

16.2.2023

VERKOSTOANALYYSI

VERKOSTOT KASVUN LÄHTEENÄ

O. TAUSTAA

Tämä Verkostoanalyysi on tehty Verkostot kasvun lähteenä -hankkeeseen liittyen. Lyhytkestoisessa esiselvityshankkeessa tehtiin hankkeen projektipäällikön Jouko Etulan toimesta kohderyhmän, Etelä-Pohjanmaalta valitun rakennustuoteteollisuuden mikro- ja pk-yrityksille niiden verkostoitumisesta haastattelukyselyt (43 kpl).

Verkostoanalyysiä täydennettiin haastattelukyselyn jatkoksi hankkeessa tehtyjen Digiverkostoanalyysien tuloksilla. Tässä selvityksessä tehtiin ulkopuolisten palveluntuottajien toimesta viidelle (5) yritysparille, eli kymmenelle (10) yritykselle kolmivaiheinen selvitys niiden digitalisaation tasosta ja kehittämisestä yritysten verkostoitumisen edistämiseksi.

Kyselyssä verkoston käsite oli seuraava:

”Yleisesti yritysverkostoa voidaan luonnehtia erityyppisillä sopimuksilla tai tavalla toimia muodostuneeksi, kahden tai useamman yrityksen väliseksi yhteistyöksi.”

Käsitteen määrittämiseen päädyttiin, kun yritysten edustajille haastatteleamalla kyselyä tehtäessä ajaututtiin keskusteluissa usein perusasioiden äärelle, että mitä verkostoiminen ja verkosto oikeastaan on. Asia linjattiin siten, että jos yrityksen toiminta on ostojen ja myynnin osalta vakioitujen tavarain ja palvelun kanssa toimimista, niin tällöin ei ole kyseessä verkostoyritys.

A. YRITYSTEN PERUSTIEDOT

Hankkeen haastattelukyselyssä oli mukana yhteensä 41 yritystä, Järviseudulta 14, Kuusiokunnista 17 ja Suupohjasta 10 yritystä. Kun kahdelle Järviseudun yritykselle tehtiin haastattelu kahdesta eri verkostosta, niin vastauslomakkeita saatiin kaikkiaan 43 kappaletta.

Haastelluista yrityksistä eniten, 18 kpl edusti kokoluokkaa 1-9 henkilöä työllistäviä yrityksiä. Seuraavana tulivat samalla 10 yrityksen määrällä kokoluokat 10-19 ja 20-49. Haastattelualueen rakennustuoteteollisuuden yritysten kokorakennetta mukaillen vähäisin osuus yrityksistä 3 kappaletta oli 50-99 ja 2 edusti 100-249 henkilön yrityksiä.

2. Yrityksen kokoluokka (henkilöä)

● 1-9	18
● 10-19	10
● 20-49	10
● 50-99	3
● 100-249	2



Kyselyyn vastanneet olivat pääosin yrityksen toimitusjohtajia ja valtaosa heistä myös omistajayrittäjiä. Vastaajien osalta erityinen huomio kiinnittyi siihen, että ainoastaan kaksi oli naisia.

B. YRITYSTEN VERKOSTOTOIMINTA

Haastateltavat yritykset olivat kohdealueiden elinkeinotoimijoiden tietojen pohjalta valittu siten, että ennakkoon oli käsitys niiden toimivan verkostossa. Edellisestä huolimatta 16 (37 %) vastaajaa 41:sta yrityksestä eivät kokeneet itseään verkostotoimijaksi, vaan puhtaasti niin ostojen, myynnin kuin muidenkin osa-alueiden osalta ”itsenäiseksi toimijaksi”.

Haastatelluista yhdessä verkostossa toimiviksi yrityksiksi vastasi kuuluvansa 9 (21 %) ja kahdessa tai useammassa verkostossa 18 (42 %) vastaajaa.

7. Toimimme yritysverkostossa/ -verkostoissa.

● Kyllä, toimimme yhdessä verkos...	9
● Kyllä, toimimme kahdessa tai us...	18
● Emme toimi verkostossa	16



Haastatteluun vastanneista 27:stä verkostotoimijasta päähankkijana toimi 11 (41 %) ja alihankkijana 16 (59 %) yritystä. Alueellisesti jakauma oli mielenkiintoinen, sillä Järviseudun kaikki 11 yritystä toimivat verkostossaan alihankkijana, Kuusiokuntien osalta 11:sta verkostotoimijasta 8 toimi päähankkijana ja vain 3 alihankkijana ja Suupohjan osalta 5:stä yrityksestä 3 oli päähankkijaa ja 2 alihankkijaa.

