

Kasvu syntyy verkostoissa 2023

16.1.2024

Henrik Sievers • Mikko Ulander • Juho-Matti Paavola • Ina Helkala • Helena Kultanen

Sisältö

- 01 Yleistä tutkimuksesta

- 02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

- 03 Vastaajien taustatiedot

- 04 Verkostopotentiali

- 05 Tuotteiden ja palveluiden kehittäminen

- 06 Rekrytointipotentiali

- 07 Palvelutarpeet

- 08 Tutkimuksen johtopäätökset

- 09 Suositukset



Yleistä tutkimuksesta

Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa Tampereen mikroyritysten verkostoistumiskyvykkyyttä ja -halukkuutta, rekrytointipotentiaalia ja löytää mikroyrityksille palvelutarpeita verkostoitumiseen liittyen, sekä tunnistaa näiden pohjalta erilaisia yritysryhmiä.

Kohderyhmän muodostivat tamperelaiset alle 10 henkeä työllistävät yritykset kaikilta toimialoilta. Mukana oli sekä osakeyhtiöitä että yksityisiä elinkeinonharjoittajia.

Tutkimus perustuu 602 vastaukseen.

Tutkimus toteutettiin puhelinhaastatteluina sekä Teams-haastatteluina. Tavoitteena oli toteuttaa 300 haastattelua puhelimitse ja 300 haastattelua Teamsillä. Vastaajat eivät kuitenkaan olleet kiinnostuneita Teams-aikojen sopimiseen, joten lopulta haastatteluista 94 % (564 kpl) toteutettiin suoraan puhelimitse ja 6 % (38 kpl) Teamsillä.

Tässä raportissa esitetään tutkimuksen päätulokset. Kaikki tutkimuksen tulokset esitetään yksityiskohtaisesti Innolinkin tutkimusjärjestelmässä.

Tutkimuksen keskeisiä tuloksia



Tutkimuksen keskeisiä tuloksia



86 %

vastaajista arvioi liiketoimintansa olevan kannattavaa.

77 %

tekee aktiivista yhteistyötä muiden yritysten kanssa.

49 %

käy aktiivista keskustelua yhteistyön aloittamisesta tai tiivistämisestä.

42 %

on tuonut markkinoille uusia tuotteita tai palveluita menneen kahden vuoden aikana.

34 %

harkitsee tai on harkinnut uutta rekrytointia.

32 %

olisi valmis palkkaamaan uuden työntekijän yhdessä toisen yrityksen kanssa.

● Näitä yritykset tekevät eniten:

1. Seuraan, varaudun ja ennakoin oman toimialan tulevaisuuden suuntaa, tilannetta ja kehittymistä (3,7 /5)
2. Selvitämme asiakastarpeita ja kehitämme yrityksen toimintaa ja/tai palveluita sen pohjalta (3,4 /5)

● Näitä tehdään vähiten:

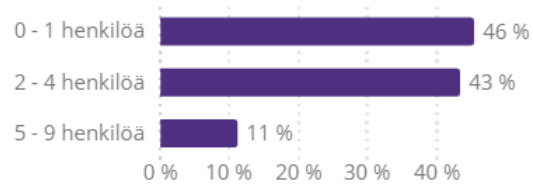
1. Kerään säännöllisesti asiakaspalautetta (2,9 /5)
2. Ideoin ja sparrailen muiden yrittäjien kanssa ja etsin keinoja tehdä yhteistyötä (3,0 /5)

Taustatiedot

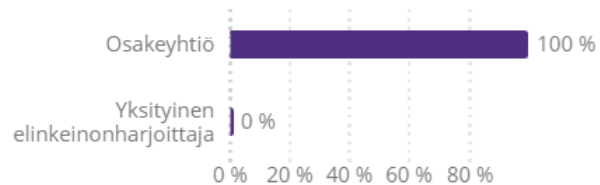


Tiedot kohderyhmärekisteristä

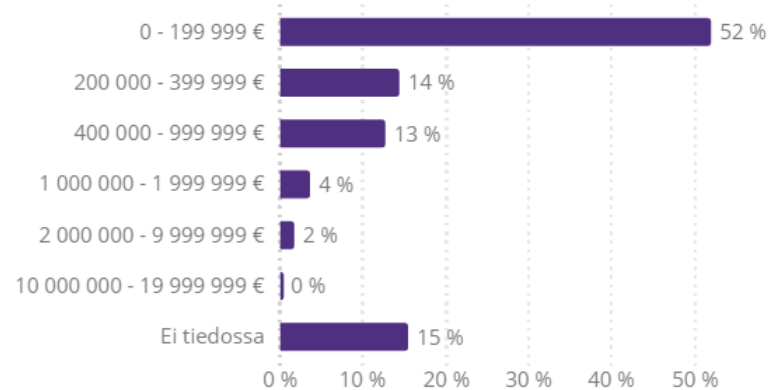
Henkilökuntaluokka:



Yhtiömuoto:

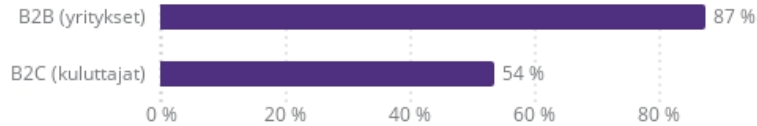


Liikevaihtoluokka:

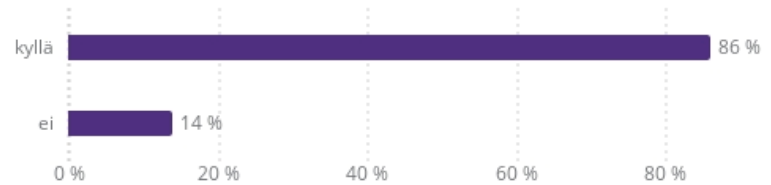


Kysytyt taustatiedot 1/2

Onko asiakaskuntaanne kuluttajat vai yritykset, vai molemmat?
Voi vastata molemmat. 583



Onko liiketoiminta kannattavaa? 561

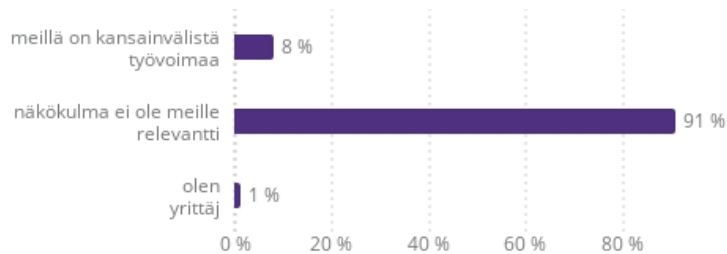


Liikevaihto, keskiarvo: 499

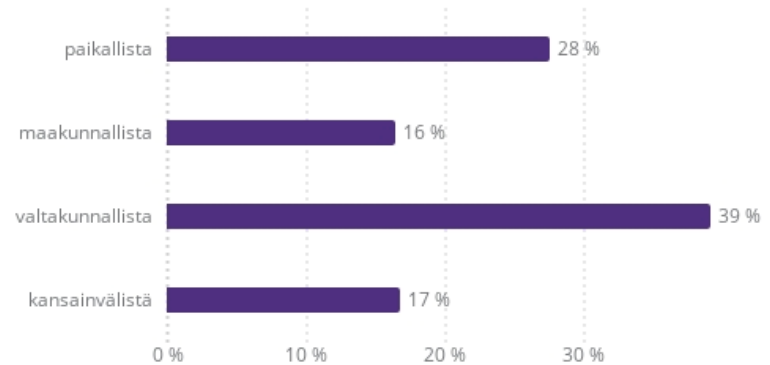
491 866

Kysytyt taustatiedot 2/2

Tampereen kaupunki pyrkii huomioimaan maahanmuuttotaustaiset yrittäjät ja työntekijät, ja tukemaan heitä tavoitteissaan. Onko teidän yrityksellänne tämän kaltaisia erityistarpeita? 595



