

B133

Salla Kettunen, Sanna Joensuu-Salo
Kirsti Sorama, Marja Katajavirta

Naisyrittäjät ja naisopiskelijat yhdessä yrittäjyyden polulla

**- tuloksia Smart ladies in digital world
-hankeesta**

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja
B. Raportteja ja selvityksiä 133

Salla Kettunen, Sanna Joensuu-Salo
Kirsti Sorama, Marja Katajavirta

Naisyrittäjät ja naisopiskelijat yhdessä yrittäjyyden polulla

- tuloksia Smart ladies in digital world
-hankkeesta



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



SeAMK

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Seinäjoki 2018

Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja
Publications of Seinäjoki University of Applied Sciences

A

Tutkimuksia
Research reports

B

Raportteja ja selvityksiä
Reports

C

Oppimateriaaleja
Teaching materials

SeAMK julkaisut:

Seinäjoen ammattikorkeakoulun kirjasto
Kalevankatu 35
60100 Seinäjoki
p. 020 124 5040
kirjasto@seamk.fi

ISBN 978-952-7109-85-4 (verkkojulkaisu)
ISSN 1797-5573 (verkkojulkaisu)

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

TIIVISTELMÄ

Salla Kettunen, Sanna Joensuu-Salo, Kirsti Sorama ja Marja Katajavirta. 2018. Naisyrittäjät ja naisopiskelijat yhdessä yrittäjyyden polulla - tuloksia Smart ladies in digital world -hankkeesta. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 133, 110 s.

Tässä raportissa esitetään tuloksia Smart ladies in digital world -hankkeesta. Hanke toteutettiin Seinäjoen ammattikorkeakoulussa vuosina 2016-2018. ESR-hanketta rahoittivat Keski-Suomen ELY-keskus ja SeAMK. Hankkeen tavoitteena oli 1) kehittää ammattikorkeakoulun toimintaa siten, että vähennetään sukupuolenmukaista eriytymistä liittyen yrittäjyyteen ja 2) tarjota ohjausta ja koulutusta edistämään naisyrittäjien strategista johtajuutta, joka liittyy digitaalisuuden ja työelämän haasteiden tuomien muutosten vaikutuksiin naisvaltaisilla aloilla.

Hankkeessa luotiin verkostomainen toimintamalli naisyrittäjien ja ammattikorkeakoulun välille. Uudessa toimintamallissa sekä naisyrittäjien ja naisopiskelijoiden tiedolliset, taidolliset ja asenteelliset valmiudet yrittäjämäiseen toimintaan kehittyvät. Malli perustuu verkostoitumiseen ammattikorkeakoulun asiantuntijoiden, naisyrittäjien sekä yrittäjyydestä kiinnostuneiden naisopiskelijoiden kesken. Tässä raportissa esitetään, kuinka opiskelijoiden, oppilaitoksen ja yrittäjien välisellä yhteistyöllä voidaan saada aikaan kaikkia osapuolia hyödyttävää toimintaa. Opiskelijat saavat kontakteja työelämään, tietoja, verkostoja sekä näkemystä siitä, mitä yrittäjyys on. Ammattikorkeakoululla on yhtenä tehtävänä jo lähtökohtaisesti yhteiskunnallinen vuorovaikutus, mikä tarkoittaa esimerkiksi yrityksille käyttökelpoisen tiedon ja mallien tuottamista. Yrittäjät puolestaan tarvitsevat uutta tietoa, heidän on uudistettava toimintaansa ja useat yritykset tarvitsevat työntekijöitäkin.

Kokemukset toimintamallista olivat erittäin positiivisia. Tässä raportissa esitetään hankkeen aikana toteutettujen seurantatutkimusten tulokset sekä näkemyksiä toimintamallin kehittämiseksi. Lisäksi raportissa esitetään tuloksia hankkeessa toteutetuista haastatteluista, joissa hahmotettiin, mitkä asiat vaikuttavat naisopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin ja toisaalta naisyrittäjien strategiseen johtamiseen.

Avainsanat: yrittäjyysaikomukset, naisopiskelijat, naisyrittäjyys

Yhteystiedot: Salla Kettunen, Seinäjoen ammattikorkeakoulu, Liiketalouden ja kulttuurin yksikkö, PL 412, 60101 Seinäjoki, salla.kettunen@seamk.fi

ABSTRACT

Salla Kettunen, Sanna Joensuu-Salo, Kirsti Sorama ja Marja Katajavirta. 2018. Female entrepreneurs and female students together on the path of entrepreneurship – results of the Smart ladies in digital world project. Seinäjoki University of Applied Sciences publications B. Reports 133, 110 p.

This report presents the results of the Smart Ladies in Digital World project. The project was carried out at Seinäjoki University of Applied Sciences in 2016-2018. The ESF project was funded by the Centre for Economic Development, Transport and the Environment in Central Finland and SeAMK. The aim of the project was to: 1) develop the activities of the university in order to reduce gender segregation in relation to entrepreneurship and 2) provide guidance and training to promote the strategic leadership of female entrepreneurs in digital world.

The project created a networked approach between female entrepreneurs and the university. In the new model, the knowledge, skills and attitudes related to entrepreneurship of female entrepreneurs and female students develop. The model is based on networking between university experts, female entrepreneurs and female students interested in entrepreneurship. This report shows how cooperation between students, university and entrepreneurs can benefit all parties. Students create networks and get a vision of what entrepreneurship is. The university acts in the model as a regional developer. Entrepreneurs, in turn, need new information and skills.

The experiences of the model were very positive. This report presents the results of the follow-up surveys carried out during the project and suggestions how the model should be further developed. In addition, the report presents the results of the interviews conducted in the project, which outlined what factors affect students' entrepreneurial intentions and on the other hand, the strategic management of female entrepreneurs.

Key words: entrepreneurial intentions, female students, female entrepreneurship

Contact information: Salla Kettunen, Seinäjoki University of Applied Sciences, School of Business and Culture, PL 412, 60101 Seinäjoki, salla.kettunen@seamk.fi

SISÄLTÖ

TIIVISTELMÄ ABSTRACT

1 JOHDANTO	6
1.1 Taustalla yrittäjyysaikomustutkimus	6
1.2 Liiketoimintaympäristön haasteet naisyrittäjydelle	9
2 TOIMINTAMALLI NAISOPISKELIJOIDEN YRITTÄJYYDEN TUKEMISEEN	13
2.1 Yritystalli lähtökohtana.....	14
2.2 Yhteistyö naisyrittäjien ja naisopiskelijoiden välillä.....	15
2.3 Ammattikorkeakoulun rooli yrittäjyyden edistäjänä.....	16
2.4 Työpajatyöskentely liiketoiminnan kehittämisessä	17
2.5 Digitaaliset toimintaympäristöt yhteistyössä.....	19
3 OPISKELIJOIDEN YRITTÄJYYSAIKOMUSTEN KEHITTYMINEN	21
3.1 Opiskelijoiden valmiudet ja yrittäjyysaikomukset alkukartoituksessa.....	22
3.2 Opiskelijoiden valmiuksien ja yrittäjyysaikomusten kehittyminen seurannassa	31
3.3 Toimintamallin vaikuttavuus opiskelijoiden kannalta.....	39
4 NAISOPISKELIJOIDEN POLKU YRITTÄJYYTEEN	42
4.1 Merkittävät tekijät matkalla kohti yrittäjyyttä.....	42
4.2 Yrittäjyysaikomukset ja yrittäjyyskasvatus.....	46
4.3 Naisten yritykset ja yrittäjyys	47
4.4 Käytetyt tutkimusmenetelmät.....	50
4.5 Tulokset	54
4.6 Johtopäätökset.....	60
5 YRITTÄJIEN VALMIUKSIEN KEHITTYMINEN TOIMINTAMALLISSA	64
5.1 Naisyrittäjien tavoitteet ja lähtötilanne	64
5.2 Naisyrittäjien valmiuksien kehittyminen.....	66
5.3 Yrittäjien kokemukset toimintamallista.....	70
5.4 Toimintamallin vaikuttavuus yrittäjien kannalta	78
6 NAISYRITTÄJÄT TULEVAISUUDEN HAASTEISSA	81
6.1 Sukupuolittunut innovaatiojärjestelmä	82
6.2 Megatrendit.....	85
6.3 Menetelmät	87
6.4 Naisten suhtautuminen megatrendeihin.....	88
6.5 Naisten suhtautuminen oman liiketoiminnan innovaatioprosesseihin	93
6.6 Johtopäätökset naisyrittäjien kokemista tulevaisuuden haasteista.....	94

7 LOPUKSI	98
7.1 Toimintamallin arviointia.....	98
7.2 Toimenpidesuositukset.....	99
LÄHTEET	101

KUVIOT

Kuvio 1.	Toimintamalli opiskelijoiden, yrittäjien ja ammattikorkeakoulun välillä	13
Kuvio 2.	Yrittäjyysprosessi aikaisemman tutkimuksen mukaan.....	22
Kuvio 3.	Digitaalisten välineiden ja työkalujen tuntemus.....	30
Kuvio 4.	Empiiriset tulokset sijoitettuna aikaisempien tutkimusten mukaiseen malliin.....	31
Kuvio 5.	Yrittäjyysaikomusten kehittyminen vastanneiden opiskelijoiden osalta.....	34
Kuvio 6.	Asenteiden kehittymien vastanneiden opiskelijoiden osalta.....	35
Kuvio 7.	Pystyvyyssuskomuksen kehittyminen vastanneiden opiskelijoiden osalta	36
Kuvio 8.	Lähipiirin tuen kokemuksen muutos vastanneiden opiskelijoiden osalta.	37
Kuvio 9.	Opiskelijoiden valmiuksien kehittyminen hankkeen aikana.	41
Kuvio 10.	Opiskelijoiden arvio työpajojen hyödyllisyydestä	41
Kuvio 11.	Opiskelijoiden tavoitteet ja motiivit yrittäjyyden suhteen	56
Kuvio 12.	Opiskelijoiden mainitsemat motiivit, tavoitteet ja tärkeät sysäykset kohti yrittäjyyttä	59
Kuvio 13.	Alku- ja seurantakyselyn vastausten vertailu.....	69
Kuvio 14.	Yrityksen kehittyminen suhteessa odotuksiin (n=6)	79
Kuvio 15.	Yrittäjien valmiuksien kehittyminen hankkeen aikana (n=6).....	80

TAULUKOT

Taulukko 1.	Yhteenvedoa hankkeen ja toimintamallin taustoista ja sovelluskohteista.....	12
Taulukko 2.	Suunnitellut ja toteutuneet työpajat.....	18
Taulukko 3.	Muuttujien arvot	24
Taulukko 4.	Opiskelijoiden mainitsemia yrittäjyyteen vetäviä ja työntäviä tekijöitä.....	54
Taulukko 5.	Skenaariotyökalun avulla (hyperbolinen tangentti) lasketut vaikutukset, kun tekijän painoarvoa nostetaan $0 \rightarrow 1$	58
Taulukko 6.	Yrittäjyyttä tukevat asiat yrittäjyysprosessin eri vaiheissa	62
Taulukko 7.	Alku- ja seurantakyselyn vastausten vertailu liikevaihdon osalta	68
Taulukko 8.	Naisyrittäjien asenteet megatrendejä kohtaan	92
Taulukko 9.	Asenteet innovaatioprosessia kohtaan naisyrittäjien omassa liiketoiminnassa.....	94

1 JOHDANTO

Tässä raportissa esitetään tuloksia Smart ladies in digital world -hankkeesta. Hanke toteutettiin Seinäjoen ammattikorkeakoulussa vuosina 2016-2018. ESR-hanketta rahoittivat Keski-Suomen ELY-keskus ja SeAMK. Hankkeen tavoitteena oli 1) kehittää ammattikorkeakoulun toimintaa siten, että vähennetään sukupuolenmukaista eriytymistä liittyen yrittäjyyteen ja 2) tarjota ohjausta ja koulutusta edistämään naisyrittäjien strategista johtajuutta, joka liittyy digitaalisuuden ja työelämän haasteiden tuomien muutosten vaikutuksiin naisvaltaisilla aloilla.

Hankkeessa luotiin verkostomainen toimintamalli naisyrittäjien ja ammattikorkeakoulun välille. Uudessa toimintamallissa sekä naisyrittäjien ja naisopiskelijoiden tiedolliset, taidolliset ja asenteelliset valmiudet yrittäjämäiseen toimintaan kehittivät. Malli perustuu verkostoitumiseen ammattikorkeakoulun asiantuntijoiden, naisyrittäjien sekä yrittäjyydestä kiinnostuneiden naisopiskelijoiden kesken. Tässä raportissa esitetään, kuinka opiskelijoiden, oppilaitoksen ja yrittäjien välisellä yhteistyöllä voidaan saada aikaan kaikkia osapuolia hyödyttävää toimintaa. Opiskelijat saavat kontakteja työelämään, tietoja, verkostoja sekä näkemystä siitä, mitä yrittäjyys on. Ammattikorkeakoululla on yhtenä tehtävänä jo lähtökohtaisesti yhteiskunnallinen vuorovaikutus, mikä tarkoittaa esimerkiksi yrityksille käyttökelpoisen tiedon ja mallien tuottamista. Yrittäjät puolestaan tarvitsevat uutta tietoa, heidän on uudistettava toimintaansa ja useat yritykset tarvitsevat työntekijöitäkin.

Seuraavaksi tarkastellaan kahta toimintamallin ja hankkeen taustalla olevaa ilmiötä. Toinen liittyy yrittäjyysaikomustutkimuksessa havaittuun sukupuoliseen eriytymiseen ja toinen digitaalisuuden tuomiin haasteisiin liiketoimintaympäristössä.

1.1 Taustalla yrittäjyysaikomustutkimus

Toimintamallin taustalla on tulokset yrittäjyysaikomustutkimuksesta. Yrittäjyysaikomuksissa ja yrittäjyydessä on havaittu sukupuolieroja. Naisilla yrittäjyysaikomukset ovat heikommät kuin miehillä ja edelleen naiset perustavat yrityksiä vähemmän kuin miehet. Kasvuyrityksistä suurin osa on miesten omistamia. Naisten yrittäjyysaikomuksiin voidaan kuitenkin vaikuttaa paremmin kuin miesten. Sukupuoli vaikuttaa sekä yrittäjyysaikomusten lähtötasoon, aikomusten kehittymiseen että yrittäjyyspedagogiikan vaikuttavuuteen. Naisilla yrittäjyysaikomukset laskevat enemmän kuin miehillä koulutuksen aikana. Tämä tukee myös aiempia tutkimustuloksia (mm. Zhang ym.; 2013; Wilson ym. 2009; Alsos & Isaksen 2012). Miesten osalta aikomukset eivät laske mainittavasti, vaan pysyvät samalla tasolla

koko koulutuksen ajan. Toisella asteella miehillä aikomukset jopa nousivat koulutuksen aikana (Joensuu ym. 2014). Tarvitaan keinoja, joilla sukupuolten välistä eriytymistä voidaan estää suhteessa yrittäjyyteen.

Yrittäjyysaikomuksia on tutkittu paljon Ajzenin (1991) Theory of Planned Behavior –viitekehystä (TPB) hyödyntämällä. TPB:n mukaan aikomukset edeltävät toimintaa ja mitä voimakkaampi edeltävä aikomus on, sitä todennäköisempää on sen toteutuminen. Aiempi tutkimus on myös osoittanut, että aikomukset todellakin ennustavat myöhempää toimintaa (Fishbein & Ajzen 1975; Bagozzi, Baumgartner & Yi 1989; Krueger & Carsrud 1993). TPB-mallia on käytetty yrittäjyysaikomusten tutkimuksessa pitkään, sitä on edelleen kehitetty ja myös kritisoitu eri konteksteissa (Armitage & Conner 2001; Sheeran 2002). Erityisesti opiskelijoiden yrittäjyysaikomusten tutkimus on pitkään keskittynyt määrällisen TPB-mallin testaukseen (esim. Krueger & Carsrud 1993; Krueger, Reilly & Carsrud ym. 2000; Barbosa, Fayolle & Lassas-Clerc 2006). Laadullisia tutkimuksia aiheesta on kuitenkin vähemmän.

TPB:n perusidea on, että asenteet, lähiympäristön tuki sekä henkilön itsensä kokemus pystyvyys kyseiseen toimintaan ennustavat aikomuksia kyseistä toimintaa kohtaan (Ajzen, 1991). Asenne viittaa siihen, onko henkilöllä positiivinen vai negatiivinen käsitys kyseisestä toiminnasta. Esimerkiksi yrittäjyyden suhteen mitä positiivisempi käsitys yksilöllä on yrittäjyydestä ja sen seurauksista, sitä positiivisemmin yksilö suhtautuu myös omaan mahdolliseen yrittäjyyteensä ja sitä voimakkaammat aikomukset ovat yrittäjäksi ryhtymiseen (esim. Krueger ym. 2000; Segal, Borgia & Schoenfeld 2005; van Gelderen & Jansen 2006; Pruett ym. 2009).

Lähiympäristön tuki viittaa siihen sosiaaliseen tukeen, joka yksilöllä olisi tietyn toiminnan suhteen (Ajzen 1991). Esimerkiksi yrittäjyyden suhteen kyse on siitä, miten yksilö kokee hänelle tärkeimpien ihmisten suhtautuvan, jos hän ryhtyisi yrittäjäksi. Lähiympäristön tuen toinen puoli on se, kuinka suuri merkitys tärkeiden ihmisten mielipiteellä on yksilölle.

Pystyvyyssuskomus viittaa taas siihen, miten helpoksi tai vaikeaksi yksilö kokee tietyn toiminnan itselleen. Se perustuu uskomukseen käytettävissä olevista resursseista ja mahdollisuuksista (ks. Bandura ym. 1980; Swan, Chang-Schneider & McClarity 2007). Ajzenin (1991) mukaan tämä on kaikista lähinnä Banduran ym. (1980) käsitettä ”self-efficacy”.

Aiempien, lähinnä määrällisten tutkimusten mukaan, yrittäjyysaikomuksiin vaikuttaa eniten pystyvyyssuskomus (Kristiansen & Indarti 2004; Liñán 2004; Henley 2005; Segal ym. 2005; Lee ym. 2011; Lope Pihie & Bagheri 2011) ja asenne

(Zampetakis ym. 2009; Moi, Adeline & Dyana 2011). Myös lähiympäristön tuella on merkitystä (Aizzat, Noor Hazlina & Chew 2009; Lope, Zaidatol & Hassan 2009; Engle ym. 2010; Siu & Lo 2013). Kautosen, van Gelderenin ja Finkin (2013) tutkimuksen mukaan nämä kolme selittävät aikomusten variaatiosta yhteensä 59 prosenttia. Toisaalta taas itse yrittäjyysaikomukset eivät selitä lopulta kuitenkaan yrittäjäksi ryhtymisen variaatiosta kuin 19–38 % (ks. Adam & Fayolle 2016). Toisin sanoen on muitakin tekijöitä, jotka vaikuttavat aikomusten muodostumiseen ja lopulta yrittäjäksi ryhtymiseen. Esimerkiksi Schoon ja Duckworth (2012) seurasiivat yli 6000:n yksilön elämää syntymästä 34:ään ikävuoteen asti ja totesivat, että yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavat varhaiset kokemukset yrittäjyydestä. Miesten osalta tähän vaikutti oman isän yrittäjyys ja naisten osalta vanhempien sosioekonominen status. Toisaalta myös pystyvyysuskomus vaikuttaa suoraan yrittäjäksi ryhtymiseen aiempien tutkimusten mukaan (Ingram ym. 2000; Sequeira, Mueller ja Mcgee 2007; Townsend, Busenitz & Arthurs 2010; Kautonen, van Gelderen & Tornikoski 2013).

Sekä sukupuoli että roolimallit ovat olleetkin yksi tutkituimmista tekijöistä yrittäjyysaikomuksissa TPB-mallin lisäksi (Fayolle & Liñán 2013). Naisilla on vähemmän halua yrityksen perustamiseen ja he myös perustavat vähemmän yrityksiä kuin miehet (esim. Liñán & Chen 2009; vrt. Pruett ym. 2009; Yordanova & Tarrazon 2010; Lee ym. 2011; Zhang, Duyesters & Cloudt 2013). Yordanovan ja Tarrazonin (2010) tutkimuksessa sukupuolivaikutusta aikomuksiin välittää täysin yksilön pystyvyysuskomus ja osaksi yksilön asenteet. Toisin sanoen sukupuolen vaikutus välittyy sen mukaan, millainen yksilön usko oman pystyvyyteensä toimia yrittäjänä on tai millaisia asenteita yksilöllä on yrittäjyyttä kohtaan. Erityisen tärkeää onkin vaikuttaa naisten pystyvyysuskomuksiin ja asenteisiin, jos naisten yrittäjyysaikomuksia halutaan nostaa. Myös Joensuu ym. (2013) osoittivat pitkäaikais tutkimuksessa, että korkeakouluopiskelijoista naisilla on miehiä matalammat yrittäjyysaikomukset opintojen alussa ja ne myös vähenevät opintojen kuluessa. Myös roolimalleilla on todettu olevan vaikutusta yrittäjyysaikomuksiin (Kolvereid 1996; Van Auken, Fry & Stephens 2006; Bosma et al. 2012).

Sukupuolella on myös vaikutusta siihen, miten yrittäjyyspedagogiikka vaikuttaa aikomuksiin. Ammattikorkeakouluaineistossa aktiivisuutta edellyttävällä yrittäjyyspedagogiikalla todettiin olevan vaikutusta pystyvyysuskomuksen muutokseen ja sitä kautta aikomusten muutokseen, mutta tilastollinen merkitsevyys koski ainoastaan naisia. Miehillä aktiivisuutta edellyttävä yrittäjyyspedagogiikka ei vaikuttanut pystyvyysuskomuksen muutokseen. Toisin sanoen yrittäjyyspedagogiikalla voidaan vaikuttaa naisten itseluottamuksen nousemiseen ja sitä kautta aikomuksiin. Sen sijaan miesten pystyvyysuskomusten kehittymiselle pedagogisilla ratkaisilla ei ollut merkitystä. (Joensuu ym. 2014.)

Myös opintojen tarjoamat yrittäjyysvalmiudet vaikuttavat eri tavoin miehiin ja naisiin. Toisen asteen tuloksissa väittämä ”opintoni tähän mennessä ovat antaneet minulle valmiuksia ryhtyä yrittäjäksi” vaikutti positiivisesti naisten aikomusten muutokseen, mutta miesten ei. Naisten yrittäjyysaikomusten kehittymisen osalta on siis tärkeää, että heille voidaan tarjota kokemus valmiuksien nousemisesta. Jos naiset kokevat opintojen antavan valmiuksia toimia yrittäjänä, se vaikuttaa myös positiivisesti aikomuksiin. Mielenkiintoista on, ettei miesten osalta voida löytää samaa tulosta. Miehillä on lähtökohtaisesti suurempi itseluottamus yrittäjyyden kohdalla kuin naisilla. Naiset tarvitsevat enemmän tukea ja opintojen tarjoamaa valmiutta, jotta yrittäjyysaikomukset kehittyvät. (Joensuu ym. 2014.)

Sukupuoli selittää myös varsinaista yrityksen perustamiseen liittyvää käyttäytymistä. Joensuu ym. (2014) tutkimuksessa miehet perustivat yrityksen todennäköisemmin kuin naiset sekä opiskelun aikana että valmistumisen jälkeen. Sukupuoli vaikuttaa siis aikomusten lisäksi myös varsinaiseen yrityksen perustamiseen. Onkin erityisen tärkeää, että yrittäjyyskoulutuksella pystyttäisiin vaikuttamaan niihin tekijöihin, jotka kannustaisivat myös naisia ryhtymään yrittäjiksi. Koska yrittäjämäisyys ja pystyvyysuskonus vaikuttivat yrityksen perustamistoimien aloittamiseen, olisi tärkeää pyrkiä opintojen kautta naisten osalta kehittämään erityisesti yrittäjämäisyyteen liittyviä piirteitä (innovatiivisuutta, epävarmuuden sietokykyä, kykyä luovaan ongelmanratkaisuun sekä kykyä organisoida) sekä uskoa omaan pystyvyYTEEN toimia yrittäjänä.

Biologisen sukupuolen (sex) lisäksi kyse on siitä, kuinka vallitseva kulttuuri määrittelee sukupuolen (gender). Eri puolilla maailmaa tehtyjen tarkastelujen perusteella voi sanoa, että sukupuolen kulttuurinen määritelmä vaikuttaa enemmän uskoon omiin kykyihin kuin biologinen sukupuoli. (Shneor, Camgoz & Karapinar 2013.)

1.2 Liiketoimintaympäristön haasteet naisyrittäjyydelle

Teknologinen kehitys on aikamme ylivoimaisesti suurin muutosvoima. Edes globalisaatio ja kilpailun kansainvälistyminen eivät aiheuta yhtä suuria paineita yritysten uudistumiselle. Digitalisaatio sanana on yksinkertaistava ja sen katveeseen saattaa jäädä monia sen osa-alueita. Sosiaalinen media, mobiili tietoliikenne, Big Data, pilvipalvelut, laskentatehon jatkuva kasvu ja esineiden internet (Internet of Things, IoT) ovat yksinäänkin liiketoiminnalle suuria muutospaineita luovia voimia. Vaikka digitalisaation luomat muutokset ovat kehittyneet jo pitkään, vasta nyt eri teknologiamuutosten yhteisvaikutus on kumuloitumassa ja kertautumassa täydelliseksi muutosmyrskyksi.

Meneillään olevaa murrosta voidaan tarkastella monesta näkökulmasta, mutta avainasemassa voidaan nähdä verkottuneisuus ja uudet teknologiat, data ja sen tehokas hyödyntäminen. Pilvipalveluiden myötä tietotekniikan palvelullistuminen on alkanut. Tyhmästä ja halvasta laitteesta tulee pilvipalveluiden ansiosta kykenevä hyödyntämään valtavia datamassoja ja tehokasta analytiikkaa. Päähuomio kuitenkin on, että digitalisaation vaikutukset tulevat olemaan systeemisiä. Ne ilmaantuvat kaikkialle ja lähes yhtä aikaa. Lisäksi niiden yhteisvaikutus on suurempi kuin osiensa summa.

Digitalisaatio muuttaa työmarkkinoita ja myös palvelualaa, jossa naiset toimivat usein yrittäjinä. Digitalisaation vaikutukset palvelusektoriin tulevat olemaan yhtä voimakkaat kuin teollisuuteen; se lisää tuottavuutta ja muuttaa kilpailuoloja digitaalisten palvelujen myötä. Palvelusektorin laajuus korostaa muutokseen varautumisen tarvetta, sillä digitalisaation vaikutukset voivat olla erittäin suuret. Palvelusektorin kehitykseen ja digitalisaatioon on monta näkökulmaa: palvelujen skaalautuvuus ja vientipotentiaali ja näiden vaikutus henkilöstön määrään, sekä jalostusarvon ja tuottavuuden kasvuun. Palvelujen ja teollisuuden välillä on digitaalisuuden myötä kohtalonyhteys ja palvelut tuleekin nähdä liiketoimintamahdollisuutena kaikilla aloilla. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

Yksi merkittävin muutos koetaan työtehtävissä. Työmarkkinoille digitalisaation ennustetaan merkitsevän suurta muutosta. Työn murros, digitalisaatio ja älykäs automatisaatio muuttavat seuraavien vuosikymmeninä toimialoja ja yrityksiä, mutta myös työntekijältä ja yrittäjältä vaadittavia ominaisuuksia. Sekä yrittäjään että työntekijään kohdistuu paljon muutospaineita: osaamista pitää jatkuvasti päivittää, pitää luovia sujuvasti verkostoissa, hallita omaa ajankäyttöään sekä olla entistä joustavampi. Lisäksi yhä useamman ammattikunnan tehtäväprofiilit tulevat muuttumaan, kun robotisaatio etenee. Ohjelmistorobotit ovat jo nyt korvaamassa asiantuntijoiden rutiininomaisia työtehtäviä. Tämä tarkoittaa sitä, että asiantuntijoiden tehtäväprofiilit muuttuvat rutiinien siirtyessä robottien tehtäväksi. Samalla muuttuvat myös osaamisprofiilit. Erityisen nopeasti ohjelmistorobotit ovat korvaamassa asiantuntijoiden tehtäviä naisvaltaisilla palvelualoilla. Tämä tarkoittaa sitä, että pienenkin yrityksen pitää osata hyödyntää uudet mahdollisuudet selvittääkseen kilpailussa. Lisäksi yrittäjien tulisi uudistaa myös omaa osaamistaan niin, että robotit tulevat täydentämään yrittäjän ja henkilöstön osaamista ja tuovat näin lisäarvoa asiakkaalle.

Digitalisaation aikaansaama muutos johtaa siihen, että koulutusorganisaatioiden tulisi olla etulinjassa tarjoamassa uutta osaamista erityisesti naisille, joiden palveluyritykset ja työtehtävät ovat vaarassa. Lisäksi maailman muutos liittyy lisääntyvään yrittäjyyden vaatimukseen – yhä harvempi tulee työskentelemään perinteisessä

työsuhteessa, jolloin omaehtoinen työllistyminen nousee keskiöön. Yrittäjänä toimiminen perustuu kuitenkin yhä enemmän kykyyn tunnistaa ja hyödyntää muutosta - strategiseen johtamiseen. Myös ihmisten johtamisen vaatimukset muuttuvat. 2020-luvulla työelämässä on samanaikaisesti neljä toisistaan suuresti poikkeavaa sukupolvea. Menestyksen kriteeriksi nousevat johtajuusvalmiudet, jotta kyetään sovittamaan yhteen monimuotoistuvan organisaation johtaminen ja digitalisoituva liiketoiminta.

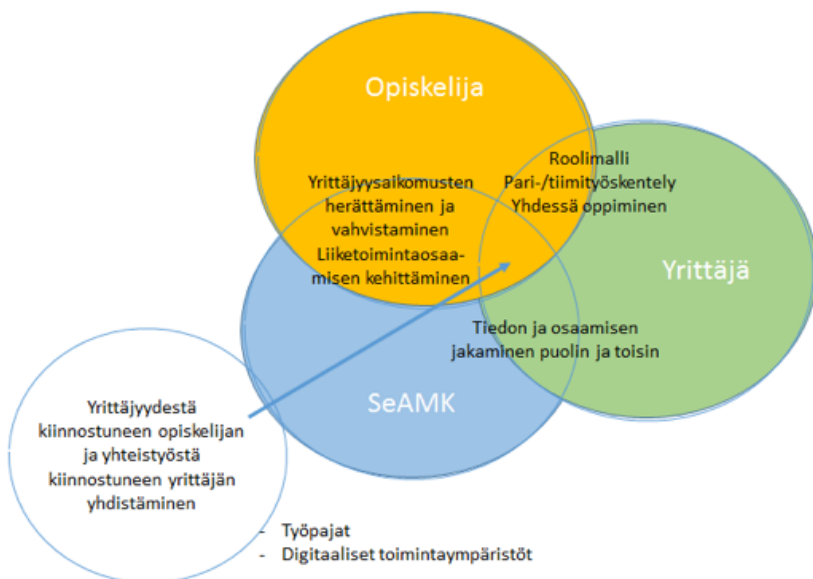
Taulukkoon 1 on tehty yhteenvetoa hankkeen ja kehitetyn toimintamallin taustalla olevista tekijöistä ja soveltamisen kohteista.

Yhteenveto taustatekijöistä	
Tulos	Sovellus
Naisten yrittäjyysaikomuksiin voidaan vaikuttaa paremmin kuin miesten.	Yrittäjyyden esiin tuomiseen kannattaa panostaa.
Yrittäjyysaikomuksiin vaikuttaa eniten pystyvyysuskonus ja asenne, myös lähiympäristön tuella on merkitystä.	Opiskelijoiden pystyvyyttä toimia yrittäjänä kannattaa tukea mahdollistamalla onnistumisen kokemuksia yrittäjyydestä jo opintojen aikana. Asenteisiin voidaan vaikuttaa yritystarinoilla ja yhteistyöllä yrittäjien kanssa.
Yrittäjyyspedagogiikalla voidaan vaikuttaa naisten itseluottamuksen nousemiseen ja sitä kautta aikomuksiin.	Yritysten kanssa tehtävä yhteistyö, yritystarinat ja pystyvyyden kokemusten saaminen ovat avainasemassa.
Jos naiset kokevat opintojen antavan valmiuksia toimia yrittäjänä, se vaikuttaa myös positiivisesti aikomuksiin.	
Avainasemassa voidaan nähdä verkottuneisuus ja uudet teknologiat, data ja sen tehokas hyödyntäminen.	Uusia mahdollisuuksia verkottumiseen, oppimiseen ja tiedon hyödyntämiseen.
Digitalisaation vaikutukset palvelusektoriin tulevat olemaan yhtä voimakkaat kuin teollisuuteen; se lisää tuottavuutta ja muuttaa kilpailuololoja digitaalisten palvelujen myötä.	Suuret toimijat digitalisoivat joka tapauksessa, on löydettävä joko toisenlainen strategia ja markkina tai pysyttävä kilpailussa mukana.
Monet naisvaltaiset alat ovat sellaisia, että digitaalisuuden ja "älykkäiden" koneiden myötä myös asiantuntijoiden tehtävistä osa siirtyy roboteille ja saa aikaan tarvetta uudentumiselle asiantuntijuudelle.	Markkinoiden ja toimintaympäristön seuraaminen, uuden osaamisen jatkuva kehittäminen, rohkea uudistuminen, digitalisaatio tuomaan lisäarvoa asiakkaalle asiantuntijaosaamista täydentämällä.
Digitalisaatio luo myös uusia työpaikkoja osin täysin uusille talouden aloille ja avaa sitä kautta uusia mahdollisuuksia myös uusiutuvalle liiketoiminnalle.	Liiketoimintaympäristön ja toimialarajat ylittävien muutosten seuraaminen ja tilaisuuksiin tarttuminen.
Harvempi tulee työskentelemään perinteisessä työsuhteessa, jolloin omaehtoinen työllistyminen nousee keskiöön.	Uudenlainen yrittäjyys, uudet liiketoimintamallit.

Taulukko 1. Yhteenvetoa hankkeen ja toimintamallin taustoista ja sovelluskohteista.

2 TOIMINTAMALLI NAISOPISKELIJOIDEN YRITTÄJYYDEN TUKEMISEEN

Hankkeessa kehitetty toimintamalli yhdistää naisopiskelijat, ammattikorkeakoulun asiantuntijat ja naisyrittäjät verkostomaiseen yhteistyöhön. Kuviossa 1 on hahmotettu toimintamallin eri osapuolia.



Kuvio 1. Toimintamalli opiskelijoiden, yrittäjien ja ammattikorkeakoulun välillä.

Kehitetty malli toimii yrittäjien, ammattikorkeakoulun ja opiskelijoiden yhteistyönä. Ammattikorkeakoulu tarjoaa asiantuntijoita, tietoa ja tiloja käyttöön. Opiskelijat hakeutuvat kiinnostuksensa mukaan opintoihin tai yhteisöihin, jotka toimivat yrittäjyyden teeman parissa. Opettajilla on osansa yrittäjyyden esiin tuomisessa sekä siitä kiinnostuneiden opiskelijoiden ohjaamisessa eteenpäin yrittäjyydessä. Ohjaus voi tapahtua yrittäjyyteen liittyvillä kursseilla, yritystoiminnan liittämässä opintoihin (esim. Seinäjoen ammattikorkeakoulussa on toiminut ns. Yritystalli) ja opiskelijoiden yrittäjyysyhteisön (SeiES – Seinäjoki Entrepreneurship Society) avulla. Opiskelijoilla voi olla omia kontakteja yrityksiin esim. tuttavuuksien ja työpaikkojen kautta. Yrittäjät hakevat opiskelijoista työvoimaa, harjoittelijoita, oppinäytetyön tekijöitä, asiakkaita ja alan uusimman tiedon hallitsijoita.

Opiskelijoiden on tärkeää saada malleja yrittäjistä sekä tietoa ja kokemuksia yrittäjyydestä. Opiskelijoiden usko omiin yrittäjäkykyihin vahvistuu, kun he näkevät esimerkkejä. Toisin sanoen heidän yrittäjyysaikomuksiaan voidaan vahvistaa. Opiskelijoiden yrittäjyysyhteisön tavoitteena on rohkaista opiskelijoita yrittäjiksi,

kehittää yrittäjämäistä orientaatiota ja tarjota kontakteja, joista on hyötyä tulevaisuudessa. Onnistuakseen tässä tehtävässä he tarvitsevat yrityskontakteja. Hyödyllisiä ovat sellaiset toimintamallit, jotka tuovat opiskelijoita ja yrittäjiä lähelle toisiaan ja työskentelemään samojen asioiden parissa.

Hankkeessa kehitetty toimintamalli perustuu edellä mainittujen osapuolten yhteistyöhön. Toimintamallissa järjestetään työpajoja, joissa sekä opiskelijoiden liikeideaa että naisyrittäjien liiketoimintaa kehitetään ajankohtaisten teemojen avulla. Työpajoissa asiantuntijat, yrittäjät ja opiskelijat jakavat tietoa toisilleen ja kehittävät toistensa liiketoimintaa. Työpajojen aiheet valitaan sen mukaan, mikä on ajankohtaista ja mistä on hyötyä kaikille osapuolille. Usein kyse on asioista, joita jokaisessa yrityksessä (toimivassa ja kehitteillä olevassa) tulee huomioida, mutta joille on hankala löytää aikaa arjen keskellä. Työpajassa työskennellessä pyritään siihen, että osallistujat saisivat ainakin ajatuksissaan työstyttä aiheita omakohtaisesti.

Ammattikorkeakoulun rooli oli mallin kehittelyvaiheessa yrittäjyydestä kiinnostuneiden naisopiskelijoiden löytäminen, yrittäjien löytäminen, työskentelytapojen kehittäminen ja testaaminen. Kehitetyssä mallissa rooli siirtyy enemmän asiantuntijuuden puolelle. Asiantuntijoita tarjotaan työpajoihin sekä ideoimaan toimintaa tai aiheita.