8. Kyselyä koskevassa verkostossa toimimme

● Päähankkijana	11
● Alihankkijana	16



Toimimme kyselyä koskevassa verkostossa seuraavilla osa-alueilla

Kysyttäessä millä osa-alueilla yritys toimii verkostomaisesti, annettiin valmiiksi valittavat vaihtoehdot ja lisäksi kohta ”muu”, johon vastaajalla oli mahdollisuus nimetä oma osa-alue. Vaihtoehtoja oli kullakin mahdollisuus valita useampiakin.

Yritysverkostojen toiminta painottui kyselyn mukaan merkittävältä osin odotetusti ”Tuotteet” -osa-alueeseen, jonka 27:sta verkostoituneesta vastasi 25. Muut osa-alueet jäivät selkeästi edellisestä, markkinointi 7 ja tuotekehitys 6 ja myynti 5 kappaletta saivat seuraavaksi eniten merkintöjä, Vastauksilla messut 4, ostot ja viestintä 3 sekä vienti 2 kappaletta verkostotoimintana tulivat edellisten jälkeen. Tuonti, tutkimustyö, laatu, tietotekniikka ja henkilöstö osa-alueina olivat kaikki mukana vain yhdessä (1) ainoassa tapauksessa. Kyselyssä vaihtoehtona ollut omavalintainen kohta ”Muu” ei saanut yhtään merkintää.

9. Toimimme kyselyä koskevassa verkostossa seuraavalla/ seuraavilla osa-alueilla (voi olla useita vaihtoehtoja)

Tuotteet	25
Myynti	5
Ostot	3
Messut	4
Vienti	2
Tuonti	1
Tuotekehitys	6
Tutkimustyö	1
Laatu	1
Tietotekniikka	1
Markkinointi	7
Viestintä	3
Henkilöstö	1
Muu	0



Verkostossa käyttämämme pääasiallinen materiaali

Yleisimmät yritysverkostoissa käytetyt materiaalit olivat metalli 13 (48 %) ja puu 11 (41 %) vastausta. Lasia vastattiin käytettävän kahdessa (2) verkostossa, mutta joidenkin vastaajien osalta mietintää aiheutti se, että onko lasin osuus heidän osaltaan pääasiallisena materiaalina liikevaihdollisesti jo ohittanut metallin. Muovi oli materiaalina yhdessä vastauksessa ja muita materiaaleja ei tullut esille.

10. Verkostossa käyttämämme pääasiallinen materiaali

Metalli	13
Puu	11
Muovi	1
Lasi	2
Muu	0



Verkostossamme toimivien yritysten määrä

Lähes puolet kyselyn verkostoista, 13 kappaletta (48 %) oli kooltaan 3-5 yritystä käsittäviä koostumuksia. Toiseksi suurimpana ryhmänä oli yli 10:n yrityksen kokonaisuudet ja kolmantena tulivat kahden (2) yrityksen kumppanuudet, 6-10 yrityksen verkostoja oli vähiten, 3 kappaletta.

11. Verkostossa toimivien yritysten määrä

Lisätietoja

● 2 (kumppanuus)	5
● 3-5	13
● 6-10	3
● Yli 10	6



C. YRITYSTEN KOKEMUKSIA VERKOSTOTOIMINNASTA

Mitkä olette kokeneet verkostotoiminnan hyväksi asioiksi?:

Hyvät asiat -kohtaan saadut verkostotoimijoiden vastaukset ovat melko moninaisia, eikä selkeästi pystytä niputtamaan useampia tiettyyn kategoriaan kuuluvia vastauksia. Johtopäätöksenä voitaneen kuitenkin todeta, että: "Joukossa on voimaa!".

