat keskeisiä vastuullisuuden näkökulmasta. Jaettu tieto auttaa myös niitä toimijoita, jotka eivät ole täysin perillä vastuullisuusasioista, ohjaten heitä oikeaan suuntaan. Vaikka suuri osa vastaajista koki verkostoitumisen edistävän vastuullisuutta, noin 16 % ei kokenut sen vaikuttavan vastuullisuuteen. Tämä voi johtua siitä, että eivät kaikki verkostot ole riittävän yhtenäisiä tai sitoutuneita vastuullisuuden edistämiseen. 10,5 % vastaajista ei osannut sanoa, mikä voi viitata siihen, että vastuullisuuden ja verkostoitumisen välinen yhteys ei ole vielä kaikille täysin selvä.

7.3 Haastattelu

Opinnäytetyössä suoritettiin haastattelu, jonka tarkoituksena oli kerätä syvällistä tietoa verkostoitumisesta puutavara-autoilijoiden keskuudessa. Haastattelu toteutettiin yhden asiantuntija kanssa kasvotusten, ja se tallennettiin ja litteroitiin hyödyntäen Microsoft Wordin sanele-toimintoa. Ensimmäiselle muunnettiin tekstiksi siten, että sanelin kirjoitti puheen auki. Sen jälkeen tutkija kuunteli tallenteen uudelleen läpi ja teki tarvittavat korjaukset tekstiin. Äänitiedosto saatiin muokattua näin selkeämmäksi, mikä teki sen analysoinnista yksinkertaisempaa ja auttoi tunnistamaan tärkeät asiat tarkemmin. Analyysivaiheessa haastattelun sisältöä on yhdistetty ja tiivistetty, jotta pääpointit saatiin esiin ja ne ovat selkeästi tunnistettavissa, mikä tukee tutkimuksen luotettavuutta ja analyysin tarkkuutta.

Haastattelussa käsiteltiin verkostoitumisen eri teemoja, kuten sen vaikutusta, ylläpitoa, haasteita ja mahdollisuuksia. Haastateltavalle esitettiin 18 kysymystä, jotka oli valittu palvelemaan mahdollisimman hyvin opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä, haastattelukysymykset ovat nähtävillä liitteessä 2.

Haastattelun avulla saatiin arvokasta kvalitatiivista tietoa, joka täydentää suoritetun kyselyn kvantitatiivisia tuloksia. Näiden havaintojen perusteella voidaan arvioida verkostoitumisen merkitystä puutavara-autoilijoiden keskuudessa. Haastattelun luotettavuutta tukee se, että haastateltava on verkostoyrityksen toimitusjohtaja, jolla on syvälinen tietämys verkostoitumisesta. Tämän asiantuntemuksen ansiosta saatu tieto on relevanttia ja perustuu asiantuntevaan näkemykseen. Haastattelu toteutettiin kasvotusten, mikä mahdollisti luonnollisen vuorovaikutuksen ja vähensi väärinymmärrysten riskejä. Kuitenkin on tärkeää huomioida, että haastattelussa oli vain yksi asiantuntija, mikä voi rajoittaa tulosten yleistettävyyttä.

7.4 Haastattelun tulokset

Verkostoyrityksen alkujuuret ulottuvat 1990-luvun alkuun, jolloin tavaraliikenneluvat vapautuivat. Tuolloin havaittiin, että kuljetusyrietykset tarvitsivat tukea liiketoimintansa kehittämiseen ja ylläpitämiseen. Tämän tarpeen myötä syntyi ajatus verkostoyrityksestä, jossa yritykset alkoivat jakaa resursseja ja palveluja keskenään. Aluksi verkoston palvelut keskittyivät tarjoamaan apua kuljetusalan toimijoille, mutta ajan myötä tarjonta laajeni myös asiakaspuolelle, erityisesti metsäteollisuuteen.

Verkostoyrityksen avulla yritykset voivat hyödyntää **resurssejaan** tehokkaasti eri asiakkuuksissa ja alueilla, mikä tuo etuja myös metsäteollisuusasiakkaille. Tämä mahdollistaa **toiminnan tehostamisen**, sillä tyhjänä ajot voidaan minimoida ja käyttöastetta parantaa. Verkostoyritys tarjoaa pienyrityksille **turvaa suurten volyymien ja vakiintuneiden sopimusten kautta**, mikä takaa jatkuvuuden työtehtävissä ja sopimuksissa.

Verkostoyrityksen jäsenyys tuo merkittäviä etuja autoilijoille. Haastateltavan mukaan verkostoituminen tuo **kustannussäästöjä** yhteishankinnoilla, ja yritykset voivat hyödyntää verkoston tarjoamia koulutuspalveluja ja asiantuntijatukea. Tällöin pienyritykset voivat täyttää lainsäädännön

vaatimukset ja parantaa laatua, ympäristövastuuta ja työturvallisuutta. **Yhteisön tuki** koettiin myös tärkeäksi, sillä verkostossa autoilijat saavat apua ja tukea eri liiketoiminnan osa-alueilla.

Nykyään vastuullisuusasiat, kuten **laatu, ympäristö ja sosiaalinen vastuu**, ovat nousseet keskeisiksi teemoiksi. Haastateltava kertoi, että vastuullisuuden kysyntä on kasvanut viimeisten vuosien aikana kaikilla toimialoilla. **Koulutus** ja **auditoinnit** ovat tärkeitä työkaluja, joilla verkostoyritys voi varmistaa, että vastuullisuus täyttyy ja yritykset voivat näin osoittaa sen asiakkailleen. Erityisesti pienyritykset saavat merkittävää **tukea** verkostolta, joka auttaa niitä täyttämään vastuullisuusvaatimukset, joita yksittäisellä yrityksellä voisi olla vaikea täyttää ilman verkoston apua.