2.1 Yritystalli lähtökohtana

Yritystalli on toiminut Seinäjoen ammattikorkeakoulussa vuodesta 2012. Yritystalli toimii koko Seinäjoen ammattikorkeakoulun tasolla. Yritystallissa opiskelija voi ammattikorkeakoulututkintoa suorittaessaan samalla kehittää yritysideaansa sekä osaamistaan tulevana yrittäjänä. Käytännössä opiskelija voi tehdä esimerkiksi harjoitustöitä liittyen omaan ideaansa. Toisin sanoen tämä tarkoittaa, että oman yritysideaan ja itsensä kehittäminen yrittäjyyttä varten tuottaa opintopisteitä. Yritystallia ollaan edelleen kehittämässä ja viemässä kokonaisvaltaisempaan suuntaan. (Hannu 2016.)

Hankkeen toimintamallia ajateltiin kehitettäväksi osaksi Yritystalli-toimintaa, sillä sitä kautta voidaan helposti tavoittaa yrittäjyydestä kiinnostuneita naisopiskelijoita. Hankkeen alussa opiskelijat rekrytoitiin mukaan hankkeeseen Yritystallin kautta. SeAMKissa kuitenkin perustettiin hankkeen toiminta-aikana opiskelijoiden yrittäjyysyhteisö Seinäjoki Entrepreneurship Society (SeiES), jonka tavoitteena on innostaa ja tukea opiskelijoita yrittäjyyteen. Heillä on myös oma naisjaostonsa, joka jatkaa naisyrittäjien ja naisopiskelijoiden välistä toimintaa hankkeen päätyttyä. Heidän edustajansa tulivat mukaan toimintamallin suunnitteluun noin vuosi

ennen hankkeen päättymistä, joten toimintamallin jatkoon suunnittelulle oli hyvät edellytykset. SeiES:n vastuulla on jatkossa toimintamallin toteuttaminen. Naisyrittäjien puolelta hyödynnetään Suomen Naisyrittäjät ry:tä ja sen paikallisosastoja Etelä-Pohjanmaalla.

2.2 Yhteistyö naisyrittäjien ja naisopiskelijoiden välillä

Yrittäjien ja opiskelijoiden väliselle yhteistyölle on useita eri mahdollisuuksia. Varsinainen mentorointiohjelma on erikseen, joten tässä hankkeessa testattiin muita yhteistyön malleja. Opiskelijat, heidän yritysideoita ja yrittäjät olivat eri aloilta. Yrittäjille pyrittiin saamaan opiskelijoista oma pari, jonka kanssa he käyvät keskusteluita, tutustuvat paremmin ja tekevät yhdessä tehtäviä. Pysyvän opiskelija-yrittäjä-parin muodostaminen osoittautui kuitenkin haasteelliseksi, koska yrittäjiä oli hankkeessa enemmän kuin opiskelijoita. Osalle löytyi pari ja osalle ei. Samalla opiskelijoiden tilanteet muuttuivat hankkeen aikana. Valmistuttuaan osa muutti pois paikkakunnalta, harjoittelut ja pakollisten opintojen päällekkäisyys estivät yhteiseen toimintaan osallistumista. Hankkeen toimintamallissa päädyttiinkin siihen, että parien muodostamisen sijaan muodostettiin ryhmiä, joissa oli mukana yrittäjien lisäksi vähintään yksi opiskelija. Näissä ryhmissä toimittiin työpajoissa sekä tehtiin tehtäviä.

Parit ja ryhmät, joilla yhteistyö toimi, kokivat sen hyvin antoisaksi. Yrittäjät ovat kiinnostuneita siitä, kuinka opiskelijat ajattelevat, ja kuinka he näkevät, kokevat ja tulkitsevat asioita. Tämä antoi yrittäjille olennaista tietoa siitä, kuinka eri sukupolvet asiakkaina käyttäytyvät. Toisaalta yrittäjät olivat myös valmiita jakamaan omia kokemuksiaan nuoremmilleen ja kuulemaan millaisia ovat uusimmat opit, joita opintojen aikana tuodaan esiin.

Käytännön ongelmaksi ammattikorkeakoulun puolelta muodostui, ettei yksittäisten opiskelijoiden eri opinto-ohjelmien lukujärjestyksiin ole mahdollista sijoittaa hankkeelle varattuja tunteja. Toisaalta vapaavalintaisten opintopaikkojen kohdalla voi todellisuudessa joissakin yksiköissä olla muita opintoja, jotka opiskelijan tulee suorittaa, jotta voi valmistua. Tuolloin opinnot menevät hanketoiminnan edelle. Sopivan ajankohdan löytäminen ei muutoinkaan ollut helppoa. Kaikille sopivia ajankohtia ei löytynyt, mutta useimmille paras ajankohta valittiin.

Opiskelijat ja yrittäjät saivat ensimmäiseksi tehtäväkseen toteuttaa haastattelun. Opiskelija sai kysellä yrittäjältä itseään kiinnostavista asioista ja lopputuloksena kirjoittaa yrittäjätarinan. Ennen työpajoja oli tarkoitus tehdä aiheeseen valmistelevia tehtäviä käyttämällä hyväksi jotakin sähköistä työskentelyalustaa. Tehtävänantoja muokattiin soveltuviksi työpajojen teemoihin.

Yhteistyötä opiskelijoiden ja yrittäjien välillä pidettiin hyvänä. Opiskelijoille yrittäjäroolimallit ovat tärkeitä. Näkemykset siitä, että yrittäjät ovat tavallisia ihmisiä ja tekevät asioita, joihin opiskelijatkin ovat kykeneviä, voi kannustaa ja lisätä tuntemusta omasta pystyvyydestä. Toinen tärkeä asia on verkostoituminen. Vaikka yrittämisen ala ei ole sama, monet samat asiat askarruttavat silti yrittäjiä ja yritystoiminnasta kiinnostuneita. Sopivan monipuolisesta verkostosta voi löytyä myös uusia asiakkaita omalle yritykselle. Asiastaan innostuneiden yrittäjien näkeminen ja kuuleminen on yksi asia, joka innostaa opiskelijoita eteenpäin. Töiden tekeminen itseä kiinnostavan ja tärkeäksi koetun aihepiirin parissa on antoisaa ja tavoittelemisen arvoista.

2.3 Ammattikorkeakoulun rooli yrittäjyyden edistäjänä

Työelämän muutokset yhdistettynä toimintaympäristön muutoksiin merkitsevät sitä, että monella opiskelijalla tulee olemaan työuransa aikana tarve työllistää itsensä. Toisaalta vaikka olisi palkkatyössäkin, on omaa asiantuntijuuttaan kehitettävä, samoin yrityksen sisäistä toimintaa. Tämä on myös yrittäjämäistä toimintaa, joten yrittäjyyden olemuksen ymmärtämisestä ja yrittäjämäisestä asenteesta on hyötyä jotakuinkin jokaiselle. Kuten useissa aiemmissa tutkimuksissa on todettu, etenkin naisopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin voidaan vaikuttaa (ks. luku 1).

Ajatuksellisesti yrittäjyyteen johtava ketju menee siten, että ensin herää aikomus, johon vaikuttavat asenteet, lähipiirin tuki ja pystyvyyssuskomus. Mitä vahvempi aikomus on, sitä todennäköisemmin myös itse toiminta toteutuu. (Ajzen 1991.) Oppilaitos voi tehdä osansa yrittäjyyteen herättämisessä ja sen tuomisessa esille positiivisessa valossa. Positiiviset arviot yrittäjänä toimimisen haluttavuudesta selittää suotuisaa asennetta yrittäjyyttä kohtaan sekä aikomusta jatkaa suunnittelua yrityksen perustamiseen asti (Shapero & Sokol 1982; Autio, Keeley, Klofsten & Ulfstedt 1997; Krueger ym. 2000, Segal, Borgia & Schoenfeld 2005; Van Gelderen & Jansen 2006; Pruett, Shinnar, Toney, Llopis & Fox 2009). Lähipiirin positiiviset yrittäjyysasenteet vaikuttavat lisäävän yksilön yrittäjyysaikomusta.

Pystyvyyssuskomuksella tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin yksilö uskoo menestyvänsä kyseisessä toiminnassa. Oppilaitoksessa voidaan tukea hyvin juuri pystyvyyssuskomusta. Tämä tapahtuu kurssien aikana pedagogisin ratkaisuin. Yrityksille tehtävät selvitykset, tilaustyöt ja yrittäjiin tutustuminen lisäävät uskoa siihen, että itsekin yrittäjänä toimiessaan voisi pärjätä. Euroopan komission yrittäjyysohjelmien alumneiden tutkimus osoitti, että naisalumneilla oli alempi yrittäjyyteen liittyvä pystyvyyssuskomus kuin miehillä (European Comission 2012). Aikomukset olivat naisilla matalammat kuin miehillä. Zhao ym. (2005) havaitsivat, että sukupuoli ei vaikuttanut niinkään pystyvyyssuskomukseen kuin aikomukseen. Näin ollen

oppilaitoksessa on olennaista tukea pystyvyyden tunteen ja kokemuksen lisäksi aikomuksia. Aikomuksia voidaan tukea esimerkiksi mahdollistamalla opintojen aikana tehtävien erilaisten harjoitustöiden ja suunnitelmien kohdentaminen oman yritysidean kehittämiseen. Näin ollen opiskelija saa palautetta ideastaan ja se kehittyy eteenpäin.

Toimintamallissa ammattikorkeakoulun rooli on toisaalta opiskelijoiden pystyvyyden tukemisen, asenteiden ja yrittäjyysaikomusten tukeminen ja toisaalta naisryttäjien johtajuuden tukeminen. Ammattikorkeakoulun tki-toiminta tuottaa uutta tietoa alueen yritysten hyödynnettäväksi oman liiketoimintansa kehittämisessä. Naisryttäjille verkostoituminen ammattikorkeakoulun asiantuntijoiden kanssa on arvokasta. Sitä kautta he saavat uusinta tietoa kehitetyistä menetelmistä ja toisaalta pääsevät osaksi suurempaa ekosysteemiä. Verkostoitumalla ammattikorkeakoulun kanssa naisryttäjät saivat opinnäytetyön tekijöitä ja useita harjoitustöitä tehtiin eri opintojaksoilla naisryttäjien liiketoimintaan liittyen.

2.4 Työpajatyöskentely liiketoiminnan kehittämisessä

Hankkeen päätavoite oli naisten yrittäjyyden ja johtajuuden tukeminen digitaalisessa maailmassa. Aihetta lähestyttiin strategisen johtajuuden osa-alueiden kautta. Työpajojen sisältöjä muokattiin osallistujien tarpeiden mukaan hankkeen aikana. Taulukossa 2 on esitetty suunnitellut ja toteutuneet työpajat hankkeen aikana.

	Työpajat alkuperäisessä suunnitelmassa	Toteutuneet työpajat
I	Teknologiset valmiudet	Teknologiset valmiudet: esimerkiksi sähköisestä liiketoiminnasta, ilmaiset sähköiset työkalut
II	Digitaalisuus	Sähköinen markkinointi
III	Tulevaisuuden ennakointi ja muutokset	Tulevaisuuden ennakointi ja muutokset
IV	Kasvuyrittäjyys ja sen edellytykset	Kasvuyrittäjyys ja sen edellytykset
V	Omistajanvaihdokset: liiketoiminnan ostaminen ja myyminen	Omistajanvaihdokset ja omistajanvaihdospalvelut
VI		Omistajanvaihdokset osana yrityksen strategiaa
VII	Johtajuus	Johtajuus: volitio
VIII		Digitalisaatio muuttaa liiketoimintaa
IX		Työhyvinvointi
X		Lopputyöpaja ja avoin seminaari

Taulukko 2. Suunnitellut ja toteutuneet työpajat.

Työpajatyöskentelyn runko muodostui lounaalla aloittamisesta. Lounas oli mukava aloitustapa, sillä sen aikana oli mahdollista saapua hieman portaittain, omaan aikatauluun sopivasti ja ruokailun ohessa oli helppo tutustua toisiin ja verkostoitua. Seuraavana oli lyhyt tervetuloitovotus ja mahdollisesti paikallisen yrittäjän esittely paikasta, jossa kulloinkin oltiin. Näistä koostui erilaisia lyhyitä yritystarinoita osallistujien kuultavaksi. Luento-osuus oli ajateltu suhteellisen lyhyeksi niin että varsinaiselle työskentelylle jäisi paremmin aikaa.

Luennoitsijoiden tai alustajien kanssa tulee sopia selvästi aikaraja. Vaikka keskustelut olivat hyvin hedelmällisiä ja mielenkiintoisia, niiden ei pidä antaa paisua liiaksi, jotta työskentelylle jää aikaa. Yhteisissä työskentelyissä opiskelijat ja yrittäjät pääsevät keskustelemaan annetusta aiheesta. Työskentelyssä tulee etukäteen huomioida, että kysymykset on aseteltu niin, että kaikki osallistujat pystyvät nii-

hin sanomaan jotakin. Näkökulman ei tule olla liian kapea ja esim. vain yrittäjän näkökulmaan rajautuva.

Hankkeen edetessä kiinnitettiin entistä enemmän huomiota siihen, että luento-osuudet pysyivät noin tunnin mittaisina ja näin ollen aikaa työskentelylle jäi enemmän. Työskentelyn lopputuloksena tulisi olla jotakin, jota osallistujat voivat hyödyntää omassa arjessaan. Se voi olla ajatusten herättelyä, työkaluja, vinkkejä tai muistilistaa asioista, jotka kyllä ovat tiedossa, mutta helposti unohtuvat arjen työn keskellä.

Työpajojen aiheet on valittu tukemaan strategista johtajuutta. Näiden asioiden tietoinen pohtiminen ja pienetkin parannukset omassa yritystoiminnassa tai suunnitelmissa kehittävät liiketoimintaa. Toimiakseen työpajoissa on oltava riittävän luottamuksellinen ilmapiiri, muutoin osallistujat eivät esitä ajatuksiaan. Naisten kesken päästään pääsääntöisesti nopeasti hyvälle keskinäisen ymmärryksen tasolle. Naisilla myös perhe- ja yksityiselämän asiat ja aikataulut linkittyvät usein jokuinkin samalla tapaa työ-, opiskelu- ja yritys-elämään. Tällöin toiselle naiselle on helpompaa olla avoin kuin ryhmässä, jossa on eri sukupuolten edustajia.

2.5 Digitaaliset toimintaympäristöt yhteistyössä

Yksi hankkeen tavoitteista oli tuoda tutuksi työskentelyä digitaalisessa toimintaympäristössä. Projektin osallistujat tunsivat digitaalista maailmaa ja hyödynsivät sitä omassa toiminnassaan hyvin eri tavoin ja vaihtelevia määriä. Jotkut työskentelevät digitaalisesti pääsääntöisesti, toiset aloittavat tutustumistaan esimerkiksi sosiaaliseen mediaan.

Yhä kasvava osa palveluista muuttuu sähköiseksi. Asiakkaat toimivat sähköisessä ympäristössä, mutta myös yrityksille tarjottavat ja yrittäjien tarvitsemat palvelut ovat yhä useammin sähköisiä. Tarjolla on jo nyt myös hyvin paljon erilaisia ilmaisia-kin apuvälineitä, joita pystyy hyödyntämään monin eri tavoin. Hankkeessa haluttiin rohkaista kokeilemaan erilaisia sähköisiä työkaluja. Käytännössä hankkeelle tehtiin blogi, johon kaikki olivat tervetulleita kirjoittamaan ja kommentoimaan. Blogin kautta jaettiin tietoa ja materiaalia sekä tiedotettiin myös muista alueella järjestettävistä naisyrittäjiä hyödyttävästä toiminnasta. Ryhmätehtävien tekemisessä kannustettiin käyttämään sähköisiä apuvälineitä. Skype, pilvipalvelut ja ilmaiset verkkotyökalut olivat kaikki vapaasti käytettävissä. Näihin ja googlen ilmaisiin työkaluihin annettiin opastusta toisella tapaamiskerralla.

Ilmoittautumiset työpajoihin on kerätty lähettämällä linkki sähköpostiin ja linkin kautta on täytetty ilmoittautumislomake. Osallistujille on myös näytetty millai-

senä tiedot tulevat lomakkeen täyttäjälle, jotta työkalun kokonaisuus näyttäytyy osallistujille paremmin. Hankkeen tiedotuksessa on lisäksi otettu käyttöön Facebook-ryhmä osallistujien pyynnöstä. Blogin päivityksiä harvemman tulee luettua aktiivisesti, mutta Facebook asetuksista riippuen ilmoittaa uusista päivityksistä tai sitä tulee kuitenkin useamman käytyä lukemassa päivittäin.

3 OPISKELIJOIDEN YRITTÄJYYSAIKOMUSTEN KEHITTYMINEN

Tässä luvussa tarkastellaan opiskelijoiden yrittäjyysaikomusten kehittymistä hankkeen aikana sekä suunnittelustrategioiden merkitystä.

Yrittäjyysaikomuksia on tutkittu pitkään korkeakouluopiskelijoiden keskuudessa. Aiempi tutkimus on keskittynyt mm. yrittäjyysaikomusten ja erilaisten henkilöta-son muuttujien testaamiseen määrällisin menetelmin (ks. Liñán ja Fayolle, 2015). Näissä tutkimuksissa teoreettisena viitekehyksen toimii usein Ajzenin (1991) suunnitellun käyttäytymisen teoria. Viimeisten vuosien aikana aikomustutkimus on kuitenkin kehittynyt enemmän kohti uusia näkökulmia esimerkiksi selvittämään mentaaleja malleja, jotka toimivat yrittäjyysaikomusten syntyemisessä.

Adam ja Fayolle (2015) ehdottavat, että sitoutumisella ja aikomuksiin liittyvillä tarkemmilla suunnittelustrategioilla (implementation intention) on merkitys yrittäjyysprosessissa. Parente ja Feola (2013) korostavat, että yrittäjyyteen liittyvä sitoutuminen on eri käsite kuin yrittäjyysaikomus. Heidän mukaansa aikomus saattaa vaikuttaa sitoutumiseen, mutta myös muita elementtejä on otettava huomioon. Myös Sinclair ja Bruce (2009) painottavat sitoutumisen (kuinka paljon aikaa ja vaivaa yksilö näkee yrittäjyyden eteen) olevan tärkeä elementti yrittäjäksi ryhtymisen tutkimisessa.

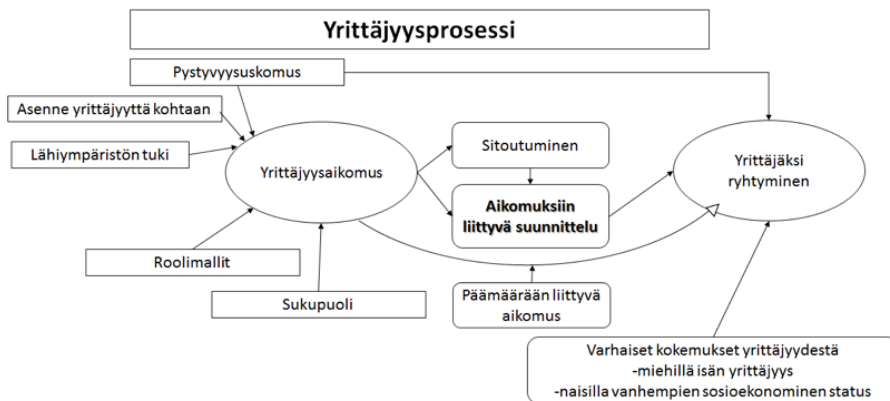
Sitoutumisen lisäksi aikomuksiin liittyvillä tarkemmilla suunnittelustrategioilla (implementation intention) on merkitys yrittäjyysprosessissa. Gollwitzer (1993, 1999) tarkoittaa aikomuksiin liittyvällä suunnittelulla sitä, kuinka tarkasti yksilö määrittelee miten, missä ja kuinka tietty asia toteutuu. Hän myös erottaa toisistaan kaksi eri käsitettä: päämäärään liittyvän aikomuksen (goal intention) ja aikomuksiin liittyvän suunnittelun (implementation intention). Päämäärään liittyvä aikomus tarkoittaa käytännössä sitä, että yksilö sitoutuu jonkin päämäärän saavuttamiseen yleisesti ja aikomuksiin liittyvä suunnittelu sitä, millä tavalla yksilö aikoo aikomuksensa toteuttaa. Adam ja Fayolle (2016) testasivat aikomuksiin liittyvää suunnittelua yrittäjyyden tutkimisessa käyttämällä kontrolliryhmää. Heidän mukaansa ryhmä, jolla oli enemmän suunnittelua, pääsi pidemmälle yrittäjäksi ryhtymisessä. Adam ja Fayolle (2016) uskovatkin, että aikomuksiin liittyvät suunnittelustrategiat (implementation intention) ovatkin yksi puuttuva linkki aikomusten ja yrittäjäksi ryhtymisen välillä.

Tutkittaessa naisten ja miesten uskomuksia pystymisestä ja kykenemisestä yrittäjyyteen havaittiin, että yrityksen suunnitteluvaiheessa naiset tunsivat asian

enemmän omakseen kuin vertailuryhmän miehet. Naiset myös kokivat miehiä useammin omien suunnitelmiensa olevan valmiita toteutettaviksi. Sitoutuminen jo suunnitteluvaiheessa ennakoi yrityksen parempaa tulevaisuutta ja menestystä. (Armstrong 2011.)

Kiinassa, USA:ssa ja Belgiassa toteutetun tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että naisopiskelijat pelkäävät epäonnistumista ja kompetenssin (asiantunteumuksen) puutetta enemmän kuin miespuoliset opiskelijat. Myös kulttuuritausta vaikuttaa siihen kuinka kykeneviksi naisopiskelijat kokevat itsensä yrittäjinä. (Shinnar, Giacomini & Jansen 2012). Yrittäjyyskasvatuksessa olisikin huomioitava sukupuoli-erot ja ymmärrettävä erityisesti naisten yrittäjyyspolkuja syvemmin.

Kuvioon 2 on koottu teoriataustasta nousevat yrittäjyysprosessiin vaikuttavat tekijät aikaisemman tutkimuksen mukaisesti.



Kuvio 2. Yrittäjyysprosessi aikaisemman tutkimuksen mukaan.

3.1 Opiskelijoiden valmiudet ja yrittäjyysaikomukset alkukartoituksessa

Alkukartoituksen tarkoituksena oli selvittää opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia hankkeen alussa sekä erilaisia valmiuksia yrittäjyyteen liittyen. Kartoituksessa käytettiin sekä laadullista että määrällistä menetelmää. Yrittäjyystutkimuksissa vallitsevana metodologiana on ollut kvantitatiivinen kyselytutkimus. Laadullisilla menetelmillä on ollut paljon pienempi vaikutus alan tutkimuksissa, mutta viimeisten 30 vuoden aikana esimerkiksi haastattelujen osuus aineiston hankintamenetelmänä on noussut vähitellen. Yrittäjyystutkimuksissa on ollutkin havaittavissa siirtymää laadullisiin menetelmiin ja niistä on tullut hyväksytyjä menetelmiä (McDonald ym. 2015).

Jokaisella menetelmällä on omat vahvuutensa ja heikkoutensa, ja mikäli alalla on käytössä vain yksi metodologia, tulee metodologisista heikkouksista myös koko alan heikkouksia (Smith, Gannon & Sapienza 1989). Jotta teorian kehittyminen mahdollistuisi, on erityisen tärkeää, että tutkimuksissa pyritään käyttämään uusia menetelmiä. Alkukartoituksessa käytettiin sekä määrällistä että laadullista tutkimusotetta, mutta painopiste oli ennen kaikkea laadullisessa osassa. Aineistona käytettiin naisopiskelijoiden kirjoittamia omia tarinoita kolmen annetun teeman piiristä. Näin saatiin syvällisempää tietoa niistä tekijöistä, jotka vaikuttavat naisopiskelijoiden yrittäjyysprosessiin.

Määrällisen tutkimuksen osalta naisopiskelijoilta mitattiin yrittäjyysaikomuksia ja niihin vaikuttavia tekijöitä Ajzenin (1991) viitekehykseen perustuen. Määrällisen osuuden tarkoituksena on antaa pohjatietoa naisopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksista. Opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia mitattiin kolmella väittämällä (Cronbachin alpha 0,91). Opiskelijoiden uskomuksia omaan pystyvyyteensä onnistua yrittäjänä mitattiin viidellä väittämällä (Cronbachin alpha 0,74). Lähiympäristön tukea opiskelijoiden yrittäjyydelle kysyttiin uskomuksena siitä, mitä läheiset ajattelevat (kolme väitettä, Cronbachin alpha 0.87) ja kuinka paljon opiskelijat välittävät läheisten suhtautumisesta siihen, pitäisikö tavoitella vai olla tavoittelematta oman yrityksen perustamista ja yrittäjänä toimimista (3 väitettä, Cronbachin alpha 0,85). Varsinainen lähiympäristön tuki -keskiarvomuuttuja muodostetaan siten, että motivaatioväittämien asteikko skaalataan uudestaan -3 – +3 asteikoksi, jonka jälkeen uskomusväittämät (koodaus 1–7) ja motivaatioväittämät (koodaus -3 – +3) kerrotaan aina pareittain keskenään (uskomusväittäjä • sitä koskeva motivaatioväittäjä) ja tämän jälkeen muodostetaan varsinainen keskiarvomuuttuja. Asenteita yrittäjyyttä kohtaan mitattiin seitsemällä väittämällä. Kaikissa osioissa käytettiin 7-portaista Likertin asteikkoa.

Aineisto kerättiin keväällä 2016. Koska hankkeeseen osallistui yritystalli-sopimuksen tehneitä opiskelijoita, heillä oli lähtökohdiltaan jo korkeat yrittäjyysaikomukset. Alkukartoitukseen osallistui 15 opiskelijaa. Kartoituksessa opiskelijat saivat itse kirjoittaa omasta polustaan kohti yrittäjyyttä. Opiskelijoita pyydettiin vastaamaan seuraaviin kysymyksiin kirjallisesti:

- 1) Kerro tarina omasta polustasi kohti yrittäjyyttä (esim. miten ajatuksesi yrittäjyydestä ovat kehittyneet elämäsi aikana, mitä tärkeitä hetkiä nostaisit esille – onko jokin asia sysännyt sinua eteenpäin?)
- 2) Millaisia tulevaisuuden tavoitteita sinulla on yrittäjyyden suhteen ja mitkä ovat suunnittelemasi keskeiset toimenpiteet niiden saavuttamiseksi?

3) Miten arvioit omia valmiuksiasi suhteessa a) digitaalisuuteen, b) tulevaisuuden ennakkointiin, c) kasvuyrityksen johtamiseen, d) työyhteisön johtamiseen ja e) muutoksen johtamiseen?

Opiskelijoista 5 oli liiketalouden tutkinto-ohjelmasta, 5 pk-yrittäjyyden tutkinto-ohjelmasta, loput jakautuivat muotoilun, rakennustekniikan, fysioterapian ja ravitsemuspalveluiden tutkinto-ohjelmiin. Aineisto analysoitiin sisällönanalyysejä hyödyntämällä. Sisällönanalyyseissä käytettiin koodausta, jonka perusteella muodostettiin kategorioita. Koodausvaiheessa käytettiin ns. analyttistä koodausta, jolla koodeja ryhmitellään. Richardin (2005) mukaan analyttisessä koodauksessa on kyse tulkinna ja ymmärryksen vuoropuhelusta.

Opiskelijoiden valmiuksien ja yrittäjyysaikomusten kehittyminen

Taulukossa 3 on kuvattu yrittäjyysaikomusten ja yrittäjyysaikomuksiin vaikuttavien tekijöiden keskiarvot, minimi- ja maksimiarvot sekä keskihajonnat.

	Keskiarvo	Min/Max	Keskihajonta
Yrittäjyysaikomukset	5,6	3,0 / 7,0	1,36
Pystyvyysuskomus	4,5	3,0 / 6,8	0,95
Lähiympäristön tuki	1,5	-22,0 / 32,0	8,93
Asenteet	5,7	4,9 / 6,4	0,47

Taulukko 3. Muuttujien arvot.

Tutkimuksessa mukana olleiden naisopiskelijoiden yrittäjyysaikomukset ovat korkeammalla tasolla kuin muiden opiskelijoiden. Laajemmassa suomalaisia ammattikorkeakouluopiskelijoita koskevassa yrittäjyysaikomustutkimuksessa yrittäjyysaikomusten keskiarvo kaikkien vuosikurssien kesken oli vain 3,3 (ks. Joensuu ym. 2014), kun hankkeeseen osallistuvilla naisopiskelijoilla se on 5,6. Pystyvyysuskomus on myös hieman korkeammalla tasolla (ka 4,5) kuin muilla opiskelijoilla aiemmassa tutkimuksessa (ka 4,0). Asenteet ovat myös selkeästi positiivisemmat (ka 5,7) kuin muilla opiskelijoilla, joiden keskiarvo aiemmassa tutkimuksessa oli 4,9. Myös lähiympäristön tuki koetaan positiivisemmaksi (ka 1,5) verrattuna muihin amk-opiskelijoihin (ka -3,7).

On huomattavaa, että Ajzenin (1991) TPB-teorian mukaan aikomuksiin vaikuttavat lähimpiin tuki, pystyvyysuskomus ja asenteet. Näyttäisi siltä, että hankkeeseen osallistuvilla opiskelijoilla nämä kaikki ovat korkeammalla tasolla kuin katsottaessa keskiarvoa yleisesti ammattikorkeakouluopiskelijoiden keskuudessa. Tärkeää on kuitenkin pystyvyysuskomuksen kasvattaminen korkeammalle tasolle.

Opiskelijat voitiin luokitella kolmeen ryhmään sen mukaan, kuinka pitkällä yrittäjyys oli. Yhden ryhmän muodostivat opiskelijat, joilla oli jo aiempaa kokemusta yrittäjyydestä (5 hlöä). He ovat itse toimineet yrittäjinä aiemmin tai toimivat parhaillaan. Toiminta oli osalla sivutoimista ja pienimuotoista; joku oli mukana perheen yrityksessä tähtäimenään omistajanvaihdos. Näillä opiskelijoilla on siis jo käsitys itsestään yrittäjänä.

Toisen ryhmän muodostivat opiskelijat, joilla oli jo valmiita suunnitelmia yrityksen perustamiseksi (8 hlöä). Heillä on siis olemassa ajatus siitä, mitä he opiskelujen aikana jalostavat, he voivat tehdä siihen liittyviä selvityksiä sekä painottaa opintojaan suunnitelman tukemiseksi. Joskus selvitysten tekemisen myötä käy ilmi, että yritysidea ei jostain syystä olekaan toteutuskelpoinen. Myös tällaiset tulokset ovat merkittäviä. On parempi havaita yritysideo toimimattomuus suunnittelu- vaiheessa kuin yrityksen perustamisen jälkeen.

Kolmas ryhmä koostui opiskelijoista, joilla yritysidea oli vasta hahmottumassa (6 hlöä). Tästä joukosta löytyy henkilöitä, jotka ovat työsuhteessa vastuullisessa tehtävässä työskennellessään saaneet uskoa siihen, että he pärjäisivät yrittäjänäkin. Heitä motivoi omaan työmäärään ja työn joustavuuteen vaikuttaminen. Mielikuvana on voinut olla myös se, että yrittäjänä tienaa paljon, joskin tällaiset mielikuvat ovat karisseet, mutta yrittäjyyden muut näkökulmat ovat puolestaan lisänneet kiinnostusta.

Yrittäjyysaikomuksiin vaikuttavat tekijät

Omaan yrittäjyyteen tai yrittäjyysaikomuksiin vaikuttaneet tekijät jaettiin seuraavasti kolmeen luokkaan: 1) opintojen vaikutus, 2) roolimallit ja 3) elämänmuutos. Noin puolet opiskelijoista (9 hlöä) kertoi, että opiskelun aikana saatu tieto, kokemukset ja koulutukset ovat innoittaneet kohti yrittäjyyttä. Nämä tekijät nousevat tärkeimmäksi yrittäjyyteen sysäyksiä antavaksi ja yrittäjyyteen innoittavaksi tekijäksi vastaajaryhmässä. Asiakastyöt antavat kokemuksia asiakasrajapinnassa toimimisesta ja siitä, mitä itsellä on annettavaa asiakkaalle. Opintojen aikana saatu lisätieto auttaa ymmärtämään mistä yrittäjyydessä on kyse ja kuinka yrittäjänä toimitaan, sekä mistä saa lisää tietoa. Näin kynnys yrittäjyyteen madaltuu.

*"...työskentelin hankkeessa, jossa järjestin yrittäjyyskoulutusta luovi-
en alojen yrittäjille. Osallistuin itse niihin koulutuksiin ja varmaankin
innostavien kouluttajien ansiosta yrittäminen alkoi tuntua aivan mie-
lenkiintoiselta." N1*

*"Olen opintojen aikana oppinut paljon mitä kaikkea yrittäjyyteen kuuluu
ja mitä osa-alueita siinä tulee osata. Ajatukset ovat koko ajan selkeyty-
neet ja liikeidea sitä myötä muuttunut." N6*

*"Polullani yrittäjyyteen nostaisin tärkeimmäksi nykyisen kouluni..., joka
antaa monimuotoiset mahdollisuudet alkaa yrittämään." N15*

Laadullisessa aineistossa kolme opiskelijaa kertoi elämänmuutoksen vaikutta-
neen merkittävästi yrittäjyysaikomusten syntymiseen. Muutto, terveydentilan
muutokset tai läheisen kuolema voivat toimia pysäyttävinä tekijöinä, jotka laittavat
harkitsemaan elämän arvoja, tavoitteita ja suuntaa uudelleen.

Noin neljännes opiskelijoista (5) kertoi lähiympäristön yrittäjän tärkeästä roolimal-
lista. Lisäksi yksi opiskelijoista kertoi, että seurattessaan yrittäjäperhettä läheltä,
hän oli päättänyt, ettei hänestä tule yrittäjää. Opintojen aikana ja työtehtävissä
saatu tieto yrittäjyydestä toi uusia näkökulmia ja liennytti kantaa yrittäjyyttä koh-
taan, sekä toi sen uudelleen harkittavaksi vaihtoehdoksi. Toisin sanoen opinnot
ja tieto kumosivat roolimallin antaman negatiivisen kuvan. Pääsääntöisesti kui-
tenkin yrittäjänä toimivan perheenjäsenen tai suvun vaikutus ja esimerkki toimii
yrittäjyyteen sysäävänä tekijänä.

"Olen yrittäjän tytär ja mieheni on yrittäjä." N7

*"Olen yrittäjäsuvusta ja olen pidempään haaveillut omasta yrityksestä."
N14*

*"Oma isäni on yrittäjä ja sitä kautta olen nähnyt yrittäjyyden hyvät ja
huonot puolet." N13*

Suunnitelmallisuus

Suunnitelmien ja tavoitteiden tarkkuus vaihteli opiskelijoiden välillä aina hyvin
tarkoista ja aikataulutetuista suunnitelmista täyteen suunnittelemattomuuteen
riippuen oman yrittäjyyden vaiheesta. Yhden ryhmän muodostivat opiskelijat,
joiden suunnitelmat olivat hyvin konkreettisella tasolla (5 hlöä) (yrityskauppojen
tekeminen, pääoman kerääminen). Näistä opiskelijoista osa oli harkinnut yrittäjyyt-
tä jo aiemmin ja nyt oli oikea ajankohta toteutukselle. Toisilla taas oli jo olemassa
valmiina tarkat laskelmat ja he seuraavat tilanteen kehittymistä yrityksen kannalta
tai ovat vielä elämäntilanteen takia lykänneet yrityksen perustamista.

Toisen ryhmän muodostivat opiskelijat (5), joiden suunnitelmat olivat selvästi yleisemmällä tasolla. Heillä on kiinnostus yrittäjyyttä kohtaan ja ajatus siitä, mitä he ryhtyvät tekemään. Opintoja hyödynnetään esimerkiksi osaamis pääoman kartuttamisessa. Kolmannella ryhmällä ei ollut suunnitelmia, mutta he harkitsivat yrittäjyyttä (7 hlöä) tai olivat hieman epävarmoja yrittäjyyden suhteen (2 hlöä).

Tulevaisuuden tavoitteet

Opiskelijoista neljällä (4) on jo olemassa yritystoimintaa. Lisäksi kahdeksalla (8) on suunnitelmissa yrityksen perustaminen tulevaisuudessa. Tilanteet vaihtelevat yrityksessä jo työskentelemisen, perustamisvaiheessa olemisen ja toimintakonseptin testauksen välillä. Lopuilla yrityksen perustamista suunnittelevilla on seuraavina askeleina pääoman kasaaminen, opintojen suorittaminen loppuun tai elämäntilanteen yrittäjyydelle suotuisammaksi muuttumisen odottaminen. Toimenpiteinä yritysidean eteenpäin viemiseksi ovat opintojen aikana osin harjoitustyönä tehtävät selvitykset, liiketoimintasuunnitelmat, itsensä kehittäminen ja yrittäjänä tarvittavien taitojen kehittäminen, yrityskulttuuriin perehtyminen sekä sopivan paikan etsiminen yritykselle.

"Kesällä on tarkoitus avata pop-up-myymä, jossa testataan opparista suunnitelman konseptia sekä pyrin saamaan nimeä ja näkyvyyttä..." N3

"Pyrin rekisteröimään yrityksen x.xx. mennessä. Olen työstänyt liiketoimintasuunnitelmaan ja talouslaskelmia, viimeksi tällä viikolla uusyrityskeskuksessa." N4

Seitsemällä (7) opiskelijalla ei ole tällä hetkellä yritysideaa. Heistä kaksi ilmaisee suunnitelmakseen opiskeluajan hyödyntämisen ajatusten selkiyttämiseen. Osa vastaajista ei ole ilmaissut suunnitelmiaan. Yksi vastaajista vierasti sanaa suunnitelma, ja kertoikin, että ei ole suunnitelmia, mutta ajatuksia kylläkin. Tämä kommentti todentaa ajatuksen ja suunnitelman eroa. Ajatuksia voi olla, mutta vasta kun asetetaan tavoitteellisia merkkipaaluja, ajatukset muuttuvat tavoitteelliseksi suunnitelmaksi.