Vastauksia tähän kohtaan tuli kaikkiaan 27 kappaletta seuraavasti:

- Verkosto mahdollistaa messuilla mukana olemisen.
- Kumppanuudessa on päästy osaksi päähankkijan toiminnan ennusteita (myyntiraportteja ja -ennusteita).
- Pystytään tekemään yhdessä päätetysti asioita.
- Yhteismarkkinoinnin kiinnostavuus ja kiireapu ongelmatilanteissa.
- Vapaamuotoinen keskustelu ja sen ideointi omaan liiketoimintaan.
- Voidaan tarjota isompia kokonaisuuksia.
- Asiakkuuksien saaminen.
- Toiminta tuo uusia mahdollisuuksia ja erikoismaalauksia.
- Päähankkijan toimintaresurssit.
- Resurssien parempi hyödyntäminen.
- Kehittäminen hankkeen aikaisessa vaiheessa.
- Tekninen tuki verkostosta, CE-merkintöjen hankkiminen.
- Toiminta mahdollistaa pienelle yritykselle tehokkaamman myynnin.

- Jokainen antaa oman osaamisensa ja kokonaisuudesta saadaan vahvempi.
- Laajempi kontaktipinta.
- Ison talon volyymien myötä on voitu keskittyä valmistamiseen.
- On olemassa vakioasiakas, jonka kanssa puhutaan samoista asioista.
- Myyntiä saadaan linkitettyä suoraan alihankkijalle, verkostossa tulee tuotekehitystä.
- Isompien ostojen hyöty ja henkilöstön käytön joustavuus.
- Alihankkijoiden sijainti lähellä.
- Toiminta kehittyy tuotteiden ja prosessien osalta.
- Kaikkea ei tarvitse itse tehdä eikä tietää.
- Pystytään pitämään mallistot laajana ja pystytään toimimaan vähällä hukalla.
- Toimintavarmuus parantunut, pystytään valmistamaan enemmän ja toiminta vakaammalla pohjalla.
- Mahdollistaa paremmin julkisen rahoituksen verkoston pyörittämiseen, lisää oman yrityksen näkyvyyttä ja on mukana ammattimaisen otteen.
- Asiantuntijuutta pystytään verkostossa keräämään.
- Joustavuus, mitä laajempi verkosto, sitä helpompi toimia joustavasti.

Millaisia mahdollisuuksia olette nähneet verkostoitumisesta saatavan?:

Vastauksissa päällimmäiseksi verkoston mahdollisuutena nousee isomman toimijan hyödyt sekä toisena kilpailukyvyn paraneminen. Muutoin näissäkin, kuten edellisessä, hyvien asioiden vastauksissa on melkoista hajontaa. Yhteistä on kuitenkin se, että kaikki verkostotoimijat näkevät verkostoitumisessa olevan itseään hyödyntäviä mahdollisuuksia.

Annettuja vastauksia oli 27 kappaletta:

- Yhteistoimitusten toteuttaminen.
- Yhteistoiminnan ja myynnin lisääntymisenä.
- Lisää kaupan saamista.
- Isompi kokonaisuus houkuttelee ulkopuolelta asiakkaita ja sijainti keskeisesti verkostossa tuo hyötyjä logistiikkaan ja monipuoliseen tekemiseen.
- Potentiaaliset asiakkuudet ja liiketoiminta-alueet, joskus tulee esille jopa yritysnimiä.
- Kansainvälistymismahdollisuudet.
- Verkostossa toimiminen tuo kilpailukykyä yhteisen kehittämisen myötä.
- Saadaan lisää liiketoimintaa.
- Toiminta turvaa tietyn ohjeistetun liikevaihdon.
- Bussineksen mahdollisuus laajentaa, mahdollistaa kasvun.
- Kilpailukykyisten ratkaisujen kehittäminen.
- Helppo laajentaa tuotevalikoimaa.

- Toiminnan pitkäjänteisyys turvaa liikevaihtoa.
- Parantaa kilpailukykyä.
- Uusien ja laajempien kontaktien määrä.
- Yhdessä pystytään tekemään isoja kokonaisuuksia.
- Toiminta mahdollistaa erikoistumisen.
- Tunnettavuuden lisääntyminen.
- Isomman kokonaisuuden hyöty.
- Verkoston konekannan ja kapasiteetin hyödyntäminen.
- Prosessien kehittyminen nopeammiksi ja tarkemmiksi sekä sitä myötä toiminta asiakasystävällisimmiksi.
- Toiveissa kasvun mahdollisuudet.
- Laajan malliston ylläpitäminen ja kilpailukykyinen toiminta.
- Tavoiteltu yhteistyömuoto on saavutettu.
- Toiminta on mahdollistanut uusia asiakkuuksia varsinkin uudelle tuotteelle.
- Jatkuva kehittäminen ja prosessien parantaminen.
- Verkostoituminen voi laajentaa liiketoimintaa.