Onko toiminta: 602

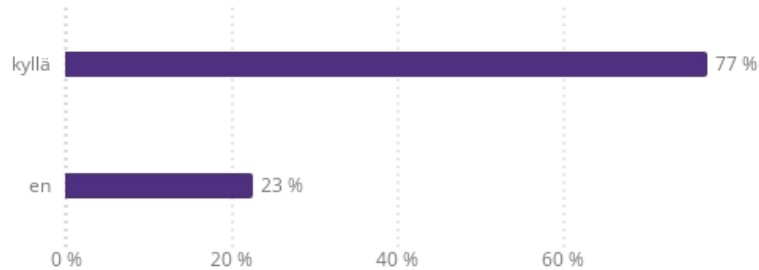


Verkstopotentialiaali



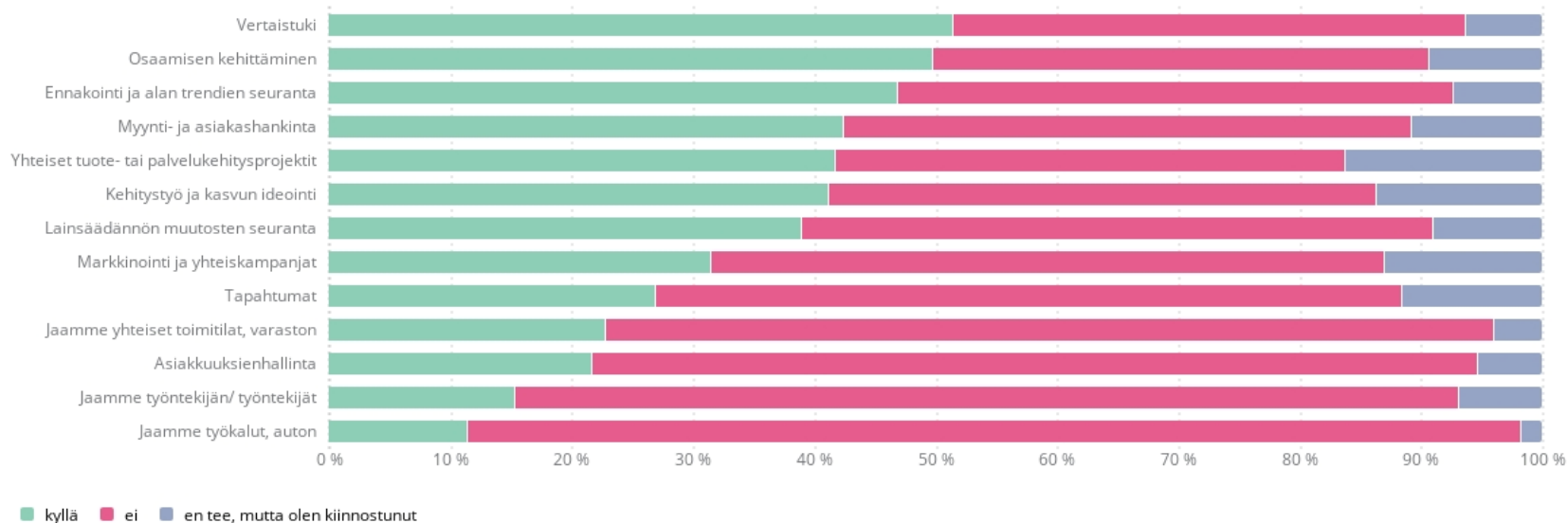
Valtaosa tekee aktiivisesti yhteistyötä muiden yritysten kanssa

Teetkö aktiivista yhteistyötä muiden yritysten kanssa? 598



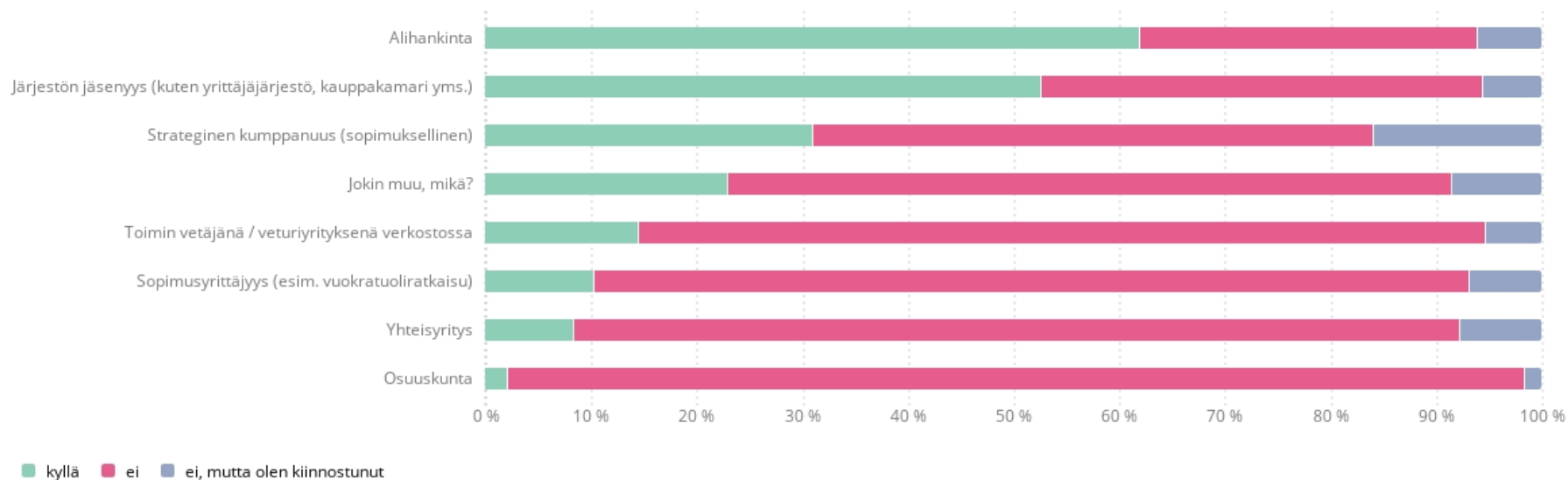
Vertaistuki ja osaamisen kehittäminen ovat yleisimmät yhteistyön muodot

Minkälaista yhteistyötä teet muiden yrittäjien ja yritysten kanssa, tai minkälaisesta yhteistyöstä olet kiinnostunut? Voit vastata: kyllä, ei tai olen kiinnostunut 600