"Minulla ei oikeastaan ole suunnitelmaa. Syksyllä kehittelem x yritysideaa, mutta huomasi pian, että siinä oli aivan kylliksi kilpailijoita." N5

"Suunnitelmani on x ja x opintojen aikana saada kuvaa yrittäjyydestä ja omasta mahdollisesta yrityksestä." N10

Niillä opiskelijoilla, joilla oli jo valmis yritysidea, oli myös suunnitelmia ja toimenpiteitä mietittynä. Toimenpiteinä yritysidean eteenpäin viemiseksi ovat opintojen aikana osin harjoitustyönä tehtävät selvitykset, liiketoimintasuunnitelmat, mark-

kinointisuunnitelmat, talouslaskelmat ja sitä kautta yritysideoita testaaminen. Toimenpiteinä mainitaan myös itsensä kehittäminen, yrittäjänä tarvittavien taitojen kehittäminen myös suorittamalla opintoja eri näkökulmista ja laaja-alaisesti, jotta saavutetaan hyvä osaamisaletti yrittäjyyttä ajatellen, yrityskulttuuriin perehtyminen sekä sopivan paikan etsiminen yritykselle.

Valmiudet

Valmiudet tulevaisuuden työelämää ja yrittäjyyttä ajatellen vaihtelivat suuresti opiskelijoiden kesken. Heikoimmiksi valmiudet koettiin suhteessa tulevaisuuden ennakkointiin ja kasvuyrityksen johtamiseen. Kasvuyritysten johtamisen osalta yhdeksästätoista opiskelijasta kahdeksan (8) uskoi omien valmiuksiensa kasvuyrityksen johtamisessa olevan hyvät tai kohtalaiset. Opiskelijoista kahdeksan (8) koki tarvitsevänsä aiheesta lisää tietoa tai olevansa vielä epävarma osaamisen riittävyden suhteen. Lopuista kolmesta vastauksesta ei käy ilmi kuinka opiskelija arvioi oman osaamisensa.

Vaikuttaisi sille, että luottamus kykyihin kasvuyrityksen johtamiseen on vahvin niillä, jotka harkitsevat yrittäjyyttä. Kun yritys on suunnitteilla, luottamus kykyihin on hieman pienempi ja yrittäjäkokemusta omaavilla luottamus on kaikista heikoin. Vastaajajoukko on kuitenkin niin pieni, että tulos on vain suuntaa antava.

Vastaukset laittavat kuitenkin hieman pohtimaan, tuleeko suunnitelmia tehtäessä esiin esimerkiksi sellaisia asioita, jotka ikään kuin pudottavat maan pinnalle oman osaamisen suhteen. Jos näin on, ohjaajan rooli korostuu. Suunnitelmia tehtäessä ja esiin nousevien ongelmallisten kohtien yhteydessä ohjataan suuntaan, josta saa apua ja tukea asiaan.

Omiin ennakkoinnin taitoihinsa luotti viisi (5) opiskelijaa. Toiset viisi (5) kokee ymmärtävänsä asiasta jotakin, mutta ei hallitse asiaa riittävästi. Kolme (3) vastaajaa ilmaisi taitojensa riittämättömyyden. Kuuden (6) opiskelijan vastaus kuvasti tietämättömyyttä tai vastaus oli jätetty antamatta.

Opiskelijoista yhdeksän (9) piti valmiuksiaan muutosjohtamiseen vähintään kohtalaisina. Kolme (3) vastaajaa jätti vastaamatta, kaksi (2) piti valmiuksiaan olemattomina. Loput viisi (5) ilmaisevat olevansa valmiita oppimaan, asian olevan vieras ja vaikeasti arvioitava, sillä muutoksia on niin monenlaisia.

Omia digitaalisia valmiuksiaan piti hyvinä kuusi (6) vastaajaa, kahdeksan (8) opiskelijaa koki taitonsa kohtalaisiksi ja luotti taitoihinsa oppia ja omaksua uutta tarpeen tullessa. Kaksi (2) opiskelijaa koki taitonsa heikoiksi ja lisää opiskelua vaativiksi. Kolme (3) oli jättänyt vastaamatta kysymykseen. Kaikkienensa siis

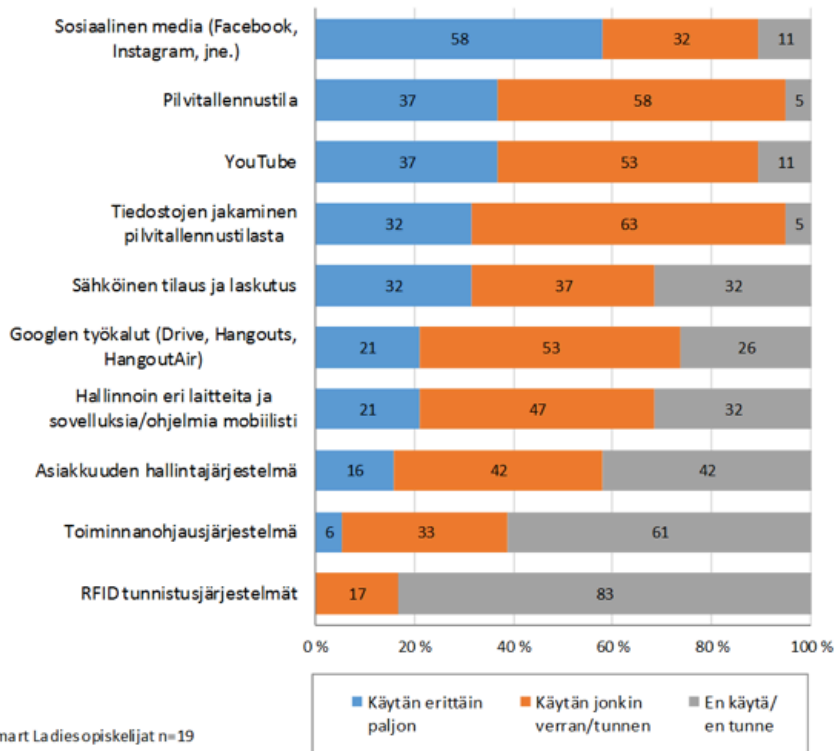
valtaosa opiskelijoista luottaa omiin taitoihinsa ja kykyyn oppia uutta tarpeen tullen. Samalle kohderyhmälle tehdyssä focus group -haastattelussa tuli esiin, että nuorempi sukupolvi ei enää koe eroa naisten ja miesten kyvyissä omaksua teknisten välineiden käyttöä.

Työyhteisön johtamisen suhteen opiskelijat ovat varsin luottavaisia valmiuksiensa suhteen. Viisi (5) arvioi valmiutensa hyväksi ja kymmenen (10) pitää taitojansa ainakin kohtalaisena. Kahdesta (2) vastauksesta ei pysty päättämään opiskelijan valmiuksia.

Digitaaliset välineet ja niiden käyttäminen on opiskelijoille melko tuttua. Kuviossa 3 on kuvattu opiskelijoiden vastaukset digitalisten välineiden käytön ja tunteuksen osalta. Suurin osa käyttää jonkin verran tai tuntee sosiaalista mediaa ja pilvipalveluita. Myös yritystoiminnassa käytetyt sähköiset järjestelmät (tilaus, laskutus, asiakkuuden hallinta) Googlen työkalut, eri laitteiden ja sovellusten mobiili hallinnointi ovat valtaosalle tuttuja.

Toisaalta, se mitä yli puolet vastaajista ilmoittaa käyttävänsä erittäin paljon, on sosiaalinen media. On hyvä lähtökohta, että välineitä tunnetaan ja siitä voi tarpeen tai hyödyn huomattessaan siirtyä aktiiviseksi käyttäjäksi helposti. Digitaalisille välineille on tyypillistä, että niitä voidaan käyttää hyvin monella eri tavalla. Harva sosiaalisen median käyttäjä esimerkiksi hyödyntää mainostamista vaikka muutoin olisikin aktiivinen oman profiilinsa ylläpitäjä.

Arvioi seuraavien digitaalisten välineiden käyttöä ja tuntemusta

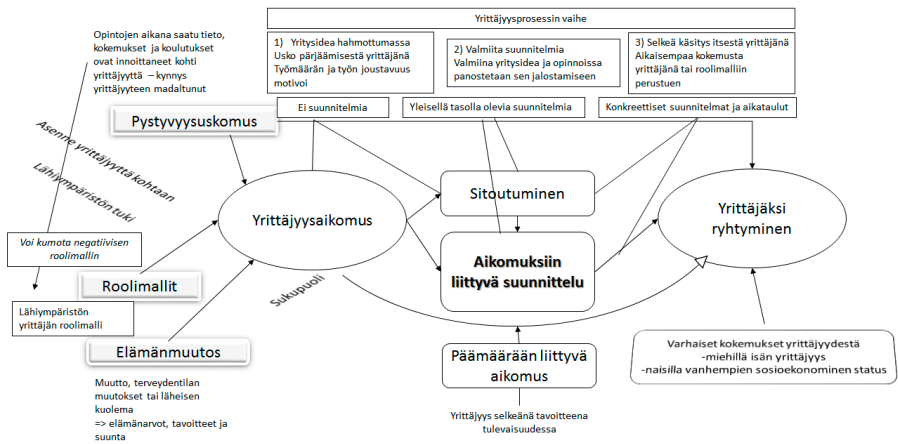


Smart Ladies opiskelijat n=19

Kuvio 3. Digitaalisten välineiden ja työkalujen tuntemus.

Kuviossa 4 on kuvattu alkukartoituksen tulokset suhteutettuna aiempiin tutkimustuloksiin yrittäjyysaikomuksista. Kuviossa pystyvyysuskomus, roolimallit ja elämänmuutos vaikuttavat yrittäjyysaikomuksiin, joka puolestaan on yhteydessä sitoutumiseen ja suunnitteluun. Kyseessä on prosessi, joka etenee yritysidean hahmottumisesta selkään käsitykseen itsestä yrittäjänä.

Yrittäjyysprosessi – tutkimuksen tulokset



Kuvio 4. Empiiriset tulokset sijoitettuna aikaisempien tutkimusten mukaiseen malliin.

3.2 Opiskelijoiden valmiuksien ja yrittäjyysaikomusten kehittyminen seurannassa

Keväällä 2017 hankkeessa tehtiin seurantakysely. Kyselyn tavoitteena oli saada tietoa hankkeen etenemisestä, sen toiminnasta sekä siitä, ovatko tehdyt toimenpiteet muuttaneet opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia tai vaikuttaneet heidän osaamiseensa. Opiskelijat vastasivat osin samoihin yrittäjyysaikomusta mittaaviin kysymyksiin mitä hankkeen alussakin. Opiskelijoista seurantakyselyyn vastasi valitettavan pieni määrä, vain 6 vastaajaa. Näin ollen alkukyselyn (n=19) ja seurantakyselyn (n=6) tuloksia ei pysty vertaamaan tilastollisesti toisiinsa. Tuloksia esitellään sanallisesti ja joitakin osin esitetään muutama kuvio.

Millaisia tulevaisuuden tavoitteita sinulla on yrittäjyyden suhteen ja mitkä ovat suunnitelmasi keskeiset toimenpiteet niiden saavuttamiseksi?

Seurantakyselyyn vastasi kaksi (2) opiskelijaa, joilla ei vielä ole suunnitelmia yrittäjyytensä suhteen. Yrittäjyys on heille edelleen kiinnostava vaihtoehto, mutta "oman jutun" löytäminen antaa odottaa ja sitä kautta intohimo tekemiseen ja yrittämiseen puuttuu. Toinen heistä on ryhtynyt pohtimaan myös mahdollisuutta osallistua yrityselämään hallitustyöskentelyn kautta, samalla edelleen omaa alaa etsien.

Yhdellä (1) vastaajalla on ollut suunnitelmat yleisellä tasolla olemassa ja niin ne ovat myös seurantakyselyn osalta. Ajatus oman yrityksen perustamisesta on yhä olemassa, mutta yrityksen mahdollinen perustamisaikataulu on siirtynyt pidemmälle tulevaisuuteen. Töiden saamisen myötä on nyt tavoitteena ensin kerryttää kokemusta alalta palkallisena työntekijänä ja myöhemmin hyödyntää saatua kokemusta oman yrityksen perustamisessa.

Kahdella (2) seurantakyselyyn vastanneella oli jo aloituskyselyn aikaan suunnitelmat oman yrityksen perustamiseksi hyvin konkreettisella tasolla. Heistä kumpikin on seurantakyselyyn mennessä saanut yrityksen perustettua ja toiminnan aloitettua. Toiminnan alussa pop up -kauppa on ollut kummallakin testauksessa ja sitä kautta on saatu lisää tietoa yrityksen kehittämiseen. Molemmilla on kehitteillä verkkokauppa.

Yksi (1) vastaajista oli alkukyselyn vaiheessa ottamassa haltuun yritystä. Yritystoimintaan perehtyminen on jatkunut ja toimintaa on kehitetty monin eri tavoin. Työskentelytapoja on kehitetty ja lisäinvestointeja suunnitellaan.

Ovatko ajatukset yrittäjyydestä muuttuneet hankkeen aikana, jos ovat, kuinka?

Yksi (1) opiskelija kertoo, että yritysesityksistä on saatu lisää innostusta yrittäjyyttä kohtaan, joskin samalla muistutuksen siitä, että varsinkin alussa yrittäjyys vaatii paljon aikaa. Toinen (1) opiskelija kertoo, että oman yrityksen tulevaisuuden miettiminen on muuttunut ja onkin ryhdytty tekemään laajamittaista strategiaa yritykselle. Opiskelijoista kolme (3) kertoo, etteivät ajatukset ole juurikaan muuttuneet hankkeen aikana. Uskoa omaan tekemiseen on kuitenkin voinut tulla hieman lisää.

Ovatko tavoitteet yrittäjyyden suhteen muuttuneet hankkeen aikana, kuinka?

Opiskelijoista kaksi (2) vastaajaa kertoo, että heidän tavoitteensa yrittäjyyden suhteen eivät käytännössä ole muuttuneet. Nämä ovat henkilöitä, jotka ovat jo olleet varsin pitkällä oman yrityksensä suunnittelussa ja toteutuksessa.

Kaksi (2) opiskelijaa, joista toisella oli suunnitelmat konkreettisella tasolla ja toisella yleisellä tasolla, kertovat tavoitteiden muuttuneen. Ajatukset yrittäjyydestä tulevaisuuden työnä eivät sinänsä ole muuttuneet, mutta toisella ajattelu on muuntunut enemmän käytännön toimenpiteiksi ja toisella yrityksen perustamisen tavoite on siirtynyt kauemmas unelmien työpaikan löytymisen myötä.

Opiskelijoista ne kaksi (2), joilla ei ollut suunnitelmia oman yrityksen suhteen, ovat edelleen pohtivalla ja tutkailevalla kannalla. Vastauksista kuvastuu, että kummallakin on huolena ollut jaksaminen yrittäjänä. Vastauksista on näkyvissä se, että tätä asiaa on pohdittu ja siihen on löytynyt ainakin ajatustasoisia ratkaisuja kyselyiden välisenä aikana.

Omien digitaalisten valmiuksien arviointi

Opiskelijat luottavat edelleen omiin digitaalisiin valmiuksiinsa ja pitävät niitä hyvinä.

Joskin seurantakyselyssä kuitenkin vastaajista neljä (4) toi esiin, että jatkuvasti tarvitaan uutta tietoa ja pitäisi tietää enemmän. Nämä neljä olivat vastaajista pisimmällä suunnitelmallisuuden ja yritysideoita kanssa. Alkukyselyssä samassa ryhmässä lisää tietoja koki tarvitsevansa kolme (3). Digitaalisuudesta ja sähköisestä markkinoinnista on järjestetty työpajat aloituskyselyn ja seurantakyselyn välillä. Vastausten muuttuminen viittaisi siihen, että saatu lisätieto aiheista on tuonut tietoisuutta siitä, että vaikka perustaidot olisivatkin hyvin hallussa, olisi silti vielä paljon tehostamisen mahdollisuuksia.

Valmiudet tulevaisuuden ennakkointiin

Valmiuksissa tulevaisuuden ennakkointiin ei ole tapahtunut merkittävää muutosta. Yksi vastaaja, jolla ei ole vielä suunnitelmia, kertoo seurantakyselyssä tulevaisuuden ennakkointiin heikomman osaamisen mitä aloituskyselyssä.

Valmiudet kasvuyrityksen johtamiseen

Valmiudet kasvuyrityksen johtamiseen ovat pysyneet viidellä (5) vastaajalla samalla tasolla kuin aloituskyselyssä. Yksi (1) vastaaja koki positiivista kehitystä asiassa, tosin hänkin koki edelleen tarvitsevansa lisää oppia ja tietoa aiheesta.

Valmiudet työyhteisön johtamiseen

Yksi on saanut lisää luottamusta työyhteisön johtamiseen (on työskennellyt kyselyiden välisenä aikana tehtävissä, jossa kokemusta on kertynyt). Muut vastaajat ovat vastanneet hyvin samalla tavalla kumpaankin kyselyyn. Yhden yritystään nyt pyörittävän opiskelijan vastauksessa kuvastuu kuitenkin se, että vastuun ottamisen myötä tietoisuus taitojen edelleen kehittämisen tarpeesta on kasvanut.

Valmiudet muutoksen johtamiseen

Vastaukset olivat kolmen (3) opiskelijan osalta pysyneet hyvin samankaltaisina aloitus- ja seurantakyselyssä. Vastaajista (1) oli ilmeisestikin kyselyiden välillä ollut asian kanssa tekemisissä ja hänelle oli seurantakyselyyn mennessä syntynyt näkemys siitä, kuinka muutosjohtamista voidaan tehdä.

Yrittäjyysaikomukset, pystyvyysuskomus, asenteet ja lähiympäristön tuki

Seurannassa haluttiin tarkastella, ovatko opiskelijoiden yrittäjyysaikomukset, pystyvyysuskomus, asenteet ja koettu lähiympäristön tuki muuttuneet alkutilanteesta. Kuviossa 5 on kuvattu vastanneiden kuuden opiskelijan osalta henkilökohtaiset arvot. Kolmella opiskelijalla aikomukset ovat säilyneet täysin samalla tasolla kuin alkumittauksessa. Kahdella opiskelijalla aikomukset ovat laskeneet ja yhdellä nousseet. Toisen opiskelijan osalta aikomusten lasku johtui siitä, että hankkeen alussa hän oli perustamassa yritystä, mutta seurannan aikana hänelle tarjottiin työtä toisen yrityksen palveluksessa.

	AIKOMUKSET	
Opiskelija 1	alku	5,00
	seuranta	5,00
Opiskelija 2	alku	7,00
	seuranta	7,00
Opiskelija 3	alku	7,00
	seuranta	6,33
Opiskelija 4	alku	4,00
	seuranta	4,67
Opiskelija 5	alku	6,00
	seuranta	3,67
Opiskelija 6	alku	7,00
	seuranta	7,00

ASTEIKKO 1-7

Kuvio 5. Yrittäjyysaikomusten kehittyminen vastanneiden opiskelijoiden osalta.

Kuviossa 6 on esitetty asenteiden kehittyminen vastanneiden opiskelijoiden osalta. Asenteissa ei ole tapahtunut kovin suuria muutoksia, osalla keskiarvo on hieman laskenut ja osalla noussut.

	ASENTEET	
Opiskelija 1	alku	5,83
	seuranta	5,57
Opiskelija 2	alku	6,33
	seuranta	5,86
Opiskelija 3	alku	5,67
	seuranta	5,00
Opiskelija 4	alku	5,33
	seuranta	5,29
Opiskelija 5	alku	6,17
	seuranta	6,57
Opiskelija 6	alku	6,33
	seuranta	6,00

ASTEIKKO 1-7

Kuvio 6. Asenteiden kehittymien vastanneiden opiskelijoiden osalta.

Pystyvyyssuomuksessa (eli siinä, kuinka hyvin opiskelija uskoo menestyvänsä, jos hän ryhtyisi yrittäjäksi) on tapahtunut muutosta. Kuviossa 7 on esitetty pystyvyyssuomuksen kehittyminen. Positiivista on, että kaikilla opiskelijoilla pystyvyyssuomus on noussut hankkeen aikana. Osalla nousu on ollut jopa yhden yksikön luokkaa. Tämä tulos on erittäin positiivinen, koska hankkeen tavoitteena on ollut erityisesti pystyvyyssuomuksen kehittäminen positiivisemmaksi.

	PYSTYVYYS	
Opiskelija 1	alku	3,60
	seuranta	4,80
Opiskelija 2	alku	5,60
	seuranta	6,20
Opiskelija 3	alku	3,80
	seuranta	4,00
Opiskelija 4	alku	3,80
	seuranta	4,60
Opiskelija 5	alku	3,80
	seuranta	4,20
Opiskelija 6	alku	5,00
	seuranta	6,00

ASTEIKKO 1-7

Kuvio 7. Pystyvyyssuskomuksen kehittyminen vastanneiden opiskelijoiden osalta.

Opiskelijoiden kokema lähiympäristön tuki on joillakin opiskelijoilla muuttunut positiivisemmaksi ja osalla negatiivisemmaksi (Kuvio 8). Hanke ei sinänsä pyri (eikä myöskään pysty) vaikuttamaan lähipiirin asenteisiin yrittäjyyttä kohtaan. On kuitenkin mielenkiintoista, että kokemus lähipiirin tuesta on hieman muuttunut usean opiskelijan kohdalla suuntaan tai toiseen.

	LÄHIYMPÄRISTÖN TUKI		
Opiskelija 1	alku	-27,00	
	seuranta	-30,00	
Opiskelija 2	alku	-28,00	
	seuranta	-15,00	
Opiskelija 3	alku	-22,00	
	seuranta		
Opiskelija 4	alku	-1,00	
	seuranta		
Opiskelija 5	alku		
	seuranta	-12,00	
Opiskelija 6	alku		
	seuranta	-38,00	

MIN -63 ... MAX 63

Kuvio 8. Lähipiirin tuen kokemuksen muutos vastanneiden opiskelijoiden osalta.

Lisäksi viisi aktiivisinta opiskelijaa haastateltiin (maalis-huhtikuu 2017). Hankkeen aikana haasteena on ollut opiskelijoiden matala aktiivisuus. Haastatteluiden avulla pyrittiin paikantamaan ongelmakohtia. Haastatellut ovat olleet aktiivisia hankkeessa. Poissaoloja on noin kerta / henkilö. Syinä poissaoloille oli aikataulu- ja päällekkäisyydet. Osalla nämä olivat henkilökohtaisista aikatauluista johtuvia, osalla on ollut päällekkäin opetuksen kanssa.

Hankkeen näkökulmasta on ollut hankalaa löytää kaikille sopivaa ajankohtaa. Kun osallistujina ovat eri opinto-ohjelmista ja eri vuosikursseilta tulevat yksittäiset opiskelijat, ei aikavarausta saada laitettua lukujärjestykseen. Ilta- ja viikonloppuajat koettiin huonoiksi. Hanketoiminnan vapaaehtoisuus tarkoittaa usein käytännössä, että opintosuunnitelmaan kuuluvat opinnot priorisoidaan hanketoiminnan ohitse.

Haastattelutulosten mukaan opiskelijat odottivat hankkeeseen osallistumiselta vahvistusta ajatukselle yrittäjyydestä tai yritystoiminnan aloituksesta, naisnäkökulman saamista yrittäjyyteen, uusien ideoiden saamista, uusiin ihmisiin tutustumista ja yrittäjäverkostoa. Hankkeessa tehtäväksi annetut tehtävät on koettu mielekkäiksi ja ajatuksia herättäviksi. Tehtävät eivät ole olleet liian työläitä. Tehtävien merkitys on ollut selvää. Jos oma yritysidea on ollut hatara, on tehtävästä saatu hyöty ollut pienempi. Myös yrittäjäparin saama hyöty on motivoinut tehtävän tekemisessä.

Yhteistyö yrittäjäparin kanssa on jäänyt pääosin vain alkuhaastatteluun ja yhteisten annettujen tehtävien tekemiseen. Kaksi paria on tavannut toisiaan myös hankkeesta annettujen tehtävien ulkopuolella. Toisaalta kaksi opiskelijaa kertoo, ettei ole saanut vastausta pariltaan enää alun (tai parin vaihtumisen) jälkeen. Kahdessa tapauksessa yhteistyö on toiminut hyvin. On syntynyt keskustelua asioista, jotka opiskelijaa ovat mietityttäneet tai jopa kehitetty yritysidea eteenpäin. Yhdessä tapauksessa korostettiin hyviä keskusteluja hankkeessa mukana olevien muiden yrittäjien kanssa, vaikka omaa yrittäjäparia ei ollutkaan.

Syyksi yhteistyön puutteeseen arvellaan yrittäjän taholta ajan puutetta, yksinyrittäjän suurta työmäärää, opiskelijan ja yrittäjän olemista hyvin eri tilanteissa, joten keskusteltavaa ei ole löytynyt. Yksi opiskelija totesi, että hän ei ole saanut otettua yhteyttä yrittäjäpariinsa. Yrittäjäparin kanssa tehtävästä yhteistyöstä odotetaan kokemusten vaihtoa ja kuulemista, yleisesti ajatuksia yrittäjyydestä sekä käytännön apuja ja neuvoja.

Työpajojen aiheet on koettu hyödylliseksi digitaalisuuteen herättelyssä ja sen katsomiseen yrittäjän näkökulmasta, ajatusten myllyttämisen takia. Digitaalisuus ja sähköisten työkalujen esittely sai eniten mainintoja osakseen (kolme). Myös se, että siellä on esiintynyt ihmisiä, jotka tekevät asioita poikkeavalla tavalla. Ennakointi sai myös maininnan.

Työpajoista hyödyllisimmiksi koettiin digitaalisuuden ja teknologisten valmiuksien työpajat (2), myös ennakointi herätti ajatuksia. Vähemmän hyödyllisiksi koetaan ajatus omistajanvaihdoksesta. Kasvuyrittäjyystyöpajassa yrittäjien puheenvuorot koettiin turhan pitkiksi, sillä itse työskentelylle ei jäänyt aikaa.

Vahvinta oman osaamisen kehittymistä koetaan tapahtuneen digitaalisuuden osalta (4). Myös kasvuyrittäjyys ja ennakointi mainittiin. Aiheiden käsittely on ollut sopivalla tasolla, ei liian vaikeaa. Tähän on olemassa riski, sillä tiedollisesti ja kokemuksellisesti osallistujat ovat hyvin eri tasoilla. Lisätietoa haluttiin hinnoittelusta, yrittäjyystuista, digitaalisuudesta, (henkilö-)johtamisesta ja työilmapiirin kehittämisestä. Jatkossa hankkeelta toivottiin enemmän aikaa ryhmätöille (2) ja keskusteluihin (3).

Hankkeeseen osallistuminen on antanut tietoa digitaalisuudesta ja some-asioista. Kaupallinen näkökulma on noussut asioissa esiin. Mikäli teemoja on käsitelty opinnoissa, ovat ne johtajuutta lukuun ottamatta tulleet eri lailla esiin, jos laisinkaan. Hankkeessa ne tulevat käytännönläheisemmin ja tiukasti yrittäjyydessä kiinni olevina. Lisäksi hyvä porukka, jota on mukava tavata, antaa lisää kiinnostusta osallistumiseen, samoin naisyrittäjyyden näkökulman saaminen.

Työpajatyöskentelyn ja paritehtävien toimintamalli koettaisiin hyödylliseksi jat-

kossakin (5). Perusopiskelusta poikkeava toteutustapa, naisryrittäjyyteen keskittyminen ja tiedon saaminen ryrittäjyydestä koettiin hyväksi asioiksi. Opiskelijalla tulisi olla hyvin selvillä se, mitä hän hankkeesta saa (2). Opiskelijan näkökulmasta tämä toimintamallin pohja on vaikuttanut aivan hyvälle. Naisporukalla on ollut hyvä tavata. Toiminta tulisi pystyä paketoimaan niin, että siitä saatava hyöty olisi selvästi näkyvissä.

3.3 Toimintamallin vaikuttavuus opiskelijoiden kannalta

Hankkeen loppuksi kaikille osallistuneille tehtiin loppukysely. Kyselyssä opiskelijoita pyydettiin vastaamaan neljään avoimeen kysymykseen ja sen jälkeen ryrittäjyysaikomuksia, pystyvyyttä toimia ryittäjänä, asenteita ja lähiympäristön tukea mittaaviin määrällisiin kysymyksiin. Tavoitteena oli seurata, kuinka opiskelijoiden ryrittäjyysaikomukset ovat kehittyneet hankkeen aikana.

Hankkeen loppuvaiheessa suurin osa aloittaneista opiskelijoista oli jo valmistunut. Näin ollen vastauksia ei saatu kuin kolmelta opiskelijalta. Tästä syystä arviointia kokonaisuuden kannalta ei voida tehdä, mutta näiden kolmen opiskelijan vastaukset esitetään kootusti seuraavassa.

Ensimmäiseksi opiskelijoilta kysyttiin, kuinka tavoitteesi ja ajatuksesi ryrittäjyyden suhteen ovat kehittyneet viimeisen kahden vuoden aikana. Yksi opiskelijoista vastasi, että oli saavuttanut tavoitteesi eli perustanut yrityksen. Sama opiskelija kuitenkin totesi, että yritystoiminta ei vielä tuota sellaista tulosta, jota hän tavoittelee. Toinen opiskelija nosti esille digitalisaation. Hän kertoi, että haluaa tulevaisuudessa olla digitalisaation sanansaattaja ja käyttää digitalisaatiota oman työnsä kehittämisessä. Kolmas opiskelijoista totesi, että on saanut kahden vuoden aikana rakennettua alustavan liiketoimintasuunnitelman ja oppinut ymmärtämään ryrittäjyyden hyviä ja huonoja puolia. Ajatus omasta ryrittäjyydestä on alkanut kiinnostaa koko ajan enemmän, vaikka epäonnistumisen pelko on läsnä. Yhteenvetona voidaan todeta, että hankkeen aikana näiden kolmen opiskelijan ajatus ryrittäjyydestä oli vahvistunut ja yhden osalta toteutunut.

Toiseksi opiskelijoilta kysyttiin, ovatko ajatukset ryrittäjyydestä muuttuneet hankkeen aikana ja jos ovat, niin miten. Yksi opiskelijoista totesi, että ajatukset ovat muuttuneet positiivisempaan ja myös realistisempaan suuntaan. Kyseinen opiskelija nosti esille hyvät keskustelut naisryittäjien kanssa, mikä on vahvistanut hänen omaa ajatustaan tulevasta ryrittäjyydestä. Toinen opiskelijoista totesi ymmärtäneensä, että tulevaisuus ei olekaan yksiselitteinen ja varma. Muutosta tapahtuu koko ajan ja kilpailussa on pysyttävä mukana. Kyseinen opiskelija totesi

saaneensa hankkeessa uusia työtä helpottavia työkaluja. Kolmas opiskelijoista totesi, etteivät ajatukset yrittäjyydestä ole sinänsä muuttuneet hankkeen aikana.

Kolmanneksi opiskelijoilta kysyttiin, mikä projektissa on ollut hyvää ja toimivaa. Tässä kohtaa kaikki nostivat esille yrittäjiin tutustumisen ja verkostoitumisen. Yksi opiskelijoista totesi, että hanke on ollut vahvasti kiinni työelämässä ja todellisuudessa. Lisäksi yrittäjyyttä on tarkasteltu monesta eri näkökulmasta. Toinen opiskelijoista nosti esille myös sen, että aiheet ovat olleet mielenkiintoisia ja eri paikoissa käyminen on ollut mielenkiintoista. Kolmas opiskelijoista vastasi, että yksinkertaisesti kaikki on ollut hankkeessa hyvää. Yrittäjien kanssa on päässyt tekemään töitä yhdessä ja kaikki ovat olleet positiivisella asenteella mukana.

Viimeiseksi avoimena kysymyksenä kysyttiin, mitä kehitettävää opiskelijat näkivät toimintamallissa. Yksi opiskelijoista olisi toivonut useammin työpajoja, yksi koki kokoontumisten aikataulun liian tiukaksi ja yksi koki, ettei parityöskentely yrittäjän kanssa ollut toiminut kovin hyvin. Yhdeksi ehdotukseksi nostettiin vielä osallistuvien yrittäjien yrityksissä käynti.

Avoimista kysymyksistä yhteenvedona voi todeta, että toimintamalli on todettu erittäin hyväksi. Sillä on ollut vaikutusta omien ajatusten vahvistumiseen yrittäjyydestä ja erityisesti verkostoituminen ja naisyrittäjien esimerkit on koettu antoisaksi. Kehitettävää on aikataulutuksessa ja opiskelija-yrittäjä-parityöskentelyn tarkemmassa ohjaamisessa.

Määrällisen osuuden kohdalla vastaajia on niin vähän, ettei kunnollista vertailua voida tehdä. Lyhyesti voidaan todeta, että erityisesti pystyvyyden kokemus oli noussut.

Kuviossa 9 on esitetty kolmen opiskelijan vastausten keskiarvot sen suhteen, miten he arvioivat omien valmiuksien kehittyneen hankkeen aikana suhteessa johtamisen ajankohtaisiin asioihin. Kyselyssä asteikko oli 1-5, jolloin 5 tarkoitti, että valmiudet ovat kehittyneet huomattavan paljon. Korkeimmat keskiarvot (ka 4,0) opiskelijoilla olivat kohdissa digitaalisuus ja tulevaisuuden ennakointi. Näistä aiheista olikin työpajoja eniten. Yli kolmosen keskiarvot olivat myös kohdissa työyhteisön johtaminen (ka 3,3) ja muutoksen johtaminen (ka 3,7). Kasvuyrityksen johtamisen osalta kehittyminen ei ollut niin suurta (ka 2,7).

Miten arvioit valmiuksiesi kehittyneen hankkeen aikana?	KA
Digitaalisuus	4,0
Tulevaisuuden ennakointi	4,0
Kasvuyrityksen johtaminen	2,7
Työyhteisön johtaminen	3,3
Muutoksen johtaminen	3,7

Opiskelijat (n=3)

Asteikko 1-5, 1=ei muutosta, 5=valmiuteni kehittyneet huomattavan paljon

Kuvio 9. Opiskelijoiden valmiuksien kehittyminen hankkeen aikana.

Kuviossa 10 on esitetty opiskelijoiden arvio työpajojen hyödyllisyydestä asteikolla 1-5 (5=erittäin hyödyllinen). Erittäin hyödyllisiksi opiskelijat kokivat aiheet liittyen tulevaisuuden ennakointiin ja muutoksiin sekä volitioon (kaikki vastasivat 5). Korkeat keskiarvot olivat myös kohdissa digitalisaatio muuttaa liiketoimintaa (ka 4,7) ja teknologiset valmiudet (ka 4,5). Myös kasvuyrittäjyyden työpaja sai korkean keskiarvon (ka 4,0). Ihan niin hyödyllisiksi ei koettu omistajanvaihdoksiin liittyneitä työpajoja (keskiarvot 3,0). Tämä voi johtua siitä, että kyseisille opiskelijoille omistajanvaihdokseen liittyvät asiat eivät olleet ajankohtaisia.

Kuinka hyödyllisiä työpajojen anti oli kannaltasi?	KA
Teknologiset valmiudet: esimerkki sähköisestä liiketoiminnasta, ilmaiset sähköiset työkalut	4,5
Sähköinen markkinointi	4,0
Tulevaisuuden ennakointi ja muutokset	5,0
Kasvuyrittäjyys ja sen edellytykset	4,0
Omistajanvaihdokset ja omistajanvaihdospalvelut	3,0
Omistajanvaihdokset osana yrityksen strategiaa	3,0
Johtajuus: volitio	5,0
Digitalisaatio muuttaa liiketoimintaa	4,7
Työhyvinvointi	4,0

Opiskelijat (n=1-3)

Asteikko 1-5, 1=ei lainkaan hyödyllinen, 5=erittäin hyödyllinen

Kuvio 10. Opiskelijoiden arvio työpajojen hyödyllisyydestä.

4 NAISOPISKELIJOIDEN POLKU YRITTÄJYYTEEN

Tässä luvussa selvitetään 1) mitkä asiat ovat vaikuttaneet opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin, 2) millaisia tavoitteita ammattikorkeakoulun naisopiskelijoilla on omaan yrittäjyyteen liittyen ja 3) kuinka yrittäjyyden etenemisen suhteen eri vaiheissa olevia naisopiskelijoita voidaan parhaiten tukea. Tutkimus tuottaa uutta tietoa naisopiskelijoiden mentaaleista malleista yrittäjyyteen liittyen ja antaa tietoa ammattikorkeakouluille siitä, millaisilla menetelmillä yrittäjyyttä voidaan tehokkaimmin edistää.

4.1 Merkittävät tekijät matkalla kohti yrittäjyyttä

Naiset ovat edelleen vähemmistönä, kun tarkastellaan uusien start-up-yritysten perustamisia varsinkin kasvuyrityksiin liittyen. Brem (2008) on tiivistänyt aiempien tutkimustulosten pohjalta naisyrittäjyyteen liittyviä uskomuksia seuraavasti: naisyrittäjillä on miehiin verrattuna pienempiä yrityksiä sekä liikevaihdon että henkilöstön määrän perusteella mitattuna, naisyrittäjät epätodennäköisemmin omistavat useita yrityksiä, naisyrittäjillä on vähemmän kiinnostusta kasvuyrittäjyyteen, naiset perustavat pienempiä yrityksiä kuin miehet, miehet haluavat kasvattaa yritystä ja naiset puolestaan työskennellä mieluummin osa-aikaisesti, naisten yritykset toimivat useimmiten palvelusektorilla, naiset välttävät riskejä enemmän kuin miehet ja naiset verkostoituvat vähemmän. Jotta naisyrittäjyyttä voitaisiin paremmin edistää yhteiskunnassa, myös korkeakoulutuksessa olisi huomioitava naisyrittäjyyden tukeminen. Parhaan yrittäjyyden tuen antamiseen naisopiskelijoille korkeakouluopinnoissa tarvitaan lisää ymmärrystä siitä, millaisia naisten yrittäjyysaikomukset, yrittäjyyteen liittyvät motiivit ja tavoitteet ovat. Samoin tarvitaan tietoa siitä, minkä asioiden naisopiskelijat itse kokevat tukeneen omaa yrittäjyysprosessiaan.