Vaikka verkostoitumisella on monia etuja, siihen liittyy myös haasteita. Yksi keskeinen haaste on se, että verkoston jäsenten välillä voi olla **eroja** esimerkiksi **arvomaailmassa ja toimintatavoissa**, mikä saattaa luoda jännitteitä. Haastateltava kertoi, että kilpailun ja yhteistyön yhdistäminen saattaa tuntua autoilijoista haastavalta, sillä autoilijat saattavat kokea toisiaan kilpailijoiksi, vaikka verkostoyrityksessä toimitaankin yhteisten tavoitteiden eteen. **Yhteistyön** ja **luottamuksen** rakentaminen on tärkeää.

Verkostoyrityksen toiminta parantaa merkittävästi **kilpailukykyä**. Haastattelun perusteella verkostot pystyvät tarjoamaan asiakkailleen isompia toimituksia ja laajempia maantieteellisiä alueita. Tämä parantaa asiakkaiden saavutettavuutta ja kilpailukykyä. Hyvä tiedonhallinta ja yhteinen tietojärjestelmä ovat keskeisiä tekijöitä, jotka tukevat tehokkuutta ja helpottavat liiketoiminnan sujuvuutta.

Tulevaisuudessa verkostoituminen tulee olemaan entistä tärkeämpää. Haastateltava uskoi, että verkostojen kautta autoilijat voivat päästä käsiksi **uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin** ja **laajentamaan asiakaskuntaansa**. Verkostoyritykset voivat **tukea** autoilijoita koulutuksen, konsultoinnin ja yhteisön kautta, mutta myös verkostojen kehittäminen ja yhteistyön syventäminen muiden toimijoiden kanssa on tärkeää. Tällöin verkostot voivat laajentaa tarjontaansa ja luoda uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

Verkostojen kehittäminen ei ole täysin ongelmaton. Yksi haaste on se, että autoilijat **eivät aina hyödynnä verkostomahdollisuuksia riittävästi**. Tämä saattaa johtua siitä, että ei ole tarpeeksi ymmärrystä verkostoitumisen eduista tai resursseja ei osata hyödyntää oikein. Verkosto jäsenten välillä voi myös olla **erilaisia odotuksia** ja se voi aiheuttaa jännitteitä. Haastateltava kertoi, että **avoimuus** ja **luottamus** ovat tärkeitä verkoston toimivuuden kannalta, mutta niiden rakentaminen voi olla aikaa vievää ja vaatia jatkuvaa työtä.

Verkostoituminen tuo **merkittäviä etuja** puutavara-autoilijoille, erityisesti **kustannussäästöjen, asiakasmäärien lisääntymisen ja tehokkuuden parantamisen** osalta. Verkostot voivat tarjota myös **tukea vastuullisuusasioissa ja liiketoiminnan kehittämisessä**. Haasteet liittyvät pääasiassa luottamuksen, kilpailun ja yhteistyön yhdistämiseen sekä verkostojen riittävään hyödyntämiseen. Tulevaisuudessa verkostoitumisen merkitys vain kasvaa, mutta sen täysimittainen hyödyntäminen edellyttää jatkuvaa kehittämistä ja avointa yhteistyötä.

7.5 Avainteemat tuloksista

Kyselyn ja haastattelun perusteella esiin nousi useita läpileikkaavia teemoja, nämä esitetty alla olevassa kuviossa 10.



Kuvio 10. Avainteemat tuloksista

8 Johtopäätökset

Tietoperustan ja kerätyn aineiston pohjalta on koottu vastaukset kunkin tutkimuskysymyksen osalta. Jokainen tutkimuskysymys on käsitelty omana alaotsikkonaan. Yhteenvetona johtopäätöksistä on luotu posteriksi ”Verkostoitu fiksusti”, joka esittää työn keskeiset tulokset ja havainnot. Posteriksi toimii opinnäytetyön lopputuloksena ja tiivistää tutkimuksen keskeiset havainnot visuaalisesti selkeällä ja informatiivisella tavalla. Posteriksi on nähtävillä liitteessä 3.

8.1 Puutavara-autoilijoiden verkostoitumisen hyödyntäminen tällä hetkellä

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen eli miten puutavara-autoilijat hyödyntävät tällä hetkellä verkostoitumista haettiin vastaus oman tutkimuksen avulla. Puutavara-autoilijat hyödyntävät verkostoitumista monin tavoin, ja heidän verkostoitumiskäytännöissään näkyy selviä yhteyksiä sekä teoreettisiin näkemyksiin että käytännön haasteisiin ja mahdollisuuksiin, joita alalla toimijat kohtaavat. Kyselytuloksen perusteella voidaan nostaa esiin keskeisiä tapoja, miten he hyödyntävät verkostoitumista tällä hetkellä.

Kyselyn tuloksissa nousi selkeästi esiin, että puutavara-autoilijat arvostavat erityisesti alalle erikoistuneita verkostoja, jotka tarjoavat syvällistä asiantuntemusta ja tukea liiketoiminnan kehittämiseen. Erikoistuneiden verkostojen suosio selittyy niiden kyvyllä vastata suoraan alan tarpeisiin ja tarjota käytännönläheistä yhteistyötä muiden saman alan toimijoiden kanssa. Tämä tulos tukee tietoperustassa esitettyjä käsityksiä verkostoitumisesta, jonka mukaan ammatilliset verkostot eivät ole enää pelkästään etu, vaan elintärkeitä uusien mahdollisuuksien saavuttamiseksi ja liiketoiminnan kehittämiseksi. Tietoperustassa korostetaan, että verkostoituminen on keskeinen osa työntekoa ja ammatillista kehittymistä, ja erityisesti erikoistuneet verkostot tarjoavat näihin tavoitteisiin suoraan pääsyn (Lindsberg 2024, 19).