Mitkä olette todenneet verkostotoiminnan haasteiksi?:

Haasteiksi määriteltiin asiat, jotka ovat hankaloittaneet verkoston toimintaa, mutta ovat kuitenkin ratkaistavissa. Näkemykset verkostotoiminnan haasteista luonnollisesti eroavat toisistaan siinä, että oliko vastaajana pää- vai alihankkija.

Toiminnan avoimuuden puute ja hidas tiedonkulku tuli esille useammassa vastauksessa, nämä ovat monesti asioita, joista eri osapuolilla saattaa olla hyvinkin erilainen näkemys. Kireät aikataulut ja hinnoittelu nousivat erityisesti esille alihankkijoiden taholta ja joissakin tapauksissa he kokivat olevansa jopa päähankkijan saneltavana.

Erilaiset haasteet ovat tosin kuitenkin ratkenneet ennemmin tai myöhemmin ja onhan mukana myös vastauksia, joissa haasteita ei ole ollutkaan.

Haasteisiin saadut 27 vastausta:

- Verkostossa on kilpailevia yrityksiä, joiden kanssa yhteistyö ei toimi.
- Päähankkijan hintatietoisuus.
- Ajankäyttö.
- Kilpailu osa-alueilla, joissa kapasiteettia on enemmän kuin kysyntää.
- Mukana monenlaisia ja kokoisia yrityksiä ja kaikkien intressejä tunneta.
- Toiminta ei ole riittävän avointa.
- Toiminnot eivät etene ellei kaikilla ole riittävää intressiä asioiden eteenpäin viemiseksi.

- Aikaisemmin oli haasteena oman kapasiteetin riittävyys, joka on nyt kunnossa.
- Iso asiakas aiheuttaa omaan toimintaan riskiä.
- Onko taloudellisia resursseja vastata laajentumiseen.
- Uuden materiaalin ja ajattelutavan sisäistäminen.
- Yksittäisten henkilöiden osaaminen joskus liian merkittävää.
- Verkoston hintataso ja kilpailu.
- Verkostotoimijoiden omat intressit.
- Ei tiedossa.
- Aikataulujen sovittaminen.
- Nykyiset vaatimukset, mm. CE-merkintä.
- Toiminta on usein enemmän palvelua kuin bussinestä.
- Alihankkijana tietoisuus tilanteesta, esim. viime hetken tilaukset.
- Alihankkijoiden kilpailtu tilanne.
- Toimitusjärjestys ja -aika, sekä kuormituksen resurssointi.
- Osaavan työvoiman saatavuus.
- Asiakaskontakti päähankkijalla asiakkaaseen ja alihankkijalla ei, tämän vuoksi kuluttajan pitäminen tyytyväisenä on joskus hankalaa.
- Ei ole tullut esille haasteita.
- Korona sotki jossakin asioissa verkostokoordinaattorin toimintaa, varsinkin tapaamisten osalta.
- Aikataulujen sovittaminen.
- Tiedonkulku, puutuoteteollisuus ei ole samalla tavalla vakioitu ratkaisujen osalta kuin esim. betoniteollisuus, haaste on saada vakioitua käytännöt.

Mitkä ovat soittautuneet verkostoitumisessa ongelmiksi?:

Lähes puolet vastasi, ettei ratkaisemattomaksi osoittautuneita ongelmia heidän verkostossaan ole tai ei ole ollut lainkaan.

Kireät aikataulut ja päämiehen hallitsevuus ovat kaksi päällimmäistä verkostotoiminnan ongelmakohtaa. Muut syyt, mukaan lukien verkoston koordinointi, eivät nouse laajemmin vastauksissa esille.

Tietyllä lailla yllättäväksikin voisi todeta, ettei yhteisten järjestelmien tai verkostotyökalujen puute tai vähäinen käyttö eivät nouse ongelmien joukkoon.