Yrittäjyysaikomuksia on tutkittu jo pitkään myös sukupuolinäkökulmasta. Kuitenkin, suurin osa yrittäjyysaikomuksiin liittyvästä tutkimuksesta on luonteeltaan määrällistä (Liñan & Fayolle 2015) ja niissä on vain vähän tietoa yrittäjyysprosessiin liittyvistä mentaaleista malleista. Henry, Foss & Ahl (2015) huomauttavatkin, että sukupuoleen liittyvä yrittäjyystutkimus vaatii syvempiä, laadullisia metodologioita, kuten elämäntarinoiden analysointia, tapaustutkimusta sekä diskurssianalyysiä. Tämän luvun tavoitteena on osaltaan tuoda lisää tietoa mentaalisten mallien ymmärtämisestä suhteessa naisyrittäjien motiiveihin ja tavoitteisiin.

Yrittäjyyteen kannustavia tekijöitä on tutkittu useissa tutkimuksissa (mm. Mc-

Gowan et al. 2012; Liñán & Fayolle 2015; Kyrö 2004). Osa tekijöistä on henkilön tilanteeseen liittyviä vetovoimatekijöitä ja osa puolestaan yrittäjyyteen työntäviä tilannetekijöitä. Lisäksi tiedetään, että miehet ryhtyvät helpommin yrittäjiksi kuin naiset (mm. Crant 1996; Wang & Wong 2004; Yordanova & Tarrazon 2010). Edelleen on näyttöä siitä, että naisten yrittäjyysaikomuksia pystytään tukemaan opintojen aikana paremmin kuin miesten (Joensuu et al., 2014). Vaikka naiset kaihtavatkin riskien ottamista miehiä enemmän, havaitsivat Dalborg, Friedrichs & Wincent (2015), että kun opiskelijoiden kanssa kiinnitetään huomiota riskeihin, riskeistä keskustellaan ja niitä analysoidaan, se rohkaisee yrittäjyyttä harkitsevia.

Matka kohti yrittäjyyttä on aina henkilökohtainen, mutta yhteisiä piirteitä voidaan löytää. Tärkein yrittäjyysaikomukseen vaikuttava tekijä tarkastelussa mukana olleiden opiskelijoiden osalta on ollut pystyvyysuskomus ja sitä ovat vahvistaneet opiskelujen aikana saatu tieto, kokemukset ja koulutukset. Usein opiskelijat, joilla on jo jonkinlaisia yrittäjyysaikomuksia, hakeutuvat sellaisille opintojaksoille, jossa heillä on mahdollisuus kehittää nimenomaan yrittäjyysvalmiuksiaan sekä osaamistaan yrittäjänä toimimisessa. Ne ovat innostaneet yrittäjyyteen ja madaltaneet kynnystä yrittäjäksi ryhtymiseen. Opintojen aikana saatu tieto ja osaaminen ovat auttaneet ymmärtämään mistä yrittäjyydessä on kyse ja kuinka yrittäjänä toimitaan. Tällaisia opintojaksoja onkin syytä sijoittaa opetussuunnitelmiin. Näillä opintojaksoilla vahvistuu erityisesti opiskelijoiden pystyvyysuskomus. Asenteisiin voidaan vaikuttaa esimerkiksi tarjoamalla opintojaksoja, joilla ollaan vuorovaikutuksessa yrittäjien ja yritysten kanssa. Näin voidaan edesauttaa prosessin etenemistä kohti suunnitelmia ja toteutunutta yrittäjyyttä. Opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin vaikuttavat myös lähiympäristöstä saadut roolimallit. Roolimalleilla voi olla myös negatiivinen vaikutus yrittäjyysaikomuksiin, mutta useimmiten vaikutus on positiivinen. Merkittävää on huomata, että pystyvyysuskomuksen vahvistuminen opintojen aikana saattaa kumota negatiivisen roolimallin vaikutusta yrittäjyysaikomuksiin. Tämä on ollut havaittavissa myös yrittäjyyden opintojaksojen oppimispäiväkirjoista (Sorama 2014).

Opintojen ja niiden antaman tuen merkitys on mielenkiintoinen löytö, koska aiempien tutkimusten mukaan korkeakouluopinnot päinvastoin laskevat yrittäjyysaikomuksia (Joensuu ym. 2014; Fayolle, Gailly & Lassas-Clerc 2005; Henley 2007; Pihkala 2008; Wu & Wu 2008; Nabi, Holden & Walmsey 2010). Voi olla, että vaikka yrittäjyysaikomukset laskevat suurta joukkoa tarkastellessa, kehitys voi olla erilainen yrittäjyydessä jo eteenpäin menneillä opiskelijoilla. Tämä korostaa sitä, kuinka tärkeää korkea-asteella on tunnistaa ne opiskelijat, jotka aidosti haluavat tavoitella yrittäjyysuraa. Heille tarjottavalla tuella ja opintojen räätälöimisellä omaa yritysidea tukeviksi, on suuri merkitys.

Opiskelijoiden yrittäjyysaikomusten kehittymistä opiskelijoiden aikana jaettiin kolmeen vaiheeseen. Alussa, ensimmäisessä vaiheessa, yritysidea on vasta hahmottumassa, eikä sitä koskevaa suunnittelua ole juurikaan tehty. Kuitenkin pystyvyysuskomus on jo vahva ja sitä vahvistetaan edelleen opintojen suuntaamisella siten, että ne tukevat yritysidean täsmentymistä. Toisessa vaiheessa opiskelijalla on jo yritysidea ja sitä kehitetään edelleen opintojen avulla. Kuitenkin suunnitelmat ovat tässä vaiheessa vielä melko yleisellä tasolla, mutta niitä pyritään opinnoissa jalostamaan. Kolmannessa vaiheessa opiskelijalla on selkeä käsitys itsestä yrittäjänä. Se on voinut tulla kokemuksen kautta - toisin sanoen opiskelija joko on toiminut tai toimii jo yrittäjänä tai se on voinut muodostua lähipiirin roolimallien kautta. Tässä vaiheessa suunnitelmat ovat jo hyvin täsmentyneitä ja aikataulutettuja, jolloin aikomus on jo hyvin konkreettisella tasolla. Joillakin yrittäjyys oli ollut tavoitteena jo pitempään, mutta nyt ajankohta vaikutti olevan sopiva ja toisilla taas oli tarkat suunnitelmat, mutta odottelevat sopivaa ajankohtaa aloittaakseen toiminnan.

Aineistossa voidaan tunnistaa myös päämääriin liittyvää aikomusta, vaikka aikomuksiin liittyvät suunnitelmat eivät olisikaan vielä edenneet kovin pitkälle. Yli puolet tässä mukana olevista opiskelijoista esittää yrittäjyyden selkeänä tavoitteenaan tulevaisuudessa.

Valmiudet ovat käsitteellisesti lähellä pystyvyysuskomusta, jonka on todettu vaikuttavan sekä yrittäjyysaikomuksiin että yrittäjäksi ryhtymiseen (Ingram ym. 2000; Kautonen, van Gelderen & Tornikoski 2013). Siksi on tärkeää tarkastella, miten opiskelijat kokevat omat valmiutensa ei ainoastaan yrittäjyyteen yleisesti, vaan niihin taitoihin, jotka erityisesti tulevaisuudessa näyttäisivät vaikuttavan yrittäjyydessä menestymiseen. Opiskelijat arvioivat valmiudet ennakkointiin ja kasvuyrittäjyyteen heikommalle tasolle kuin valmiudet digitalisaatioon ja työyhteisön johtamiseen. Tulevaisuuden ennakkointi ja kasvuyrittäjyys ovat opiskelijoille selvästi vieraampia käsitteitä kuin digitalisaatio ja johtaminen. Ainostaan ne opiskelijat, jotka olivat osallistuneet sellaisille opintojaksoille, joissa näitä asioita opetellaan, tunnistavat osaamisensa. Korkeakouluissa olisikin hyvä kiinnittää huomiota siihen, että opiskelijoille tarjottaisiin riittävästi valmiuksia tulevaisuuden maailmassa menestymiseen.

Aikaisemmasta tutkimuksesta poiketen esiin nousi myös yrittäjyysaikomuksien riippuvuus elämäntilanteesta. Esimerkiksi omistajanvaihdostutkimuksissa on tullut esiin, että joskus yrittäjäksi ryhtyminen saattaa olla hyvinkin nopea prosessi vaikkapa yrittäjän vanhemman kuoltua äkillisesti (Varamäki ym. 2013). Myös uudelle paikkakunnalle muutto voi aiheuttaa työnsaantiongelmia ja silloin yrittäjyys nousee lähes ainoaksi vaihtoehdoksi itsensä elättämiseen. Tässä yhteydessä puhutaan

usein pakkoyrittäjyydestä. Joka tapauksessa elämänmuutos voi olla merkittävä yrittäjyysaikomuksiin ja toteutuneeseen yrittäjyyteen vaikuttava tekijä.

Naisopiskelijoilla on erilaisia yrittäjyyteen liittyviä suunnittelustrategioita (implementation intention). Tarkemmalla suunnittelulla on todettu olevan merkitys yrittäjäksi ryhtymisessä (Adam & Fayolle 2016), joten opiskelijoiden suunnittelustrategioiden ymmärtäminen ja tukeminen on tärkeää. Tähän voidaan todeta, että opiskelijoiden suunnittelustrategiat olivat hyvin eri tasoisia. Mitä sitoutuneempi opiskelija oli yrittäjäksi ryhtymisessä, sitä selkeämpiä suunnitelmia hänellä oli. Tämä tukee aiempia tutkimustuloksia sen suhteen, että sitoutuminen on myös yksi tärkeä tekijä sekä suunnitelmissa että yrittäjäksi ryhtymisessä ja sen tutkimisessa (Sinclair & Bruce 2009). On huomattava, että yrittäjäksi ryhtyminen on prosessi, joka etenee vähitellen orastavasta kiinnostuksesta kohti sitoutunutta aikomusta ja sitä kautta suunnittelua. Ilman sitoutumista ja tarkempaa suunnittelua yrittäjäksi harvemmin ryhdytään. Pelkkä aikomus ei siis riitä selittämään yrittäjäksi ryhtymistä. Siksi yrittäjyystutkimuksessa onkin jatkossa kiinnitettävä huomiota näihin käsitteisiin, niin kuin mm. Fayolle ja Liñán (2014) toteavat. Toisaalta tällä on myös suuri käytännön implikaatio korkeakouluille: yrittäjyysopetuksessa ja erityisesti niissä toimenpiteissä, joissa yrittäjyydestä kiinnostuneita halutaan tukea, on kiinnitettävä huomiota suunnitelmien tekemiseen ja siinä tukemiseen.

Suunnitelmien tekeminen liittyy myös innostukseen omaa ideaa kohtaan, ehkä jopa intohimoon. Dalborg ym. (2015) havaitsivat, että pystyvyysuskomus yksin ei vaikuta yrityksen perustamispäätökseen. Lisäksi tarvitaan innostusta ja intohimoa omaan asiaan. Suunnitelmien avulla voidaan ehkä avata näkymiä sille, kuinka on mahdollista päästä kohti innostuksen lähteenä olevaa asiaa ja sen muuttamista yritystoiminnaksi.

Uusi yrittäjäsukupolvi hakee yrittäjyydestä kenties eri asioita kuin vanhempansa. Toisaalta maailma ympärillä tarjoaa aivan erilaisen näkökulman yrittäjyyteen kuin aikaisemmin. Vakituinen työpaikka vieraalla ei enää ole tae pysyvistä työpaikasta. Uusi sukupolvi painottaa työn mielekkyyttä ja itsensä toteuttamista enemmän kuin aikaisemmat sukupolvet. Nuori sukupolvi ei edes halua ensimmäisestä työpaikastaan "eläkevirkaa", vaan etsii haasteita. Myös työn ja vapaa-ajan painotukset ovat muuttuneet. Yrittäjyyden positiivisena puolena nähdäänkin mahdollisuus itse määrittää työaikoja ja säädellä työn määrää - haetaan joustavuutta elämäntilanteeseen ja työaikoihin, sekä mahdollisuutta vaikuttaa siihen, miten asioita tehdään. Sukupolvi Z tulee olemaan edellisiäkin sukupolvia yritteliäämpi ja koulutusinstituutioiden onkin syytä varautua haasteisiin, joita tämä sukupolvi tuo tullessaan.

Tässä luvussa selvitetään 1) mitkä asiat ovat vaikuttaneet opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin, 2) millaisia tavoitteita ammattikorkeakoulun naisopiskelijoilla on omaan yrittäjyyteen liittyen ja 3) kuinka yrittäjyyden etenemisen suhteen eri vaiheissa olevia naisopiskelijoita voidaan parhaiten tukea. Tutkimus tuottaa uutta tietoa naisopiskelijoiden mentaaleista malleista yrittäjyyteen liittyen ja antaa tietoa ammattikorkeakouluille siitä, millaisilla menetelmillä yrittäjyyttä voidaan tehokkaimmin edistää.

Aineistossa on yhteensä 19 vastaajaa. Aineiston lisäosana toimivat viiden opiskelijan vapaasti kirjoittamat tarinat omasta yrittäjyydestään. Analysoinnissa on käytetty ns. sumeat mentaalimallit -menetelmää (Fuzzy Cognitive Mapping), jonka avulla voidaan tarkastella muuttujien tai käsitteiden muodostaman verkoston keskinäisiä vuorovaikutuksia.

4.2 Yrittäjyysaikomukset ja yrittäjyyskasvatus

Fayolle & Liñan (2013) luokittelivat vuosina 2006–2012 julkaistuja yrittäjyysaikomustutkimuksia viiteen eri luokkaan. Ensimmäiseen luokkaan liittyvät tutkimukset, joissa on testattu vaihtoehtoisia yrittäjyysaikomusmalleja. Toisen luokan muodostavat henkilötason muuttujien tutkiminen yrittäjyysaikomuksiin liittyen. Tähän kuuluvat mm. sukupuolen vaikutukseen liittyvät tutkimukset. Kolmanteen luokkaan kuuluvat tutkimukset, joissa on selvitetty yrittäjyyskasvatuksen vaikutusta yrittäjyysaikomuksiin eri koulutusasteilla ja neljänteen luokkaan tutkimukset, joissa on selvitetty yrittäjyysaikomuksia tietyssä kontekstissa ja tehty kansainvälisiä vertailuja. Viimeiseen eli viidenteen luokkaan liittyvät tutkimukset yrittäjyysprosessista ja aikomusten ja käyttäytymisen välisestä linkistä. Näitä tutkimuksia on kaikista vähiten. Fayolle & Liñan (2013) huomauttavatkin, että lisää tutkimuksia tarvitaan yrittäjyyden koko prosessin ymmärtämisestä ja mentaaleista malleista.

Aikaisempien tutkimusten mukaan yrittäjyyskasvatuksella on todettu voitavan vaikuttaa niin yrittäjyysaikomuksiin kuin myös käyttäytymiseen (Rauch & Hulsink, 2015; Martin, McNally & Kay 2013). Tutkijoiden mielestä on kuitenkin harvoja sellaisia tutkimuksia, joissa olisi tutkittu, onko yrittäjyyskasvatuksella todellista vaikutusta yrittäjyyteen liittyvään käyttäytymiseen, kuten mahdollisuuksien tunnistamiseen tai uuden yrityksen perustamiseen, vaikka sillä on osoitettu olevan vaikutusta asenteisiin yrittäjyyttä kohtaan (Rauch & Hulsink 2015). Tutkijat kuitenkin toteavat, että käyttäytymiseen vaikuttaminen olisi tärkeä tavoite yrittäjyyskasvatuksessa, koska pelkät aikomukset eivät vielä saa aikaa yrittäjyyttä.

4.3 Naisten yritykset ja yrittäjyys

Yleisesti aikaisempi tutkimus on osoittanut, että naiset ovat haluttomampia ryhtymään yrittäjiksi kuin miehet (Crant 1996; Wang & Wong 2004; Linan & Chen 2009; Yordanova & Tarrazon 2010). Pohjois-Irlannissa tehdyn tutkimuksen mukaan naisia motivoi yrittäjäksi ryhtymisessä ajatus paremmasta tasapainosta työn velvoitteiden, elannon hankkimisen ja kotiin liittyvien tehtävien hoitamisen välillä (McGowan, Lewis Redeker, Cooper & Greenan 2012).

Naisten odotukset yrittäjyyttä kohtaan olivat pääosin positiivisia, mutta joillakin oli myös negatiivisia ajatuksia. Positiiviset ajatukset liittyivät henkilökohtaisten tavoitteiden ja yrittäjyyden tavoitteiden joustavampaan yhdistämiseen, samoin työn ja perheen yhdistämiseen. Odotuksena oli myös parempi tyytyväisyys työhön. Negatiiviset odotukset liittyivät säännöllisen palkan katoamiseen, palkkatyön turvallisuuden loppumiseen ja pärjäämiseen; yrityksen on pärjättävä tai se kuolee pois. (McGowan ym. 2012.)

Yrittäjyyteen suuntautumisen takana ei välttämättä ole vain siihen vetäviä tekijöitä. Taustalla voi olla lisäksi tekijöitä, jotka työntävät kohti yrittäjyyttä, toisin sanoen aiheuttavat sen hetkisessä tilanteessa tyytymättömyyttä. McGowanin ym. (2012) 14 haastatteleman naisyrittäjän kymmenen kertoi myös yrittäjyyteen työntäneistä motiiveista. Tällaisia olivat tyytymättömyys palkkatyössä; palvelun heikko laatu, heikot ylenemismahdollisuudet, työhön panostaminen ei saanut tunnustusta, tulehtuneet henkilösuhteet ja turhautuminen byrokraatiaan. Henkilökohtaisista olosuhteista mainittiin pettymys siihen, että aiemmin keskustellut joustavuudet eivät toteutuneetkaan äitiyslomalta palattaessa.

Vaikka taloudelliset motiivit eivät tulleet esiin yrityksen perustamisen motiiveina, useat haastateltavat viittasivat taloudelliseen turvaan liittyviin asioihin, kun kysyttiin kokemuksia yrittäjyydestä. Taloudellinen puoli tuotiin esiin puheena turvatusta taloudesta ja korkeampana elintasona. Kuitenkin yrittäjyyteen liittyvinä positiivisina asioina mainittiin useammin ei-taloudellisia seikkoja. Tällaisia olivat parempi hyvinvointi, henkilökohtainen tyytyväisyys ja ilo oman yrityksen toiminnasta. Vuorovaikutus asiakkaiden kanssa toi tyytyväisyyttä, samoin hyvälaatuisen palvelun tuottamisesta. Aiemman työkokemuksen tuoma kokemus koettiin korvaamattoman tärkeäksi, mutta yli puolet haastatelluista koki helpottavaksi, että palkkatyössä koettu stressi oli poistunut. Yrittäjänä useat naiset toivat esiin pystyvänsä paremmin kontrolloimaan omaa elämäänsä ja sovittamaan työn ja kodin aikataulut paremmin yhteen – sekä hoitamaan odottamattomia perhekriisejä. (McGowan ym. 2012.)

Yrittäjyyden negatiivisiksi puoliksi McGowan ym. (2012) tunnistivat haastatteluissa tasapainoilun ajankäytössä. Naiset kohtasivat myös sosiokulttuurisia odotuksia, joiden mukaan heidän tehtävänä on ensisijaisesti huolehtia kodista ja lapsista. Oma hyvinvointi, jaksaminen, tunne siitä, että on eristetty muista ja paine henkilökohtaisten suhteiden hoitamisesta tunnistettiin negatiivisiksi piirteiksi. Yrittäjyyskokemuksen puute heijastui taloudellisen riskinoton ja velan pelkona, ja mikä mielenkiintoista, myös roolimallien puutteena.

Naisyrittäjyydelle ominaisia piirteitä ovat mm. paikallisuus, sosiaalinen vuorovaikutus ja yhteisöllisyydestä lähtevä toiminta. Naisten toiminnan piirteitä kuvataan niin, että se täydentää usein julkista sektoria, liittyy naisten arkeen, vastaa paikalliseen kysyntään, liittyy paikalliseen osaamiseen ja sen kehittämiseen, perustuu yhteisöllisyyteen, vahvistaa paikallista identiteettiä, on usein pienimuotoista ja perustuu ruohonjuuritasoisten naisten aloitteellisuuteen. (MoniNainen ja uudistuva naisyritys 2010.)

Yritysten elinkaarella tunnistetaan kolme kriittistä vaihetta. Ensimmäinen on yrittäjyysintentioiden kehittyminen ja kypsyminen. Naisilla ennen perustamista oleva harkintavaihe on usein hyvin perusteellinen. Toinen kriittinen vaihe on eloonjäämiskriisi yrityksen perustamisen jälkeen, jolloin yrityksen elinvoimaisuus punnitaan. Voidaan kuitenkin todeta, että tämä vaihe liittyy kaikkiin startup-yrityksiin, eikä kohdistu erityisesti naisyrittäjien yrityksiin. Kolmas kriittinen vaihe on kasvuhaluukkuus, johon luetaan myös kansainvälistyminen ja muiden työllistämisen. (Naisyrittäjyys 2005.) Osa tutkijoista liittyy henkilökohtaiset verkostot, kontaktit toisiin yrittäjiin ja verkostoitumisen naisten johtamista kasvuyrityksistä (mm. Bogren, von Friedrichs, Rennemo & Widding 2013), mutta suomalaisissa kasvuyritystutkimuksissa nämä tekijät liittyvät yleisesti kasvuyrityksiin, eivät erityisesti naisten johtamiin (ks. esim. Sorama et al. 2015).

Tervo ja Haapanen (2007) tarkastelivat tutkimuksessaan naisten ja miesten yrittäjyyteen vaikuttavia tekijöitä. Heidän lähtöoletuksensa on, että yrittäjäksi ryhdytään silloin kun yksilö kokee yrittäjyyden kautta saatavilla olevien hyötyjen olevan suurempia kuin palkkatyön kautta saatujen hyötyjen. Aineisto osoittaa, että naiset saattavat usein tienata yrittäjinä vähemmän kuin palkkatyössä, joten raha ei riitä selittämään naisten motivaatiota.

Koellingerin, Minninin ja Schaden (2013) vertaillen mie- ja naisyrittäjiä he havaitsivat, että naiset pelkäävät miehiä enemmän epäonnistumista ja toisaalta luottavat vähemmän omiin yrittäjätaitoihinsa. Suurempi pelko epäonnistumisesta, vähemmän yrittäjätuttavia ja heikompi luottamus yrittäjätaitoihin vähentävät todennäköisyyttä sille, että nainen perustaa yrityksen.

Kyrö (2004) on tutkinut suomalaisten naisyrittäjien todellisuutta. Hänen havaintonsa mukaan naisyrittäjien menestystä mitataan miesten yrityksiin ja yritystoiminnalta odotettuihin tuloksiin perustuvalla mittaristolla, vaikka naisten käsitys menestyksestä ei ole sama. Talouselämän sijaan naiset painottavat enemmän perheen sekä yrittäjyyden ja yrityksen yhteiskunnallista merkitystä. Naisyrittäjille taloudellinen tulos voi usein tarkoittaa riittävää toimeentuloa pikemmin kuin liiketaloudellisen voiton maksimointia (Naisyrittäjyys 2005; McGowan et al. 2012).

Naisten yrittäjyyteen liittyy vahvasti työtyytyväisyys ja yrittäjyys osana kokonaisvaltaista elämää. Suomalaiset naisyrittäjät kokivat tärkeäksi oman yrityksen omistamisen. He halusivat olla pomona itselleen ja toteuttaa unelmiaan. (Kyrö, 2004.) McGowan ym. (2012) havaitsivat saman irlantilaisten naisyrittäjien osalta. Naisyrittäjät eivät mittaa menestystään vain talouslukuina. Heille menestyminen on vaikkakin pienen, mutta vakaan yrityksen hoitamista, itsenäisyyttä ja oman itsensä herrana työskentelemistä.

Kyrön (2004) tutkimuksen mukaan perhe ja perheen tuki yrittäjyydelle ovat tärkeitä – ja perheeseen linkittyi tarve luoda joustavuutta elämään. Lisäksi korostuivat asiakastyytyväisyys ja hyvän ammatillisen suorituksen merkitys, itsensä toteuttamisen tarve, taloudellisten tekijöiden vähäisempi merkitys sekä niiden rooli enemmän välttämättömyytenä kuin tavoitteena. Nämä käsitteet ja niiden väliset vuorovaikutukset tulivat esiin menestystä kuvailtaessa.

McGowan et al. (2012) tarkastelivat naisten motiiveja yrittäjäksi ryhtymiselle. Motiiveista vetovoimaisiksi ajateltavia olivat uudenlaiset haasteet työelämässä, mielekkyyks, kontrolli päätöksenteosta, parempi joustavuus työn ja yksityiselämän yhdistämisessä ja se, että lapsuudenperheessä oli paljon yrittäjiä. Haastateltavat eivät viitanneet taloudelliseen motivaatioon sinänsä, mutta painottivat sitä, että työstä saadut edut tulevat heille itselleen. Positiiviset ajatukset liittyivät henkilökohtaisten tavoitteiden ja yrittäjyyden tavoitteiden joustavampaan yhdistämiseen, samoin työn ja perheen yhdistämiseen. Odotuksena oli myös parempi tyytyväisyys työhön.

Todennäköisyys toimia yrittäjänä kasvaa avo- tai avioliiton myötä, etenkin jos puoliso on yrittäjä. Mielenkiintoinen löytö on myös se, että alle 3-vuotiaiden lasten äitejä on suhteessa paljon yrittäjinä. Tulos antaa viitteitä siitä, että näin pyritään yhdistämään perhe ja työ – itsensä työllistäminen tuo vapautta. (Tervo & Haapanen 2007.)

Korkeasti koulutettu puoliso lisää naisen yrittäjälähtöisyyttä, samoin kuin isän koulutustaso. Äidin yrittäjätausta lisää tyttärien todennäköisyyttä alkaa yrittäjäksi.

Tervo ja Haapanen (2007) päättelivät tulosten perusteella, että naisten ja miesten välinen yrittäjyysasteiden ero johtuu ennen kaikkea erilaisesta käyttäytymisestä, ei niinkään erilaisista ominaisuuksista, vaikka naisten osalla henkilökohtaiset ominaisuudet korostuvat enemmän kuin miehillä.

Sosiaali- ja terveysalalla tapahtuneista ja tapahtuvista muutoksista odotettiin naisyrittäjyyden kannustajaa. Naiset toimivat usein palvelualalla sekä sosiaali- ja terveysalalla. Tilastokeskuksen työssäkäyntitilasto (2016) ei kuitenkaan osoita näin käyneen. Naisia on ollut 2000-luvun alussa yrittäjistä noin 35,1 % ja vuonna 2015 osuus oli laskenut 33,4 %:iin. Suuret hoiva-alan yritykset ovat vallanneet markkinoita itselleen ja pienten yritysten on ollut hankala pärjätä tarjous- ja hintakilpailuissa.

Yrittäjäksi ryhtyvän on olennaista tiedostaa sekä yrittäjyyden ilot että surut. Samalla yrittäjyyttä tulisi lähestyä realistisin odotuksin, ilman pilvilinnoja. Kuinka menestystä sitten halutaankin mitata, täytyy hyväksyä, että sen saavuttaminen vaatii sitoutumista. (McGowan et al. 2012.) Tuomalla kokeneita naisyrittäjiä ja yrittäjyyttä harkitsevia opiskelijoita keskustelemaan yrittäjyyteen ja yrittäjän arkeen liittyvistä niin positiivisista kuin negatiivisistakin asioista saadaan välitettyä kokemusperäistä tietoa opiskelijoille. Hyvien puolien esiin tuominen rohkaisee yrittäjyyttä aikovaa etenemään suunnitelmissaan, mutta realismi yrittäjän arjesta ja kokemuksista auttaa tiedostamaan, että työssä on myös vaikeita ja haastavia puolia. Kun ne eivät tule yllätyksenä, on edellytykset yrittäjyydelle hyvät. Hyvin tärkeässä asemassa on myös yrittäjän toimiminen roolimallina.

Suomalaisessa yhteiskunnassa naisten työssä käyminen on vallitseva tila. Viralliset kannanotot ovat sen suuntaisia kuin MoniNainen ja uudistuva naisyrittäjyys-raportti (2010, 25) kertoo. Sen mukaan naisten yrittäjyys nähdään yhteiskunnallisesti tärkeänä kansallisen kilpailukyyn ja hyvinvoinnin kannalta. Naisyrittäjyyden kautta voidaan vaikuttaa työllisyyteen sekä parantaa alueellista kilpailukykyä ja sukupuolten välistä tasa-arvoa.

4.4 Käytetyt tutkimusmenetelmät

Aineisto

Tutkimuksen aineisto kerättiin hankkeen alussa kyselyn avulla, jossa opiskelijat saivat itse kirjoittaa omasta polustaan kohti yrittäjyyttä. Kyselynä kerättyssä aineistossa on yhteensä 19 vastaajaa. Kysely toteutettiin sähköisesti Webropol-ohjelmiston avulla. Opiskelijoilta kysyttiin seuraavat avoimet kysymykset:

1) Kerro tarina omasta polustasi kohti yrittäjyyttä (esim. miten ajatuksesi yrittäjyydestä ovat kehittyneet elämäsi aikana, mitä tärkeitä hetkiä nostaisit esille, onko jokin asia sysännyt sinua eteenpäin?)

2) Millaisia tulevaisuuden tavoitteita sinulla on yrittäjyyden suhteen ja mitkä ovat suunnitelmiasi keskeiset toimenpiteet niiden saavuttamiseksi? Yritä kertoa mahdollisimman tarkasti mitä aiot tehdä ja milloin yrittäjyyden suhteen.

Tiedonkeruun tavaksi valittiin nettikysely, johon jokainen sai vastata itselleen sopivana ajankohtana (kevätlukukauden 2016 aikana). Vastaajat saivat itsenäisesti vastata kysymyksiin kenenkään vaikuttamatta tähän tilanteeseen. Toisaalta, pyydettyäessä vastauksia omia yrittäjyysaikomuksia koskeviin kysymyksiin, saatiin opiskelijat pohtimaan omaa henkilöhistoriaansa sekä tulevia tavoitteitaan.

Aineistoa täydennettiin vielä viiden opiskelijan yrittäjätarinalla, jossa he kertoivat vapaasti kuinka he ovat yrittäjyyttä ryhtyneet ajattelemaan, kuinka tarina on edennyt ja millaisia ajatuksia yrittäjyyden suhteen heillä on tällä hetkellä. Yrittäjätarinat kirjoitettiin keväällä 2017. Lopullinen aineisto koostuu siis 19 opiskelijan vastauksista avoimiin kysymyksiin sekä viidestä vapaasti kirjoitetusta yritystarinasta.

Opiskelijat voitiin luokitella kolmeen ryhmään sen mukaan, kuinka pitkällä yrittäjyysprosessi oli. Ensimmäisessä ryhmässä olivat opiskelijat, joilla oli jo aiempaa kokemusta yrittäjyydestä (5 hlö), toisessa ryhmässä opiskelijat, joilla oli jo valmiita suunnitelmia yrityksen perustamiseksi (8 hlö) ja kolmannessa opiskelijoita, joilla yritysidea oli vasta hahmottumassa (6 hlö). Näitä on jo kuvattu luvussa 3.

Analysoinnissa on käytetty ns. sumeat mentaalimallit -menetelmää (Fuzzy Cognitive Mapping), jonka avulla voidaan tarkastella muuttujien tai käsitteiden muodostaman verkoston keskinäisiä vuorovaikutuksia. Vastaukset vietiin Mental Modeler -ohjelman sumeaan kognitiiviseen karttaan. Ohjelma laskee syötettyjen kausaalisuhteiden ja ilmoitettujen arvojen avulla noodien (kuvan tekstilaatikot) välisiä suhteita. Tiedot ovat katsottavissa matriisimuotoisina ja niistä voi laatia skenaarioita testaamalla kuinka noodien välisten suhteiden muutokset vaikuttavat muihin noodeihin.

Sumeat kognitiiviset kartat

Kognitiivisten karttojen kehittäjäksi katsotaan K. J. W. Craik (1943), joka esitteli niiden käyttämistä tutkimusmenetelmänä kirjassaan (Craik, Gray et al. 2014 mukaan). Hänen tavoitteenaan oli löytää keino, jolla saadaan näkyväksi se, kuinka ihminen käsittää mielessään tutkittavia asioita. Myöhemmin tietotekniikan ja algoritmisten laskelmien tullessa mukaan alkoivat syntyä sumeat kognitiiviset kartat (Fuzzy

Cognitive Mapping, FCM). Menetelmää on alun perin kehittänyt Robert Axelrod (1976) ja edelleen Bart Kosko (mm. Kosko 1986). Heidän mallinsa pohjautuivat vahvasti tietokoneiden matriiseihin ja näyttivät vielä hyvin matemaattisina.

Usein (sumeat) kognitiiviset kartat pyrkivät kuvaamaan kohdetta funktionaalisesti, ei niinkään absoluuttisen tarkasti. Kartta muodostaa yksinkertaistetun kuvan todellisuudesta, jonka avulla ihmiset voivat jäsentää maailmaa (Jones, Ross, Lynam, Perez & Leitch 2011). Menetelmä pohjaa usein tutkijan tekemiin luokitteluihin aineistosta sekä luokkien välisiin syy-seuraussuhteisiin (Kandasamy & Smarandache 2003). Menetelmää on kehitetty eteenpäin, sillä matemaattisesti laaditut hyvätkään mallit eivät aina toimi reaali maailmassa; tai toisin päin, reaali maailmassa toimivat mallit eivät matemaattisten mallien mukaan ole toimintakelpoisia. Laskennalliset mallit voivat olla liian yksinkertaistettuja. Lisäksi tilastollisten menetelmien taustaoletuksena on usein muuttujia koskevat ehdot, ja jos ne eivät täyty, ei välttämättä vaihtoehtoisia menetelmiä ole tarjolla. Näitä heikkouksia on pyritty vähentämään kehittämällä oppivia ja älykkäitä järjestelmiä. (Niskanen 2010.)

Sumean kognitiivisen kartan (FCM) avulla voidaan tarkastella muuttujien tai käsitteiden muodostaman verkoston keskinäisiä vuorovaikutuksia. Menetelmässä kysytään "entä jos" kysymyksiä ja tarkastellaan kuinka yhden (tai useamman) muuttujan muutos vaikuttaa muihin. (Niskanen 2010). Nimitys sumea tulee siitä, että arvojen muutoksilla ei ole tarkkaa kohtaa. Esimerkiksi opintojen vaikutus lisää todennäköisyyttä yrityksen perustamiseen. Kuitenkin on mahdotonta antaa tarkkoja lukuja siitä kuinka paljon tai missä kohtaa.

Tutkimuksen taustalla olevan hankkeen aikana on tavoitteena saada lisää tietoa siitä, millä toimilla naisopiskelijoiden yrittäjyyttä voidaan tukea. Mental Modeler ja sen tarjoamat mahdollisuudet eri skenaarioiden laatimiseen tarjoavat tähän hyvän mahdollisuuden. Kun tiedot on syötetty malliin, sen avulla voidaan lisätä tai heikentää eri muuttujien välisiä yhteyksiä ja katsoa kuinka tuo muutos vaikuttaa muihin mallissa esiintyviin tekijöihin.

Tieto, mitä syötetään sumean kognitiivisen kartan malliin, on tutkijan ryhmittelyiden avulla aikaansaama tulkinta tutkittavan ryhmän tilanteesta (vrt. Gray, Zarne & Gray 2014). Kuten Carley ja Palmquist (1992) toteavat, kognitiivinen kartta on laadittavissa myös kirjallisista dokumenteista ja haastatteluista kerätyistä käsitteistä ja suhteista. Lopullisia johtopäätöksiä tehtäessä tätä tulkintaa peilataan lisäksi aiempaan tutkimustietoon sekä tutkimusryhmän kokemuspohjaiseen tietoon ja esiyymmärrykseen tutkittavasta ilmiöstä.

FCM mallinnuksen vahvuuksia ovat Kandasamyn ja Smarandachen (2003) mukaan senhetkisen tilanteen sekä tilanteen kehittymisen kuvaaminen interaktiivisessa raamissa, kuvioita pystyy laatimaan nopeasti ja niiden avulla voi esittää tuloksia. Kausaalisista rakenteista voidaan nähdä samankaltaisuuksia tai poikkeavuuksia paikallisissa ja laajemmissakin yhteyksissä. Özesmi ja Özesmi (2004) lisäävät, että menetelmällä voidaan tutkia sellaistenkin muuttujien suhteita, joita ei voida määritellä tarkoilla arvoilla. Siinä voidaan hyödyntää asiantuntija- tai paikallista tietoa, vaikka tieteellistä tietoa ei olisikaan. Menetelmä on nopea ja siinä voidaan yhdistää eri lähteitä. Tuloksena voidaan saada nopeastikin skenaarioita eri menettelyvaihtoehdoista.

Heikkouksina vastaavasti ovat se, että malli esittää sekä tutkijan tiedon että tietämättömyyden, viisauden tai ennakkoluulot. Malli voi jo sisältää tutkijan tulokinnan esitettävästä asiasta. Malli antaa vastauksia "entä jos" tilanteisiin, mutta ei kerro "miksi". Suhteet eivät ole tilastollisesti tarkkoja, eikä aikaulottuvuutta saada malliin mukaan. (Kandasamyn & Smarandachen 2003; Özesmi & Özesmi 2004.) Niskanen (2006) muistuttaa, että ongelmina sumeiden kognitiivisten karttojen käytössä on noodien valinta ja niiden välisten vuorovaikutussuhteiden perustuminen pelkkään intuitioon tai asiantuntemukseen. Toisena ongelmana on se, että numeerisissa kognitiivisissa kartoissa vaikutussuhteet ovat monotonisia ja kolmantena hän nostaa ongelmaksi sen, että toisissa yhteyksissä ilmiöt ovat lyhytaikaisia ja toisissa pitkäaikaisia, kuitenkin niin, että numeerisissa kartoissa ne ilmenevät samalla tavalla.

Mental Modeler -ohjelmassa on kolme pääkohtaa. Aluksi laaditaan kognitiivinen kartta, johon määritellään tekijöiden väliset suhteet, suhteiden suunnat ja niiden voimakkuus. Suhteille pystytään antamaan arvoja välillä $[-1, 1]$. Tietoja voi tarkastella myös matriisinäkymässä, jossa suhteiden arvoja on mahdollista tarpeen vaatiessa korjata. Kolmannessa näkymässä on mahdollista laatia skenaarioita muuttamalla mallissa olevia arvoja (muuttamatta kuitenkaan alkuperäistä mallia). (Gray, Gray, Cox & Henly-Shepard 2013.) Menetelmää on käytetty ainakin ympäristötutkimuksissa (Gray et al. 2013), yhteisöllisen suunnittelun tutkimuksessa (Henley-Shepard et al. 2015) ja eri intressiryhmien uskomusten tarkastelussa (Halbrendt et al. 2014.)