Suullinen yhteydenpito kollegoiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa nousi toiseksi suosituimmaksi verkostoitumuksimuodoksi. Tämä osoittaa, että henkilökohtainen ja välitön vuorovaikutus on edelleen erittäin tärkeää puutavara-autoilijoille. Se mahdollistaa nopean tiedonvaihdon ja luottamuksellisten suhteiden rakentamisen, jotka ovat olennaisia yhteistyömahdollisuuksien syntymisessä. Tämä tulos resonoi tietoperustan esittämän verkostoitumisen peruserätyksen kanssa, jossa tunteminen, luottamus ja sitoutuminen ovat avainasemassa yhteistyön onnistumisessa. Siinä

korostetaan, että ilman luottamusta yhteistyö ei voi syventyä, ja luottamusta rakennetaan usein henkilökohtaisessa vuorovaikutuksessa (Järvensivu 2019, 61). Verkostoituminen ei ole vain kontaktien lisäämistä, vaan se vaatii syvällistä vuorovaikutusta ja sitoutumista.

Alan tapahtumat ja messut ovat myös merkittävä verkostoitumiskanava tällä hetkellä, vaikka eivät yhtä suosittuja kuin alalle erikoistuneet verkostot tai suullinen yhteydenpito. Tapahtumat ja messut tarjoavat mahdollisuuden tavata uusia kontakteja kasvotusten, mikä voi edistää uusien yhteistyösuhteiden rakentamista. Tämä näkyy tietoperustassa esitetystä verkostoitumisen tärkeydestä liiketoiminnan kasvun ja uusien mahdollisuuksien kannalta. Tietoperustassa korostetaan, että verkostot voivat auttaa hankkimaan uusia asiakkaita ja yhteistyökumppaneita, ja tapahtumat tarjoavat konkreettisen ympäristön näiden suhteiden luomiseksi (Lindsberg 2024, 200).

Kyselyn mukaan digitaaliset verkostoitumiskanavat ovat myös mukana tämän hetken hyödyntämistavoissa, mutta niiden hyödyntäminen ei ole yhtä suosittua kuin perinteisten verkostoitumismuotojen. Tämä voi johtua siitä, että digitaalinen yhteydenpito ei tarjoa yhtä välitöntä tai käytännönläheistä hyötyä kuin kasvokkain tapahtuva vuorovaikutus. Vaikka digitaalisten verkostointikanavien käyttö on nousussa, se ei täysin korvaa henkilökohtaista vuorovaikutusta, mikä on linjassa tietoperustassa esitetyn verkostoitumisen onnistumisen elementtien kanssa. Digitaaliset kanavat voivat tukea tiedonvaihtoa ja yhteydenpitoa, mutta luottamuksen ja sitoutumisen rakentaminen vaatii edelleen henkilökohtaista kontaktia. (Järvensivu 2019, 61.)

8.2 Haasteet verkostoitumisessa

Toinen tutkimuskysymys oli mitä haasteita verkostoitumiselle on puutavara-autoilijoiden keskuudessa. Puutavara-autoilijat kohtaavat verkostoitumisessa myös haasteita, jotka voivat estää yhteistyön rakentamista ja verkostojen täysimääräisen hyödyntämisen. Kyselyn ja haastattelun perusteella suurimmat haasteet liittyvät kilpailuun ja epäluottamukseen. Kilpailu nousi merkittäväksi haasteeksi monille vastaajista, jotka kokivat sen vaikeuttavan yhteistyömahdollisuuksien syntymistä. Tämä ilmiö johtuu usein siitä, että samat toimijat kilpailevat samoista työmahdollisuuksista, mikä luo jännitteitä ja estää aitojen yhteistyömahdollisuuksien syntymisen. Kilpailu voi myös aiheuttaa keskinäistä kateutta ja luottamuspulaa, jotka estävät sujuvan yhteistyön ja verkostojen toimivuuden. Tietoperustassa on todettu, että laadulliset haasteet voivat heikentää verkostojen tehokkuutta (Verkostoitumisen riskit ja niidenhallinta, n.d; Korpi ym. 2012, 149–150.) Tämän

vuoksi kilpailu ja epäluottamus voivat rajoittaa verkostojen mahdollisuuksia ja heikentää niiden kykyä täysipainoisen hyödyntämisen kannalta.

Toinen merkittävä este verkostoitumiselle on ajanpuuta ja maantieteelliset esteet. Monilla autoilijoilla on kiireiset työajat, ja verkostoitumiselle ei jää riittävästi aikaa. Erilaiset velvoitteet voivat rajoittaa mahdollisuuksia osallistua verkostotapahtumiin ja ylläpitää kontakteja. Lisäksi, kun toimijat sijaitsevat eri puolilla maata, etäisyydet voivat hankaloittaa yhteydenpitoa ja yhteistyötä. Tietoperustassa korostetaan, että ajanhallinta on yksi verkostoitumisen suurimmista haasteista, ja kiireen keskellä voi olla vaikeaa löytää aikaa verkostoitumiselle (Business Networking Challenges: How to Overcome the Common Obstacles and Fears 2024). Maantieteellisiä esteitä voidaan kuitenkin lieventää digitaalisilla työkaluilla, esimerkiksi sosiaalisen median eri sovelluksilla, jotka mahdollistavat ajasta ja paikasta riippumattoman yhteydenpidon.