Ongelmiksi osoittautuneisiin kohtiin kirjatut 27 vastausta:

- Toiminnan koordinointi on nykyisin puutteellista.
- Tiukat toimitusajat.
- Yhteistyötä ei ole lähellekään niin paljon kuin sitä voisi olla.

- Päämies liian hallitseva.
- Yhden ison yrityksen asioiden hallitsevuus toiminnassa ja merkittäviltä osin niihin pureutuminen.
- Toiminta on polkenut paikallaan, uusia yrityksiä ei ole tullut mukaan.
- Yhteisten aikataulujen pitäminen.
- Sesonkiluonteisuus, kesät kiireisiä ja talvet hiljaisempia.
- Vaikuttamismahdollisuus asioihin on rajallinen.
- Aikataulujen riittävyys ja hallittavuus.
- Ei ylitsepääsemättömiä.
- Ei mainittavaa.
- Verkostokeskittymä on riski ja toiminta on kankeampaa.
- Ei ole yksilöitävissä.
- Ei vielä kokemusta.
- Ei ole.
- Ei ylipääsemättömiä.
- Resurssien riittävyys ja järjestelmien soveltuvuus.
- Ei ole.
- Ei mainittavaa.
- Toimitusvarmuus.
- Ei ratkaisemattomia.
- Ei oikeastaan.
- Ei ole ollut.
- Toisinaan ajankäyttö yhteisiin tapaamisiin, erityisesti Teams-palavereihin.
- Ei ole.
- Ei tule mieleen, tapauskohtaisia ongelmia on ollut.

Kuinka verkostonne toimintaa koordinoidaan?

Saatujen vastausten mukaan yritysverkoston koordinointi tapahtui useimmiten sisäisesti, 22 vastausta. Eli joku kyseisestä verkostossa toimivista yrityksistä hoitaa sen, käytännössä tämä on päähankkijana. Ulkopuolisen toimesta koordinointi koettiin hoidetun viidessä (5) verkostossa, joissakin tapauksissa koordinoijan nimeäminen koettiin hankalaksi ja samassa verkostossa toimiva päähankkija saatettiin kokea ulkopuoliseksi. Ilmeisesti kuitenkin vain kahdessa verkostossa oli ulkopuolinen toiminnan koordinointi, toisessa kokonaan yritysryhmähankkeena ja toisessa osaksi hankkeen toimesta.

Edellisen pohjalta sanaa ”koordinoidaan” verkostoissa voitaisiinkin kuvata sanalla ”hallitaan”, koska toimintaa hoitaa pääosin joku tietty henkilö päähankkijan yrityksessä oman toimensa ohessa.

17. Kuinka verkostonne toimintaa koordinoidaan

Lisätietoja

● Sisäisesti omana työnä	22
● Ulkopuolisen toimesta	5



Kuinka olette kokeneet verkostonne koordinoinnin onnistuneen?

Valtaosa 27:stä verkostotoimijoista koki oman verkostonsa koordinoinnin olevan onnistunutta. Hyvin koordinoinnin onnistumisen koki peräti 67 % (18) ja erittäin hyvin 7 (26 %) vastaajista, eli peräti yhteensä 93 % oli vastannut edellä mainitusti. Ainostaan yksi vastaaja oli molemmissa ”Huonosti” ja ”Erittäin huonosti” -vastauksissa.

18. Kuinka olette kokeneet verkostonne koordinoinnin onnistuneen

Lisätietoja

● Erittäin hyvin	7
● Hyvin	18
● Huonosti	1
● Erittäin huonosti	1



Miten hyödynnätte digitaalisuutta verkostossanne

Ellei puhelinta huomioida, niin verkostossa yleisimmin hyödynnetty digitaalisuuden muoto vastattiin olevan sähköposti. Erilaisten yhteisten järjestelmien ja alustojen käytön vähäisyys oli yllättävänkin vähäistä. Mielenkiintoista oli myös se, että samassa verkostossaan päähankkija saattoi toisen alihankkijan yhteistyössä käyttää järjestelmäänsä ja toisen kanssa asiointi hoidettiin sähköpostitse.