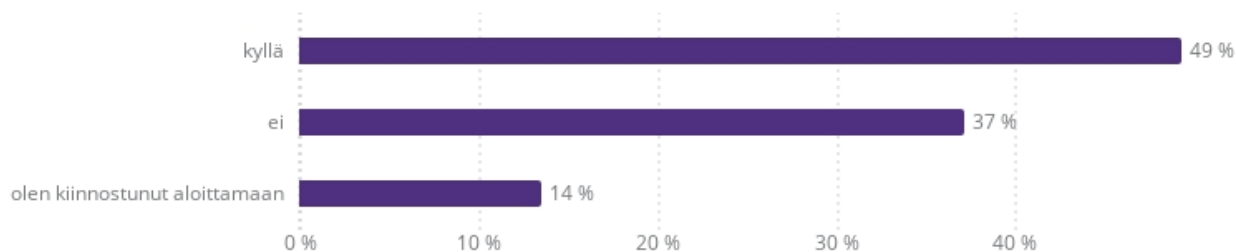
Alihankinta ja järjestöjen jäsenyys ovat yleisimmän yhteistyön kanavat

Minkälaisia yhteistyön ja kumppanuussuhteiden muotoja yrityksellä on jo käytössä? Voit vastata kyllä, ei, tai olen kiinnostunut. 591



Puolet vastaajista käy keskustelua yhteistyön aloittamisesta tai tiivistämisestä

Käytkö aktiivista keskustelua yhteistyön aloittamisesta tai tiivistämisestä jonkun yrityksen, yrittäjän tai muun vastaavan tahon kanssa? 600



Tuotteiden ja palveluiden kehittäminen



Vajaa puolet vastaajista on tuonut markkinoille uusia tuotteita/palveluita viimeisen kahden vuoden aikana

Onko yrityksenne tuonut markkinoille uusia tuotteita/palveluita menneen kahden vuoden aikana?

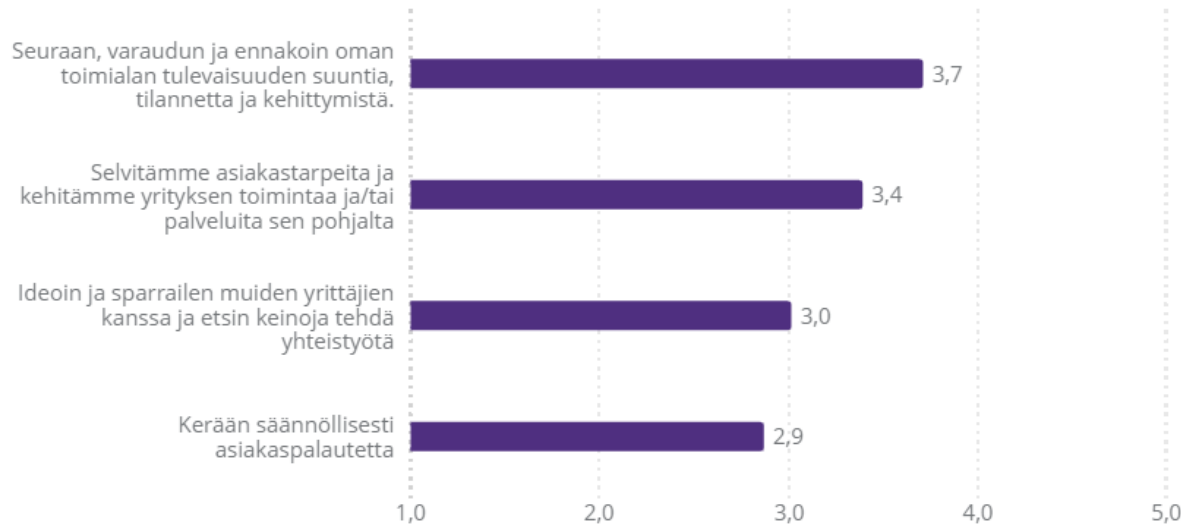
597



Väittämät 1 – keskiarvot

Asteikko:
1 = en tee lainkaan ...
5 = teen paljon

Arvioi seuraavia tekijöitä asteikolla 1-5 oman liiketoimintasi kannalta – keskiarvot (n=589):



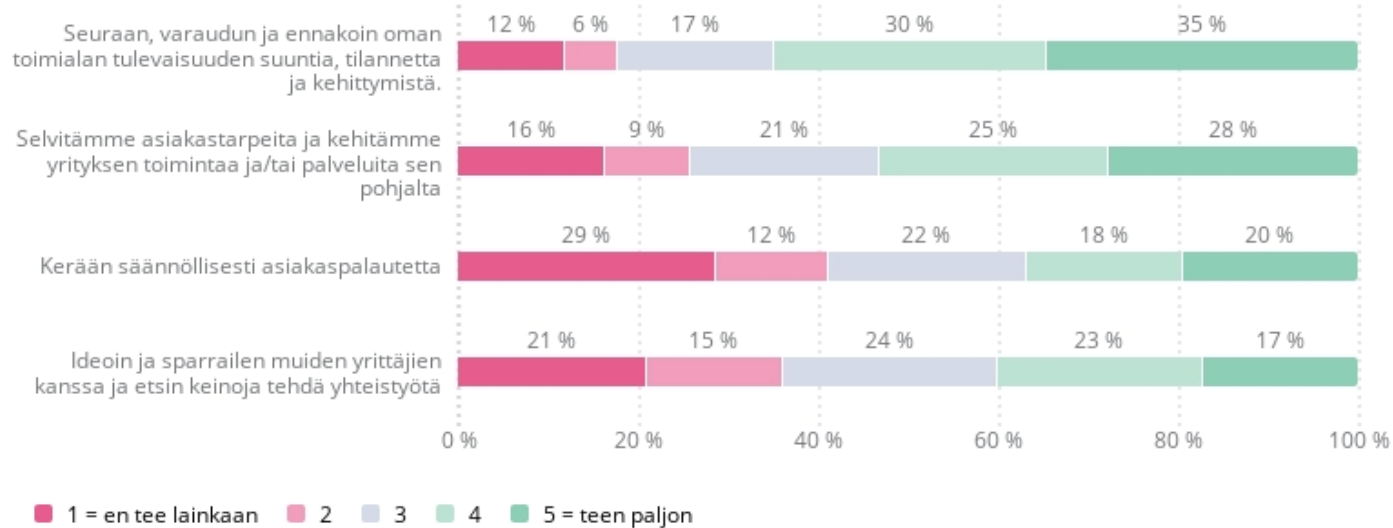
Vastaajien osuus, jotka ovat kiinnostuneita tekemään:

Osuus	n
2 %	11
3 %	20
6 %	38
5 %	28

Väittämät 1 – jakaumat

Asteikko:
1 = en tee lainkaan ...
5 = teen paljon

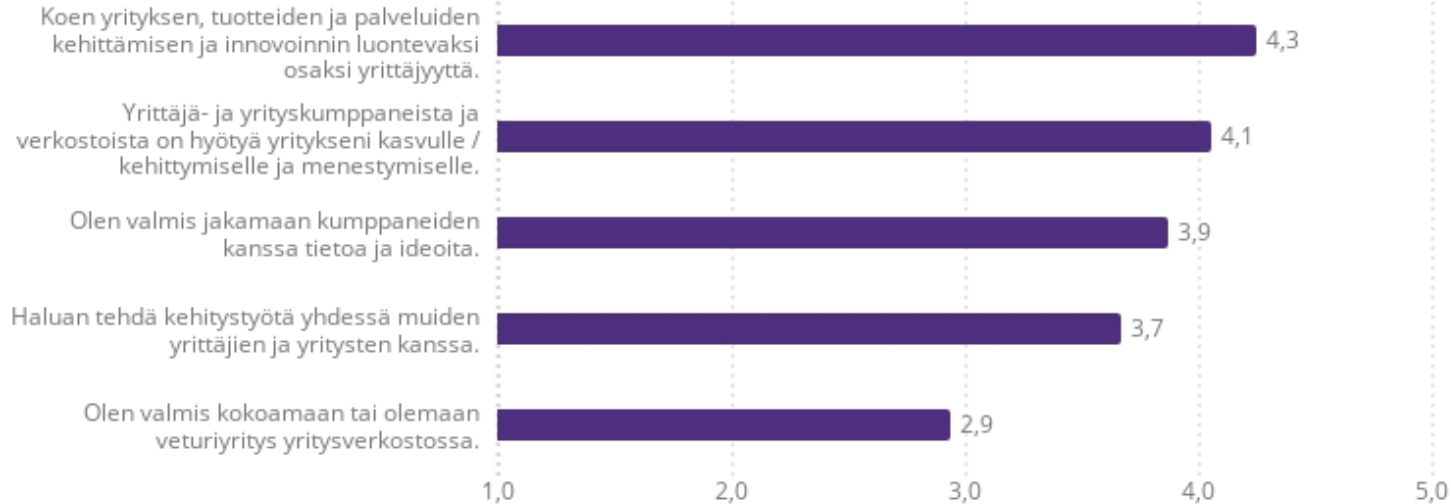
Arvioi seuraavia tekijöitä asteikolla 1-5 oman liiketoimintasi kannalta – jakaumat (n=589):



Väittämät 2 – keskiarvot

Asteikko:
1 = täysin eri mieltä ...
5 = täysin samaa mieltä

Arvioi seuraavia väittämiä oman liiketoimintasi kannalta asteikolla 1-5 – keskiarvot (n=292):

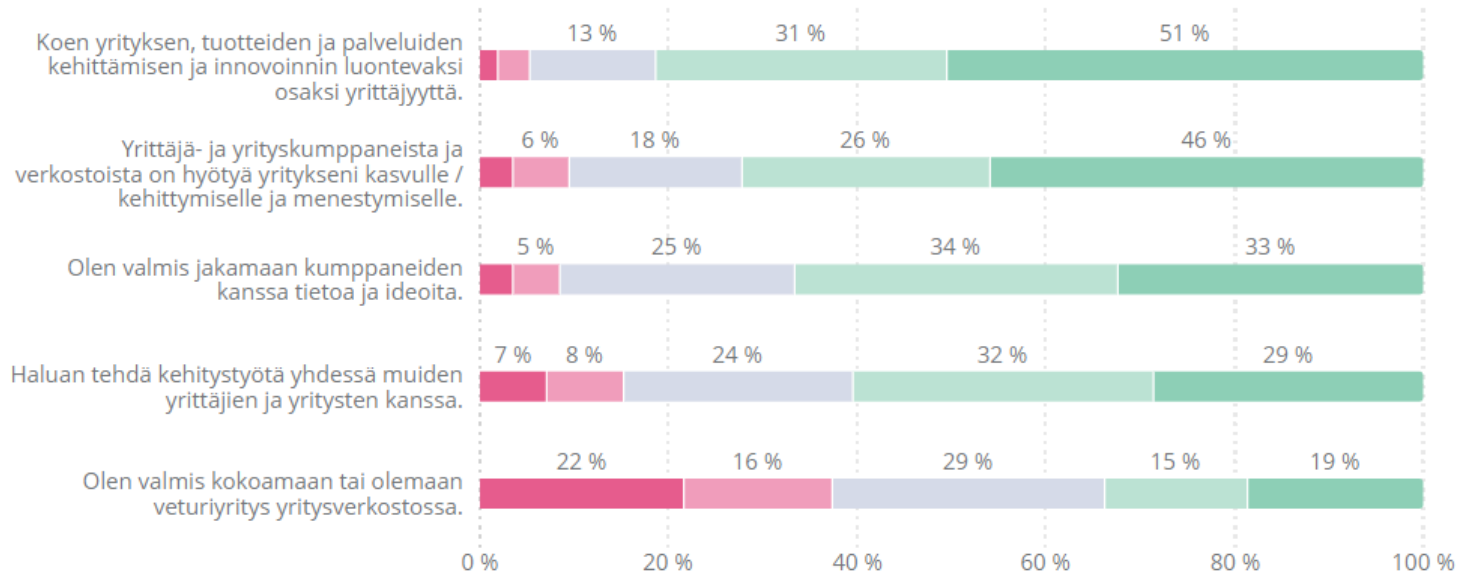


HUOM! Kysymys poistettiin lomakkeelta tiedonkeruun aikana, sillä pitkien kestojen vuoksi lomaketta oli tarve tiivistää.

Väittämät 2 – jakaumat

Asteikko:
1 = täysin eri mieltä ...
5 = täysin samaa mieltä

Arvioi seuraavia väittämiä oman liiketoimintasi kannalta asteikolla 1-5 – jakaumat (n=292):



HUOM! Kysymys poistettiin lomakkeelta tiedonkeruun aikana, sillä pitkien kestojen vuoksi lomaketta oli tarve tiivistää.

1 = täysin eri mieltä 2 3 4 5 = täysin samaa mieltä

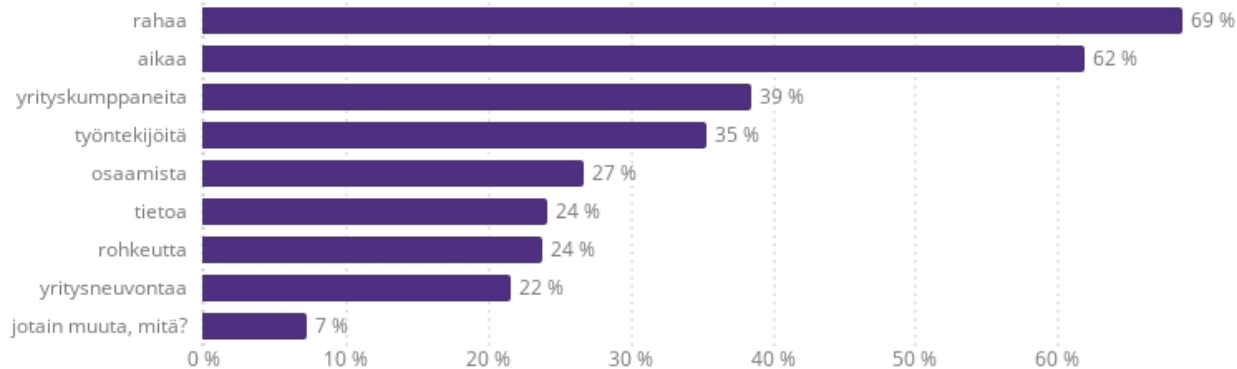
Kysyntä, rahoitus ja markkinointi keskeisimmässä roolissa uusien tuotteiden tai palveluiden lanseeraamiseksi

Mitkä ovat tärkeimmät tekijät, jotka mahdollistavat uusien tuotteiden tai palveluiden lanseeraamisen?