Tässä tutkimuksessa on käytetty skenaariotyökaluna hyperbolista tangenttia, joka saa arvot tarkasteluväliltä $[-1, 1]$. Sumean kognitiivisen kartan noodien välisiä arvoja kasvattamalla tai pienentämällä saadaan skenaariotyökalusta tietoa sen vaikutuksista muihin noodeihin. Toisin sanoen, tämän avulla voidaan testata mikä tekijä vaikuttaa mihinkin.

4.5 Tulokset

Yrittäjyysaikomuksiin vaikuttavat tekijät

Omaan yrittäjyyteen tai yrittäjyysaikomuksiin vaikuttaneet tekijät voidaan jaotella opintojen vaikutukseen, kokemukseen pystyvyydestä, roolimalleihin ja elämänmuutokseen. Tieto ja kokemukset yrittäjyydestä auttavat ymmärtämään mm. mitä itsellä on annettavaa asiakkaille ja madaltavat näin kynnystä yritystoiminnan aloittamiseen. Työkokemus lisää uskoa omaan pystyvyyteen. Roolimalleja voi löytyä lähiympäristöstä tai vaikkapa opintojen aikana. Elämänmuutos voi tuoda äkillisiä muutoksia suunnitelmiin ja pakottaa miettimään lähtökohtia ja tavoitteita uudelleen. (Joensuu-Salo, Sorama & Kettunen 2016).

Opiskelijoiden kirjoittamissa yrittäjätarinoissa (5 kpl) löytyy 14 mainintaa yrittäjyyteen vetävistä tekijöistä ja 9 mainintaa yrittäjyyteen työntävistä tai intoa vähentävistä tekijöistä. Nämä löytyvät ryhmiteltynä taulukosta 4. Vetotekijät määritellään yrittäjyyteen houkuttelevina positiivisina asioina, kun taas työntötekijät ovat asioita, joihin yksilö ei ole tyytyväinen nykyisessä elämäntilanteessaan tai työurallaan. Viitalan ja Jylhän (2013) mukaan Suomessa yrittäjyyspäätöksen taustalla on useammin positiiviset motiivit ja intentiot kuin yrittäjäksi ryhtyminen pakon edessä.

vetotekijät	työntötekijät /intoa vähentävät
mahdollisuus päättää omista - aikatauluista - asioista - työn tahdistusta ja tavoitteista	heikentynyt työkyky
jatkajaksi perheyriytykseen	vastuu kaikesta koko ajan ja paljon työtä
palkitsevaa - oman työn tulokset näkyvät - oppimisprosessi	elämänmuutos (irtisanominen, läheisen kuolema)
uusien toimintojen päänavaajana toimiminen	muitakin kiinnostavia uravaihtoehtoja
mahdollisuus työskennellä itseä kiinnostavien asioiden parissa	irtisanominen palkkatyöstä
saa toteuttaa itseään, käyttää mielikuvitusta ja luovuutta	luovuutta ja mielikuvitusta pitää käyttää, sillä ei valmiita vastauksia
hyvä idea, joka jalostui	ikä ja ala; palkkatöitä vähän tarjolla

Taulukko 4. Opiskelijoiden mainitsemia yrittäjyyteen vetäviä ja työntäviä tekijöitä.

Realisoituakseen yrittäjyysaikomus vaatii idean kehittymisen toteutuskelpoiseksi. Opiskelijoiden yrittäjäideoiden kehittyminen ei ole tapahtunut suoraviivaisesti, vaan siinä on ollut useita vaiheita. Alkuperäinen suunnitelma on lähtenyt oivalluksesta tai omasta kiinnostuksesta. Vastanneiden opiskelijoiden tavoite yrittäjyyden suhteen oli ennemminkin mahdollistaa asuminen haluamallaan paikkakunnalla kuin työllistää itsensä yrittäjänä. Jos esimerkiksi asiakaskunta todettiin riittämättömäksi suunnitellulla paikkakunnalla, idea hylättiin sen sijaan, että sitä olisi lähdetty toteuttamaan paremmalle markkina-alueelle.

Yritysideaa puntaroidaan esimerkiksi opintojen yhteydessä tehtävien selvitysten avulla. Idea voi osoittautua olevan liian kilpaillulla alalla. Ideaa punnitaan työmäärän ja oletettujen tuottojen ja paikkakunnan markkinan koon suhteen. Se voi välillä jäädä unohduksiin ja nousta taas elämäntilanteen muuttuessa esiin. Ideoita myös hylätään, vaihdetaan ja kehitellään edelleen.

Vastaajamäärän puitteissa (5) on mahdollista todeta, että yritysideat muuttuvat ja jalostuvat opintojen aikana. Erialaisten suunnitelmien ja kriittistenkin tarkastelujen tekeminen opintojen aikana auttaa ideaa jalostumaan edelleen ja hyödyttää näin opiskelijaa.

Tavoitteet yrittäjyyden suhteen ja yrittäjyyden tukemiseen vaikuttavat tekijät

Tavoitteita yrittäjyyden suhteen tarkasteltiin 19 vastaajan aineistosta. Opiskelijat on jaoteltu suunnitelmallisuuden asteensa suhteen kolmeen ryhmään: suunnitelmat konkreettisella tasolla, yleisellä tasolla ja ei suunnitelmia. Opiskelijoista neljällä (4) on jo olemassa yritystoimintaa. Lisäksi kahdeksalla (8) on suunnitelmissa yrityksen perustaminen tulevaisuudessa. Tilanteet vaihtelevat yrityksessä jo työskentelemisen, perustamisvaiheessa olemisen ja toimintakonseptin testaamisen välillä. Toimenpiteinä yritysidean eteenpäin viemiseksi ovat opintojen aikana osin harjoitustyönä tehtävät selvitykset, liiketoimintasuunnitelmat, itsensä kehittäminen ja yrittäjänä tarvittavien taitojen kehittäminen, yrityskulttuuriin perehtyminen sekä sopivan paikan etsiminen yritykselle. Seitsemällä (7) opiskelijalla ei ollut tutkimushetkellä yritysideaa. Heistä kaksi ilmaisi suunnitelmakseen opiskeluajan hyödyntämisen ajatusten selkiyttämiseen. Osa vastaajista ei ilmaissut suunnitelmiaan.

Opiskelijoiden tavoitteita, suunnitelmia ja motiiveja tarkasteltiin FCM metodin ja Mental modeler työkalun avulla kahdella tavalla. Ensimmäisessä tarkastelussa malliin syötettiin tutkijoiden ryhmittelemä aineisto. Tarkastelun tavoitteena oli selvittää, kuinka yrittäjyysuunnitelmansa kanssa eri ryhmiin kuuluvat opiskelijat saisivat parhaiten hyötyä yrittäjyyden opinnoista. Toisessa tarkastelussa malliin

yrittäjyyden pariin hakeutumisella tällä ryhmällä oli roolimalleilla ja kolmanneksi elämänmuutoksella.

Skenaariotyökalun avulla tarkasteltuna ei suunnitelmia -ryhmää hyödyttävät eniten se, että he saavat opintojen kautta tietoa ja tukea oman yritysidentiteetin hahmottamiseen. Seuraavaksi eniten hyötyä saa roolimalleista. Nämä voivat olla omia sukulaisia tai opintojen aikana omaa toimintaansa esittelemään tulleita yrittäjiä. Kun kuva omasta yrittäjyydestä hahmottuu paremmin, kasvaa myös todennäköisyys yrittäjyydelle.

Toisessa ryhmässä opiskelijoiden suunnitelmat olivat yleisellä tasolla. Tässä ryhmässä tavoitteet yrittäjyyden suhteen liittyvät itsensä kehittämiseen, rahoituksen hakemiseen, tuotteiden tekemiseen ja toiminnan aloittamiseen. Heihin olivat vaikuttaneet eniten opinnot, roolimallit ja pystyvyyden kehittyminen. Suurin vaikutus näistä oli opinnoilla ja roolimalleilla.

Skenaariotyökalulla tehty tarkastelu kertoo, että ”suunnitelmat yleisellä tasolla” -ryhmässä selvästi suurimmat positiiviset vaikutukset yrittäjyyden edistämiseen saadaan opinnoilla ja roolimalleilla. Opintojen avulla omaan yrittäjyyteen liittyviä suunnitelmia saadaan vietyä eteenpäin. Roolimallien merkitys korostui tässä ryhmässä eniten. Käytännössä se tarkoittanee sitä, että kun oma suunnitelma alkaa hahmottua, roolimalleista saadaan eniten irti. Toimivien yrittäjien esimerkkejä voi tällöin peilata omiin suunnitelmiin.

Pystyvyyttä voidaan kehittää siten, että naisille tarjotaan mahdollisuuksia saada onnistumisen kokemuksia yrittäjyydestä: yhteistyö yritysten kanssa, harjoitustyöt yritysten kehittämiseen liittyen, erilaiset pelit ja konkreettiset yrittäjyyteen liittyvät tehtävät nostavat kokemusta yrittäjänä menestymisestä.

Yrittäjyyden suunnittelussa jo konkreettiselle tasolle päässeet opiskelijat tavoittelivat rahoituksen saamista, halusivat kehittää yritystä esim. asiakaspalvelun kautta, saattaa opinnot loppuun, perehtyä lainsäädäntöön ja yritystoimintaan sekä hioa liikeidea. Heidän suunnitelmiinsa vaikuttivat eniten opinnot ja sen jälkeen yhtä suurella painoarvolla kokemus pystyvyydestä ja elämänmuutos. Yllättävää kyllä, tällä ryhmällä roolimalleilla ei ollut enää merkitystä.

Kun vaikutussuhteita testattiin skenaariomallin avulla, eniten vaikutusta ”suunnitelmat konkreettisella tasolla” -ryhmään oli edelleen opinnoilla. Opintojen saattaminen loppuun oli toiseksi merkittävin tekijä. Tämä selittyy sillä, että kun suunnitelmat ovat valmiita, halutaan ensin vielä valmistua ja vasta sitten aloittaa yritystoiminta. Tässä ryhmässä skenaarioita tarkasteltaessa oli eniten selvästi

positiivisesti vaikuttavia tekijöitä. Edellä mainittujen lisäksi myös suunnitelmien tekeminen, liikeidean hiominen, yritystoimintaan perehtyminen ja kokemus yrittäjyydestä vaikuttivat edelleen positiivisesti.

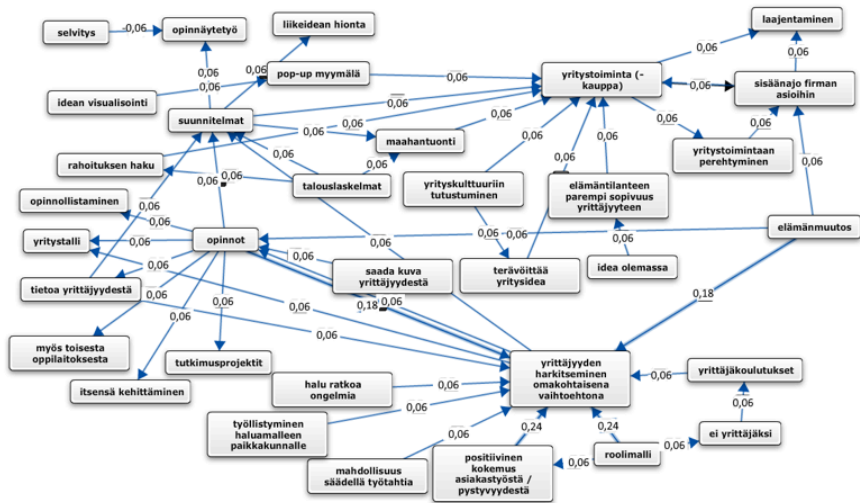
Yrittäjyyden suunnittelussaan jo pitkällä olevat opiskelijat pitäisi ottaa erityisen hyvin huomioon opinnoissa. Opintojen kautta omaa yrittäjyyttä pystyy viemään eteenpäin, saamaan asiantuntija-apua oman liikeidean suhteen ja ammattikorkeakoulu voi auttaa löytämään oikeita verkostoja myös rahoitukseen liittyen. Roolimalleja kannattaa käyttää eniten opiskelijoiden kohdalla, joilla yrittäjyys-suunnitelmat ovat yleisellä tasolla.

Elämänmuutos on tekijä, joka nousi esiin ryhmissä "ei suunnitelmia" ja "suunnitelmat konkreettisella tasolla". Tätä ei kuitenkaan voida pitää mitenkään suositeltavana keinona yrittäjyyden lisäämiseksi, sillä käytännössä elämänmuutos on ollut esim. sairastumisen takia muuttuvat työelämän suunnitelmat, läheisen kuolema tai muutto vieraaseen ympäristöön. Nämä voidaan nähdä yrittäjyyteen työntävinä tekijöinä, yrittäjyyskasvatuksen avulla kuitenkin halutaan keskittyä vetovoimatekijöihin.

noodi	ei suunnitelmia	suunnitelmat yleisellä tasolla	suunnitelmat konkreettisella tasolla
hahmottaa kuva omasta yrittäjyydestä	+0,08		
opintojen vaikutus	+0,16	+0,16	+0,16
roolimalli	+0,10	+0,16	
kokemus yrittäjyydestä			+0,12
suunnitelmat			+0,12
yriystoimintaan perehtyminen			+0,12
opintojen saattaminen loppuun			+0,14
liikeidean hionta			+0,08

Taulukko 5. Skenaariotyökalun avulla (hyperbolinen tangenti) lasketut vaikutukset, kun tekijän painoarvoa nostetaan 0 → 1.

Toisessa tarkastelussa ohjelmaan syötettiin opiskelijoiden mainitsemat motiivit, tavoitteet ja tärkeät sysäykset matkalla kohti yrittäjyyttä (kuvio 12). Kuvio esittää mainittujen asioiden suhteita ilman luokitteluja. Suhteet muodostettiin sen mukaan, kuinka ne kirjallisissa lähteissä opiskelijoiden kertomina nousivat esiin. Siinä erottuu neljä solmukohtaa: yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona, opinnot, suunnitelmat ja liiketoiminta / yrityskauppa.



Kuvio 12. Opiskelijoiden mainitsemat motiivit, tavoitteet ja tärkeät sysäykset kohti yrittäjyyttä.

Hyperbolisen tangentin avulla luodusta skenaariosta nähdään, että suurin vaikutus saadaan kohtaan yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona. Voimakkain vaikutus saatiin kohottamalla roolimallien, positiivisten asiakaskokemusten ja opintojen vaikutusta. Yrittäjyydestä saatavalla tiedolla arvo nousi vielä hieman, mutta merkitys oli selvästi pienempi kuin kolmella aiemmalla tekijällä.

Samalla skenaariomenetelmällä voimakkain yhteys noodiin ”yritystoiminta (-kauppa)” löydettiin elämäntilanteen paremmasta sopivuudesta yrittäjyyteen, rahoituksen hausta ja suunnitelmista. Heikompia yhteyksiä löytyi myös pop up -kaupasta, yritysideoin terävöittämisestä ja yrityskulttuuriin tutustumisesta. Tulos korostaa entisestään sitä, että mikäli opintojen aikana halutaan parhaalla mahdollisella tavalla tukea yrittäjäksi aikovia, tulee toimenpiteet määritellä sen mukaan millaisessa yrittäjyyden suunnittelemisen vaiheessa opiskelija on.

Noodiin ”suunnitelmat” vahvin vaikutus on opinnoilla. Lisäksi siihen vaikuttavat positiivisimmin talouslaskelmien tekeminen, tiedon saaminen yrittäjyydestä sekä yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona.

Noodiin ”opinnot” puolestaan voimakkainta arvojen nousua edesauttoivat skenaariossa elämänmuutokset, kuvan saaminen yrittäjyydestä ja yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona. Mielenkiintoista kyllä, roolimallilla oli erittäin pieni vaikutus.

4.6 Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena oli selvittää, mitkä asiat ovat vaikuttaneet naisopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin. Tutkimusta varten suoritetussa tiedonkeruussa opiskelijat mainitsivat useita samoja yrittäjyyden vetovoimatekijöitä (mahdollisuus päättää itse aikatauluista, asioista työtahdista, tavoitteista; oman itsensä toteuttaminen) kuin McGowan et al. (2012) (kontrolli päätöksenteosta, parempi joustavuus) ja Kyrö (2004) (pomona itselle ja unelmien toteuttaminen) löysivät tutkimuksissaan. Samoin yhtäläisyyksiä löytyi taloudellisen riskinoton välttelystä.

Toisena tavoitteena oli selvittää, millaisia tavoitteita ammattikorkeakoulun naisopiskelijoilla on omaan yrittäjyyteen liittyen. Tavoitteet vaihtelivat sen mukaan, missä vaiheessa opiskelijan oma yrittäjyysprosessi oli. Niillä opiskelijoilla, joilla ei vielä ollut tarkempia suunnitelmia yrittäjyyden suhteen, tavoitteet liittyivät oman yrittäjyysidentiteetin selkeyttämiseen, idean löytämiseen ja yleiseen tavoitteeseen jossakin vaiheessa perustaa yritys. Tavoitteet tarkentuivat sitä mukaa, mitä pidemmällä oma prosessi oli. Toisessa ryhmässä opiskelijoiden suunnitelmat olivat yleisellä tasolla, mutta heillä tavoitteet liittyivät jo selkeämmin rahoituksen hakemiseen, tuotteiden tekemiseen, toiminnan aloittamiseen ja itsensä kehittämiseen. Konkreettisella tasolla suunnitelmissaan olevilla opiskelijoilla tavoitteet liittyivät rahoituksen saamiseen, asiakaspalvelun kehittämiseen, opintojen loppuun saattamiseen, lainsäädäntöön perehtymiseen ja liikeidean hiomiseen. Tässä voidaan nähdä viitettä aikomusten ja käyttäytymisen väliseen linkkiin, josta myös Fayolle & Liñan (2013) toivoivat lisätutkimuksia. Heidän mukaansa olisi tärkeää ymmärtää yrittäjyysprosessia kokonaisuutena. Lisäksi on ehdotettu, että suunnittelustrategioilla ja sitoutumisella on vaikutusta yrittäjyysprosessissa. Tämän tutkimuksen tulokset osoittavat, että nimenomaan suunnittelun konkreettisuus vie yrittäjyysprosessia eteenpäin aikomuksista käyttäytymiseen.

Yrittäjyysprosessin ymmärtäminen aikomuksista niitä toteuttavaan käyttäytymiseen on tärkeää yrittäjyyskasvatuksen näkökulmasta. Prosessin ymmärtäminen vaiheittain yrittäjyyteen sitoutumisen ja sitoutumisen astetta kuvaavien suunnitelmien konkreettisuuden kautta antaa hyvän lähtökohdan opintojen suunnitteluun. Opintojen aikana pitäisi pyrkiä tukemaan eri yrittäjyysprosessin vaiheissa olevia opiskelijoita sellaisilla toimenpiteillä, jotka auttavat opiskelijaa eteenpäin suunnitelmissaan ja näin sitoutumaan syvemmin omaan yrittäjyyteensä.

Tämän tutkimuksen kolmantena tavoitteena oli selvittää, kuinka yrittäjyyden etenemisen suhteen eri vaiheissa olevia naisopiskelijoita voidaan parhaiten tukea. Saadut tulokset osoittavat, että opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia voidaan tukea opintojen aikana. Pystyvyyden kokemukset, yrittäjyyttä edesauttavien suunnitelmien tekeminen ja liikeidean hiominen ovat konkreettisia toimia, joilla yrittäjyyttä pystytään tukemaan. Naisopiskelijoiden kannalta katsottuna suuri hyöty on siitä, että opiskelijat saavat kokemuksia omasta pystyvyydestään. Yhteistyö yritysten kanssa, harjoitustyöt oikeisiin yrityksiin liittyen, oman liikeidean hiominen sekä tieto eri kanavista mistä apua ja rahoitusta saa, edesauttavat eteenpäin.

Opiskelijoille roolimallit ovat tärkeitä. Pääsääntöisesti roolimallit löytyvät lähiympäristöstä, mutta niitä voidaan myös tuoda opintojaksolle. Käytännössä tämä tarkoittaa yrittäjävieraiden pyytämistä kursseille tai opintojaksolla tehdään yrityksille selvityksiä tai erilaisia kehittämissuunnitelmia, joiden kautta opiskelijat tutustuvat yrityksen liiketoimintaan, mutta usein myös itse yrittäjään. Nämä tapaamiset auttavat rakentamaan kuvaa siitä, mitä itse voisi mahdollisesti yrittäjänä tehdä, millaisia asioita yrittäjältä edellytetään ja pystyisikö itse vastaamaan niihin vaatimuksiin. Etenkin siinä vaiheessa, kun omat suunnitelmat alkavat hahmottua, roolimalleista saadaan paras hyöty.

Koska roolimalleilla on osoitettu olevan merkitystä erityisesti yrittäjyyteen sitoutumisen kahdessa ensimmäisessä vaiheessa, olisi tärkeää etsiä jo toimivista naisyrittäjistä sellaisia, jotka ”rikkovat” naisyrittäjyyteen liittyviä rajoja, kuten toimiala (ei esimerkiksi pelkästään palveluyrityksiä), yrityksen koko ja kasvuyrittäjyys mukaan lukien sarja- ja portfolioyrittäjät sekä verkostoitumiseen panostavat naisyrittäjät. Usein tällaiset yrittäjät ovat myös kiinnostuneita oppilaitosyhteistyöstä.

Tutkimus osoitti, että naisopiskelijoiden yrittäjyyden tukemisessa olisi otettava paremmin huomioon yrittäjyysprosessin vaihe. Suunnitelmien tukeminen yleiseltä tasolta yhä konkreettisemmiksi, vie prosessia eteenpäin. Lisäksi on mielenkiintoista havaita, että erilaiset asiat ovat merkityksellisiä yrittäjyysprosessin eri vaiheissa. Vaikka opinnoilla on suurin merkitys kaikissa vaiheissa, sisällöt vaihtelevat yrittäjyysprosessin vaiheen mukaan. Taulukkoon 6 on koottu yrittäjyyttä tukevia toimintatapoja suhteessa opiskelijoiden suunnitelmien tasoon.

Suunnitelmien taso	Yrittäjyyttä parhaiten tukevat toimenpiteet
Ei suunnitelmia	<ul style="list-style-type: none"> • Opintojen kautta tietoa ja tukea oman yritysidentiteetin hahmottamiseen • Roolimallit
Suunnitelmat yleisellä tasolla	<ul style="list-style-type: none"> • Opintojen kautta tukea yrittäjyysprosessin etenemiseen (suunnitelmat, rahoitus, itsensä kehittäminen) • Roolimallit • Yhteistyö yritysten kanssa, projektityöt yritysten kanssa
Suunnitelmat konkreettisella tasolla	<ul style="list-style-type: none"> • Opintojen kautta tukea yritystoiminnan aloittamiseen (ohjaaminen myös muille asiantuntijoille) • Opintojen loppuun saattaminen • Konkreettiset kokemukset omasta yrittäjyydestä

Taulukko 6. Yrittäjyyttä tukevat asiat yrittäjyysprosessin eri vaiheissa.

Yrittäjyyden tukemista ja yrittäjyyskasvatusta pohdittaessa, on määriteltävä, onko tavoitteena oppia yrittäjyydestä (about entrepreneurship) vai yrittäjyyttä varten (for entrepreneurship) (Jamieson 1984). Tässä tutkimuksessa keskitytään jälkimmäiseen edellä mainituista. Koska hankkeeseen osallistuvat opiskelijat ovat tehneet Yritystallisopimuksen, heillä on jo selkeä tavoite ja aikomus yrittäjyyteen. Näin ollen opetukseen liittyvissä toimenpiteissä korostuu käyttäytymisen vahvistaminen. Opetuksessa painottuu tällöin parhaimmillaan yrityksen käynnistämisen valmistelu ja opetusfilosofia on käytäntö- ja toimintapainotteista (Rauch & Hulsink 2015). Yrittäjyyskasvatuksen tuloksia arvioitaessa jako kahteen kategoriaan tavoitteen mukaan on perusteltavissa, koska se antaa perusteet sille, minkälaisin pedagogisin keinoin tavoitteet saavutetaan.

Yleisesti yrittäjyyskasvatuksen tavoitteet liittyvät kahteen taustateoriaan: inhimillisen pääoman teoriaan (human capital theory) ja suunnitellun käyttäytymisen teoriaan (theory of planned behavior, TPB). Inhimillisen pääoman teoriaan perustuvat lähestymistavat korostavat sellaisia opetuksen tuloksia kuin osaaaminen, taidot ja kyvyt (Fayolle 2006) ja ne perustuvat oletukseen, että tällaisilla oppimistuloksilla tuotetaan yrittäjiä, jotka kykenevät tuloksellisesti aloittamaan ja johtamaan yritystä. Myös yrittäjyyteen sitoutuminen ja sen syvyyttä osoittava suunnitelmallisuuden aste - toisin sanoen se yrittäjyysprosessin kolmesta vaiheesta, jossa opiskelija kulloinkin on - perustuu sekä suunnitellun käyttäytymisen

teoriaan että inhimillisen pääoman teoreettiseen lähestymistapaan. Prosessin alkuvaiheessa TPB on vahvempi ja tässä vaiheessa opiskelijat hakevat yrittäjyysidentiteettiään ja aikomuksiaan. Kahdessa seuraavassa vaiheessa puolestaan korostuu enemmän inhimillisen pääoman teoriaan perustuva lähestymistapa. Pidemmällä suunnitelmissaan olevien opiskelijoiden kuvaamat toimenpiteet oman ideansa eteenpäin viemiseksi olivat mm. harjoitustyönä tehtävät selvitykset, liiketoimintasuunnitelmat, itsensä kehittäminen ja yrittäjänä tarvittavien taitojen kehittäminen. Nämä kaikki liittyvät enemmän osaamiseen ja kykyihin kuin vaikkapa asenteisiin ja tunteisiin. Rauch ja Hulsink (2015) toteavat, että Ajzenin mallin (1991) vahvuus on sen kyvyssä määritellä erityisesti yrittäjyysaikomuksia luotettavasti.

Tällä tutkimuksella on myös rajoituksia. Tutkimuksen kohdejoukkona on yksi ryhmä naisopiskelijoita, jotka ovat jo valmiiksi kiinnostuneita yrittäjyydestä. Koska kyse on vain yhden ammattikorkeakoulun yhdestä ryhmästä, tuloksia ei voida yleistää koskemaan kaikkia yrittäjyydestä kiinnostuneita naisopiskelijoita. Tutkimuksessa ei myöskään verrattu naisopiskelijoiden ajatuksia miesopiskelijoiden ajatuksiin. Näin ollen ei voida myöskään todeta, että tutkimuksessa esiin nousseet tulokset eroaisivat jotenkin miesopiskelijoiden vastaavista tuloksista. Kuitenkin tutkimus antaa lisäymmärrystä naisopiskelijoiden yrittäjyysprosessin ymmärtämiseen ja osaltaan vastaa Liñan & Fayollen (2015) ja Henry, Foss & Ahlin (2015) toiveisiin saada lisää tutkimusta mentaalisisistä malleista laadullisia menetelmiä käyttämällä.

5 YRITTÄJIEN VALMIUKSIEN KEHITTYMINEN TOIMINTAMALLISSA

Yrittäjien osalta haluttiin seurata kuinka heidän tavoitteensa mm. kasvuyrittäjyyden, digitaalisuuden ja johtamisen suhteen kehittyvät kehittyessä toimintamallissa. Lisäksi seurattiin kuinka heidän uskonsa omiin taitoihinsa kehittyvät. Aivan aluksi yrittäjiä pyydettiin kirjoittamaan lyhyt historiikki omasta yrityksestään. Historiikkiin pyydettiin kirjaamaan asioita, jotka ovat olleet merkityksellisiä ja ehkä käänteen tekeviä omalla yrittäjätaipaleella.

Yrittäjien historiikeissa esiin nousevat merkittävät asiat ovat hyvin vaihtelevia. Jos yritys on vanhempi ja suurempi, merkittävät asiat liittyvät vahvasti yritykseen. Sitä vastoin nuoremmissa ja pienemmissä yrityksissä merkittävät asiat liittyvät yrittäjään itseensä enemmän kuin yritykseen. Vientimarkkinoille lähteminen on kolmelle (3) yritykselle merkittävä asia yrityksen historiassa. Merkittävänä asiana yrityksen historiassa moni yrittäjä pitää yrityksen kasvua (5). Kolme (3) yrittäjää painottaa verkostojen ja yhteistyön merkitystä ja kolme toiminnan kehittämistä (3). Muita yksittäisiä mainintoja ovat saaneet laatuun panostaminen, tuotekehitys, markkinoiden muuttuminen ja erikoistuminen.

Yrittäjät, jotka ovat yrityksen historiikissa nostaneet esille yrittäjälle merkittäviä asioita, ovat korostaneet itseensä luottamista, uskoa itseensä ja omaan tekemiseensä. Yritys on voinut alkaa sivutoimena ja laajentunut ajan saatossa. Kolme yrittäjää pitävät noin vuoden vanhaa yritystä liian nuorena historiikin kertomiseen tai merkittävien asioiden löytämiseen yrityksen matkalta. Yksi yrittäjä ei ole halunnut kuvata yrityksen merkittäviä asioita.

5.1 Naisyrittäjien tavoitteet ja lähtötilanne

Lähtötilanteen kartoittamiseksi yrittäjiltä kysyttiin kysymyksiä eri osa-alueilta. Samoja aihealueita kysyttiin seurantakyselyssä, jonka tulokset on esitelty seuraavassa luvussa.

Tulevaisuuden tavoitteet ja toimenpiteet

Suurin osa tulevaisuuden tavoitteisiin ja toimenpiteisiin liittyvistä maininnoista liittyi yrityksen kehittämiseen. Ne liittyivät myynnin / liikevaihdon lisäämiseen (4), asiakaskannan kasvattamiseen (4), toiminta-alueen laajentamiseen (2), brändin kirkastamiseen (2), tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen (2), verkostoiden kehittämiseen (2) ja yritystoiminnan kehittämiseen (2). Kolmella yrittäjällä oli tavoitteita suoraan myös oman osaamistasonsa nostamiseksi.

Keskeisiksi toimenpiteiksi näiden tavoitteiden saavuttamisessa nousivat markkinointi (8), osaamisen kehittäminen (6), myynti ja asiakasyhteydet (5), sisäisen toiminnan kehittäminen (5) ja verkostojen / yhteistyön kehittäminen (4). Lisäksi keinoja ovat verkkokaupan vahvistaminen (2), päivitetyn liiketoimintasuunnitelman / vision / strategian toteuttaminen (2), sosiaalisen median hyödyntäminen (2), kustannustehokkaat toimintatavat (1), oikea henkilöstö (1) ja tuotekehitys (1).

Digitaalisuutta halutaan hyödyntää monin eri tavoin. Suurimman osan maininnoista (yhteensä 9) sai näkyvyyteen liitettävät asiat: nettisivut (2), sosiaalinen media (5), google-näkyvyys (1), tiedon avoin jako (1). Toiseksi eniten saivat mainintoja asiakassuhteeseen, sen sujuvoittamiseen ja hoitamiseen liittyvät asiat (yhteensä 7 mainintaa) (tiedotus, sähköinen ajanvaraus, sovellusten hyödyntäminen, asiakaspalaute). Lisäksi neljä vastaajaa totesi, että digitaalisuutta halutaan käyttää kaikessa mahdollisessa tai sitä hyödynnetään jo hyvin runsaasti.

Yrittäjien valmiudet

Seuraavaksi yrittäjiltä kysyttiin omaa arviotaan siitä millaiset valmiudet heillä on ryhtyä hyödyntämään ja käyttämään eri työvälineitä ja -menetelmiä.

Digitaalisuuden osalta lähes kaikki yrittäjät osasivat arvioida omia valmiuksiaan. Seitsemästätoista vastaajasta kolme (3) yrittäjää kokee omaavansa vähintään hyvät valmiudet. Kahdeksan (8) yrittäjää kokee omaavansa vähintään keskinkertaiset taidot ja ovat halukkaita kehittymään paremmaksi. Neljä (4) yrittäjää kokee omat valmiutensa heikoiksi. Kahden yrittäjän vastauksesta ei voi päätellä heidän valmiuksiaan.

Tulevaisuuden ennakkoinnin suhteen seitsemästätoista yrittäjästä viisi (5) kokee omaavansa vähintään hyvät valmiudet tulevaisuuden ennakointiin. Kuusi (6) yrittäjää arvioi omaavansa vähintään kohtalaiset valmiudet. Neljä (4) yrittäjää arvioi omat valmiutensa heikoiksi ja kokevat, että voisivat olla paremmin asioista perillä. Yksi (1) yrittäjä arvioi tulevaisuuden ennakkoinnin erittäin haasteelliseksi, mutta kokee sen silti realistiseksi. Kahden (2) yrittäjän vastauksista ei voi päätellä millaiset valmiudet heillä on.

Kasvuyritysten johtamisen suhteen seitsemästätoista yrittäjästä kuusi (6) yrittäjää arvioi omia valmiuksiaan vähintään hyviksi. Yrittäjistä neljä (4) arvioi omaavansa kohtalaiset valmiudet kasvuyrityksen johtamiseen, mutta olivat halukkaita kehittämään niitä hyviksi. Neljä (4) yrittäjää arvioi omat valmiutensa heikoiksi tai vähäisiksi ja valmiudet tarvitsevat paljon parantamisen varaa. Kolmen yrittäjän vastauksista ei voi varmuudella sanoa heidän valmiuksia suhteessa kasvuyrityksen johtamiseen.

Pääasiallisesti yrittäjät arvoivat omia työyhteisön johtamistaitojaan ja -valmiuksiin hyviksi. Seitsemästätoista vastaajasta yhdeksän (9) arvioi valmiuksiin hyviksi tai erittäin hyviksi. Kaksi (2) yrittäjää arvioi omat valmiudet suhteellisen hyviksi. Viisi (5) yrittäjää ei koe työyhteisön johtamista laisinkaan ajankohtaiseksi, sillä he ovat yksinyrittäjiä. Lisäksi näistä viidestä kaksi ilmoittaa valmiuksiensa olevan olemattomat. Yhden yrittäjän vastauksesta ei voi päätellä yrittäjän valmiuksia.

Hyvät valmiudet muutoksen johtamiseen ilmoittaa omaavansa kahdeksan (8) yrittäjää seitsemästätoista. Kaksi (2) yrittäjää kokee omaavansa vähintään tyydyttävät taidot. Yksi (1) yrittäjästä toteaa valmiutensa olevan täysin opettelu tasolla. Viiden (5) yrittäjän vastauksesta ei voi suoraan päätellä valmiuksia. Heistä kuitenkin yksi kertoo tehneensä tämän tyyliä asioita aika paljon, toinen kannattaa muutosta ja liikkeellä pysymistä ja kolmas kouluttautuisi mielellään lisää. Yksi (1) yrittäjä on jättänyt vastaamatta.

5.2 Naisyrittäjien valmiuksien kehittyminen

Yrittäjille tehtiin tammi-helmikuun 2017 aikana seurantakysely. Aloituskyselyn ja seurantakyselyn tuloksia vertailemalla oli mahdollista seurata mukana olleiden naisyrittäjien valmiuksien kehittymistä. Kyselyyn vastasi yhteensä 9 yrittäjää. Heistä kaikki oli vastannut myös aloituskyselyyn.

Lähitulevaisuuden tärkeimmät tavoitteet

Seurantakyselyn perusteella yrittäjien lähitulevaisuuden tärkeimmät kolme tavoitetta liittyvät liiketoiminnan kehittämiseen (6 mainintaa), markkinointiin (5), kasvun tavoitteluun (4), uuden tuotteen lanseeraamiseen (3), sosiaalisen median käyttöönottoon (2), nettisivujen päivittämiseen (2), kansainvälistymiseen (1) ja asiakastyytyväisyyden kasvattamiseen (1).

Uusien tavoitteiden syntyminen

Hankkeen aikana kokonaan uusia tavoitteita on syntynyt yhdelle yrittäjälle. Muille kahdeksalle yrittäjälle hanke on tarjonnut vahvistusta jo aiemmin pohdituille tavoitteille, terävöittänyt niitä, auttanut hiomaan alitajunnassa hautuneita ajatuksia omasta yritystoiminnasta, tehostamaan jo olemassa olevia tavoitteita ja kannustanut kehittämään niitä.

Uusien kehitysideoiden saaminen

Vastaajista kuusi (6) on saanut uusia kehitysideoita hankkeen kautta. Hanke on osalle vastaajista toiminut sysäyksen antajana, joka on rohkaissut toteuttamaan muutoksia ja uudistuksia omassa toiminnassa. Kahdelle (2) vastaajalle hanke on antanut lisäsysäyksen mieltä omaan toimintaa ja sen kehittämistä, vaikka se merkitsisikin poistumista omalta mukavuusalueelta.

Omien valmiuksien kehittyminen hankkeen aikana

Yrittäjät ovat kokeneet omien valmiuksiensa kehittyneen hankkeen aikana. Digitaalisuuden suhteen tiedot, ajatukset ja uusien vaihtoehtojen löytyminen olivat keskeisimpiä mainintoja (7 kpl). Muutamat vastaajat ovat olleet samaan aikaan myös muissa koulutuksissa, jolloin ajatuksia on tullut eri suunnilta (2).

Tulevaisuuden ennakkoinnin osalta viisi (5) vastaajaa on saanut tulevaisuuden ennakointiin keinoja, uusia kanavia ja tapoja sekä oivaltanut, ettei kyse ole ainoastaan omasta käytännön työstä vaan siihen liittyy paljon muitakin näkökulmia. Kaksi (2) vastaaja haluaa työstää aihetta pidemmälle. Yksi (1) vastaaja kokee saaneensa selkeyttä siihen, kuinka tavoittaa uutta asiakasryhmää.