Erilaiset arvot, toimintatavat ja kulttuurit voivat tuoda verkostoitumiseen monimuotoisuuden haasteita. Haastattelussa nousi esiin, että autoilijat voivat kokea jännitteitä, jotka syntyvät eri toimintakulttuureista ja odotuksista. Erilaiset arvomaailmat voivat johtaa väärinymmärryksiin ja heikentää yhteistyöhalukkuutta, mikä puolestaan voi heikentää verkostojen tehokkuutta. Tämä havainto on linjassa tietoperustassa esitetyn näkemyksen kanssa, jonka mukaan monimuotoisuus ja eri arvot voivat luoda haasteita yhteistyölle (Verkostojohtamisen opas 2019, 18; Business Networking Challenges: How to Overcome the Common Obstacles and Fears 2024). Kuitenkin, jos nämä erot tunnustetaan ja hyväksytään, ne voivat toimia jopa voimavarana. Haastattelussa korostettiin erityisesti avoimuuden ja luottamuksen merkitystä verkoston toimivuuden kannalta. Luottamuksen rakentaminen vaatii aikaa ja jatkuvaa työtä, mutta sen myötä voidaan luoda kestäviä ja tehokkaita yhteistyösuhteita.

Yhteenvetona voidaan todeta, että puutavara-autoilijoiden verkostoitumisessa keskeisimmät haasteet liittyvät kilpailuun, epäluottamukseen, ajanpuutteeseen ja maantieteellisiin esteisiin. Kyselyn ja haastattelun perusteella on selvää, että verkostojen täysmääräinen hyödyntäminen edellyttää näiden haasteiden voittamista.

8.3 Verkostoitumisen hyödyt ja mahdollisuudet

Kolmas tutkimuskysymys oli mitkä ovat verkostoitumisen hyödyt ja mahdollisuudet. Verkostot tarjoavat puutavara-autoilijoille mahdollisuuden jakaa resurssejaan ja tehdä yhteistyötä muiden alan toimijoiden kanssa. Kyselyssä vastaajat korostivat yhteistyömahdollisuuksien merkitystä hyödyissä, mikä tukee tietoperustassa esitettyä ajatusta siitä, että verkostoituminen voi parantaa kilpailukykyä ja avata uusia liiketoimintamahdollisuuksia (Hiila ym. 2019, 68). Verkostojen avulla autoilijat voivat jakaa resursseja, optimoida kuljetusreittejä ja reagoida joustavasti ruuhkapiikkeihin ja sesonkivaihteluihin. Tämä mahdollistaa työn ja rahavirran tasaisemman jakautumisen vuoden ympäri, parantaen työllisyyttä ja vähentäen sesonkivaihteluiden vaikutuksia.

Verkostoituminen tuo myös mahdollisuuden jakaa asiakaskuntaa ja löytää uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Kyselyn tuloksissa asiakaskunnan laajentaminen ja uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytäminen nousivat keskeisiksi hyödyiksi. Tämä vahvistaa tietoperustassa esitettyä näkemystä, jonka mukaan verkostot voivat avata uusille asiakkaille ja yhteistyökumppaneille, jotka puolestaan voivat tukea yrityksen pitkän aikavälin kasvua ja kilpailukyvyyn parantamista (Hakanen ym. 2007, 25; Lindsberg 2024, 200). Yhteistyön lisääminen ja resurssien yhdistäminen mahdollistavat suurempien urakoiden toteuttamisen, joita yksittäiset yrittäjät eivät pystyisi hallitsemaan ilman verkostontukea.

Verkostoituminen ei kuitenkaan ole pelkästään liiketoimintaa, vaan myös tilaisuus luoda henkilökohtaisia suhteita, jotka tukevat urakehitystä. Verkostot voivat tarjota tukea, ymmärrystä ja uusia näkökulmia, jotka auttavat kasvamaan niin yrittäjinä kuin ihmisinä. Kun verkostoituminen pohjautuu yhteisiin arvoihin ja tavoitteisiin, se voi olla tehokas väline sekä henkilökohtaisessa että ammatillisessa kehityksessä. Verkostot, joissa arvostetaan luottamusta ja vastavuoroisuutta, tarjoavat paitsi käytännön apua, myös henkistä tukea, joka vie meitä eteenpäin.

Verkostoituminen on mahdollisuus luoda yhteisöjä, joissa kaikki voivat jakaa osaamistaan, oppimistaan sekä tukea toisilleen. Se avaa ovia uusille mahdollisuuksille, kuten asiakkaille, yhteistyökumppaneille tai jopa ystäville. Avoimuus ja uteliaisuus ovat avaimia, sillä verkostoista voi löytyä juuri se tuki, jota tarvitsemme kuten tietoperustassa oli mainittu (Vepsäläinen 2023). Verkostoituminen nähdään myös tärkeänä välineenä vastuullisuuden edistämiseksi. Kyselyssä noin 74 % vastaajista koki, että verkostoituminen voi edistää alan vastuullisuuskäytäntöjä, kuten ympäristöystävällisiä käytäntöjä ja työhyvinvointia. Tieto ja parhaat käytännöt leviävät verkostojen kautta, ja

jäsenet voivat tukea toisiaan vastuullisuusvaatimusten täyttämässä. Tällöin verkostot toimivat paitsi liiketoiminnan tukena myös vastuullisuuden edistäjinä, sillä ne tarjoavat paikan jakaa ja omaksua vastuullisia käytäntöjä, jotka parantavat alan kykyä sopeutua yhteiskunnan ja ympäristön vaatimuksiin.

Haastattelun tuloksista käy ilmi, että verkostoyrityksen jäsenenä toimiminen parantaa toimintatehokkuutta ja tarjoaa puutavara-autoilijoille merkittäviä kustannussäästöjä. Kyselyssä moni vastaaja nosti esiin yhteishankintojen ja resurssien jakamisen merkityksen, mikä tukee tietoperustassa esitettyä näkemystä siitä, että verkostot voivat tuoda kustannussäästöjä ja parantaa kilpailukykyä jakamalla riskejä ja kustannuksia (Hakanen ym. 2007, s. 26). Verkostot voivat myös parantaa kaluston käyttöastetta ja vähentää tyhjänä ajoa, mikä puolestaan parantaa yritysten kannattavuutta ja vähentää ympäristövaikutuksia.