Rahasta ja ajasta on useimmin niukkuutta toiminnan kehittämisessä

Mitä tarvitsisit, että yrityksen toiminnan, tuotteiden ja palveluiden kehittäminen olisi mahdollista?
(voit valita useita) 449



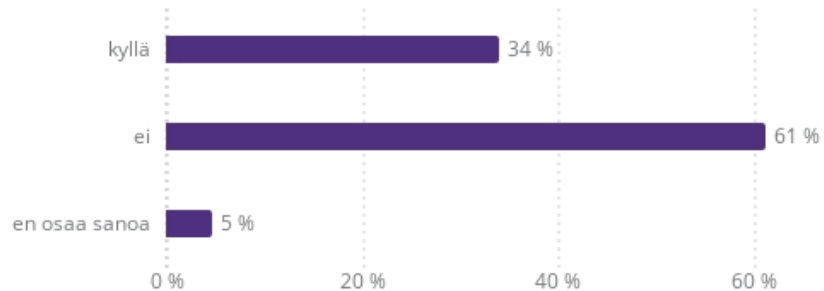
■ 2023

Rekrytointipotentiaali



Kolmasosa harkitsee tai on harkinnut uutta rekrytointia

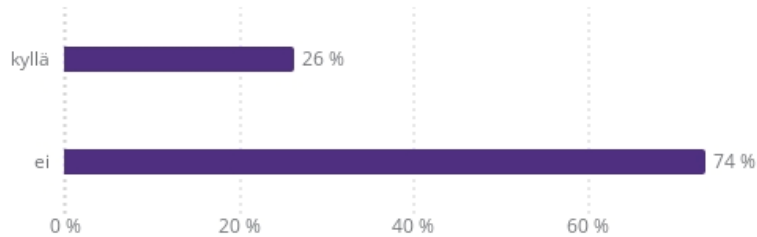
Harkitsetko tai oletko harkinnut uutta rekrytointia? 602



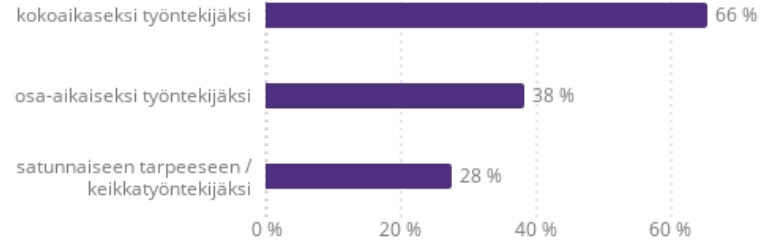
Vertailu yrityksen henkilöstöluokan mukaan	0 - 1 henkilöä	2 - 4 henkilöä	5 - 9 henkilöä
kyllä	27 %	36 %	57 %
ei	70 %	58 %	39 %
en osaa sanoa	4 %	6 %	4 %

Jatkokysymykset rekrytointia harkinneille 1/2

Jos kyllä: Onko kyseessä yrityksen ensimmäinen työntekijän rekrytointi? 205 ⓘ

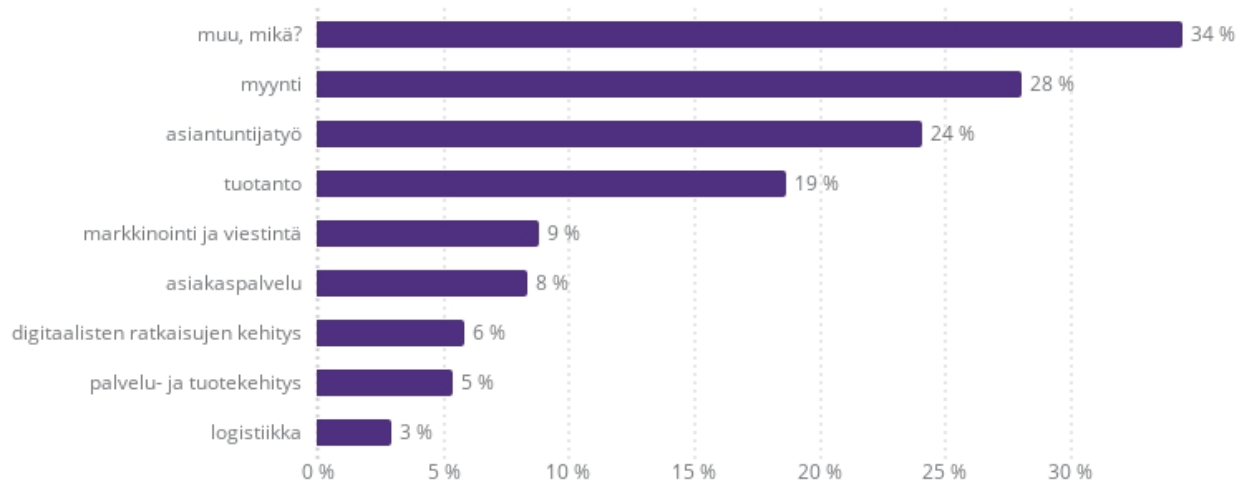


Jos kyllä: Millaisiin työsuhteisiin? 195 ⓘ



Jatkokysymykset rekrytointia harkinneille 2/2

Jos kyllä: Minkälaiseen työnkuvaan etsit työntekijää? 203 ⓘ



Muita mm: suorittava työ, asennustyö, projektipäällikkö, toimistotyöntekijä, konsultointi, kirjanpitäjä, varastonhoitaja, tarjoilija, hammashoitaja, lähihoitaja, työnjohtaja,

Suhdanteet ja rekrytoinnin sitovuus mietityttävät useimmin

Miksi rekrytointi ei ole toteutunut?

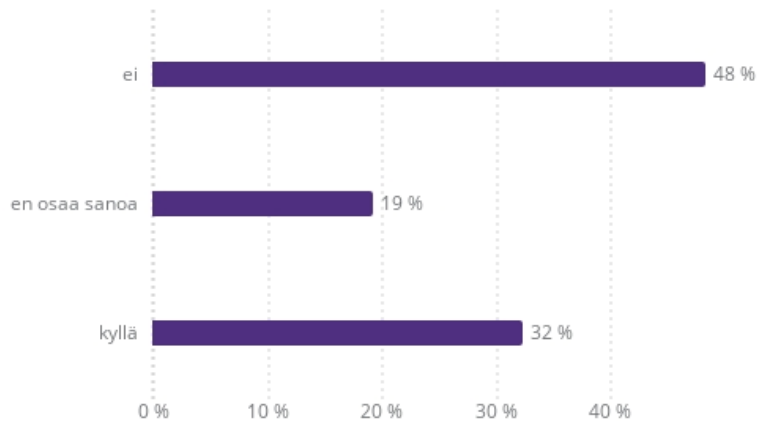


Useimmin syyksi mainittiin talouden suhdanne tai markkinatilanteet. Epävarmassa tilanteessa rekrytointi koetaan riskialttiina, kun töiden määrästä ei ole varmuutta edes lähitulevaisuudelle. Töiden tai rahan riittävyys rekrytointiin mainittiin myös ilman viittauksia suhdanteisiin.