Kasvuyrittäjyyden osalta kolme (3) yrittäjää vastaa saaneensa vahvistusta ja rohkaisua kasvuun. Yhdellä yrittäjällä kasvu on tullut mukaan tavoitteisiin hankkeen aikana. Kaksi vastaajaa (2) kokee saaneensa lisää tietoa mahdollisuuksista ja kaksi (2) kokee, että periaatteellisesti kasvu on hyvä juttu, mutta se on myös pelottava. Rahojen riittävyys, järjen mukana pysyminen ja hitaasti mutta varmasti eteneminen kuvastavat näitä tunteja. Yksi (1) vastaaja kokee digitaalisuuden ja ennakkoinnin olevan edellytyksiä mahdollisuudelle kasvaa.

Yritysten tavoitellun liikevaihdon kehittyminen

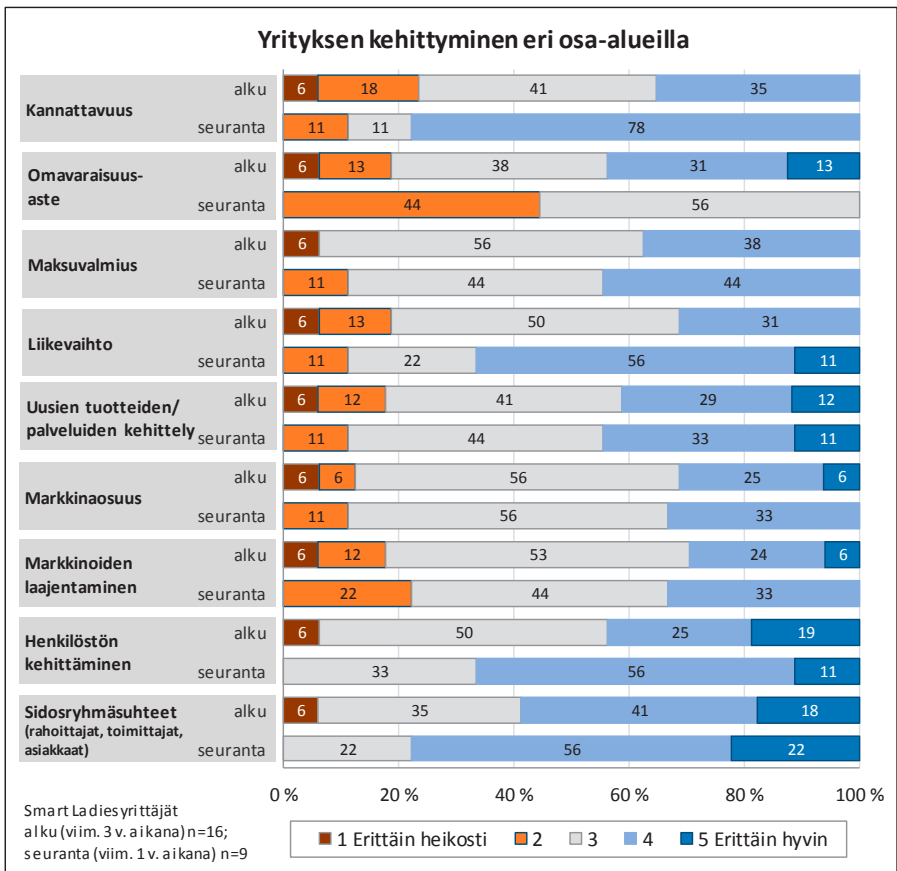
Yrityksiltä kysyttiin tavoiteltua liikevaihtoa sekä alku- että seurantakyselyssä. Vastaajat ovat nostaneet liikevaihdon tavoitettaan hankkeen aikana (Taulukko 7). Toki vastaajien määrä seurantakyselyssä oli lähes puolet pienempi, joten tuloksia voidaan pitää vain suuntaa antavina. Mutta suunta on hankkeen tavoitteiden kannalta katsottuna positiivinen.

Yrittäjät	Yrityksen liikevaihto		
	Alkukartoitus- hetkellä	Alkukartoituksesta 3 v. kuluttua (tavoite)	Seurantakyselystä 3 v. kuluttua (tavoite)
	1000 euroa	1000 euroa	1000 euroa
Keskiarvo	895	1024	903
Minimi	0	35	35
Mediaani	200	240	390
Maksimi	4100	6000	4500
n	15	14	8

Taulukko 7. Alku- ja seurantakyselyn vastausten vertailu liikevaihdon osalta.

Yrityksen kehittyminen eri osa-alueilla

Yrityksen kehittymistä kysyttiin yhdeksällä eri osa-alueella (Kuvio 13). Alkukartoituksessa kysyttiin yritystoiminnan kehittymistä kyseisillä osa-alueilla viimeisen kolmen vuoden aikana ja seurantakyselyssä viimeisen vuoden (hankkeen toimitakauden) aikana. Omavaraisuusaste on ainut osa-alue, jossa kehitys kokonaisuudessaan on ollut heikkenemään päin. Positiivista kehitystä on tapahtunut eniten kannattavuuden, liikevaihdon ja sidosryhmäsuhteiden osalta. Kannattavuuden ja liikevaihdon positiivinen kehitys heijastellee yleisen talouskehityksen positiiviseksi kääntynyttä suuntausta.



Kuvio 13. Alku- ja seurantakyselyn vastausten vertailu.

Kokemukset työpajojen annista

Työpajojen antia on kuvattu sanoilla hyvä, antoisa, mielenkiintoinen, innostava, miellyttävä, kiinnostava, tarpeellinen. Joskus keskustelu liukuu pois annetusta aiheesta pysyen kuitenkin yrittäjyden ytimessä. Koulutustyyppiset tilaisuudet on koettu inspiroivina. Työpajat ovat herätelleet ajattelemaan asioita hieman laajemmin ja kehittämään omaa toimintaa ja niiden äärellä on pysähdytty miettimään asioita, joita ei työpäivän aikana pohdi. Vaikka mukana olevat yrittäjät ovat jo asiasta kiinnostuessaan ilmaisseet halunsa kehittää yritystä, on hankkeen tuellakin ollut merkitystä. Hyvin positiivista hankkeen tavoitteiden kannalta on se, että vastaajat kokevat saaneensa rohkeutta aloittaa uudistuksia omassa yrityksessä ja se on luonut uskoa siihen, että voi onnistua.

”Työpajoissa tulee mietittyä asioita oman yritystoiminnan kannalta ja se mielestäni on vaikuttanut tulevaisuuden suunnitteluun ja käytännön työhön jo nyt. Työpajoissa on yleensä aina ollut ”joku juttu” joka on jäänyt itämään ja sitä on sitten jollakin tavalla voinut jo hyödyntää omassa ajattelussa tai työssä.”

Työpajojen aikataulu on koettu kiireiseksi.

5.3 Yrittäjien kokemukset toimintamallista

Hankkeeseen osallistuvilta yrittäjiltä kysyttiin kokemuksia toimintamallista. Kysely toteutettiin loppukevällä ja alkukesällä 2017 haastatteluina, jotka toteutettiin joko puhelimitse tai käymällä yrittäjän luona, sen mukaan mikä kullekin oli parhaiten mahdollista. Yhteensä haastatteluja toteutettiin 14 kappaletta. Yksi yrittäjä on lopettanut hankkeessa, kahden yrittäjän kanssa ei saatu sovittua sopivaa aikaa tai he eivät vastanneet pyyntöön. Yksi yrittäjä oli äitiysvapaalla haastatteluiden toteuttamisen ajankohtana.

Ajatuksia hankkeeseen osallistumisesta

Yksi vastaaja kertoi miettineensä riittääkö aika osallistumiseen. Kuitenkin harvakseltaan olevat tapaamiset, jotka kestävät kerralla kauemmin ratkaisivat sen, että aikaa on mahdollista löytää. Muut mainituista ajatuksista hankkeeseen osallistumisesta olivat positiivisia sävyiltään.

Hankkeeseen osallistujat odottivat useimmin verkostoitumista toisten kanssa (9 mainintaa). Siihen liittyen mainittiin, että pystyy verkostoitumaan, mutta saa myös tutustua erilaisiin ihmisiin, toimijoihin ja uutena yksityisyrittäjänä pystyy tuomaan itseään esille. Toisten naisryttäjien tapaaminen koettiin kiinnostavaksi, etenkin yksinyrittäjien osalta. Tähän liittyen kuusi (6) mainintaa sai se, että hanke on nimenomaan naisille suunnattu ja sen kautta saa kontakteja toisiin naisryttäjiin.

Uuden oppimista odotti seitsemän (7) vastaajaa. Työpajojen kautta saa tietoa, intoa, uusia näkökulmia, ideoita ja oppia yrittämiseen. Digitaalinen teema kiinnosti kuutta (6) vastaajaa. Digitaalisuuden osalta haluttiin selvittää, mitä sähköinen (liike-)toiminta ja digitaalisuus voisivat olla oman yrityksen kohdalla ja ylipäänsä digitaalisuudesta haluttiin lisää tietoa. Lisäksi yksi vastaaja mainitsi, että oma työ tapahtuu pääsääntöisesti digitaalisessa maailmassa. Tässä hankkeessa digitalisaatio on suunnattu eritoten naisille, mikä madalsi kynnystä lähteä mukaan. Myös opiskelijoiden kanssa tehtävää yhteistyötä odotti kuusi (6) vastaajaa. He odottivat saavansa opiskelijoilta nuoren ihmisen näkökulmaa ja näkemystä aiheisiin sekä yhtä lailla mahdollisuutta jakaa omia tietoja ja kokemuksia opiskelijalle.

Yritystoiminnan kehittäminen oli ajatuksena neljällä (4) vastaajalla. Hankkeeseen osallistumiselta odotettiin eväitä kehittämiseen, näkemyksiä uusien markkinakanavien löytämiseen, toiminnan laajentamiseen ja skaalaamiseen.

Muita mainintoja kertyi yhteensä neljä (4): odottavin mielin, innolla, hyvä asia ja ajankohtainen.

Esteet osallistumiselle

Tärkeimmäksi esteeksi hankkeen toimintaan osallistumiselle nousivat työesteet, ne mainittiin yhteensä yksitoista (11) kertaa. Henkilökohtaiset syyt saivat viisi (5) mainintaa. Näitä olivat erilaiset perhesyyt ja sairaudet. Kaikkia aiheita ei myöskään koettu ajankohtaisiksi, näin kertoi viisi (5) vastaajaa. Tämä maininta nousi useimmin esiin omistajanvaihdoksista pidetyn työpajan yhteydessä (3 mainintaa). Lisäksi yksi ilmoitti, että tuntee omistajanvaihdokset niin hyvin, ettei katsonut aiheelliseksi tulla paikalle. Samassa haastattelussa nousi esiin myös se, että omistajanvaihdos käsitettiin hyvin usein nimenomaan sukupolvenvaihdokseksi. Yrityksen tai sen osan ostaminen ja myyminen eivät läheskään kaikilla tulleet mieleen.

Neljä (4) vastaajaa kertoi aikataulujen muodostuneen esteeksi tapaamisiin saapumisille. Osalla hankkeeseen osallistumista on mm. omia opintoja, joiden pakollisuus meni hanketoiminnan edelle. Yksi (1) vastaaja kertoi lisäksi unohtaneensa kerran tapaamisen.

Opiskelijayhteistyö

Opiskelijoiden ja yrittäjien välinen yhteistyö oli yksi hankkeen tavoitteista. Seurantakyselyn mukaan yrittäjistä yhdeksällä (9) on ollut vähintään yksi tapaaminen opiskelijan kanssa työpajojen lisäksi. Viidellä (5) yrittäjällä ei ole ollut opiskelijayhteistyötä työpajojen ulkopuolella.

Kahdella (2) yrittäjä-opiskelijaparilla yhteistyö on ollut aktiivista. He ovat tavanneet annettujen yhteisten tehtävien tekemisen ja työpajojen lisäksi vielä omaehtoisesti. Tämä oli hankkeen alkuperäinen ajatuskin. Näillä on se yhteinen piirre, että opiskelijat ovat olleet itse aktiivisessa roolissa. He ovat ottaneet sähköpostitse yhteyttä omaan yrittäjäänsä ja vierailleet esimerkiksi yrityksen messuosastolla.

Kuusi (6) vastaajaa kertoo, että opiskelijoiden kanssa on tehty alkuhaastattelu ja tehtäviä aluksi yhdessä, mutta sittemmin yhteistyö on loppunut. Kolmella (3) yrittäjällä ei ole ollut opiskelijaparia tai opiskelija ei ole aktivoitunut toimimaan hankkeessa.

Tehdystä yhteistyöstä oli saatu innostavaa keskustelua (2), pohdintaa ja ajatustenvaihtoa. Yksi yrittäjä on saanut opiskelijaltaan tukea verkkotyöskentelyn aloittamiseen ja vastaavasti antanut tukea opiskelijan yrittäjyyteen. Yksi yrittäjä kertoi saaneensa nuoremman sukupolven näkemyksiä omaan toimintaansa sekä tietoa siitä, kuinka nuorempi kokee asioita. Nuorten tapa nähdä ja kokea on arvokas tieto eri sukupolvea edustavalle yrittäjälle.

Yrittäjän ja opiskelijan välisen kumppanuussuhteen näki molemminpuolisesti hyödylliseksi neljä (4) vastaajaa. Silloin sekä opiskelija että yrittäjä voi saada paljon. Neljä (4) mainintaa tuli siitä, että olisi kiinnostavaa saada tietoa nuorten ajatuksesta. Kaksi (2) vastaajaa koki, että mentorointisuhteen onnistumiseksi tarvitaan aluksi fasilitaattorin tai hanketyöntekijän ”saattoapua”. Kaksi (2) yrittäjää pohti, että mikäli opiskelijalla ei vielä ole omaa yritystä tai vahvaa suunnitelmaa siitä, onnistuuko mentorointisuhteen tiedoista napata kiinni?

Yhteensä vastaajat arvelivat kahdeksan syytä sille, miksi ei ole yhteistyötä. Kolme (3) yrittäjää ilmoitti, että opiskelija ei ole ollut aktiivinen, eikä yrittäjä ole ryhtynyt tyrkyttämään mahdollisuutta yhteistyöhön. Kahdessa (2) tapauksessa opiskelija ei ole enää ollut aktiivinen hankkeessa, seuraavissa kahdessa (2) tapauksessa yrittäjän omat työkiireet ovat tarkoittaneet sitä, että hän ei ole pystynyt olemaan aloitteellinen opiskelijayhteistyön suhteen. Yksi (1) yrittäjä arveli, että yhteinen ala olisi ehkä auttanut.

Työpajojen aiheiden hyödyllisyys

Yhteensä yksitoista (11) vastaajaa on kokenut työpajojen aiheet hyväksi, mielenkiintoisiksi ja hyödyllisiksi. Vastaajista kolme (3) toteaa, että aina on jäänyt jotakin mieleen tai asioita on tullut ajatteluun ja työntekoon. Yksittäisinä vastauksina esiin tuli, että aiheet haastavat ja inspiroivat miettimään omaa toimintaa ja sen kehittämistä; aiheet ovat ajankohtaisia; yrittäjien puheenvuorot ovat hyviä; tapaamiset haastavat ja inspiroivat miettimään omaa toimintaa ja sen kehittämistä; vaikka aihe ei olisi juuri suoraan sinällään itselle ajankohtainen, siitä saa kuitenkin ajatuksia ja ideoita. Esimerkiksi omistajanvaihdostyöpajoista saatiin palautetta, että siellä esiin tulleet asiat verotuksesta hyödyttävät kaikkia. Käsiteltävistä asioista saa usein esimerkkejä siitä, kuinka muut ovat asian hoitaneet, kokeneet tai toteuttaneet. Nämä esimerkit ovat hyödyllisiä. Yksittäisinä vastauksina yksi vastaaja kertoo kokeneensa aiheet hyväksi, mutta ei koe saaneensa niistä irti mitenkään paljon.

Oman osaamisen kehittyminen

Kuusi (6) vastaajaa on kokenut, että oma osaaminen on kehittynyt tai siihen on saanut rohkeutta digitaalisten välineiden hyödyntämisessä. Blogien käyttö, webinaarien hyödyntäminen ja omaan työhön hyödynnettävien digitaalisten apuvälineiden käyttäminen ovat konkreettisia toimia tällä saralla.

Vastaajista viisi (5) kertoo hankkeessa tehtyjen toimien vahvistaneen heidän yrittäjyyttään. He ovat saaneet rohkeutta kasvamiseen ja aktivoineet kehittämistä. Oppia ja uusia ideoita kertoo saaneensa kolme (3) vastaajaa. Hankkeessa esiin tulleet asiat ovat myös motivoineet hankkimaan oppia muualtakin. Hanke on aktivoinut tulevaisuuden miettimiseen ja kehittämisen aktivointiin ja vahvistanut

ajatusta siitä, että omaa toimintamallia voi monistaa uusille markkinoille. Uudet asiat voivat olla välillä pelottavia ja tulee ajatus, että pärjääkö niiden kanssa. Mutta hankkeen mukana on tullut myös luottamusta siihen, että on ihmisiä, jotka tietävät asioista ja osaavat auttaa.

Yksittäisistä teemoista ennakointi nousee vahvimmin esiin. Kolme (3) vastaajaa kertoo, että ennakointiin tutustuminen on patistanut tulevaisuuden ajatteluun ja laajentanut katsantokantaa.

Toimintatapojen toimivuus

Työpajat / teemapäivät koettiin toimiviksi (6). Yksi teema per päivä, tyyli, johon kuuluu asiantuntijan pohjustus ja keskustelua, on koettu hyväksi. Ryhmätöiden tekeminen ja keskustelut toisten kanssa koettiin hyväksi (6). Ruokailu työpajojen yhteydessä antaa tilaisuuden verkostoitumiselle (3) ja luo mukavaa tunnelmaa tapaamiselle. Ulkopuolisten asiantuntijoiden käyttäminen nähtiin hyvänä (1), samoin yrittäjien läsnäolo ja se, että he kertovat omista kokemuksistaan (1).

Positiivisina asioina suurin osa maininnoista liittyi vuorovaikutteisuuden kautta tuleviin asioihin. Yhteensä seitsemän (7) vastausta liittyi siihen, että ryhmätöiden ja keskustelujen avulla saadaan aiheista enemmän irti, luennot ovat olleet keskustelevia ja asioissa on edetty ryhmän mukaan.

Seuraavaksi eniten mainintoja saanut ryhmä liittyi ajatusten herättelyyn. Viisi (5) vastaajaa yhteensä koki, että etukäteen mietityt aiheet, alustukset, ulkopuoliset asiantuntijat ja yrittäjien kertomukset aihealueista toimivat teemassa hyvin. Tämä ajatusten herättäminen vaikuttaa siten, että tulee mietittyä asioita, joita arjessa ei muuten mieti.

Yksittäiset maininnat liittyivät siihen, että on hyvä kun tavataan eri ympäristöissä, mutta liian kauas ei kannata kuitenkaan lähteä. Yksi teema per tapaaminen on koettu hyväksi ja samoin se tieto, jota osallistuja on saanut.

Kriittisenä näkökohtana esitettiin, että työpajat ovat olleet liian luentopainotteisia (3). Aiheeseen ei ole välttämättä päässyt helposti sisään, tasapaino luennon ja muun työskentelyn suhteen on ollut liian vahvasti luennossa. Työpajojen ajankohdat koki hankaliksi yksi (1) vastaaja. Ajankäytön takia yksi (1) vastaaja ei olisi halukas lähtemään kauas.

Työpajojen järjestämisen ajankohtaa on kysytty hankkeen alkaessa, ja suurimmalle osalle oli paras lounaasta alkava iltapäivän mittainen työpaja. Kauas lähteminen tarkoitti tässä yhteydessä, että työpajat olisi hyvä järjestää Seinäjoella. Toisaalta

suurin osa yrittäjistä on muualta kuin Seinäjoelta, joten heille muuallekin maa-
kuntaan tuleminen voi olla ainakin yhtä helppoa.

Toiminnan malli jatkossa: Mitä uutta hankkeeseen osallistuminen on antanut?

Hankkeeseen osallistuneista yrittäjistä seitsemän (7) kertoi saaneensa hankkeen kautta tietoa ja vinkkejä. Näitä olivat esimerkiksi luento-osuuksista saatu tieto, erilaiset vinkit, kehitysideat, työkalut ja ajatusten herättelyt. Käytännön tasolla tämä oli johtanut esimerkiksi strategian tarkentumiseen. Lisäksi viisi (5) painotti saaneensa asiantuntijoiden näkemyksiä työpajojen ja myös eri yrittäjien ja yrityksissä vierailujen kautta.

Hankkeen avulla viisi (5) yrittäjää on saanut lisää verkostoja. Etenkin yksin yrittävälle verkostojen kautta tapahtuva toisten yrittäjien tapaaminen on tärkeää. Samoin toiset viisi (5) mainintaa liittyi vahvistumiseen, jota verkostoituminen on voinut myös olla edesauttamassa. Vahvistuminen on antanut rohkeutta ja madaltanut kynnystä esimerkiksi tutustua digitaalisiin juttuihin. Samoin se on valanut uskoa siihen, että jos itse kiinnostuu jostakin, löytyy mahdollisuuksia kuinka asioita voi hyödyntää.

Opiskelijayhteistyö nousi esiin neljässä (4) vastauksessa. Näistä kolme liittyi siihen, että uutta näkökulmaa oli saatu opiskelijayhteistyön kautta. Yksi kommentti totesi, että idea yrittäjien ja opiskelijoiden yhdistämisestä on hyvä, mutta käytännössä se ei ole toiminut odotetulla tavalla.

Muut yksittäiset maininnat liittyivät siihen, että hankkeen kautta on tullut muistutuksia siitä, mitä pitäisi tehdä. Asiat ovat periaatteessa tiedossa, mutta käytännön arjessa ne helposti unohtuvat. Toinen on saanut uusia asiakkaita ja säännölliset teemapäivät on koettu hyväksi. Toisten tapaaminen on yksin yrittävälle hienoa, antaa mahdollisuuden keskustella ammatillisista asioista ja piristää muuten vain. Muiden yritysten näkeminen ja niissä vierailu on mielenkiintoista, samoin asiantuntijapuheenvuorot.

Toiminnan malli jatkossa: hyödyllisyys yrittäjän näkökulmasta

Vastaajista kymmenen (10) totesi, että toiminta on ollut hyödyllistä ja siitä on saanut paljon. Kuusi (6) vastaajaa kertoi saaneensa käytännönläheistä ja ajan-kohtaista tietoa. Viisi (5) vastaajaa oli saanut uusia ajatuksia ja ideoita esimerkiksi ajatusten vaihdon, ajattelun virkistymisen ja opiskelijoiden tuomien erilaisten näkökulmien kautta.

Tuki ja verkostot olivat olleet tärkeitä kolmelle (3) yrittäjälle. Kolme (3) vastaajaa

kertoi, että toiminnan kautta on tullut otettua aikaa sellaisille asioille, joita pitää tehdä, mutta niitä ei tule arjessa tehtyä. Yksi vastaajista kiteytti asian näin: ”Tämä on minulle omaa aikaa joka tulee käytettyä hyödyllisesti eikä ole pois yritykseltäkään.” Toisin sanoen sai hyvällä omalla tunnolla lähteä tapaamaan toisia naisyrittäjiä ja osallistumaan valmiiksi mietittyyn ohjelmaan. Lisäksi vastaajat nostivat esiin, että käytännönläheiset ja ymmärrettävät tietosisällöt ovat hyviä; pienellä yrityksellä ei yksin ole varaa vastaaviin asiantuntijoihin, joita hankkeessa on tarjolla; tätä kautta saa tietoa myös muista koulutuksista ja tapahtumista.

Hyödyllisyyttä heikensi yhden vastaajan silmissä se, että parityöskentelyssä olisi tarvittu parempaa kontaktin ottamista. Hankkeen osalta annetulla kevyellä tuella parityöskentely ei ole läheskään kaikissa tapauksissa käynnistynyt toivotulla tavalla. Jos yhteistyö toimisi, opiskelijoilta voisi saada alan viimeisintä tietoa.

Hyötyjä ammattikorkeakoulun kanssa tehtävästä yhteistyöstä

Yrittäjien näkökulmasta suurimmat hyödyt ammattikorkeakoulun kanssa tehtävästä yhteistyöstä liittyivät harjoittelijoiden (2) ja sitä kautta saatavien työntekijöiden saamiseen. Lisäksi opinnäytetöiden teettäminen (3) nousi esiin. Yritysten ja oppilaitosten välisen yhteistyön eri muodot mainittiin neljästi (4). Opiskelijoiden vierailut yrityksissä ja yrittäjien vierailut kursseilla saivat mainintoja. Yhteensä näitä opiskelijayhteistyöhön liittyviä mainintoja tuli kymmenen (10).

Toisena vastausryhmänä tulivat esiin yhteistyön eri muodot. Kontaktit ja verkostot koki hyödykseen neljä (4) vastaajaa. Ammattikorkeakoulu on suuri toimija, jolla on paljon työntekijöitä. Yrittäjän kanssa tehtävää yhteistyötä helpottaa se, että ammattikorkeakoulun puolella on tuttu henkilö, johon voi ottaa yhteyttä. Yhteistyön ylipäänsä kolme (3) vastaajaa ja samoin hankeyhteistyön nosti esiin kolme (3) vastaajaa. Yhteistyön tulee olla sellaista, että se ei vaadi liikaa aikaa ja hankkeiden tulisi olla asiakaslähtöisiä – eli tulosten tulee olla yrityksille helposti hyödynnettävissä muodossa.

Kolmantena ryhmänä tulivat koulutukset. Viisi (5) vastaajaa mainitsi oman koulutautumisensa ammattikorkeakoulun järjestämissä tilaisuuksissa ja yksi (1) vastaaja huomioi ammattikorkeakoulun omana asiakkaanaan, jolle hän myy koulutuksia.

Ammattikorkeakoulu nähdään tärkeänä tiedonvälittäjänä (2). Uusimman tiedon välittäminen, erilaisista tapahtumista, tilaisuuksista ja koulutuksista tiedottaminen ovat olennaisia tehtäviä, joista on yrittäjille hyötyä.

Yksittäisiä mainintoja yhteistyön hyödyllisyydestä olivat ne, että se edesauttaa kehityksessä mukana pysymistä, on mahdollista saada palautetta omista ideoista,

hankkeet ovat hyvin johdettuja ja se on vakaa, uskottava ja turvallinen organisaatio. Yhdelle vastaajalle yhteistyön muodot ja vaihtoehdot eivät olleet tuttuja. Kolmella vastaajalla oli varovaisempia kommentteja ammattikorkeakoulun kanssa tehtävää yhteistyötä kohtaan. Huonoina puolina nähtiin, että opiskelijayhteistyössä opiskelijoiden motivaatio ei välttämättä ole aina kohdallaan, jolloin lopputulos yhteistyöstä on huono. Kahdella (2) oli kokemuksia siitä, että yhteistyö ei oikein onnistu. Toinen on esimerkiksi yrittänyt ottaa yhteyttä tietyn asian puitteissa ja päätynyt pompoteltavaksi. Lopulta "oikean" henkilön tavoitettuaan saanut vastauksen, että kurssi on jo suunniteltu. Toinen on teettänyt joskus nettisivuja opiskelijoilla, eikä tulos ollut tyydyttävä.

Tulevat odotukset ammattikorkeakoulua kohtaan

Ammattikorkeakoululta odotetaan ajankohtaisista aiheista olevia kursseja ja koulutuksia (4). Tähän lukeutuvat esimerkiksi digitalisaatio ja tulevaisuusnäkökulma. Lisäksi toivotaan, että ammattikorkeakoulu tunnistaa myös alueensa asiantuntijoiden osaamisen ja voi hyödyntää heitä omassa toiminnassaan. Kaksi (2) vastaajaa kertoi, että hankkeista tuleva tieto pitäisi paketoida yritysten kannalta helposti hyödynnettävään muotoon, esimerkiksi oppaaksi. Myös erilaiset lehtijutut ovat hyviä.

Kaksi (2) vastaajaa haluaa edelleen harjoittelijoita, samoin kaksi (2) toivoo aktiivista tiedottamista eri kanavissa, etenkin sähköisissä. Edelleen kaksi (2) vastaajaa toivoo, että ammattikorkeakoulu tulisi helpommin lähestyttäväksi ja erityisesti oppinäytetyön toimeksiantoihin liittyen oikea henkilö löytyisi helpommin.

Yksittäisissä vastauksissa esiin nousivat yrittäjän toive saada ammattikorkeakoulusta asiakas itselleen. Monesti sama tietotaito on maakunnan kouluttajilla. Vastaaja pohtiikin, onko houkuttelevampi, kun tulee maakunnan ulkopuolelta. Opiskelijoilla ei aina ole ollut riittävää motivaatiota ja näkyä siitä, miksi tehtäviä tehdään. Motivointiin tulisikin kiinnittää enemmän huomiota. Opiskelija-yrittäjä-mentorintisuhte on erityisen kiinnostava tulevaisuusnäkökulmasta, samoin toisten naisyrittäjien tapaamiset. Lisäksi nähtiin, että ammattikorkeakoulun asiantuntijoiden käyttäminen ja hyödyntäminen olisi yrityksille hyväksi.

Tulevaisuuden tavoitteet ja keinot

Lopuksi naisyrittäjiltä kysyttiin heidän tavoitteitaan yrityksen kehittämisessä. Vastauksista peräti yksitoista (11) liittyi kasvuun. Kasvun tavoitteena saattoi olla osa-aikaisuuden muuttuminen kokoaikaisuudeksi, kasvu asiakaskunnan tai tilojen laajentamisen kautta, verkkokaupan monistaminen uusille alueille ja liikevaihdon kasvattaminen. Lisäksi kaksi (2) yrittäjää mainitsi kansainvälistymisen tavoitteekseen. Yksi yrittäjä (harrastuksesta sivutoimisen yrittäjyyden kautta) kokoaikaiseksi

yrittäjäksi) toteaa, että aiemmin on ajateltu enemmän mikä on kivaa, nyt ajatellaan enemmän mikä on kannattavaa ja järkevää ja silti kivaa.

Digitaalisuutta yrityksessä halusi kehittää yhdeksän (9) vastaajaa. Verkkosivujen ja verkkokaupan kehittäminen olivat selviä tavoitteita. Oman toiminnan helpottamiseen käytettiin kalenterityökaluja ja myös muita vastaavia oli etsinnässä. Markkinointi sosiaalisessa mediassa ja sen opetteleminen nousi myös esiin.

Seuraavina tulivat toiminnan kehittäminen (5) ja fokusointi (5). Kehittämiseen luokiteltiin oman työn kehittämistä, työntekijän vastuuttamista, verkoston kasvattamista sekä kehittämistoimintaan tarvittavan ajan ottamista. Toiminnan fokusointi puolestaan liittyi enemmän yritystoiminnan kehittämiseen. Siihen luokiteltiin mm. sen pohtiminen mihin yritys haluaa keskittyä ja mitä kehitetään, olemassa olevien tavoitteiden vahvistuminen hankkeen aikana, strategian tarkentuminen sekä toiminnan rationalisointi.

Neljällä (4) vastaajalla oli tavoitteena kehittää uusia tuotteita tai palveluja. Kahden (2) vastaajan osalta voidaan todeta, että suunnitelmia yritystoiminnan kehittämiseen on, mutta ne ovat ensin vielä odottamassa sen aikaa kunnes äitiysvapaa päättyy.

Yksittäisinä mainintoina yrityksen kehittämisen tavoitteina olivat yritysmuodon mahdollinen muuttaminen, huomion kiinnittäminen yrittäjien omaan hyvinvointiin, työntekijöiden parempi ja selkeämpi vastuuttaminen, oman työn kehittäminen, verkoston kasvattaminen, uusien työtarjousten ja töiden etsiminen sekä paremman tunnettavuuden saaminen. Yksi pohtii myös sitä, jatkaako vielä yrittäjänä rajusti muuttuvassa toimintaympäristössä.

Keinot tavoitteiden saavuttamiseksi

Lopuksi vastaajilta kysyttiin vielä, millä keinoilla he aikovat saavuttaa tavoitteensa. Useimmin (8) esiin nousseet asiat liittyivät markkinointiin. Markkinointimateriaalien kanssa tehdään yhteistyötä toisten toimijoiden kanssa, markkinoita seurataan aktiivisesti, kerättyä asiakasrekisteriä ryhdytään hyödyntämään tehokkaammin, markkinoinnin kohdentamista tarkennetaan ja sitä lisätään. Messut nousevat vastauksissa esiin, samoin työn tekeminen hyvin, jolloin asiakkaat kertovat suosituksia eteenpäin.

Digitaalisia palveluja haluaa kehittää vastaajista seitsemän (7). Näihin lukeutuvat nettisivut, blogit, verkkokaupat ja eri sovellusten käytettävyyden selvittäminen. Vastuuhenkilön nimeäminen sosiaalisen median markkinoinnista vastaavaksi selkeyttää ja tehostaa markkinointia.

Vastaavasti seitsemän (7) vastaajaa pyrkii kehittämään uusia palveluja ja saamaan uusia kohderyhmiä. Kohderyhmiä etsitään vaihtelevasti yksityispuolelta tai yritysmyyntistä. Myös uusia palveluja ja tuotteita halutaan kehittää sekä etsiä uusia toimintamuotoja.

Toiminnan fokuoiminen on keinona viidellä (5) vastaajalla. Toimintaa ja palveluja halutaan selkeyttää. Keinoina tähän ovat mm. liiketoimintasuunnitelman tarkastaminen, sen mukaan toimiminen sekä coaching-keskustelut. Toiminnan muutoksilla tavoitellaan tilaa, joka aiheuttaa vähemmän stressiä.

Neljä (4) vastaajaa haluaa käyttää tavoitteisiin pääsemisen apuna osaamisen kehittämistä. Opiskelu, lyhyet koulutukset ja erilaisiin tapahtumiin osallistumisista haetaan uutta ja hyödynnettävää tietoa.

Kehittämistä (3) tehdään muun yritystoiminnan ollessa hiljaisempaa. Uutta sukupolvea otetaan mukaan toimintaa ja omaa toimintaa pohditaan myös skaalautuvuuden näkökulmasta.

Yhteistyötä tavoitteisiin pääsemiseksi käyttää hyväkseen kaksi (2) vastaajaa. Verkostoituminen ja uusien yhteistyökumppaneiden löytäminen ovat avainasemassa. Yksittäisiä mainintoja saivat suuremman vastuun antaminen työntekijöille sekä työn ja muun elämän tasapainossa pitäminen, uuden sukupolven ottaminen mukaan toimintaan omistajanvaihdoksen lähestyessä sekä liiketoimintasuunnitelman tarkastaminen.

5.4 Toimintamallin vaikuttavuus yrittäjien kannalta

Hankkeen lopuksi kaikille osallistuneille tehtiin loppukysely. Kyselyssä yrittäjiä pyydettiin vastaamaan kolmeen avoimeen kysymykseen ja sen jälkeen työpajojen hyödyllisyyttä, yrityksen kehittymistä, omien valmiuksien kehittymistä mittaaviin määrällisiin kysymyksiin. Lisäksi pyydettiin kertomaan tavoite liikevaihdon määrästä kolmen vuoden päähän.

Yrittäjille toteutettuun loppukyselyyn saatiin kuusi (6) vastausta. Vastausten perusteella voidaan sanoa, että työpajat on koettu hyödyllisiksi. Hyödyllisyyttä kysyttiin asteikolla 1=ei lainkaan hyödyllinen ja 5=erittäin hyödyllinen. Alimman keskiarvon sai kasvuyrittäjyyden ja sen johtamisen työpaja (3,75). Sähköinen markkinointi sai keskiarvon 3,2, omistajanvaihdosten työpajat ja työhyvinvoinnin työpaja saivat arvosanakseen 4,4.

Teknologisten valmiuksien työpajassa oli teemoina esimerkki sähköisestä liike-

toiminnasta sekä ilmaiset sähköiset työkalut. Se oli varsinaisesti ensimmäinen työpaja hankkeessa ja sai arvosanakseen 4,5. Korkeita arvosanoja saivat myös Tulevaisuuden ennakointi (4,67), Digitalisaatio muuttaa liiketoimintaa (4,75) ja Johtajuus, jota tarkasteltiin volition kautta (4,8).

Kaikki loppukyselyyn vastanneet yrittäjät ilmoittavat tavoittelevansa kasvua seuraavan kolmen vuoden jaksolla. Pienemmän liikevaihdon yrityksissä kasvutavoitteet ovat hyvinkin suuria, 43-50% kasvua seuraavan kolmen vuoden aikana. Suuremman liikevaihdon yrityksillä tavoiteltu kasvu on huomattavan suurta, 9-17%.

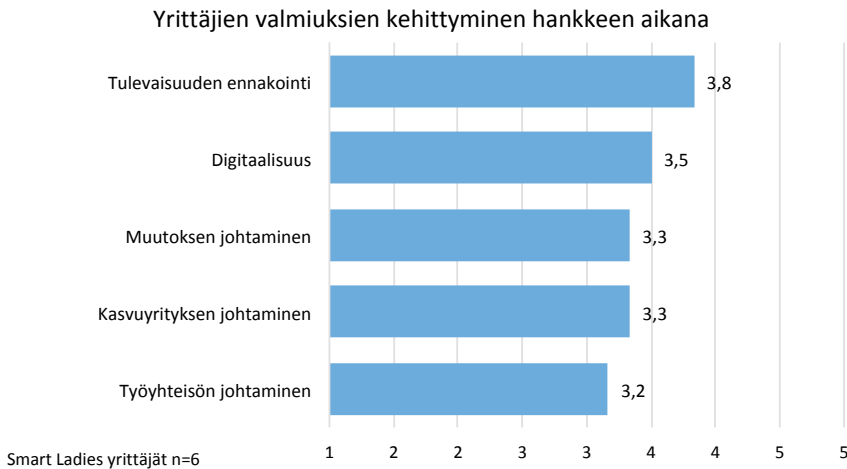
Yrittäjiltä kysyttiin kuinka he kokevat yrityksensä kehittyneen suhteessa odotuksiinsa hankkeen aikana. Markkinoiden laajentaminen oli sujunut odotuksia heikommin. Tulokset on koottu kuvioon 14. Vastaukset annettiin asteikolla 1=erittäin heikosti ja 7=erittäin hyvin. Tällöin arvo 4 edustaa odotettua etenemistä. Odotettua etenemistä heikommin on toiminut vain markkinoiden laajentaminen (ka 3,8). Muilla osa-alueilla ollaan hieman odotuksia paremmissa lukemissa. Myönteisin kehitys odotuksiin nähden on ollut maksuvalmiudessa (ka 4,8).