Jonkinlaista ristiriitaa sähköpostin käytössä verkostotyökaluna herättää se, kun yritysten edustajilta kysyttiin hankkeen materiaalin saamisesta, niin vastaus oli

usein epävarma ja todettiin postia tulevan niin paljon. Eli yrityksen yhden perustyökalun, sähköpostin hallinnassa oli monilla suuriakin puutteita.

Koska digitaalisuuden käyttö osoittautui näin vähäiseksi, niin asiaa syvennettiin teetättämällä yrityspareittain pää-alihankkija Digiverkostoanalyysijä. Analyysijä tehtiin ulkopuolisen palveluntuottajan toteuttamana viidelle (5) yritysparille, eli kaikkiaan kymmenelle (10) yritykselle.

Digiverkostoanalyysit vahvistivat digitaalisuuden vähäisehkön käytön yritysten keskinäisessä verkostotoiminnassa. Joskin yrityskohtaisesti tehdyt Digivalmius – Tulokset -testit (Mikroyrittäjyyskeskus MicroENTRE®) osoittivat yrityksillä olevan pääsääntöisesti hyvät ja omaan toimialaan verratuilla kuudella yritystoiminnon osa-alueella vähintään keskitason, pääsääntöisesti sen ylittävätkin digivalmiudet.

Yrityspareittaiset Digiverkoston raportit kertovat yritysten mahdollisuuksista ja tahtotilasta digitaalisuuden toteutuksessa verkostotoimintansa kehittämisessä. Selvityksessä tehty pohjatyö vaatii kuitenkin toteutuakseen jatkossa lisäresurssina ulkopuolista toimijaa ja rahoitusta.

Digitaalisuuden hyödyntäminen verkostossa 27 vastausta:

- Verkostolla on oma kotisivu.
- Verkoston raportointi ja toimitusten hoitaminen hoidetaan sähköpostitse.
- Ei ole juurikaan.
- Digitaalisuus on pääasiassa sähköpostitse asioiden hoitamista.
- Sähköpostit ja Teams -palaverit.
- Kotisivu on olemassa, asiointi tapahtuu sähköpostitse.
- Sähköpostiasiointina.
- Sähköpostiasiointina.
- Käytössä yhteinen järjestelmä.
- Yhteinen suunnitteluohjelmisto.
- Alkuvaiheessa sähköpostiliikennöintinä, suunnitelmat ovat yhteisessä projektipankissa.
- Yhteinen suunnitteluohjelmisto.
- Päähankkijan suunnitteluohjelmiston hyödyntäminen oman materiaalin pohjalta.
- Sähköpostiasiointia ja Teamsia.
- Sähköpostiliikennöintiä.
- Päähankkijan järjestelmät käytössä.
- Sähköpostina, aikaisemmin oli mukana päähankkijan järjestelmissä.
- Tilausjärjestelmät, sähköinen laskutus ja mainosten laatiminen.

- Osassa yhteinen tilausjärjestelmä.
- Sähköpostiasiointina ja verkkolaskutus.
- Tilaukset sähköisesti toimittajan järjestelmään.
- Sähköpostiasiointina.
- Käytetään alihankkijoille tilausjärjestelmää ja lisäksi sähköpostia.
- Sähköpostiliikennöintinä.
- Sosiaalinen media, sähköpostiasiointi, Teams-palaverit,...
- Yhteisillä järjestelmillä ja digitaalisilla alustoilla.
- Voisi hyödyntää paremminkin, paljon ollaan printtimateriaalia, kaikki suunnitelmat siirtyvät sähköisesti.

D. OMAN VERKOSTON JATKOKEHITTÄMINEN

Oman verkostomme kiinnostavuus?

Haastateltavilta yrityksiltä kysyttiin, että haluavatko he muiden yritysten taholta oltavan heihin yhteydessä omasta verkostostaan kiinnostuneiden taholta. Annetut 27 vastausta jakautuivat lähes tasan puoliksi, sillä 14 vastasi myönteisesti ja 13 ei halunnut muita yhteydenottoa omaan verkostoonsa.

Saatua tulosta on pidettävä odotettua parempana, koska enempi puoli halusi pitää yhteistyöverkoston pääsyn muille kiinnostuneille avoimena. Kielteiset vastauksetkaan eivät johtuneet pelkästään siitä, ettei mukaan haluttaisiin muita, vaan lähinnä yhteistyö koettiin olevan niin tiivistä ja toimivaa, ettei sen jatkuvuutta haluttu vaarantavaa.