Osalla rekrytointia ei ole tehty, koska sopivaa työntekijää ei ole vielä löytynyt. Osaamistarve on osalla hyvin tarkka tai työntekijää etsitään alalle jossa on työvoimapulaa.

Kolmannes kiinnostuneita työntekijän jakamisesta

Olisitko valmis palkkaamaan uuden työntekijän yhdessä toisen yrityksen kanssa? 602



Vertailu yrityksen henkilöstöluokan mukaan	0 - 1 henkilöä	2 - 4 henkilöä	5 - 9 henkilöä
ei	51 %	48 %	39 %
en osaa sanoa	19 %	19 %	19 %
kyllä	29 %	33 %	42 %

Vertailu rekrytoinnin harkitsemisen mukaan	ei	en osaa sanoa	kyllä
ei	59 %	25 %	32 %
en osaa sanoa	18 %	61 %	16 %
kyllä	23 %	14 %	52 %

Ulkoistamista tehdään paljon erityisesti markkinoinnin ja taloushallinnon työtehtävien osalta

Onko sinulla työtehtäviä, joita voisit ulkoistaa tai ostaa muita yrittäjiltä? Minkälaisia?



Noin neljäsosa vastaajista kertoi, ettei ulkoistettavia tai muilta ostettavia työtehtäviä ole.

Useimmin ulkoistettavina työtehtävinä mainittiin markkinointiin liittyvät tehtävät, jotka monet olivatkin jo ulkoistaneet. Myös myynti ja kirjanpito nimettiin usein.

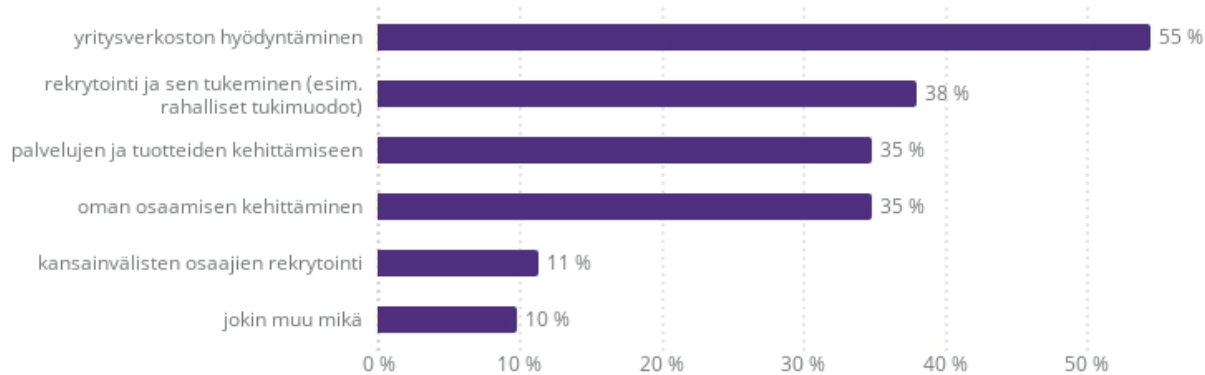
Muita mainittuja tehtäviä olivat esimerkiksi siivous, lakiasiat, suunnittelu, asennus, hallinnolliset tehtävät, verkkokauppa, varastonhallinta, buukkaus.

Palvelutarpeet



Lisätieto- ja yhteydenottoiveet

Haluatko, että Tampereen kaupungin Työllisyys- ja kasvupalvelut ovat sinuun yhteydessä joissakin seuraavista teemoista? 255



■ 2023

55 %

salli vastauksensa
identifioinnin joko täysin (41
%) tai yrittäjätilalla (14 %).

72 %

antoi Tampereen kaupungille
markkinointiluvan
verkostoitumiseen liittyvälle
markkinointimateriaalille
tutkimuksen tiimoilta.

Aineistosta tunnistetut yritysryhmät



Ryhmien muodostuminen

Vastaajat on niputettu luokkiin alla esitetyn taulukon mukaisesti perustuen verkostoituneisuuteen, aktiivisuuteen sen laajentamiseksi sekä rekryointitarpeisiin. Seuraavilla sivuilla on esitetty kunkin ryhmän erityispiireet.

	vahvat laajentajat	passiiviset	verkostoitujat	Sitoutujat	
n	122	99	157	53	129
tekee aktiivista yhteistyötä muiden kanssa	kyllä	ei	kyllä	kyllä	kyllä
käy aktiivista keskustelua yhteistyön aloittamisesta tai tiivistämisestä ¹⁾	kyllä	ei	kyllä	ei	ei
harkitsee tai on harkinnut uutta rekryointia ²⁾	kyllä	ei	ei	kyllä	ei

¹⁾ Olen kiinnostunut aloittamaan -vaihtoehto on niputettu yhteen ei-vastausten kanssa.

²⁾ En osaa sanoa -vaihtoehto on niputettu yhteen ei-vastausten kanssa.

6 % vastaajista jäi tämän ryhmittelyn ulkopuolelle.

Vahvat laajentujat

Toiminta on keskimääräistä kannattavampaa: 90 % arvioi liikevaihdon kannattavaksi (koko aineistossa 86 %)

Asiakaskunnassa korostuvat b2b-asiakkaat, vähiten b2c-asiakkaita

Toiminta on usein jo kansainvälistä (26 %) tai valtakunnallista (39 %).

57 % on tuonut markkinoille uusia tuotteita / palveluja menneen kahden vuoden aikana (koko aineistossa 42 %) → Tuotteiden/palveluiden kehittäminen on vahvasti toiminnassa keskiössä.

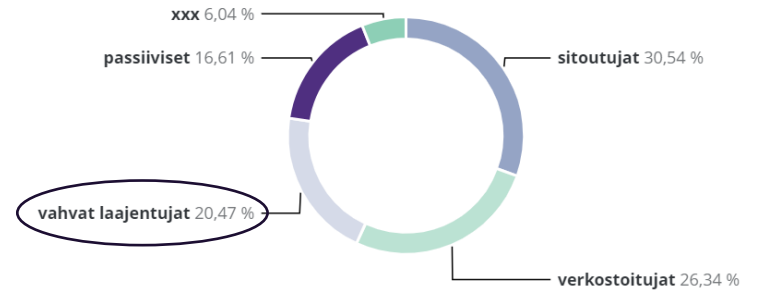
70 % etsii työntekijöitä kokoaikaisiin työsuhteisiin. → Voimakas tarve työvoimalle.

52 % olisi valmiita palkkaamaan työntekijän yhdessä toisen yrityksen kanssa (koko aineistossa 32 %). → Ovat valmiita monenlaisiin ratkaisuihin työvoiman löytämiseksi.

Ovat kiinnostuneita lisätiedoista erityisesti rekrytointiin ja sen tukemiseen, yritysverkoston hyödyntämisen, palvelujen ja tuotteiden kehittämiseen, oman osaamisen kehittämiseen sekä kansainvälisten osaajien rekrytointeihin liittyen.