Kuvio 14. Yrityksen kehittyminen suhteessa odotuksiin (n=6).

Lisäksi vastaajia pyydettiin arvioimaan omien valmiuksiensa kehittymistä hankkeen aikana (Kuvio 15). Vastaukset annettiin asteikolla 1=ei lainkaan ja 5=erittäin paljon. Kaikkien vastaajien valmiudet olivat kehittyneet positiivisesti. Työyhteisön (3,2), muutoksen (3,3) ja kasvuyrityksen (3,3) johtaminen olivat kehittyneet hillitymmiin. Hieman enemmän olivat kasvaneet digitaaliset valmiudet (3,5) ja tulevaisuuden ennakkoinnin valmiudet (3,8). Toisaalta, kannattaa huomioida, että lähtötaso vaikuttaa myös tapahtuvan kehityksen kokemukseen. Johtamisen eri osa-alueilta useilla oli jo kokemusta. Toisaalta tulevaisuuden ennakointi oli usealle osallistu-

jalle melkoisen vieras osa-alue. Vieraalla osa-alueella on helpompi saada aikaan nopeaa kehitystä pienellä panostuksella.



Kuvio 15. Yrittäjien valmiuksien kehittyminen hankkeen aikana (n=6).

Hankkeessa hyvin toimineiksi asioiksi koettiin mielenkiintoiset aiheet ja puhujat (5), tutustuminen alueen toisiin naisyrittäjiin (2) ja yrityksiin (3), joissa pidettiin työpajoja. Lisäksi mainittiin hedelmällinen hyvä tiedottaminen (2), yrittäjä-opiskelijayhteistyö ja sopivin aikavälein järjestetyt tapaamiset.

Parannettavaakin hankkeen osalta jäi. Yhteistyö opiskelijoiden ja yrittäjien välillä jäi paljon alkuperäistä suunnitelmaa vähäisemmäksi, eikä se monen kohdalla toiminut. Osa yrittäjistä tarvitsee päivämäärät vielä aikaisemmin. Hankkeen aikana päivämäärät tiedotettiin vähintään reilu kuukausi etukäteen ja samalla kertaa pyrittiin saamaan tietoon kaikki syys / kevätkauden päivämäärät. Kaikille tämä ei ole riittävän pitkä aika eteenpäin. Lisäksi toivottiin enemmän aikaa osallistujien väliseen tutustumiseen. Ruokailuun oli varattu tapaamisissa aikaa noin tunti. Tässä ajassa tuli toki keskusteltua vieruskavereiden kanssa, mutta halukkuutta oli ilmeisesti vielä enempään. Kahvittelu tapahtui usein osin työskentelyn lomassa. Yrittäjien kokemuksia toivottiin hyödynnettäväksi enemmän. Niistä voisi saada uusia ideoita omaan yrittämiseen.

6 NAISYRITTÄJÄT TULEVAISUUDEN HAASTEISSA

Tässä luvussa tarkastellaan naisyrittäjien ajatuksia innovoinnista ja tulevaisuuden trendeistä, jotka haastavat naisyrittäjiä oman liiketoimintansa kehittämiseen.

Tulevaisuuden ennakkointiin keskittyvän raportin Megatrendit 2016 (Kiiski Kataja 2016) mukaan teknologia kehittyy kiihtyvällä tahdilla. Kiihtyvän teknologian kehityksen avainsanoja ovat digitalisaatio, automaatio, robotiikalla kontrolloitu tuotanto ja palvelut, bioteknologia, teknologinen lääkeketoollisuuden kehittyminen, energiateollisuuden teknologioiden nopea kehitys, digitaalisten joukkoalustojen laajeneminen samoin kuin globalisaatio tietotekniikan palveluissa ja tuotannossa (mm. teollinen internet).

Sitran teoksessa (Kiiski Kataja 2016) huomautetaan, että avainasemassa muuttuvassa maailmassa selviämässä on uudenlaisen luovuuden kehittäminen, ongelmanratkaisukyky ja lisääntynyt teknologian hyödyntämisen mahdollisuus. Arvon luominen on aina vain hankalampaa perinteiseen optimointiin perustuvassa tuotannossa. Liiketoiminta vaatii nyt kykyä visionääriseen arvon luomiseen, mikä tarkoittaa, että on kyettävä ymmärtämään mitä ihmiset haluavat ja tarvitsevat elämässään. Empatia ja jokapäiväisten ongelmien ratkaisut voivat myös olla innovaatioiden kohteina. Myös johtamisessa inhimillisten tekijöiden parempi ymmärtäminen ja aidon yhteisöllisyyden luomista on painotettava.

Käynnissä olevaa muutosta on verrattu teollistumisen merkitykseen tai sähkön laajamittaisen käytön yleistymiseen. Kuten aiemmissakin muutoksissa, uudet teknologiat mullistavat tuotannon tapojen lisäksi myös työnteon tavan, elämäntavat, arvostusten kohteet, ansion muodostumisen tai maailmankatsomuksen. Kuten aiemminkin, nykyinen muutosvaihe merkitsee vaikeuksia sopeutua uuteen aikakauteen, mutta myös suuria mahdollisuuksia.

Muutokset heijastuvat työmarkkinoihin ja näkyvät työmarkkinoiden polarisoidumisenä. Palkkajakauman keskivaiheilla sijaitsevat rutiininomaiset työtehtävät vähenevät kun niitä korvataan tietokonein ohjatuilla laitteilla ja roboteilla. Rutiinin omaisia fyysisiä työtehtäviä suorittaneiden työllistyminen on hankalampaa kuin rutiinin omaisia kognitiivisia tehtäviä tehneiden. Matalan palkan fyysiset ja ei-rutiininomaiset työt sekä paljon asiantuntija-ajattelua vaativat ei-rutiininomaiset tehtävät puolestaan kasvavat. Tyypillisesti tällaisia tehtäviä löytyy palkkahaitarin ala- ja yläpäästä. (Maczulskij & Kauhanen 2016.)

6.1 Sukupuolittunut innovaatiojärjestelmä

Erilaisilla järjestelmillä pyritään tukemaan innovaatioiden tekemistä, tunnistamista ja kaupallista hyödyntämistä. Innovaatiojärjestelmiin kuuluu kiinteästi tutkimus- ja kehittämistoiminta niin oppilaitoksissa kuin yrityssektorilla, yhteistyö- ja kehittämisverkostot, kehittämisstrategiat sekä rahoitusohjelmat. Lisäksi tarvitaan ilmapiiri, joka rohkaisee ja innostaa kokeilemaan uusia asioita tarvitsematta liiaksi pelätä epäonnistumista. Monet innovaatiot vaativat onnistuakseen useiden alojen asiantuntijoiden yhteistyötä. Kuitenkaan ei ole aivan yksiselitteistä tai helppoa määrittellä, mikä täyttää innovaation määritelmän.

Dodgson ja Gann (2010) määrittelevät innovaation asiaksi ”joka tapahtuu, kun uusi ajattelutapa tuodaan esiin ja organisaatio arvostaa sitä”. Heidän mukaansa on useita tapoja ymmärtää innovaatio, joka tarjoaa monenlaisia raikkaita oivaltamisia ja näkökulmia: onko muutos vähittäinen vai radikaali, kuinka se joko säilyttää tai hajottaa nykyisiä tapoja tehdä asioita ja tapahtuuko se koko systeemissä vai vain joillakin osa-alueilla. McFadzean ym. (2005) puolestaan määrittelevät innovaation prosessiksi, joka tuo lisäarvoa ja uutuusarvon organisaatioon, sen toimittajille ja asiakkaille kehittämällä uusia menetelmiä, ratkaisuja, tuotteita, palveluita ja uusia kaupallistamisen menetelmiä. Joka tapauksessa voidaan todeta, että innovaatiot ovat olennaisen tärkeitä sosiaalisessa ja taloudellisessa kehityksessä ja innovaatioiden mahdolliset lähteet lisääntyvät jatkuvasti hurjalla vauhdilla.

Vaikka yrittäjyys ja innovaatiot ovat läheisesti toisiinsa sidoksissa olevia alueita, sukupuolittain tarkasteltuna yrittäjyyden ja innovaatioiden tutkimuksessa ero on huomattava. Alsos ym. (2013) tarkastelivat useiden eri tieteenalojen tutkimuksia, jotka oli tehty eri menetelmin. Näiden perusteella innovaatio nähdään yhtenä pääasiallisena tapana edistää taloudellista kasvua ja sitä kautta lisätä alueiden ja kansojen vaurautta (ks. esim. Fagerberg ym. 2005; Ljunggren ym. 2010). Teollisuudessa innovaatiot koetaan elintärkeiksi teknologisen kehityksen saavuttamiseksi (mm. Malerba 2002). Yrittäjyyteen liittyvässä kirjallisuudessa innovaatiot ovat keskeinen alue, sillä liiketoimintaprosessit vaativat aina jonkinasteisen innovaation (Shane 2003). Alsos ym. (2013) tuovat julki, että innovaatiokirjallisuus on viime aikoina keskittynyt yritysten ja taloudellisten järjestelmien innovaatioprojekteihin. Sukupuolen käsite innovaatioissa on vasta viimeaikoina saanut osakseen suurempaa huomiota johtamisen ja liiketoiminnan tutkijoiden keskuudessa. Siltikään kirjallisuus ei anna innovaattorille erityistä roolia.

Thorslundin ja Görassonin (2006) mukaan innovaatiojärjestelmissä yksilöt ovat pienimpiä osia, sekä miehet että naiset. Tapahtuipa innovaatio yrityksessä (ml. organisaatiot), yritysten välillä, klustereissa tai innovaatiojärjestelmissä se on

kuitenkin kiinni ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta – ja näillä ihmisillä on sukupuoli (Ljunggren ym. 2010). Kuitenkin innovaatioiden määritelmä linkittyy sukupuolittuneeseen rakenteeseen, sillä näitä määritelmiä käsitteellistetään ja mitataan maskuliinisilla konnotaatioilla (Alsos ym. 2013; Pettersson & Lindberg 2013). Vallitseva innovaatioiden käsitteellistäminen yleensä viittaa tietynlaiseen omistajuuden ja työllisyyden määrittämään taloudelliseen toimintaan eri sektoreilla ja teollisuuden aloilla (Blake & Hanson 2005). Muutokset innovaation sukupuolittuneessa ymmärtämisessä viitoittavat tietä laajemmalle ymmärrykselle innovaatioiden määristä ja työtuloksista samalla legitimoiden palveluinnovaatioiden ja sosiaalisten innovaatioiden aseman (Wikhamn & Knights 2013).

Naisyrittäjät toimivat useammin palveluiden alalla, jolloin myös heidän tekemänsä innovaatiot liittyvät useammin palveluihin. Sukupuolella näyttääkin olevan merkitystä innovaatioiden täytäntöönpanossa: naisten ideoita ei toteuteta samassa määrin kuin miesten (Foss et al. 2013), ja koko innovaatiojärjestelmä on kyllästetty maskuliinisilla määreillä (Pettersson ja Lindberg 2013). Myös Sundin (2012) on löytänyt näyttöä sille, että sukupuoli on merkityksellinen tekijä innovaatiojärjestelmissä.

Sukupuoli ja innovaatio on käsitteellistetty monista eri näkökulmista käsin. Yrittäjyyden yhteydessä sukupuolisidonnaisia eroja on tutkittu laajasti. Brem (2008) kokoaa yhteen hyvin tunnettuja käsityksiä mies- ja naisyrittäjistä: naisten yritykset pärjäävät odotusarvoa heikommin työntekijöiden määrässä, liikevaihdossa jne.; naispuoliset yrittäjät omistavat harvemmin useita yrityksiä, ovat haluttomampia suunnittelemaan laajentamista ja perustavat yleensä pienempiä yrityksiä pienemmällä alkupääomalla kuin miehet; naisten yrityksissä arvo-omaisuus (value assets) on huomattavasti pienempi kuin miesten yrityksissä; miehet todennäköisemmin kasvattavat yritystään niin paljon kuin mahdollista siinä kun naisyrittäjät työskentelevät mieluummin osa-aikaisena palvelualalla; verrattuna miehiin naiset ovat haluttomampia ottamaan riskejä ja käyttävät vähemmän aikaa verkostoitumiseen.

Tukeutuen laajaan kirjallisuuskatsaukseen sukupuolesta ja innovaatiosta Alsos ym. (2013) tunnistavat tutkimuspolkuja, jotka 1) kiinnittyvät sukupuolten eroihin ja yhtäläisyyksiin innovaatioissa, 2) liittyvät sukupuolisesti rakentuneeseen innovaatiotyyppiin ja 3) innovaatioiden sukupuolittain määritettyyn prosessiin. Innovaatiojärjestelmien kielellisessä tarkastelussa on tullut ilmi, että maskuliininen diskurssi on näkyvissä myös avoimissa innovaatioissa (Wikhamn & Knights 2013). Miesvaltaisten alojen määritelmät siitä, mitä innovaatiot ovat ja millaisten järjestelmien avulla niitä voidaan edesauttaa, ovat vallitsevia. Alsos ym. (2013) esittävätkin, että naisten tekemiä innovaatioita tulisi tutkia kokonaan toisenlaisilla normeilla ja erilaisilla rakenteellisilla tekijöillä.

Alsos ym. (2013) havaitsivat, vallitsevana sukupuolen ja innovaation tutkimuksessa vaikuttaa olevan yhdistelmä, jossa sukupuoli käsitellään muuttujana ja innovaatio tuloksena. Tämä näkökulma heijastuu yliopistollisessa mies- ja naisyritysten yrittäjien yritysten innovaatioiden tutkimuksessa samoin kuin patentteihin, kaupallistamiseen jne. liittyvässä kirjallisuudessa. Kirjallisuus on usein kvantitatiivista, ja tarkastelee naisten ja miesten pyrkimystä innovaatioiden tekemiseen.

Kun ymmärtämystä sukupuolesta käytetään tutkimuksissa muuttujana, saadaan usein tuotua esiin sukupuolten välisiä eroja numeroina ja voidaan kartoittaa näitä eroja. Kun keskitytään sukupuoleen, naiset nähdään usein yhtenä ryhmänä, jolla on samankaltaiset tarpeet, arvot jne. Ryhmän sisäisiä eroja ei tuoda esiin eikä niitä problematisoida. Feministiset sukupuolieroja tarkastelevat tutkimukset puolestaan olettavat, että naisten kokemukset eroavat miesten vastaavista. Ljunggren ym. (2010) esittävät paradigman, jossa ei verrata miehiä ja naisia keskenään, vaan tuodaan esiin naisten tarpeita ja kokemuksia ja sitä kautta annetaan heille arvo. Arvo tulee sitä kautta, että naisten tapa ajatella ja tehdä asioita liike-elämässä on myös tarpeellinen teollisuuden ja markkinoiden kehittämiseksi. Tästä näkökulmasta katsottuna sukupuoli on sosiaalinen konstruktio, johon me kaikki myötävaikutamme ja joka on jatkuvan muutoksen alainen. Tällä näkökulmalla on yhtymäkohtia postmoderniin ymmärrykseen sukupuolesta, jossa tutkijat haastavat oletuksen siitä, että naiset ovat yksi homogeeninen ryhmä, jolla on samat kokemukset.

Foss ym. (2013) tarjoavat selitystä naisten vähäisiin innovaatioihin. Heidän tutkimuksensa perusteella naiset ovat miehiin verrattuna yhtä innovatiivisia uusien ideoiden luomisessa, mutta naisten ideoita laitetaan organisaatioissa harvemmin käytäntöön. Edelleen he havaitsivat, että naisilta voi puuttua kollegoiden tuki ideoiden toimeenpanossa. Toinen selitys voi olla, että naisia ei nähdä innovaattoreina ja tämän seurauksena heidän ideoitaan ei edes kuulla tai kuunnella tai ne alistetaan miesten ideoiden alle, eivätkä sen vuoksi koskaan pääse täytäntöönpanon vaiheeseen saakka (Cooper 2012).

Yksi syy tilanteeseen voi olla innovaatioiden tutkimukseen ja politiikkaan sisäänrakennettu ennakoasenne sukupuolesta. Useat tutkijat ovat huomauttaneet siitä tosiasiaista, että innovaatioiden tuloksia tarkastelevissa tutkimuksissa miesten ja naisten innovaatioiden tulosten erot näyttävät keskittyvän tiettyihin sukupuoli-erisesti jaottuneisiin tieteenaloihin tai toimialoihin (Nählinder et al. 2012; Kvidal & Ljunggren 2013). Naisten liiketoiminta on useammin erikoistunut aloille, joilla innovaatiot eivät ole niin yleisiä, esimerkiksi vähittäiskauppa, henkilökohtaiset tai ammatilliset palvelut (Nissan et al. 2012). Ranga ja Etzkowitz (2010) huomauttavat, että innovaatio on olennaisesti sukupuolittunut (gender-biased). He toteavat,

että on epäsuora, yhteiskunnallisesti rakentunut oletamus siitä, että naiset ovat vähemmän innovatiivisia kuin miehet. Oletuksen mukaan miesvaltaiset alat ja sektorit ovat innovatiivisempia kuin naisvaltaiset johtuen yhteiskunnallisesta näkemyksestä teknologian liittämistä useammin miehiin kuin naisiin. Ljunggren ym. (2010) päätyivät johtopäätökseen jonka mukaan suuri määrä innovaatiotutkimuksista keskittyy miesvaltaisille aloille. Naisvaltaiset alat (palvelu- ja julkinen sektori) ovat harvoin innovaatiotutkimuksen kohteena ja siitä syystä niitä ei ole pidetty innovatiivisina. Kirjoittajat tekevät johtopäätöksen, että tämä empiirinen virhe juontaa juurensa innovaation kapeaan määritelmään.

Innovaatioiden kehittämisessä käytetään innovatiivisia teknologioita. Näiden teknologioiden käyttöön rohkaisemisessa vaikuttaa myös olevan sukupuoliero. BarNir (2012) havaitsi tutkimuksessaan, että miehet aloittavat teknologisia uutuusia sisältäviä hankkeita toteuttaakseen itseään. Vaurauden tavoittelu ja työllistäminen olivat miehille aloittamista tukevia syitä, kun taas naisille eivät. Naisille inhimillinen pääoma (koulutus ja työpaikkojen luominen ennakoivat positiivisesti yrityksen perustamista. Tyypillisesti teknologia on liitetty miehiseen kontrolliin ja miehiin arvoihin (Rothschild 1983), mutta Ranga ja Etzkowitz (2010) toteavat, että viime vuosina perinteinen sukupuolien mukaan virittynyt mielikuva teknologian ja tieteen alalla näyttää vähitellen siirtyneen kohti tasa-arvoisempia muotoja.

Käsillä olevan tutkimuksen lähtökohta on feministinen ajatus: naiset eivät ole yhtenäinen ryhmä, eivätkä sukupuoliin liitetyt piirteet ole pysyviä vaan ne muuttuvat maailman muuttuessa. Naissukupolvilla on eroja ja ne vastaavat eri tavalla muuttuvaan maailmaan ja uusiin mahdollisuuksiin, joita yritysmaailman uudet innovatiiviset lähestymistavat tarjoavat.

6.2 Megatrendit

Tämän hetken tulevaisuuden megatrendit näyttävät tarjoavan paljon uusia yrittäjyyden mahdollisuuksia naisyrittäjille. Naiset toimivat usein palvelusektorilla, missä digitalisaatio voi muuttaa koko toimialaa. On näyttöä sille, että sukupuoli on merkityksellinen tekijä innovaatiojärjestelmissä (Sundin 2012).

Earnst & Young (2015) tunnistavat kuusi tulevaisuutta määräävää megatrendiä. Nämä ovat digitaalinen tulevaisuus, nouseva yrittäjyys, globaali markkinapaikka, urbaani maailma, kekseliäs planeetta ja uudenlaiset terveyspalvelut. Kuten Sitrankin raportissa (Kiiski Kataja 2016), digitalisaation odotetaan mullistavan kaupankäynnin ja liiketoiminnan, yhteiskunnan, kulttuurin, talouden sekä yksilöt. Esimerkiksi kehittyvät pilvipalveluista saatavat hyödyt, yhteen liitetyt laitteet, mobiilit ratkaisut, sosiaalinen media ja data-analytiikka muuttavat liiketoiminnan

tapaa: mitä palveluja ja tuotteita myydään, kuinka niitä toimitetaan ja kuinka tukitoiminnot organisoidaan. Tuotekehitykseen ja myyntioperaatioihin integroituvat digitaaliset teknologiat vaativat yrityksiä sopeuttamaan hinnoittelustrategiansa, myyntiprosessinsa ja jakelumallinsa. Digitaalinen murros muuttaa liiketoimintamalleja, mukaan lukien ansaintamallit ja tuo samalla uusia mahdollisuuksia yrittäjien innovaatioille. Internetin räjähdysmäinen kasvu tarjoaa yhä enemmän uusia verkostoja ja välineitä hyödykkeiden jakeluun ja kuluttamiseen. Ne yritykset, jotka ohittavat tilaisuuden innovoida uusien standardien mukaisesti, jäävät jälkeihin kun uusia liiketoimintamalleja toteuttavat yrittäjät täyttävät markkinaraot. (Gulati & Soni 2015).

Laitteiden yhteen liittäminen, datan määrä ja tietojen käsittelyn nopeus yhdistettynä kiivaaseen automatisoitujen järjestelmien ja tekoälyn hyötyjen yhdistämiseen tarkoittaa, että robotiikan avulla monet tehtävät voidaan suorittaa nopeammin, turvallisemmin ja tehokkaammin kuin ihmisten toimesta (Hajkowicz et al. 2016). Robotisaatio vaikuttaa useammilla yhteiskunnan osa-alueilla kuin alun perin on oletettu (mm. terveydenhuollon, kuljetuksen, poliisin ja armeijan). Tietokoneet tulevat hallitsemaan rutiiniluonteisia tietotöitä johtaen ”työn polarisaatioon” (keskiluokan työt, jotka vaativat keskitason osaamista, vähenevät). Keskitason vaativuuden työn kysyntä laskee samalla kun johtotason korkeaa taitotasoa vaativat ja toisaalta matalaa osaamistasoa vaativat työt lisääntyvät. Tietotekniikka ottaa vallan rutiiniluonteisista kognitiivisista tehtävistä kuten monista hallinnon tehtävistä, laskentatehtävistä, kirjanpidosta ja prosesseiden valvonnasta. Kaikissa näissä tehtävissä on paljon naispuolisia työntekijöitä ja tästä syystä naisten on valmistauduttava muutokseen.

Freeman (2015) puolestaan esittää, että robotit voivat yhä suurenevissa määrin korvata työntekijät, myös korkeaa ammattitaitoa vaativien tehtävien ammattilaiset. Roboteilla hän tarkoittaa mitä tahansa laitetta tietokoneesta tekoälyyn, joka tarjoaa vahvan korvikkeen nykyisin ihmisen tekemille tehtäville. Yhden arvion mukaan noin 30 % Suomen työpaikoista on digitalisaation takia uhattuna seuraavan viiden vuoden aikana. Olisi virheellistä olettaa, että yhteiskunnan rakenteet pysyvät muuttumattomina samalla kun tulevaisuudessa tapahtuu teknologian kehittymistä, globalisaatiota ja muutoksia väestössä. Tulevaisuudentutkimuksen saralla on käyty paljon keskustelua niin kutsutuista mikrotrendeistä, jotka ovat vahvasti sidoksissa muutoksiin yhteiskunnallisten trendien rakenteissa. Gratton (2010) tunnistaa joitakin päämuutoksia: Perinteinen perherakenne järjestyy uudella tavalla, ihmiset tulevat enemmän tietoisiksi itsestään kun heidän reflektointivoimansa lisääntyy. Lisäksi naisten yhteiskunnallinen vaikutusvoima on muuttumassa, miesten ja naisten rooli on tasapainoisempi, luottamus on yhteiskunnan toiminnassa tärkeä tekijä, ihmisten onnellisuus ja hyvinvointi ovat

yksiselitteisesti yhteydessä taloudellisen kasvun kanssa ja passiivinen vapaa-aika lisääntyy monissa yhteiskunnissa.

Grattonin (2015) mukaan naisten yhteiskunnallinen rooli muuttuu, mikä tarkoittaa että vaikutusvaltaisten naisten määrä kasvaa. Naiset tulevat olemaan huomattavissa johtotehtävissä yritysten ja liike-elämän alueella; osa heistä tulee kuulumaan huippujohtajien eliittiin. Tämä muutos tulee heijastumaan työelämää koskeviin sääntöihin, mutta myös elämään työpaikan ulkopuolella. Toisaalta myös miesten rooli on muuttumassa. Miesten asenteet ja toimintatavat ovat muuttumassa samalla kun heidän asemansa työpaikoilla ja yhteiskunnassa muuttuu naisten statuksen muutoksen myötä. Miehet etsivät uutta, paremmin tasapainossa olevaa yhteiskunnallista rooliaan: heidän suuria kysymyksiään tulee olemaan vapaa-aika, ihmissuhteisiin käytetty aika, ihmissuhteiden laatu ja eri vaiheissa uraa tarjoutuvat uramahdollisuudet. Keskustelu miesten uudesta roolista yhteiskunnassa lisääntyy.

Hajkowicz ym. (2016) nostavat esiin, että tulevaisuudessa yksilöiden on itse luotava omat työpaikkansa, mikä vaatii yrittäjämäisiä taitoja ja asennetta. Lean-tyyliset digitaaliset innovaatiot (nopean epäonnistumisen lähestyminen) toimivat matalilla kuluilla ja ovat nopeasti laajennettavissa. Sosiaalisia vuorovaikutustaitoja ja tunneälyä vaativat palvelualan työt nousevat entistä tärkeämpään asemaan. Teknologisten mahdollisuuksien kasvu muuttaa sekä toimitusketjuja että sitä, millaista työvoimaa niissä tarvitaan, määritellen samalla työtehtäviä uudelleen. Yrittäjämäisen toiminnan leimaama viimeaikainen vertaismarkkinapaikkojen (peer-to-peer, P2P) valta-asema ja alustatalouden (platform economy) nousu globalisoituneilla työmarkkinoilla muuttavat perinteisiä työllistymisen malleja. Monet P2P toteutusten mallit ja työllisyysalustat ovat varhaisessa vaiheessaan ja näyttävät kasvavan erittäin nopeasti (Hajkowicz ym. 2016).

6.3 Menetelmät

Helmikuussa 2016 hankkeessa järjestettiin neljä focus group haastattelua. Haastatteluihin osallistui 28 yrittäjää tai yrittäjäksi aikovaa. Haastattelussa esitettiin neljä väittämää, jotka koskivat tulevaisuuden trendejä ja osallistujia pyydettiin keskustelemaan 1) millaisia tunteita ja ajatuksia väittämä herättää, 2) miten tämä voisi liittyä omaan liiketoimintaan ja millaisia innovaatioita siitä voisi syntyä, 3) näkevätkö he esteitä omissa innovaatioprosesseissaan ja 4) miten tulevaisuutta muokkaavat teemat vaikuttavat erityisesti naisyrittäjiin.

Väittämät olivat Sitran megatrendejä esittelevästä raportista ja olivat (Kiiski kataja 2016):

1) Empatia ja ihmisten arkisten ongelmien ratkaiseminen on tulevaisuudessa keskeinen innovaatioiden kohde ja lähde. Bisneksessä ei keskitytä tuotantoon vaan ihmisten onnellisuuden ja hyvinvoinnin kasvattamiseen.

2) Digitalisaatio tarjoaa mahdollisuuksia uudenlaiseen liiketoimintaan. Palvelu voi siirtyä verkkoon ja ansaintalogiikka muuttuu. Asiakkaita voi olla vaikka kuinka paljon, vaikka oma työmäärä ei lisäännny.

3) Teknologia mahdollistaa sen, että ihmiset työskentelevät enemmän niiden asioiden parissa, jotka he kokevat merkityksellisiksi ja joihin he haluavat sitoutua. Myös johtamisessa korostuu ihmisymmärrys ja aidon yhteisön luominen.

4) Robotit korvaavat työvoiman. Ensin poistuvat työpaikat, jotka vaativat rutiininomaista suoritusta ilman merkittävää ajattelutyötä. Viimeisenä poistuu kehittyvä asiantuntijuus.

Kaikki focus group haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin. Sisällön analyysi tehtiin koodaamalla analyttisesti merkityksiä ja tekemällä luokitteluja. Sisällönanalyysin tavoitteena oli tuottaa lisää tietoa ja ymmärrystä tutkittavasta asiasta.

6.4 Naisten suhtautuminen megatrendeihin

Tulosten perusteella näyttää sille, että yrittäjien ja yrittäjyyttä harkitsevien asenteet tulevaisuuden megatrendejä kohtaan ovat pääosin positiivisia. Positiiviset asenteet liittyvät tyypillisesti naisiin liitettyihin ominaisuuksiin ja kykyihin, yrityksen kasvumahdollisuuksiin, uusiin liiketoiminnan tapoihin sekä perheen ja työn yhteensovittamiseen.

Negatiivisiakin asenteita oli havaittavissa. Nämä liittyivät hyvinvointiin, väittämän herättämään epäuskoon, työpaikkojen häviämiseen, uusien taitojen vaatimukseen ja työmäärän lisääntymiseen sekä asian mukanaan tuomiin maskuliinisiin miellelyhtymiin. Ensimmäinen väittämä oli, että "Empatia ja ihmisten arkisten ongelmien ratkaisu on tulevaisuudessa keskeinen innovaatioiden kohde ja lähde. Bisneksessä ei keskitytä tuotantoon vaan ihmisten onnellisuuden ja hyvinvoinnin kasvattamiseen." Positiiviset asenteet liittyivät naisiin liitettäviin ja tulevaisuudessa entistä tärkeämmiksi nouseviin kykyihin, kompetensseihin ja ominaisuuksiin. Osallistujat kokivat, että empatia on naisille miehiä luontaisempaa, mikä on eduksi naisjohtajille. Yksi yrittäjistä sanoi:

“... Jos me naiset voidaan keskittyä vaan siihen johtamiseen ja ihmisten kanssa toimimiseen ja koneet hoitaa sen lopun ja meil on alaisena sit joku mies, ehkä joka hoitaa sen koneen korjaamisen, mutta me voidaan empatiakyvyllä ja omilla sosiaalisilla taidoilla sitte nousta johtoasemiin.”

Yrittäjät näkivät mahdollisuuksia myös yrityksen kasvussa. Teknologia nähtiin mahdollisuutena rakentaa yhteisöä uusien asiakkaiden ja muiden sidosryhmien kanssa. Osallistujien yrityksistä useat toimivat palvelualalla. Erityisesti he näkivät, että sparrauksesta ja mentoroinnista voi tulla tulevaisuudessa entistä tärkeämpää, mikä antaa heidän yrityksilleen kasvamahdollisuuksia. Myös empatian korostumisesta on etua heidän yritystoiminnalleen.

Negatiiviset näkökulmat ovat yhteydessä hyvinvointiin. Yrittäjien mielestä ihmisten tarve empatiaan ja myötätuntoon ovat merkkejä siitä, että hyvinvointi on heikentynyt. Toisaalta koettiin, että onnellisuus ymmärretään usein väärin. Ihmiset etsivät jotakin, jota ei ole olemassakaan.

“Ihmisten huonovointisuus on lisääntynyt hirvittävästi ja ihmiset ei ehkä myönnä sitä itelleen. Tää on menny hirvittävän suorittamiseksi, asioitten itelleen haalimiseksi ja hyvin itsekeskeiseksi.”

Seuraava väittämä liittyi digitalisaation mahdollisuuksiin. “Digitalisaatio tarjoaa mahdollisuuksia uudenlaiseen liiketoimintaan. Palvelu voi siirtyä verkkoon ja ansaintalogiikka muuttuu. Asiakkaita voi olla vaikka kuinka paljon, vaikka oma työmäärä ei lisäännny yhtään.” Väittämä herätti sekä positiivisia että negatiivisia asenteita. Positiiviset asenteet olivat yhteydessä uusiin tapoihin tehdä bisnestä ja työtä, yrityksen kasvamahdollisuuksiin ja naisellisiin ominaisuuksiin sekä naisyritystäjien pätevyYTEEN. Yrittäjät näkivät, että palveluja voidaan tuottaa internetin välityksellä ja digitalisaatio voi auttaa asiakkaita ja myös yrittäjiä ajan jakamisessa oikeisiin asioihin.

On mahdollista luoda uusia markkinoita ja liiketoiminnan malleja. Yksi yrittäjä kuvaa tilannetta seuraavasti:

“Just täällä digitalisaatiolla ja teknologialla saadaan markkinointia hyvin nopeasti liikkeelle ja saadaan menemään tietoa. Tää on mun mielestä yks hyvä mitä kehitän tällä hetkellä meidän yritykselle, et saatas karto-tettua meille niistä asiakkaista jotka on kiinnostunu meidän palveluista.”

Osallistujat näkivät myös, että naisilla on parempi kyky tehdä useita asioita yhtä-aikaisesti. Tämä voi olla eduksi, kun työskennellään useilla tasoilla digitaalisten työkalujen avulla. Myös negatiivisia asenteita nousi esiin. Osa yrittäjistä ei uskonut

väitteeseen, että internetin välityksellä massoja voitaisiin palvella empaattisesti. Empatia ja teknologia nähtiin vastakkaisina trendeinä. Kaikki yrittäjät eivät myöskään uskoneet siihen, että digitaalisuus ei merkitse suurempaa työmäärää, päinvastoin, he näkivät sen lisäävän työn määrää, kun pitää esimerkiksi olla aktiivinen sosiaalisessa mediassa. Se taas vaatii uusia taitoja, joita yrittäjillä ei ole. Teknologiaan liitettävät maskuliiniset miellelyhtymät nostettiin esiin negatiivisena näkökulmana. Joidenkin yrittäjien mielestä teknologia on miesten alaa. Toisaalta, nuoremmilla yrittäjillä vaikutti olevan positiivisempi asenne teknologiaa kohtaan.

*”Sit taas teknologia on ainakin Suomessa vielä sellanen miesten alue.
Mut se pitää vaan murtaa.”*

Seuraava väite oli, että ”teknologia mahdollistaa sen, että ihmiset työskentelevät enemmän niiden asioiden parissa, jotka he kokevat merkityksellisiksi ja joihin he haluavat sitoutua. Myös johtamisessa korostuu ihmisymmärrys ja aidon yhteisön luominen.” Tätä väittämää kohtaan olleet positiiviset asenteet liittyivät uusiin tapoihin työskennellä ja tehdä yritystoimintaa, mahdollisuuksiin kasvattaa yritystä sekä työn ja perheen yhdistämiseen. Yrittäjät kokivat, että teknologia mahdollistaa työskentelyn missä vain ja milloin vain ja siten helpottaa ajanhallintaa.

Kansainvälistymisen katsottiin mahdollistavan yrityksen kasvun; teknologia tuo asiakkaat lähelle, olivatpa he fyysisesti missä vain. Teknologia tarjoaa uusia ja aiempaa helpompia keinoja markkinointiin ja asiakasuskollisuuden rakentamiseen. Yrittäjien näkemyksen mukaan perheen ja työn yhdistäminen helpottuu kun on mahdollista työskennellä kotoa käsin. Yksi yrittäjä kuvasi tilannetta näin:

”Teknologia mahdollistaa sen, että pystyy niille omille – niille asioille mikä ite koen et tekee mut onnelliseksi – niin ehdottomasti tällä pystytään vaikuttamaan. Mä pystyn käyttämään teknologian avulla nimenomaan niitä hetkiä hyödyksi mitä en välttämättä ilman teknologiaa pystyis. Tää antaa sit mulle taas mahdollisuuden ottaa sitä vapaa-aikaa jostain muusta kohasta vaikka omille lapsille.”

Negatiiviset asenteet liittyivät hyvinvointiin ja työpaikkojen vähenemiseen. Joidenkin yrittäjien mielestä teknologia tulee viemään kaiken ajan. Heitä pelotti myös se, että jotkut voivat menettää työnsä.

Viimeinen väittämä kuului ”Robotit korvaavat työvoiman. Ensin poistuvat työpaikat, jotka vaativat rutiininomaista suoritusta ilman merkittävää ajattelutyötä. Viimeisenä poistuu kehittyvä asiantuntijuus.” Yrittäjät näkivät tässä mahdollisuuden luoda yritystoimintaa uudella tavalla. Positiiviset asenteet liittyivät naisellisiin ominaisuuksiin ja naisyrittäjien pätevyysiin. Yrittäjät näkivät, että yhteiskunta on

humaanimpi ja edellyttää useiden kompetenssien hallitsemista. Naisvaltaisten alojen (kuten palvelut) tärkeys korostuu, mikä luo paljon uusia mahdollisuuksia naisyrittäjille. Taulukko 8 kokoaa yhteen megatrendeihin liittyvät tulokset.