20. Oman verkostomme kiinnostavuus



E. VERKOSTOTOIMINNAN MAHDOLLISUUDET YRITYKSESSÄ

Odotettavissa oli kun yrityksiltä kysyttiin, että ovatko he kiinnostuneita mahdollisuudesta toimia muissa yritysverkostoissa, niin vastaus oli pääsääntöisesti kyllä. Kaikista tehdyistä 43:sta yrityshaastatteluista 36 vastasi myönteisesti ja ainoastaan 7 vastasi että emme ole kiinnostuneita.

Kielteisen vastauksen antaneista valtaosa, 5 yritystä oli Kuusiokuntien alueelta joka selittyyneen pääosin aikaisemmin esille tuodulla runsaalla päähankkijoiden määrällä. Järviseudun alueen yrityksistä kaikki olivat kiinnostuneet toimimisesta muissa yritysverkostoissa ja Suupohjan 10:stä vastaajasta ainoastaan kahdella oli kielteinen kanta asiaan.

21. Olemme kiinnostuneita mahdollisuudesta toimia muissa yritysverkostoissa



F. MUUTA HUOMIOTAVAA

Otsikon mukaisesti tähän kohtaan saatiin aiheiltaan hyvin kirjavia vastauksia, myönteistä oli, että 43:sta haastateltavasta peräti 18 yrityksen edustaa vastasi. Yhteenvetona vastauksista voitaneen todeta, että verkostoituminen on osa yritysten toimintaa ja sen osalta on edelleen kehitettävää.

Saadut 18 vastausta kysymykseen ”Muuta huomiotavaa?”:

- Koordinoijan osalta toivon lisää avoimuutta ja enemmän yhteydenottoja verkostotoimijoihin.
- Puuala on toimialana niin pieni, että verkostotoimintaa ei ole paljon. Puu materiaalina asettaa laatukäsityksen vuoksi haasteita verkostoitumiselle.
- Verkostotoiminta saisi olla aktiivisempaa, mm. tapaamisia enemmän.
- Erikoispinnoitteiden kehittäminen ja toteuttaminen kiinnostaa.
- Erikoispinnoitteiden hyödyntämisen laajentaminen kiinnostaa.
- Yritys on tehnyt projektikohtaisesti muiden kanssa yhteistarjouksia.
- Asenne tärkeää verkosto ja kumppanuustoiminnassa, henkilökemioiden on toimittava.
- Puusuomi-verkosto on hyvä yhteys toimialalla.
- Verkostoja tulee ylläpitää.
- Kaikkien verkostossa mukana olevien pitää olla antamassa toimintaan lisäarvoa.
- Tasavertaisen kumppanin saaminen verkostoon on vaikeaa.
- Työvoiman rekrytointitoimet kiinnostaa esim. ulkomailta.
- Oma verkosto toimii erittäin avoimesti.
- Verkostotoiminnassa pitää nähdä asioita laajemmin.

- Kokemukset elementtiteollisuuden yhteistyöstä varauksellisia. Yrityksellä on vahvaa 3D- ja virtuaaliosaamista.
- Ammattitaitoisten puualan osaajien saaminen Suomeen on tällä hetkellä tarpeellista.
- Yritysyhteistyö mahdollistaisi julkisen rahoituksen saamisen.
- Vastaus 21, eivät ole kiinnostuneita juuri tällä hetkellä mutta myöhemmin kyllä (nyt kovaa kiirettä). Ovat verkostojen ansiosta pystyneet siirtymään yksittäisistä kohteista korttelikokonaisuuksiin ja aikovat kehittää toimintaa vielä eteenpäin mm kohti maan hankintaa.

G. YHTEENVETO JA KESKEISIÄ HUOMIOTA

Verkostoanalyysi perustuu Verkostot kasvun lähteenä -hankkeessa tehtyihin haastattelukyselyihin (s.1) ja niiden jatkoksi toteutettuihin yritysparien Digiverkostoanalyysiin (s.11). Lyhytkestoisen esiselvityshankkeen kohderyhmänä oli Etelä-Pohjanmaan rakennustuoteteollisuuden mikro- ja pk-yritykset ja pääasiallisena kolmena toteutusalueena olivat Järviseutu, Kuusiokunnat ja Suupohja.