Haastattelun perusteella verkostoyritykset pystyvät tarjoamaan asiakkailleen isompia toimituksia ja laajempia maantieteellisiä alueita, tämä mahdollistaa entistä kattavampia palveluja, joustavuutta sekä laajempia markkinamahdollisuuksia. Verkostot eivät ainoastaan tue liiketoiminnan kehitystä, vaan ne tarjoavat pääsyä uusiin mahdollisuuksiin. Tulevaisuudessa verkostoitumisen merkitys kasvaa entisestään, mutta sen täysimittainen hyödyntäminen edellyttää jatkuvaa kehittämistä ja avointa yhteistyötä.

Verkostoitumisen merkitys käy ilmi myös tutkimuksen tuloksista. Kyselyssä nousi esiin, että kohde-ryhmä koostui erityisesti useamman ajoneuvon omistavista yrityksistä, joiden osallistuminen verkostoihin selittyy monilla positiivilla syillä. Verkostoon kuulumisen tuo selkeitä etuja, jotka tukevat yrityksen liiketoimintaa tarjoten muun muassa resursointietuja, kilpailukykyyn parantamista sekä logististen ja taloudellisten haasteiden helpottamista, jotka ovat erityisen tärkeitä useamman ajoneuvon omistavilla yrityksillä.

Kyselytutkimuksen tulos poikkeaa alalla yleisesti vallitsevasta tilanteesta, joka on nähtävillä alan lehden luomasta taulukosta 2 (Nurmi 2024). Pienemmät, yhden ajoneuvon yritykset hallitsevat usein itsenäisesti liiketoimintaansa, mutta voivat silti toimia aliurakoitsijoina suuremmille yrityksille ilman, että he itse kuuluvat suoraan verkostoon. Tässä tapauksessa he voivat hyödyntää verkostoitumisen tarjoamia mahdollisuuksia ja etuja, vaikka eivät olisikaan virallisesti osa verkostoa.

Tämä ero selittää osittain tutkimuksen ja alan yleisen tilanteen välisiä eroja ja korostaa verkostoitumisen roolia useamman ajoneuvon omaavilla yrittäjillä. Voidaankin todeta, että mitä isompi konaisuus, sitä haastavampaa sen hallitseminen on. Tällöin verkostot toimivat tärkeänä apuna, auttaen yrityksiä resursoinnissa, koordinoinnissa ja muiden liiketoiminnan osa-alueiden hallinnassa, joita useamman auton yrittäjien olisi hankalampaa hoitaa yhtä tehokkaasti ilman verkostojen tukea.

9 Pohdinta

9.1 Työn merkittävyyden tarkastelu

Työn tuotos, eli posterit, tiivistää keskeiset havainnot ja suositukset verkostoitumisen edistämiseksi. Työ on merkittävä, koska se tarjoaa ajankohtaista ja käytännönläheistä tietoa, joka voi auttaa alan toimijoita parantamaan verkostoitumiskäytäntöjään ja kehittämään toimintaansa entistä tehokkaammaksi. Työ onnistui hyvin yhdistäessään teoreettisen tiedon ja tutkimuksen tulokset, luoden kattavan kuvan verkostoitumisen haasteista, hyödyistä ja mahdollisuuksista.

Eryteisesti työn merkitys on siinä, että se tarjoaa puutavara-autoilijoille arvokasta tietoa verkostoitumisen roolista heidän liiketoiminnassaan. Tämän lisäksi on tärkeää huomioida, että puutavara-autoilijoiden verkostoitumisesta ei ole aiemmin tehty vastaavaa opinnäytetyötä, joten tämä työ tuo merkittävää ja uutta tietoa alalle, mikä on erityisen arvokasta verkostoitumisen edistämiseksi.

9.2 Eettisyys ja luotettavuus

Tieteellisessä tutkimuksessa luotettavuuden arvioiminen on tärkeää, jotta voidaan varmistua, että tutkimustulokset ovat paikkansapitäviä ja tutkimus on laadukasta. Luotettavuuden arviointi alkaa jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa, jolloin pyritään valitsemaan menetelmät, jotka varmistavat työprosessin aikana saavutettavan luotettavan lopputuloksen. Määrällisessä tutkimuksessa luotettavuuden tarkastelussa käytetään kahta keskeistä tekijää reliabiliteettia ja validiteettia. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten johdonmukaisuutta ja toistettavuutta. Jos tutkimus toistetaan samoin ehdoin, tulosten tulisi olla samanlaiset. Validiteetti puolestaan tarkoittaa sitä, että tutkimuksessa mitataan juuri niitä asioita, joita on tarkoitus mitata. Toisin sanoen, tutkimuksen tulee

olla pätevä ja tarkka, eli se tutkii oikeita asioita eikä esimerkiksi jotain sellaista, joka ei ole relevanttia tutkimusaiheen kannalta. (Kananen 2010, 128.)

Tässä tutkimuksessa reliabiliteetti arvioitiin ensisijaisesti muutamalla eri tavalla. Ensinnäkin kyselylomakkeen selkeydellä ja johdonmukaisuudella pyrittiin varmistamaan, että vastaajat tulkitsevat kysymykset samalla tavalla. Kysymykset, jotka liittyivät verkostoitumisen eri ulottuvuuksiin, muotoiltiin niin, että ne olivat yksiselitteisiä ja ymmärrettäviä kaikille vastaajille. Tämä vähentää virhetulosten riskiä, joka voisi johtua väärinymmärryksistä tai epäselvistä kysymyksistä. Toiseksi tutkimuksessa huomioitiin kyselyn toistettavuus. Toistettavuudella tarkoitetaan sitä, että jos tutkimus suoritetaan uudelleen samoilla kysymyksillä ja samalla vastaajaryhmällä, tulosten pitäisi olla johdonmukaisia ja samanlaisia.