47 % 2-4 hengen yrityksiä.

Antoivat korkeimmat arviot kaikkiin väittämäkysymyksiin. Kuitenkin (kuten koko aineistossa) vähiten intoa yritysverkoston veturiyrityksenä toimimiselle ja vähiten aktiivisuutta asiakaspalautteen säännölliselle keräämiselle.



Vahvat laajentujat hakevat kasvua useasta eri suunnasta: tekemällä aktiivista yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa, laajentamalla aktiivisesti tätä yhteistyökumppaneiden joukkoa sekä kasvattamalla omaa henkilöstöään.

20 % vastaajista kuuluu tähän ryhmään.

Verkostoitujat

87 % arvioi liikevaihdon kannattavaksi (koko aineistossa 86 %)

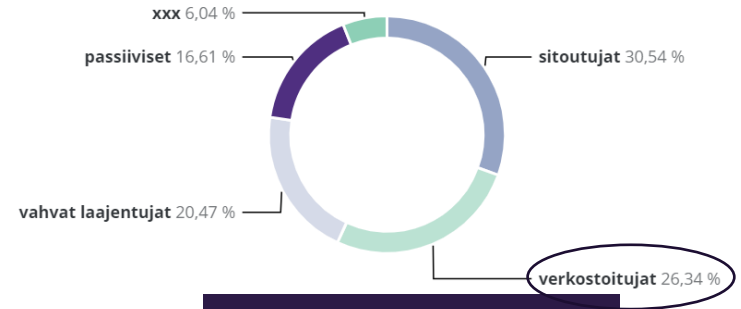
18 % toimii jo kansainvälisesti, 44 % valtakunnallisesti.

52 % on tuonut markkinoille uusia tuotteita / palveluja menneen kahden vuoden aikana (koko aineistossa 42 %). → Tuotteiden/palveluiden kehittäminen on vahvasti toiminnassa keskiössä.

31 % olisi valmiita palkkaamaan työntekijän yhdessä toisen yrityksen kanssa (koko aineistossa 32 %). → Eivät lähtökohtaisesti etsineet laajentumista rekrytointien kautta, mutta vajaa kolmannes on avoin myös tämänkaltaiselle yhteistyölle.

Ovat kiinnostuneita lisätiedoista erityisesti yritysverkoston hyödyntämiseen, palvelujen ja tuotteiden kehittämiseen sekä oman osaamisen kehittämiseen liittyen.

47 % 0-1 ja 43 % 2-4 hengen yrityksiä.



Verkostoitujat kehittävät toimintaansa tekemällä aktiivista yhteistyötä muiden kanssa sekä etsimällä uusia yhteistyökumppaneita. He panostavat verkostoihin, eivätkä suunnittele omia rekrytointeja.

26 % vastaajista kuuluu tähän ryhmään.

Sitoutujat

86 % arvioi liikevaihdon kannattavaksi (koko aineistossa 86 %)

Muita ryhmiä suurempi paino b2c-asiakkaissa (62 %).

Toiminta on enimmäkseen paikallista (30 %) tai valtakunnallista (40 %).

32 % on kiinnostuneita aloittamaan keskusteluja yhteistyön aloittamisesta (ei nyt kuitenkaan käynnissä)

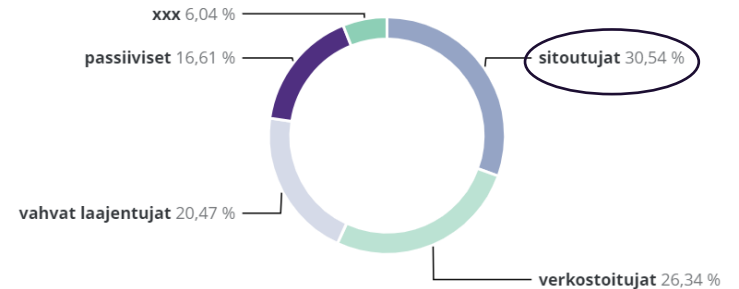
39 % on tuonut markkinoille uusia tuotteita / palveluja menneen kahden vuoden aikana (koko aineistossa 42 %).

29 % on harkitsee rekrytointia. Työntekijöitä etsitään erilaisiin työsuhteisiin. 34 % olisi valmiita palkkaamaan työntekijän yhdessä toisen yrityksen kanssa (koko aineistossa 32 %). → rekrytointitarve ei ole merkittävä, mutta niiltä osin kuin sitä esiintyy ollaan avoimia erilaisille malleille.

Ovat kiinnostuneita lisätiedoista erityisesti yritysverkoston hyödyntämiseen, rekrytointiin ja sen tukemiseen sekä oman osaamisen kehittämiseen liittyen.

45 % 0-1 ja 42 % 2-4 hengen yrityksiä.

Eivät ole kovin aktiivisia muiden kanssa ideoinnin tai asiakastarpeiden selvittämisen suhteen.



Sitoutujat tekevät aktiivista yhteistyötä muiden kanssa, mutta eivät etsi uusia yhteistyökumppaneita.

31 % vastaajista kuuluu tähän ryhmään.

Passiiviset

Toiminta on keskimääräistä vähemmän kannattavaa: 80 % arvioi liikevaihdon kannattavaksi (koko aineistossa 86 %)

Melko paljon b2c-asiakkaita (61 %).

Toiminta on useimmin paikallista (45 %).

17 % on kiinnostuneita aloittamaan keskusteluja yhteistyön aloittamisesta (ei nyt kuitenkaan käynnissä).

19 % on tuonut markkinoille uusia tuotteita / palveluja menneen kahden vuoden aikana (koko aineistossa 42 %) ← toiminta on stabiilia eikä nojaa innovaatioihin

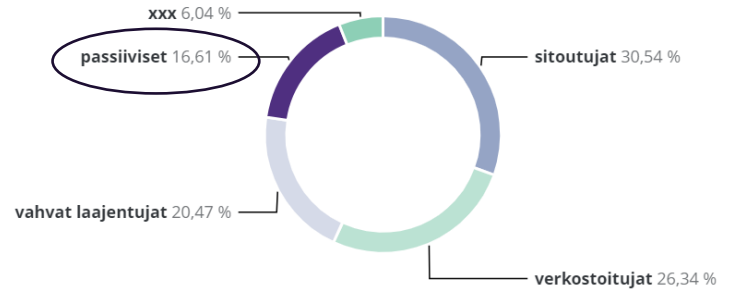
9 % olisi valmiita palkkaamaan työntekijän yhdessä toisen yrityksen kanssa (koko aineistossa 32 %).

Ovat kiinnostuneita lisätiedoista erityisesti yritysverkoston hyödyntämiseen, oman osaamisen kehittämiseen sekä palvelujen ja tuotteiden kehittämiseen liittyen.

60 % 0-1 hengen yrityksiä.

Antoivat heikoimmat arviot kaikkiin väittämäkysymyksiin. Arvioivat itsensä vähiten aktiiviseksi muiden yrittäjien kanssa ideoinnin ja sparrailun osalta. Eivät myöskään muiden tavoin koe haluavansa tehdä yhteistyötä muiden yrittäjien ja yritysten kanssa.