- 1) Verkostokäsite (s.1) oli useille haastatelluille epäselvä ja se määriteltiin haastattelun selkeyttämiseksi seuraavasti: ”Yleisesti yritysverkostoa voidaan luonnehtia erityyppisillä sopimuksilla tai tavalla toimia muodostuneeksi, kahden tai useamman yrityksen väliseksi yhteistyöksi.”
- 2) Kyselyn yhteydessä tuli esille, että haastateltujen asema pää- tai alihankkijana toimimisena vaihteli merkittävästi kolmen alueen kesken siten (s.3), että Järviseudulla kaikki 11 yritystä toimivat verkostossaan alihankkijoina, Kuusiokuntien osalta 11:sta verkostotoimijasta 8 toimi päähankkijana ja vain 3 alihankkijana ja Suupohjan osalta 5:stä yrityksestä 3 oli päähankkijaa ja 2 alihankkijaa.
- 3) Tuloksista tulee selkeästi esille (s.3), että tuotteet (25 vastausta) ovat verkostoitumisen yleisin osa-alue, kaukana seuraavina tulivat markkinointi (7), tuotekehitys (6) ja myynti (5).
- 4) Haastateltujen kokemukset verkostotoiminnan hyviksi asioiksi (s.5) olivat hyvin moninaisia, mutta yhteinen nimittäjä oli, että yhdessä tekemisestä on hyötyä. Päällimmäiseksi verkoston mahdollisuutena (s.6) nousee isomman toimijan hyödyt sekä toisena kilpailukyyn paraneminen.

Avoimuuden puute ja tiedonkulun hitaus olivat joiltakin osin yrityksille haasteita (s.7.), luonnollisesti näkemykset erosivat siinä, oliko vastaajana pää- vai alihankkija. Lähes puolet vastasi, ettei ratkaisemattomaksi osoittautuneita ongelmia (s.8) heidän verkostossaan ole tai ei ole ollut lainkaan. Kireät aikataulut ja päähankkijan hallitsevuus olivat osalle vastaajille ongelmallisia.

- 5) Kuinka verkoston toimintaa koordinoidaan (s.9), tai ehkä paremminkin asiaa kuvaa sana "hallitaan". Verkostoista 22:ssa asia oli päähankkijan hoidettava ja 5:ssä tapauksessa oli ulkopuolinen toimija, joita ilmeisesti todellisuudessa vain kahdessa. Valtaosin koordinoinnin koettiin onnistuneen (s.10), sillä 27:stä vastaajasta 7 vastasi "Erittäin hyvin" ja 18 "Hyvin".
- 6) Digitaalisuuden hyödyntäminen verkostoissa (s.10) oli varsin vähäistä, sillä se tapahtui pääasiassa sähköpostitse. Tietyllä lailla yllättäväksikin voisi todeta, etteivät yhteisten järjestelmien tai verkostotyökalujen puute tai vähäinen käyttö nousseet ongelmien joukkoon.

Koska digitaalisuuden käyttö osoittautui näin vähäiseksi, niin asiaa syvennettiin teetättämällä viidelle yritysparille pää-alihankkija Digiverkostoanalyysit (s.11). Analyysien tulokset osoittivat mukana olleilla yrityksillä olevan pääsääntöisesti hyvät ja omaan toimialaan verratuilla kuudella yritystoiminnan osa-alueella mitattuna vähintään keskitason, pääsääntöisesti sen ylittävätkin digivalmiustulokset.

- 7) Haastatelluilta kysyttiin verkostotoiminnan kehittämiseksi, että ovatko he halukkaita ottamaan omaan verkostoon mukaan muita yrityksiä (s.12) ja toisena oli kysymyksenä, että ovatko he kiinnostuneet mahdollisuudesta toimia muissa verkostossa (s.12). Suhtautuminen omaan verkostoon muiden mukaan ottamiseen oli odotettavasti varauksellisempaa siten, että vastaukset jakautuivat puoliksi "Haluan" ja "En halua" välillä. Kun taas oma kiinnostus toimimisesta muissa verkostoissa oli "Kyllä" 36 vastausta ja "Emme" 7 kappaletta.