Validiteetti liittyy tutkimuksessa siihen, kuinka hyvin tutkimuksen mittarit (esim. kysymykset) ovat yhteydessä tutkittavaan ilmiöön. Tässä tutkimuksessa validiteetti oli erityisen tärkeä, koska tutkimuksen kohteena oleva verkostoituminen on monivaiheinen ja monimutkainen ilmiö, jonka mittaaminen vaatii tarkkuutta ja oikeanlaista lähestymistapaa. Arvio sisäisestä validiteetista eli siitä että, mittaavatko kysymykset juuri verkostoitumisen eri puolia, kuten miten sitä toteutetaan, sen heikkouksia sekä mahdollisuuksia. Kysymykset on suunniteltu niin, että ne kattavat verkostoitumista niin, että niistä saadaan tutkimuskysymyksiin tärkeää tietoa.

Lisäksi ulkoista validiteettia arvioitiin tutkimuksen otannan perusteella. Kysely lähetettiin noin sadalle puutavara-autoilijalle eri puolille Suomea, vastauksia saatiin 19 kappaletta. Vaikka vastausmäärä jäi suhteellisen pieneksi, voidaan tutkimuksen tuloksia pitää silti luotettavina, koska tietoperusta on tukemassa sitä.

Verkostoituminen on olennainen osa puutavara-autoilijoiden arkea ja toimintaa, ja se on keskeinen elementti toimialalla. Tästä syystä verkostoitumisen merkitys on nähtävissä tutkimustuloksista, vaikka vastausmäärä jäi alhaiseksi. Vastausten vähäisyys voi osaltaan selittyä sillä, että alalla toimii monia yksinyrittäjiä, heiltä ei välttämättä löydy aikaresursseja normaaleista poikkeaviin toimintoihin. Isommissa yrityksissä on yleisesti kuitenkin eri henkilö kuin itse autoilija vastaamaan hallintotehtävistä.

Lisäksi tutkijalla on henkilökohtaista kokemusta verkostoyrityksestä kesätöiden kautta, vastaukset tukevat hänen näkemyksiään verkostoitumisesta alalla. Tämä lisää tutkimuksen luotettavuutta ja vahvistaa verkostoitumisen merkitystä puutavara-autoilijoiden työssä. Näin ollen, vaikka otos oli pieni, tutkimuksen tuloksia voidaan tietyn edellytyksin yleistää myös laajemmin puutavara-autoilijoiden verkostoitumisen rooliin.

Työn eettisyys varmistettiin noudattamalla hyvän tieteellisen käytännön periaatteita. Aineiston keruussa käytettiin vain sellaisia menetelmiä, jotka kunnioittavat yksilöiden ja organisaatioiden oikeuksia. Kaikki kerätty tieto käsiteltiin siten, että yksittäisiä henkilöitä ei voitu tunnistaa. Tutkimuksessa noudatettiin myös Jyväskylän ammattikorkeakoulun eettisiä ohjeita ja raportointikäytäntöjä varmistaen, että tutkimus täyttää kaikki eettiset ja tieteelliset vaatimukset.

9.3 Jatkokehitysehdotukset

Jatkotutkimukselle on useita mahdollisuuksia, jotka voisivat syventää ymmärrystä puutavara-autoilijoiden verkostoitumisesta ja sen käytännön toteutuksesta. Tämä aihe tarjoaa laajan tutkimusmahdollisuuden, sillä puutavara-autoilijoiden verkostoitumista ei ole tutkittu juurikaan aiemmin. Yksi mielenkiintoinen tutkimusaihe voisi olla erikokoisten puutavara-autoilijoiden yritysten vertaileminen, joissa toisella on useampia puutavara-autoyhdistelmää ja toisella vain yksi. Tutkimuksessa voisi tarkastella, miten verkostoituminen toteutuu näissä eri kokoisissa yrityksissä.

Toisena asiana voisi tutkia verkostoitumisen esteitä ja haasteita puutavara-autoilijoiden keskuudessa voisi tutkia syvällisemmin, keskittyen erityisesti niihin tekijöihin, jotka luovat haastetta yhteistyön ja verkostojen muodostumiseen alalle. Erilaiset kulttuuriset tekijät, luottamuksen puute ja kilpailuasemat voivat merkittävästi vaikuttaa siihen, kuinka avoimesti ja tehokkaasti puutavara-autoilijat pystyvät verkostoitumaan ja luomaan yhteistyösuhteita muiden toimijoiden kanssa.

Kolmas vaihtoehto jatkotutkimuksen aiheeksi voisi olla myös, kuinka verkostoituminen voi tukea kestävä kehityksen tavoitteita, kuten resurssien tehokasta käyttöä. Tämä näkökulma voisi avata uusia mahdollisuuksia verkostojen kehittämiseksi, jotka tukevat niin taloudellista kuin ekologista kestävyttä.

Tällaiset tutkimusaiheet tarjoavat mahdollisuuden syventää verkostoitumisen ja yhteistyön ymmärtämistä puutavara-autoilijoiden liiketoiminnassa ja luoda käytännönläheisiä toimintamalleja, joita voidaan hyödyntää myös alan kehittämisessä.