Yritystoiminta oli osalle sivutoimista tai toimintaa oltiin lopettelemassa (esim. jäämässä eläkkeelle). Mukana mm. alihankintaroolissa isommalle yhtiölle toimivia.



Passiiviset toimijat eivät tee yhteistyötä muiden kanssa, eivätkä etsi tällaisia kumppanuuksia. He eivät myöskään harkitse sisäisiä rekrytointeja.

17 % vastaajista kuului tähän ryhmään.

Tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset



Tutkimuksen tulokset- johtopäätökset

Tulos 1. Yritykset ovat verkottuneita

77% yrityksistä tekee aktiivista yhteistyötä muiden yritysten kanssa ja 49% yrityksistä käy aktiivista keskustelua yhteistyön aloittamisesta tai tiivistämisestä. Kumppaneista katsotaan olevan hyötyä yrityksen kasvulle/ kehittymiselle ja menestymiselle. Vertaistuki on yleisin yhteistyön muoto. Yhteistyön kanavana alihankinta on yleisin.

Tulos 2. Tärkeimmät tekijät tuotteiden tuomisessa markkinoille ovat kaupallisia

Vajaa puolet yrityksistä on tuonut uusia tuotteita/palveluita markkinoille viimeisen kahden vuoden aikana. Luonnollisesti yrittäjät kokivat yrityksen, tuotteiden ja palveluiden kehittämisen ja innovoinnin luontevaksi osaksi yrittäjyyttä.

Kysyntä, rahoitus ja markkinointi keskeisimmässä roolissa uusien tuotteiden tai palveluiden lanseeraamiseksi

Tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset

Tulos 3. Kolmasosa yrityksistä on valmis palkkaamaan uuden työntekijän sekä tekemään tämän yhdessä toisen yrityksen kanssa

Suuremmat yritykset valmiita palkkaamaan helpommin kuin pienet 1 hengen yritykset. Jos on tarkoitus palkata niin yleisin tapa on kokoaikainen työntekijä. Yhteispalkkaaminen on kiinnostava vaihtoehto vastaajien keskuudessa (32%).

Tulos 4. Passiivisten yritysten joukko erottuu omana ryhmänään- aika ja raha kasvun esteenä

Rahasta ja ajasta on niukkuutta toiminnan kehittämisessä, sekä tuotelanseerauksissa. Passiiviset eivät rekrytoi eivätkä verkotu.

Oliko kartoituksessa löydetty uusia asioita 1 (4)? Tampereen havainnot kentältä 2023- kohderyhmän asiakastarpeet, epävarmuustekijät, mitä on yksinyrittäjän päivittäinen työ- sen haasteet (pains) ja palkinnot (gains)

Asiakastarpeet (mikroyrittäjät)

Asiakkaiden tarpeita vaikea ennakoida

Uusien asiakkaiden saaminen murheenkryyni

Yrittäjänä toimimiseen liittyy paljon työtä josta ei voi laskuttaa. Tätä työtä voisi ulkoistaa/ostaa/siirtää palkallisille

Jatkuva muutos

Räätälöinti

Epävarmuudet

Apua on jossain? Mistä sitä saa, miten isolla byrokratialla

Jatkuva muutos, epävakaus toimintaympäristössä, mutta ei aikaa ennakoida ja ottaa tulevaisuuden tekemistä haltuun

Missä on yksinyrittäjän turvaverkko?

Yksinäisyys yksinyrittäjänä

Kartoituksessa löydetyt uudet havainnot 2 (4)

Job to be done- mitä on yrittäjän arki?

Asiantuntevat ulkopuoliset silmät

Että muut ymmärtävät/jakavat unelman/kehittämistarpeen

Tuloja ja merkitystä, iloa, uusia mahdollisuuksia liiketoimintaan, oppimista

Kukoistava liiketoiminta

Kyky vastata laadukkaasti asiakastarpeeseen

Muutoskyvykyys ja resilienssi

Verkoston koolle kutsuminen

Strategiatyö

Kehityksen roadmap

Ennakointi ja tulevaisuustiedon haastaminen

Järjestäytyminen

Rahoituksen hankinta

Pains

Yksinäisyys

Epävarmuus

Ei aikaa/rahaa kehittää osaamista

Miten olen varma että kaikki on mukana täysillä

Haluan ääneni kuuluville

Kehittämisaika on pois myynnistä

Byrokratia

Palvelun saamisen hitaus

Palvelun hankala löytyminen

Luottamuksen puute

Intoa on, aikaa ei?, jaksamista ei?

Puutteellinen tietämys erilaisista järjestäytymis/
organisoitumismalleista

Strategiaosaaminen, kehityssuunnitelmien tekemisen vaikeus

Luottamuksen rakentamisen tarve

Koollekutsumisosaaminen, viestiminen verkoston jäsenille

Oman idean sanoitus

Tavoitteen kuvaaminen

Rahoitus toiminnalle

Yhteisen tekemisen resurssointi

Kartoituksessa löydetyt uudet havainnot 4 (4)- Gains- mikä olisi unelma-apu omalle työlle?

Haetaan inspiraatiota; tukea; rahaa; avustusta; konsultaatiota; vaihtoehtoja; tietoa; verkostoa; rohkaisua

Oppiminen

Innovaatiot

Yhteisöllisyys

Yhteistarjoukset

Jaetut resurssit

Tuki kehitystyön suunnittelulle

Rahoitusneuvonta

Tuki verkoston kasaamiselle

Uskonvahvistus yhteisen vision järkevyydelle

Linkittäminen keskeisiin kontakteihin

Uudet havainnot- reflektointi

Omat vahvat erottuvat ryhmät ovat passiiviset sekä sitoutujat (tyytyväiset nykytilaan)

Innovoinnin onnistumisessa tärkeää kaupallinen tuki. Sama asia korostui ulkoistamisen osalta (markkinointiosaamista voidaan ostaa)

Verkostoitumisessa ei nähty olevan riskejä

Vastaajat kokivat tärkeäksi että voisivat hyödyntää yritysverkostoja (Tampereen kaupungin palvelu)

Suosituksset



Asiantuntijan suositukset menestymisen tueksi- Tampere

Selkeä palvelutarjoama 1 hengen yrityksille.

Perustelu:

Mikroyrityksillä ei ole aikaa eikä resursseja ottaa vastaan palveluja

Toimenpiteet:

Tärkeimmät palvelutarpeet valitaan aiemman kenttätyön kokemusten perusteella että kartoituksesta löydetyistä tekijöistä.

Yhteispalkkaamisen selvittäminen.

Perustelu:

Aihe herätti paljon mielenkiintoa ja on konkreettinen avaus yritysten kasvuun.

Toimenpiteet:

Koemarkkinointi ja reunaehtojen selvitys,

Lisätutkimusten aiheita

Syntyykö verkostoissa uutta osaamista ja mikä on sen 'hallintamalli' ja omistajuus?

Mitkä ovat verkostoissa syntyvän osaamisen mekanismit?

Mitkä ovat konkreettiset hyödyt ja tuotteet/palvelut jotka voisivat syntyä yritysverkostoissa?



Sähköpostimme ovat etunimi.sukunimi@innolink.fi
Seuraa meitä verkossa www.innolink.fi ja sosiaalisessa mediassa #innolink