Lähteet

Airila, A. & Bergbom, B. 2017. Verkostot pienyrittäjän tukena. Helsinki: Tuula Koussa / Maisteri Kousan agentuuri ja editointi Oy. Viitattu 9.10.2024. <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/135334/Verkostot%20pienyritt%c3%a4j%c3%a4n%20tukena.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Alatalo, K., Heikkilä, S., Hirvonen V., Kärki, E., Lahtela V., Niemelä, H., Olli, H., Parkkonen, H., Rumpunen, H., Saarentaus, T., Terävä, S., Oijala, T., Hänninen, E., Pennanen., Rajamäki, J. & Väkevä, J. 1997. Puutavaran autokuljetus - Metsätehon opas. Opas Metsätehon sivustolla. Viitattu 18.11.2024. https://metsateho.fi/wp-content/uploads/2015/02/Puutavaran_autokuljetus_opas.pdf

Business Networking Challenges: How to Overcome the Common Obstacles and Fears. 7.6.2024. Artikkelin FasterCapital sivustolla. Viitattu 12.11.2024. <https://fastercapital.com/content/Business-Networking-Challenges--How-to-Overcome-the-Common-Obstacles-and-Fears.html#Why-Business-Networking-is-Important-and-What-are-the-Common-Challenges->

Eriksson, P. & Koistinen, K. 2014. Monenlainen tapaustutkimus. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus. Viitattu 28.11.2024. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/fecd7913-7363-4d9f-9e2e-2d9f3e597230/content>

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

Hiila, I., Tukiainen, M. & Hakola, I. 2019. Tiimiäly – Opas muuttuvaan työelämään. Jyväskylä: Tuuma kustannus.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press Oy Yliopistokustannus, HYY yhtymä.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos. Helsinki: Tammi.

Järvensivu, T. 2019. Verkostojen johtaminen – Opi ja etene yhdessä. Helsinki: Books on Demand.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas - Näin kirjoitat opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2019. Opinnäytetyön ja pro gradun pikaopas – Avain opinnäytetyön ja pro gradun kirjoittamiseen. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Korpi, T., Laine, T. & Soljasalo, J. 2012. Rekrytoinnin suhteellisuusteoria. Helsinki: Management Institute of Finland MIF Oy.

Kuinka verkostoituminen voi avata uusia mahdollisuuksia? N.d. Artikkelit The Shift sivustolla. Viitattu 12.11.2024. <https://theshift.fi/kuinka-verkostoituminen-voi-avata-uusia-mahdollisuuksia/>

Kuljetusmuodot. 2.1.2023. Opas Puunhuolto sivustolla. Viitattu 18.11.2024. <https://puuhuolto.fi/autokuljetusopas/kaukokuljetus/kuljetusmuodot/>

Kuljetusyrittäjyys. 2.1.2023. Opas Puunhuolto sivustolla. Viitattu 19.11.2024. <https://puuhuolto.fi/autokuljetusopas/kaukokuljetus/kuljetusyrittajyys/>

Leyden, D., Link, A. & Siegel, D. 21.5.2014. A theoretical analysis of the role of social networks in entrepreneurship. Viitattu 6.11.2024. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733314000729?via%3Dihub>

Lindsberg, L. 2024. Verkostoitumisen taito. Helsinki: Alma Talent.

Nieminen, S. 2016. Hyvä hankinta - Parempi bisnes. Helsinki: Talentum Pro.

Nurmi, T. 24.2.2024. Puutavara-autotilastot 2023 – Puuautoilijoiden määrä jatkaa laskuaan. Artikkelit Metsätrans sivustolla. Viitattu 18.12.2024. <https://metsatrans.com/artikkeli/5004/puutavara-autotilastot-2023-puuautoilijoiden-maara-jatkaa-laskuaan>

Onnistunut verkostoituminen edellyttää yrittäjiltä vahvaa vuorovaikutusosaamista. 22.12.2020. Artikkelit University Of Eastern Finland sivustolla. Viitattu 9.10.2024. <https://www.uef.fi/fi/artikkeli/onnistunut-verkostoituminen-edellyttaa-yrittajilta-vahvaa-vuorovaikutusosaamista>

Salminen, J. 2015. Työntekijän vastuu ja työelämätaidot. p.2. Espoo: J-Impact Oy

The Value Of Networking In The Transport Industry. 8.10.2024. Artikkelit Triple T Transport sivustolla. Viitattu 6.11.2024. <https://tripletransport.com/the-value-of-networking-in-the-transport-industry/>

Toivola, T. 2006. Verkostoituvaa yrittäjyys – Strategiana kumppanuus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Tonts, A. 2019. Verkostoidu vaikuta menesty – Miten kasvatat sosiaalista pääomaa ja muutat sen taloudelliseksi hyödyksi. Espoo: Aide Tonts.

Vepsäläinen, N. 24.1.2023. Verkostoituminen – ihmisenä ihmiselle. Artikkelit Kuopion seudun Uusyrityskeskusten sivustolla. Viitattu 11.12.2024. <https://www.kuopionseudunuusyrityskeskus.fi/2023/01/24/verkostoituminen-ihmisena-ihmiselle/>

Verkostoituminen. N.d. Artikkelit Duunitorin sivustolla. Viitattu 9.10.2024 <https://duunitori.fi/tyoelama/category/verkostoituminen>

Verkostoitumisen riskit ja niiden hallinta. N.d. Artikkeleli Pk-Rh riskienhallinta sivustolla. <https://pk-rh.fi/riskien-luokittelu/taloudelliset-riskit/liikeriskit/verkostoitumisen-riskit.html>

Verkostojohtamisen opas. 21.3.2019. Helsinki: Valtioneuvoston kanslia. Viitattu 13.11.2024. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161513/VNK_12_19_Verkostojohtamisen_opas.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Verkostot voimavarana. N.d. Artikkeleli Sote-navigaattorin sivustolla. Viitattu 30.10.2024. <https://sotenavigaattori.fi/verkostot-voimavarana/>

Vilkka, H. & Mankki, V. 2024. Johdatus monimenetelmätutkimukseen. Santalahti-kustannus.

You're navigating the transportation sector. How can a diverse network of contacts benefit you? N.d. Artikkeleli LinkedIn sivustolla. Viitattu 6.11.2024 <https://www.linkedin.com/advice/1/youre-navigating-transportation-sector-94arf>

Liitteet

Liite 1. Kysely puutavara-autoilijoille

1. Kuinka kauan olet toiminut puutavara-autoilijana? *

- a. Alle 1 vuosi
- b. 1-5 vuotta
- c. 6-10 vuotta
- d. yli 10 vuotta

2. Onko yritykselläsi yksi vai useampia puutavara-autoyhdistelmä? *

- a. Yksi
- b. Useampia, kuinka monta?

3. Hyödynnätkö tällä hetkellä verkostoitumismahdollisuuksia puutavara-autoilijana? *

- a. Kyllä, usein
- b. Kyllä, joskus
- c. En juuri lainkaan
- d. En hyödynnä verkostoitumismahdollisuuksia

4. Minkälaisia verkostoitumismahdollisuuksia hyödynnät työssäsi tai olet kiinnostunut hyödyntämään? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- a. Sosiaalinen media (esim. Facebook, LinkedIn)
- b. Alan ammattiliittojen tai yhdistysten tilaisuudet
- c. Alalle erikoistuneet verkostot
- d. Alan tapahtumat ja messut
- e. Suullinen yhteydenpito kollegoiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa
- f. Muu, tarkenna mikä

5. Mikä mielestäsi on paras tapa verkostoitua puutavara-autoilijana? *

6. Mitkä seuraavista asioista ovat suurimpia hyötyjä, joita olet saanut verkostoitumisesta? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- a. Uudet työmahdollisuudet
- b. Kokemuksen ja tietämyksen jakaminen
- c. Yhteistyömahdollisuudet muiden autoilijoiden kanssa
- d. Uudet liiketoimintamahdollisuudet
- e. Tukea ja neuvua ongelmatilanteissa
- f. Muu, tarkenna mikä

7. Mitä esteitä tai haasteita olet kohdannut verkostoitumisessa puutavara-autoilijana? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- a. Ajan puute
- b. Etäisyys ja maantieteelliset esteet
- c. Epäluottamus alan muiden toimijoiden kanssa
- d. Kilpailutilanne alan muiden toimijoiden kanssa
- e. En ole kokenut esteistä tai haasteita
- f. Muu, tarkenna mikä

8. Koetko, että alalla on kilpailua niin paljon, että se hankaloittaa yhteistyö- ja verkostoitumismahdollisuuksia? *

- a. Kyllä, miksi?
- b. Ei, miksi?
- c. En osaa sanoa

9. Kuinka tärkeänä pidät verkostoitumista puutavara-autoilijana? *

- a. Erittäin tärkeänä
- b. Melko tärkeänä
- c. Ei kovin tärkeänä
- d. Ei lainkaan tärkeänä

10. Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät hyödyt verkostoitumisesta muiden puutavara-autoilijoiden kanssa? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- a. Yhteistyömahdollisuudet ja yhteisten resurssien jakaminen
- b. Parempi tiedonkulkua ja alan ajankohtaisista asioista tiedottaminen
- c. Asiakaskunnan laajentaminen ja uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytäminen
- d. Vertaistuki ja kokemusten jakaminen
- e. Mahdollisuus yhteisiin hankintoihin ja kustannusten jakaminen
- f. Yhteiset vastuullisuustoimenpiteet ja ympäristönäkökulmat
- g. Muu, tarkenna mikä

11. Mitkä ovat suurimmat mahdollisuudet verkostoitumisessa puutavara-autoilijoiden keskuudessa? *

12. Onko verkostoitumisella ollut konkreettisia hyötyjä omassa toiminnassasi? Jos on, kertoisitko mitä. *

13. Mitä keinoja tai toimenpiteitä tarvittaisiin, jotta verkostoituminen puutavara-autoilijoiden keskuudessa olisi helpompaa? *

14. Koetko, että verkostoituminen voi edistää alan vastuullisuutta (esim. ympäristöystävälliset käytännöt, työhyvinvointia)? *

- a. Kyllä, miten?
- b. En koe
- c. En osaa sanoa

15. Onko sinulla muita kommentteja tai ajatuksia aiheeseen liittyen, vapaa sana. *

Liite 2. Haastattelun pohja

1. Mistä idea verkostoyrityksen perustamiseen on lähtenyt?
2. Minkälaista hyötyä jäsenyys verkostoyritykseen tuo käytännössä autoilijoille?
3. Miten verkostoituminen on vaikuttanut puutavara-autoilijoiden toimintaan, ja miten näet sen hyödyn?
4. Mitkä ovat tärkeimmät hyödyt, joita verkostoituminen tuo puutavara-autoilijoille?
5. Voisitko kertoa esimerkin onnistuneesta verkostoyhteistyöstä?
6. Mitä mielestäsi verkostoitumisen kautta puutavara-autoilijat tavoittelevat?
7. Miten verkostoituminen parantaa toiminnan tehokkuutta ja kilpailukykyä?
8. Miten verkostoituminen pitäisi järjestää, jotta siitä olisi eniten hyötyä puutavara-autoilijoille?
9. Hyödyntävätkö puutavara-autoilijat mielestäsi riittävästi verkostoitumismahdollisuuksia? Jos eivät miksi uskot asian olevan näin?
10. Miten puutavara-autoilijat ylläpitävät hyviä suhteita verkostokumppaneihinsa?
11. Miten verkostoituminen tukee puutavara-autoilijoiden liiketoiminnan laajentumista tai uusien markkinoiden tavoittamista?
12. Miten edistätte vastuullisuutta alalla ja pystyttekö valvomaan/vaikuttamaan sen toteutumista?
13. Onko vastuullisuus asiat lisääntynyt nykypäivään mennessä verraten aikaisempaan?
14. Millä kehitätte verkostoa niin että se palvelisi paremmin puutavara-autoilijoita?
15. Mitä esteitä tai haasteita verkostoitumiselle on nähtävissä puutavara-autoilijoiden keskuudessa?
16. Mitkä ovat tulevaisuuden mahdollisuudet verkostoitumiselle puutavara-autoilijoiden keskuudessa?

Liite 3. Verkostoidu fiksusti