Megatrendiin liittyvä väittäjä	Positiiviset asenteet	Negatiiviset asenteet
Empatia ja ihmisten arkisten ongelmien ratkaisu on tulevaisuudessa keskeinen innovaatioiden kohde ja lähde. Bisneksessä ei keskitytä tuotantoon vaan ihmisten onnellisuuden ja hyvinvoinnin kasvattamiseen.	Naisiin liitettävät ominaisuudet ja naisryttäjäjen pätevyudet ja kyvyt - naisilla on miehiä parempi empatiakyky → mahdollisuuksia uusiin innovaatioihin - naiset ovat tulevaisuuden johtajia Mahdollisuuksia yrityksen kasvuun - sparraus ja mentorointi ovat tulevaisuudessa entistä tärkeämpiä, fokus on suoraan omissa yritystoiminnassa - henkilökohtaisesti räätälöity palvelu on tulevaisuudessa entistä tärkeämpää, keskiössä oman yritystoiminnan empatia - teknologia on yhteiskuntaa rakentava tekijä, ei uhka	Hyvinvointi - ihmisten hyvinvointi on vähentynyt, kaivataan empatiaa ja myötätuntoa - onnellisuus ymmärretty väärin: onnellisuutta ei löydy etsimällä
Digitalisaatio tarjoaa mahdollisuuksia uudenlaisen liiketoimintaan. Palvelu voi siirtyä verkkoon ja ansaintalogiikka muuttuu. Asiakkaita voi olla vaikka kuinka paljon, vaikka oma työmäärä ei lisääny yhtään.	Uusia tapoja ansaintalogiikkaan ja työskentelyyn - palvelut internettiin - asiakkaan auttaminen - ajan jakaminen, allokointi oikeille asiaille Mahdollisuuksia yrityksen kasvattamiseen - uudet markkinat - uudet tulomuodostuksen mallit internetin kautta Naisryttäjäjen naiseuteen liittyvät kyvyt ja kompetenssit - naisten kyky tehdä useita asioita samanaikaisesti → mahdollisuus hyödyntää digitalisaatiota ja työskennellä useiden asioiden parissa limittäin	Epäusko - ei uskoa siihen, että internetin kautta voidaan palvella massoja - ei uskota, etteikö digitalisaatio merkitse enempää työtä - kuinka empatiaa voi välittää internetin kautta? Vaaditaan uusia taitoja ja enemmän työtä - jatkuva aktiivisuuden vaatimus sosiaalisessa mediassa tuo lisää työtä - vaaditaan taitoja, joita yrittäjillä ei vielä ole Maskuliiniset miellelyhtymät - teknologia on miesten alue, ei sovellu naisille - teknologialla maskuliininen miellelyhtymä, konnotaatio
Teknologia mahdollistaa sen, että ihmiset työskentelevät enemmän niiden asioiden parissa, jotka he kokevat merkityksellisiksi ja joihin he haluavat sitoutua. Myös johtamisessa korostuu ihmisymmärrys ja aidon yhteisön luominen.	Uusia tapoja tehdä työtä ja liiketoimintaa - mahdollista työskennellä missä vain ja milloin vain - ajanhallinta helpottuu: tehdään sitä mikä on merkityksellistä Mahdollisuuksia yrityksen kasvuun - mahdollisuudet kansainvälistymiseen - uusia ja helpompia tapoja markkinointiin - asiakkaan sitouttaminen mahdollista teknologian avulla Perheen ja työn integraatio - mahdollisuus työskennellä kotona ja olla perheen kanssa	Hyvinvointi - teknologia vie kaiken ajan Työpaikkojen menetykset - jotkut ihmiset menettävät työpaikkansa
Robotit korvaavat työvoiman. Ensin poistuvat työpaikat, jotka vaativat rutiinomaista suoritusta ilman merkittävää ajattelutyötä. Viimeisenä poistuu kehittyvä asiantuntijuus.	Uusia tapoja tehdä liiketoimintaa ja työtä - tylsät rutiinomaiset työt vähenevät - enemmän aikaa arvokkaaseen työhön Naiselliset ominaisuudet ja naisryttäjäjen kyvyt - naisryttäjästä tulee entistä tärkeämpiä yhteiskunnassa, jossa vaaditaan hyviä ihmissuhdetaitoja ja monitahoista pätevyyttä (myös naisvaltaisilla aloilla kuten palvelusektorilla)	Hyvinvointi - työn fyysinen kuormittavuus laskee robotisaation takia, seuraukset terveydelle voivat olla radikaalit - ihmisistä tulee tyhmiä - robotit vastaan empatia - työpaikkojen menetykset - kädentaidot voivat kadota, taidot katoavat - jos robotisaatio korvaa työvoiman, mitä ihmiset tekevät? - kuka saa työtä ja kuka ei – epätasa-arvo

Taulukko 8. Naisryttäjäjen asenteet megatrendejä kohtaan.

6.5 Naisten suhtautuminen oman liiketoiminnan innovaatioprosesseihin

Naisyrittäjien oman liiketoiminnan osalta innovaatioprosesseja kohtaan oli sekä positiivisia että negatiivisia asenteita. Innovaatioissa nähtiin useita positiivisia näkökulmia. Yrittäjät uskoivat, että uudet teknologiset innovaatiot ovat mahdollisia heidän omissa yrityksissään ja nämä innovaatiot voivat liittyä henkilökohtaistamiseen, sitoutumiseen, asiakkaiden kohtaamiseen uudella tavalla, empatiaan kilpailutekijänä, yhteisöllisyyden ja sosiaalisten suhteiden rakentamiseen uudella tavalla. Naisyrittäjät näkivät, että nämä tekijät antavat heille kyvyn innovoida ja käyttää naisellisia vahvuuksiaan myös uusien innovaatioiden yhteydessä ja innovaatioprosessissa. Erityisesti empatia ja johtamistaidot nähtiin naisyrittäjien ydinosaamisina.

Naisyrittäjien mielestä innovaatiotoiminnalle ei ole tarpeeksi rahoitusta, eli rahoituksen puute estää innovaatioiden syntymistä. Vaikka yrittäjät näkivätkin oman osaamisensa ja taitonsa positiivisessa valossa, joidenkin yrittäjien mielestä heillä ei ollut riittävästi uusien innovaatioiden synnyttämiseen vaadittuja taitoja. Näin oli etenkin kielitaidon ja innovaatioiden kansainvälistämisen osalta. Kaikista olennaisin ongelma innovaatioprosessissa olivat mentaaliset mallit. Valtaosa naisyrittäjistä oli sitä mieltä, että vallalla olevat mentaaliset mallit estivät heidän innovaatiotoimintansa: mielikuvat määräävät mitä voidaan tehdä ja kuinka. Heitä pelotti myös jatkuva tarve kehittää ja olla ohjaamassa ja johtamassa. Yksi yrittäjä pohti henkilöhistoriaansa, kuinka se vaikuttaa mentaalimalleihin:

”Sekin voi olla uskomus, mutta kyllähän mä olen eri sukupolven ihminen kun esimerkiksi monet opiskelijat täällä, kyllä mä pidän sitä faktana, et se vaikuttaa siihen minkälainen minun historia on digitalisaation ja teknologian suhteen. Mä lähdän sieltä kalkkiviivoilta vasta nyt liikkeelle kun joku on jo paljon pidemmällä, mutta mä voin edetä sitä omaa juoksuani.”

Taulukko 9 kokoaa asenteet innovaatioprosessia kohtaan.

Positiiviset näkökulmat	Negatiiviset näkökulmat
<p>Uudet teknologiset innovaatiot, jotka liittyvät erityisesti</p> <ul style="list-style-type: none"> • henkilökohtaistamiseen, • sitoutumiseen, • tapaamisiin, • empatiaan, • yhteisöllisyyteen, • sosiaalisiin suhteisiin <p>Kyky innovaatioihin</p> <p>Innovaatiot, jotka liittyvät naisten vahvuuksiin → Empatia ja naisten johtamistaidot</p>	<p>Ei vaadittua osaamista tai taitoja</p> <p>Ei vaadittua rahoitusta</p> <p>Mentaaliset mallit (mitä voidaan tehdä), omat ajatusmallit estävät innovaatioita</p> <p>Jatkuva tarve kehittää ja johtaa, ohjata</p>

Taulukko 9. Asenteet innovaatioprosessia kohtaan naisryittäjien omassa liiketoiminnassa.

6.6 Johtopäätökset naisryittäjien kokemista tulevaisuuden haasteista

Megatrendien osalta tulokset näyttävät, että asenne tulevaisuuden megatrendejä kohtaan on enemmän positiivinen kuin negatiivinen. Positiiviset asenteet liittyvät naisryittäjien naisellisiin ominaisuuksiin ja osaamiseen, yrityksen kasvun mahdollisuuksiin, uusiin liiketoiminnan tekemisen tapoihin sekä perheen ja työn yhdistämiseen. Naiset näkevät monia mahdollisuuksia uusiin innovaatioihin omassa liiketoiminnassaan. He myös kokevat, että tietyt ominaisuudet, jotka usein liitetään naisiin (esim. empatia) tulevat olemaan tulevaisuudessa entistä tärkeämpiä sekä innovaation lähteenä että kilpailuedun tuojina.

Myös negatiivisia asenteita nousi esille. Ne liittyivät hyvinvointiin, välttämättömän epätodelliseksi kokemiseen, työpaikkojen menettämiseen, uusien taitojen vaatimukseen, työmäärän lisääntymiseen sekä maskuliinisiin miellejhtymiin. Jotkut psykologiset tekijät estävät naisryittäjien innovaatioprosessia. Ensinnäkin tämänhetkiset mentaaliset mallit määräävät millaisia innovaatioita pystytään saavuttamaan. Toiseksi tulokset osoittavat, että teknologia on edelleen sukupuolisesti rakentunut. Vanhemmat naisryittäjät kokevat, että teknologia on miesten osa-alue ja että uuden digitaalisen ajan innovaatiot vaativat teknologista ymmärrystä ja teknologisia valmiuksia.

Vanhempien ryittäjien ja ryittäjyyttä urana harkitsevien nuorempien naisten

välillä asenteissa on merkittävä ero. Yrittäjyyttä harkitsevat eivät nähneet eroa naisten ja miesten teknologisten valmiuksien välillä. Voi olla, että meneillään oleva yhteiskunnallinen muutos on jo muokannut nuorempien yrittäjien teknologiaan ja innovaatioihin liittyviä miellelyhtymiä ja heillä on vähemmän pois opittavaa. Nuoremmat naisyrittäjät ovat jo juurtuneet digitaaliselle ajalle eivätkä he koe eroa innovaatioiden ja teknologian omaksumisessa suhteessa miehiin. On suuri merkitys sillä, kuinka teknologia ja innovaatiot esitetään eri kouluasteilla. Esimerkiksi Fogelberg Eriksson (2014) osoitti tutkimuksessaan kuinka sukupuolitettu näkökulma voi synnyttää innovaatioita lukiossa. Vanhempien sukupolvien tapauksessa elinikäisen oppimisen näkökulma on olennainen: vanhemmat naisyrittäjät tarvitsevat ympäristön, jossa he voivat reflektoida ajatuksiaan ja ideoitaan liiketoiminnastaan sekä mahdollisia uusia innovaatioita, joissa on uutta teknologiaa.

Kuten usein on sanottu, elämme epävakaaassa, epävarmassa, monitahoisessa, muuttuvassa ja monimerkityksellisessä ajassa. Tulevaisuuden maailma tulee vaatimaan kykyjä, jotka tällä hetkellä ovat vain vaihtoehtoja. Hajkowicz ym. (2016) näyttävät toteen, että tullaan tarvitsemaan uusia tapoja ajatella, suunnitella, ohjata, kommunikoida ja johtaa. Tulevaisuudessa työnantajia kiinnostavat yhä enemmän potentiaalisten työntekijöiden ns. pehmeät taidot, kuten henkilökohtaiset, ihmisten väliseen kanssakäymiseen ja organisatorisuuteen liittyvät taidot. Tulevaisuudessa nämä taidot ovat kriittisiä uran ja elämässä menestymisen kannalta. Nämä taidot sisältävät halukkuuden oppia, kanssakäymis- ja kommunikaatiotaitoja, asenteen ja etiikan työtä kohtaan, itsensä johtamisen, tiimityön sekä motivaation, siinä missä kyvyn kriittiseen ajatteluun ja mielikuvituksenkin. Innovatiivinen ajattelu ja itsensä kehittäminen ammattilaisena ovat tekijöitä, jotka usein puuttuvat nuorilta työntekijöiltä. On kyettävä myös suorittamaan abstrakteja, muita kuin rutiinitehtäviä, joita ei niin todennäköisesti tietokoneisteta. Samaan aikaan selvitykset tulevista työntekijäsukupolvista (sukupolvi Z) antavat viitteitä siitä, että heille on luontaista työskennellä teknologian parissa, mutta toisaalta perussuhdetaidoissa voi olla puutteita. Ihmissuhdetaitojen kehittäminen tulee näin ollen todennäköisesti olemaan avainasemassa sekä koulutuksen tuottajien että työntekijöiden asialistalla tulevina vuosikymmeninä.

Feministiset tutkimukset ovat osoittaneet, että innovaation käsite on hyvin vahvasti sukupuolittunut, toisin sanoen sillä on vahva miehinen miellelyhtymä (Blake & Hanson 2005; Marlow & McAdam 2012; Nählinder et al. 2012). Tämä todentuu julkisten tahojen tukemissa innovaatioiden typeissä ja siinä kuinka innovaatiot mitataan kansallisissa tilastoissa. Tässä tutkimuksessa naisyrittäjät kokivat haasteelliseksi löytää rahoitusta innovaatioilleen. Voiko olla, että julkinen tuki ja yksityiset rajoittajat kokevat naisten tekemät innovaatiot vähemmän merkittäviksi tai vähemmän potentiaalia omaaviksi? Innovaatorakenteiden sukupuolittuneesta

rakenteesta johtuen miehet myöntävät julkista tukea tai T&K rahoitusta usein miehille. Aiemmat tutkimukset todistavat, että on olemassa voimakas assosiaatio maskuliinisuuden, tieteen ja insinööritieteiden sekä innovaatioiden välillä; nämä prosessin ovat kietoutuneita toisiinsa (Wajcman 2010; Dautzenberg 2012; Marlow & McAdam 2012). Viime aikoina innovaation käsitettä on laajennettu sekä politiikan että tutkimuksen puolella kattamaan muitakin alueita kuin teknologian ja patentit. Tätä kautta mukaan ovat tulleet palvelusektorin innovaatiot ja avoin innovaatioprosessi. Julkinen rahoitus on kuitenkin suunnattu sellaisiin palveluihin, jotka ovat vahvasti yhteydessä miehiin ja insinööritaitoon. Tämä on yhteydessä siihen, ketkä ja mikä tunnustetaan ja tunnustetaan innovaattoreiksi ja innovaatioiksi. Wikhamn ja Knights (2013) näyttävät, että muutos ”kovasta” tuotteesta ”pehmeäksi” voidaan nähdä sen tunnustamisena, että muutkin toimijat organisaatiossa osallistuvat innovointiin.

Yhteiskunnassa on feministinen resistanssi eli eräänlainen vastarinta, joka haastaa hegemoniset maskuliiniset diskurssit. Tämän resistanssin seurauksena haastetaan olemassa olevat sukupuoleen liittyvät stereotypiat politiikassa, prosesseissa ja innovaatioverkostoissa. Naisyrittäjien mielestä digitalisaatio ja teknologiat tehdään miehille – teknologiaan liittyi vahva maskuliininen miellelyhtymä. Nuorten, yrittäjyyttä harkitsevien opiskelijoiden mielestä teknologisiin ja teknisiin taitoihin ei liity sukupuolen liittyviä eroja. Lopuksi voidaankin todeta, että sukupuolen käsitettä vahvistetaan ja rakennetaan yhteiskunnallisesti ja se muuttuu maailman muuttuessa. Kollegiaalisen tuen saaminen innovaatioille on helpompaa tuleville yrittäjille kuin vanhemmille, sillä heillä on jo ollut mahdollisuus saada kokemuksia omista ja muiden naisten lahjakkuuksista opintojensa aikana.

Verkostoituminen edistää kasvua

Naisyrittäjien verkostoja tutkittaessa on havaittu, naisten verkostot ovat miesten verkostoja homogeenisempia. Ruotsissa ja Norjassa on havaittu, että naisilla on kahdenlaisia verkostoja, joista henkilökohtaiset verkostot koetaan tärkeämmäksi kuin yritysverkostot (business-verkostot). Henkilökohtaiset kontaktit toisiin yrittäjiin, ystäviin, perheeseen ja sukulaisiin koettiin tukea antaviksi valteiksi. Mitä halukkaampia yrittäjät olivat kasvamaan, sitä korkeammalle he olivat arvioineet verkostojen arvon. Erittäin kasvuhaluiset vaikuttivat saavan paljon hyötyä toisilta yrittäjiltä. (Borgen, Friedrichs, Rennemo & Widding 2013, 69.) Tekijöiden oma tutkimus vahvistaa käsitystä, jonka mukaan monipuoliset ja heterogeeniset verkostot ovat voimakkaasti yhteydessä naisyrittäjien yrityksen kasvuhalukkuuteen (mt, 72). Myös Koellinger, Minniti ja Schade (2013, 213) ovat havainneet, että mies- ja naisyrittäjien sosiaaliset verkostot poikkeavat toisistaan. Naisten verkostoissa on huomattavasti vähemmän muita yrittäjiä.

Naisyrittäjien yritysten kasvua voidaan tukea verkostojen avulla. Verkostot voidaan määritellä resurssiksi, joka voi edistää yrityksen kehittymistä kasvulla mitattuna. Verkostojen toiminta on osin yllätyksellistä, sillä koskaan ei voi tarkasti tietää, mitä verkostojen kautta syntyy. Uusien verkostojen kanssa kannattaa olla yhteistyössä, vaikka lopputuloksesta ei varmaa tietoa olekaan. Tässä on sama ydin kuin yrittäjyydessä yleensäkin; epävarmuutta on siedettävä, riskejä on otettava. (Borgen, Friedrichs, Rennemo & Widding 2013, 70 - 71.)

Naisten ja miesten eroja on tutkittu franchising- yrittäjyyden yhteydessä. Tulosten perusteella vaikuttaa sille, että franchising-ketjua luotsaavat naiset luottavat yrittäjiinsä miehiä hieman vähemmän. Franchising-yrittäjinä toimivat naiset puolestaan kokevat ketjussa vallitsevan henkilöiden välisen oikeudenmukaisuuden heikommaksi kuin miespuoliset kollegansa. Yleisesti ottaen tyytyväisyydessä miesten ja naisten välillä ei ole merkittävää eroa. Toisaalta naiset kokevat saavansa vähemmän kunnioitusta ja arvontoa kuin miehet. Tutkimus viittaa siihen, että esimiesasemassa olevat asettavat eri kriteerejä eri sukupuolten sopivalle käyttäytymiselle ja suorituskyvylle. (Meek, Sullivan & Mueller 2015.)

7 LOPUKSI

Tämän raportin tarkoituksena on ollut kuvata Smart ladies in digital world -hankkeessa tuotettu toimintamalli sekä toimintamallista saatuja tuloksia. Lisäksi raportissa on kuvattu tuloksia siitä, mitkä asiat vaikuttavat opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin ja niiden kehittymiseen sekä pohdittu naisyrittäjien toimintaympäristöä, innovointia ja tulevaisuutta.

Yhteenvedona voi todeta, että haastattelut osoittivat toimintamallin tarjoavan monenlaisia hyötyjä eri osapuolille. Ensinnäkin opiskelijat saavat roolimalleja, verkostoituvat toimivien naisyrittäjien kanssa ja saavat uskoa omaan pystyvyyteensä onnistua yrittäjänä. Positiivista on, että hankkeen aikana erityisesti opiskelijoiden pystyvyyssuskomus kehittyi positiiviseen suuntaan. Eräs opiskelija totesi hankkeen lopussa, että ”Osallistuminen tähän toimintaan on ollut parasta koko opiskelujen aikana”. Myös yrittäjät ovat olleet erittäin tyytyväisiä toimintamalliin. Heidän etujaan on ollut uuden tiedon saaminen ammattikorkeakoulun asiantuntijoiden kautta, verkostoituminen muiden naisyrittäjien ja opiskelijoiden kanssa, vertaistuki sekä opiskelijoiden ajankohtaiset näkemykset. Tällaisella toimintamallilla voidaan myös tukea naisten innovaatiotoimintaa. Ammattikorkeakoulun kannalta toiminta on osa sen yhdestä ydintehtävästä eli aluevaikuttavuudesta. Seuraavaksi on arvioitu toimintamallia tarkemmin.

7.1 Toimintamallin arviointia

Toimintamalli on todettu hyväksi sekä opiskelijoiden, yrittäjien että ammattikorkeakoulun osalta. Kuten aiemmassa luvussa todettiin, toimintamallissa kaikki osapuolet hyötyvät. Opiskelijat nostivat loppukyselyssä erityisesti esille kontaktit naisyrittäjiin, roolimallien tärkeyden ja verkostoitumisen. Heidän ajatuksensa yrittäjyydestä olivat vahvistuneet ja ajankohtaiset työpajat olivat antaneet työkaluja omaan työhön ja yrittäjyyden suunnitteluun. Positiivinen asia toimintamallissa on myös se, että opiskelijat saavat kosketuksen yrittämisen todellisuuteen ja pääsevät näkemään yrittäjyydestä eri puolia.

Yrittäjien osalta positiiviset kokemukset liittyivät samoihin asioihin kuin opiskelijoilla. Parasta hankkeessa on ollut verkostoituminen toisten naisyrittäjien kanssa, tutustuminen opiskelijoihin ja ammattikorkeakoulun asiantuntijoihin. Työpajojen sisällöt koettiin hyödyllisinä. On myös huomattava, että monella yrittäjällä hankkeen aikana syntyi uusia tavoitteita tai aiemmat tavoitteet saivat uusi näkökulmia. Kaikki loppukyselyyn vastanneet yrittäjät tavoittelivat lähivuosina kasvua. Tämä voidaan nähdä positiivisena asiana hankkeen kannalta, jonka yhtenä tavoitteena oli motivoida naisyrittäjiä kasvupolulle.

Toimintamallin heikkoutena voidaan nähdä aikataulutuksen haasteellisuus. Koska toimintamallissa on mukana opiskelijoita eri aloilta sekä yrittäjiä eri puolilta maakuntaa, kaikille sopivaa aikaa on vaikea löytää. Samoin itse työpajojen ajankäyttö on yksi kehitettävä asia: aikaa olisi varattava vielä enemmän, jotta sekä alustukseen että työskentelyyn jää tarpeeksi aikaa. Jos opiskelija-yrittäjäparityöskentelyä halutaan toimintamallissa enemmän, on sitä selkeytettävä ja ohjeistettava tarkemmin. Toisaalta hankkeen aikana todettiin, että välttämättä toimintamalli ei edellytä tällaista parityöskentelyä vaan vastaava hyöty voidaan saada myös ryhmätyöskentelyn kautta. Tällöin on vain otettava huomioon, että ryhmässä on sekä yrittäjiä että opiskelijoita. Ryhmät voivat tällöin olla myös vaihtuvia, jolloin osallistujat pääsevät työskentelemään monien ihmisten kanssa. Tämä on etu, koska toimintamalli perustuu jatkuvuuteen ja avoimuuteen: mukaan voi tulla missä vaiheessa tahansa opintoja. Samoin yrittäjiä voi tulla mukaan toimintaan milloin tahansa.

7.2 Toimenpidesuosituksset

Tärkeimpänä toimenpidesuosituksena on toimintamallin jatkaminen ja edelleen kehittäminen. Toimintamallista tuotettiin hankkeen aikana myös lyhyempi esite-tyyppinen käsikirja, jonka pohjalta muut oppilaitokset pystyvät ottamaan samanlaisen toimintamallin käyttöön. Hankkeen tuloksia on tiedotettu aktiivisesti eri yrittäjyyteen liittyvissä konferensseissa ja seminaareissa.

Toimintamallia voi organisoida ammattikorkeakoulu tai esim. opiskelijoiden yrittäjyysyhteisö. Seinäjoen ammattikorkeakoulussa päädyttiin siihen, että opiskelijoiden yrittäjyysyhteisö SeiES vastaa jatkossa toiminnasta. SeiES kontakttoi opiskelijoita ja yrittäjiä. Yhteistyössä ammattikorkeakoulun asiantuntijoiden kanssa suunnitellaan työpajoja, joissa voidaan hyödyntää joko ulkopuolisia asiantuntijoita tai ammattikorkeakoulun omaa henkilökuntaa. Erityisesti tki-hankkeiden uusia tuloksia on tärkeä käydä läpi työpajoissa ja siten jalkauttaa uusia menetelmiä ja toimintamalleja käytäntöön. Tärkeää on saada toiminta jatkuvaluonteiseksi. Verkostoituminen eri toimijoiden kesken mahdollistaa myös yritysten toimeksiannot eri opintojaksoille, yrittäjien hyödyntämisen opetuksessa sekä opinnäyte-työyhteistyön.

Edelleen on tärkeää painottaa sitä, että sukupuolella on merkitystä suhteessa yrittäjyyteen. Naisopiskelijoiden tukeminen verkostomaisella toimintatavalla nostaa hankkeen tulosten mukaan uskoa omaan pystyvyyteen toimia yrittäjänä. Tällä vuorostaan on monien tutkimusten mukaan vaikutusta yrittäjyysaikomuksiin ja suoraan myös yrityksen perustamiseen.

Toimenpidesuosituksia voidaan tiivistää seuraavasti:

1) Toimintamallin juurruttaminen osaksi ammattikorkeakoulun normaalia toimintaa: yhteistyö SeiES:n kanssa.

2) Toimintamallin edelleen kehittäminen yhteistyössä eri toimijoiden kanssa ja uudet yhteistyömahdollisuudet: verkoston parempi hyödyntäminen opintojaksojen harjoitustoissa, opetuksessa ja opinnäytetoissa.

3) Yrittäjien poolin rakentaminen: kiinnostuneiden naisyrittäjien joukon laajentaminen ja vakiinnuttaminen. Tässä voidaan hyödyntää yrittäjäjärjestöjä.

4) Toimintamallin levittäminen: aktiivinen tiedottaminen toimintamallista muille ammattikorkeakouluille ja yrittäjyyttä edistäville tahoille.

Lopuksi voidaan todeta, että hankkeen tulokset kannustavat jatkamaan työtä naisopiskelijoiden yrittäjyyden tukemiseksi sekä naisyrittäjien verkoston kasvattamiseksi. Toimintamallin hyöty on selkeä kaikille osapuolille.

LÄHTEET

Adam, A. & Fayolle, A. 2015. Bridging the entrepreneurial intention-behaviour gap: The role of commitment and implementation intention. *International Journal of entrepreneurship and small business* 25 (1), 36–54.

Adam, A. & Fayolle, A. 2016. Can implementation intention help to bridge the intention-behaviour gap in the entrepreneurial process? An experimental approach. *The International journal of entrepreneurship and innovation* 17 (2), 80–88.

Azzat, M., Noor Hazlina, A. & Chew, E. 2009. Examining a model of entrepreneurial intention among Malaysians using SEM Procedure. *European journal of scientific research* 3 (2), 365–373.

Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes* 50 (2), 179–211.

Alsos, G. & Isaksen, E. 2012. Closing the gender gap? Entrepreneurial training and entrepreneurial intentions among male and female youth. A paper presented at 17th Nordic Conference on Small Business Research, Helsinki, Finland, May 23-25, 2012.

Alsos, G., Ljunggren, E. & Hytti, U. 2013. Gender and innovation: state of the art and a research agenda. *International journal of gender and entrepreneurship* 5 (39), 236–256.

Armitage, C. J. & Conner, M. 2001. Efficacy of the theory of planned behaviour: a Meta-analytic review. *British journal of social psychology* 40, 471–499.

Armstrong, C. E. 2011. Thinking and slacking or doing and feeling? Gender and the interplay of cognition and affect in new venture planning. *Journal of developmental entrepreneurship* 16 (2), 213–226.

Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M. & Ulfstedt, T. 1997. Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia and US. Teoksessa: D. L. Sexton & J. D. Kasadra (eds.) *Frontiers of entrepreneurial research*. Wellesley, MA: Babson College Publications, 133–147.

Axelrod, R. 1976. Structure of decision: The cognitive maps of political elites. [Verkkojulkaisu]. Princeton: Princeton University Press. [Viitattu 14.5.2018]. Saatavana: <https://books.google.fi/books?id=aKh9BgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=axelrod+structure+of+decision&hl=fi&sa=X&ved=0ahUKEwiz4r3OgZ7SAhUnLZoKHexnDnAQ6AEIGTAA#v=onepage&q=axelrod%20structure%20of%20decision&f=false>

Bagozzi, R., Baumgartner, H. & Yi, Y. 1989. An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of economic psychology* 10, 35–62.

Bandura, A., Adams, N., Hardy, A. & Howells, G. 1980. Test of the generality of self-efficacy theory. *Cognitive therapy and research* 4 (1), 39–66.

Barbosa, S., Fayolle, A. & Lassas-Clerc, N. 2006. Assessing risk perception, self-efficacy, and entrepreneurial attitudes and intentions: Implications for entrepreneurship education. The Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, Sao Paulo, July 9th–12th 2006, Sao Paulo.

BarNir, A. 2012. Starting technologically innovative ventures: reasons, human capital, and gender. *Management decision* 50 (3), 399–419.

Blake, M. K. & Hanson, S. 2005. Rethinking innovation: Context and gender. *Environment and planning A* 37, 681–701.

Borgen, M., von Friedrichs, Y., Rennemo, Ø. & Widding, Ø. 2013. Networking women entrepreneurs: fruitful for business growth? *International journal of gender and entrepreneurship* 5 (1), 60–77.

Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M. & Verheul, I. 2012. Entrepreneurship and role models. *Journal of economic psychology* 33 (2), 410–424.

Brem, A. 2008. *The Boundaries of innovation and entrepreneurship*. Wiesbaden: Gabler Verlag.

Carley, K. & Palmquist, M. 1992. Extracting, representing and analyzing mental models. *Social forces* 70 (3), 601–635.

Cooper, R. 2012. The gender gap in union leadership in Australia: a qualitative study. *Journal of industrial relations* 54 (2), 131–146.

Crant, M. 1996. The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of small business management* 34 (3), 42–49.

Dalborg, C., von Friedrichs, Y. & Wincent, J. 2015. Risk perception matters: why women's passion may not lead to a business start up. *International journal of gender and entrepreneurship* 7 (1), 87–104.

Dautzenberg, K. 2012. Gender differences of business owners in technology-based firms. *International journal of gender and entrepreneurship* 4 (1), 79–98.

Dodgson, M. & Gann, D. 2010. *Innovation*. New York: Oxford University Press.
European Commission. 2012. Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education. March 2012. DG for enterprise and industry. Brussels: Entrepreneurship Unit.

Engle, R. L., Dimitriadi, N., Gavidia, J. V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., He, X., Buame, S. & Wolff, B. 2010. Entrepreneurial intent. A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International journal of entrepreneurial research* 16 (1), 35–57.

Ernst & Young. 2015. *Megatrends 2015. Making sense of a world in motion*. [Verkköjulkaisu]. [Viitattu 13.12.2016]. Saatavana: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatrends-report-2015/\\$FILE/ey-megatrends-report-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatrends-report-2015/$FILE/ey-megatrends-report-2015.pdf)

- Fagerberg, J., Mowery, D. & Nelson, R. R. 2005. *The Oxford handbook of innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Fayolle, A., Gailly, B. & Lassas-Clerc, N. 2005. The long-term effect of entrepreneurship teaching programmes on entrepreneurial intention. A paper presented at RENT XIX Conference, Naples, Italy, November 17–18, 2005.
- Fayolle, A. & Liñán, F. 2013. Entrepreneurial intentions: Literature review and new research perspectives. A paper presented at The 3rd GIKA Annual Conference, 7.-9.7.2013, Valencia, Spain.
- Fayolle, A. & Liñán, F. 2014. The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of business research* 67 (5), 663–666.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. 1975. *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fogelberg Eriksson, A. 2014. A gender perspective as trigger and facilitator of innovation. *International journal of gender and entrepreneurship* 6 (2), 163–180.
- Freeman, R. B. 2015. Who owns the robots rules the world. *IZA World of Labor* 2015: 5.
- Foss, L., Woll, K. & Moilanen, M. 2013. Creativity and implementations of new ideas. *International journal of gender and entrepreneurship* 5 (3), 298–322.
- Gelderens, M. van & Jansen, P. 2006. Autonomy as a start-up motive. *Journal of small business and enterprise development* 13 (1), 23–32.
- Gollwitzer, P. M. 1993. Goal achievement: the role of intentions. *European review of social psychology* 4 (1), 141–185.
- Gollwitzer, P. M. 1999. Implementation intentions: strong effects of simple plans. *American psychologist* 54 (7), 493–503.
- Gratton, L. 2010. The future of work. *Business strategy review* 21 (3), 16–23.
- Gulati, R. & Soni, T. 2015. Digitization: A Strategic key to business. *Journal of advances in business management* 1 (2), 60–67.
- Gray, S. A., Gray, S., Cox, L. J. & Henly-Shepard, S. 2013. Mental modeler: a fuzzy-logic cognitive mapping modeling tool for adaptive environmental management. 46th Hawaii international conference on system sciences. DOI 10.1109/HICSS.2013.399
- Gray, S., Zarne, E. & Gray S. 2014. Fuzzy cognitive maps as representations of mental models and group beliefs. Teoksessa: E. I. Papageorgiou (ed.) *Fuzzy cognitive maps for applied sciences and engineering: From fundamentals to extensions and learning algorithms*. Intelligent systems reference library 54. Berlin: Springer.

Hajkowicz, S., Reeson, A., Rudd, L., Bratanova, A., Hodggers, L., Mason, C. & Boughen, N. 2016. Tomorrow's digitally enabled workforce. Megatrends and scenarios for jobs and employment in Australia over coming twenty years. CSIRO Australia.

Hannu, H. 2016. Yritystalli kiinnostaa SeAMKissa. [Verkkoartikkeli]. Yrittävä Lakeus (3), 28–29. [Viitattu 24.10.2017]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017053111436>

Helfgott, A., Lord, S., Bean, N., Wildenberg, M., Gray, S., Gray, S., Vervoort, J., Kok, K. & Ingram, J. 2015. Clarifying fuzziness: Fuzzy cognitive maps, neural networks and system dynamics models in participatory social and environmental decision-aiding process. [Verkkojulkaisu]. Working paper 1. Transmango -projekti. [Viitattu 28.2.2017]. Saatavana: <http://www.transmango.eu/userfiles/working%20paper%20fuzzy%20cognitive%20maps.pdf>

Henley, A. 2005. From entrepreneurial aspiration to business start-up: evidence from British longitudinal study. *Academy of entrepreneurship journal* 10 (1-2).

Henley, A. 2007. Entrepreneurial aspiration and transition into self-employment: evidence from British longitudinal data. *Entrepreneurship & Regional development* 19 (3), 253–280.

Henley-Shephard, S., Gray, S. A. & Cox, L. J. 2015. The use of participatory modeling to promote social learning and facilitate community disaster planning. *Environmental science & policy* 45, 109–122.

Henry, C., Foss, L. & Ahl, H. 2015. Gender and entrepreneurship research: a review of methodological approaches. *International small business journal* 34 (3), 217-241.

Ingram, K., Cope J., Harju, B. & Wuench, K. 2000. Applying to graduate school: A Test of the theory of planned behavior. *Journal of social behavior and personality* 15 (2), 215–226.

Jamieson, I. 1984. Education for enterprise. Teoksessa: A. Watts & P. Moran (eds.) CRAC. Cambridge: Ballinger, 19-27.

Joensuu, S., Varamäki, E., Viljamaa, A., Heikkilä, T. & Katajavirta, M. 2014. Yrittäjyysaikomukset, yrittäjyysaikomusten muutos ja näihin vaikuttavat tekijät koulutuksen aikana. [Verkkojulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja A. Tutkimuksia 16. [Viitattu 14.5.2018]. Saatavana: <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/74669/A16.pdf?sequence=1>

Joensuu, S., Viljamaa, A., Varamäki, E. & Tornikoski, E. 2013. Development of entrepreneurial intention in higher education and the effect of gender – a latent growth curve analysis. *Education + Training* 55 (8/9), 781–803.

Jones, N. A., Ross, H., Lynam, T., Perez, P. & Leitch, A. 2011. Mental models: an interdisciplinary synthesis of theory and methods. *Ecology and society* 16 (1).

Kandasamy, V. & Smarandache, F. 2003. Fuzzy cognitive maps and neutrosophic cognitive maps. Phoneix: Xiquan.

- Kautonen, T., Gelderen, M. van & Fink, M. 2013. Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice* 39 (3), 655–674.
- Kautonen, T., Gelderen, M. van & Tornikoski, E. 2013. Predicting entrepreneurial behavior: A test of the theory of planned behavior. *Applied economics* 45 (6), 697–707.
- Kiiski Kataja, E. 2016. Megatrendit 2016. [Verkkajulkaisu]. Helsinki: Sitra. [Viitattu 14.5.2018]. Saatavana: https://www.sitra.fi/julkaisut/Muut/Megatrendit_2016.pdf
- Koellinger, P., Minniti, M. & Schade, C. 2013. Gender differences in entrepreneurial propensity. *Oxford bulletin of economics and statistics* 75 (2), 213–234.
- Kolvereid, L. 1996. Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship theory and practice* 21 (1), 47–57.
- Kosko, B. 1986. Fuzzy cognitive maps. *International journal of man-machine studies* 24, 65–75.
- Kristiansen, S. & Indarti, N. 2004. Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of enterprising culture* 12 (1), 55–78.
- Krueger, N. F. & Carsrud, A. L. 1993. Entrepreneurial Intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and regional development* 5 (4), 315–330.
- Krueger, N., Reilly, M. & Carsrud, A. 2000. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing* 15 (2), 411–432.
- Kvidal, T. & Ljunggren, E. 2013. Introducing gender in a policy programme: a multilevel analysis of an innovation policy programme. *Environment & Planning C* 31.
- Kyrö, P. 2004. Naisryttäjäjen toisenlainen todellisuus. *Aikuiskasvatus* (4), 295–308.
- Lee, L., Wong, P., Foo, M. & Leung, A. 2011. Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. *Journal of business venturing* 6 (1), 124–136.
- Liñán, F. 2004. Intention-based models of entrepreneurship education. *Proceedings of International Conference, 4-7 July 2004, Naples, Italy*.
- Liñán, F. & Chen, Y.-W. 2009. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice* 33 (3), 593–617.
- Liñán, F. & Fayolle, A. 2015. A Systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International entrepreneurship and management journal* 11 (4), 907–933.
- Ljunggren, E., Alsos, G. A., Amble, N., Ervik, R., Kvidal, T. & Wiik, R. 2010. Gender and innovation. Learning from regional VRI-projecs. NF-rapport 2/2010.

Lundvall, B.-Å. 1992. National systems of innovation. London: Pinter Publishers.

Lope Pihie, Z. & Bagheri, A. 2011. Malay Secondary School students entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial self-efficacy: A Descriptive study. *Journal of applied sciences* 11 (2), 316–322.

Lope, P., Zaidatol, A. & Hassan, H. 2009. Choice of self-employment intention among secondary school students. *The Journal of international social research* 9, (2), 539–549.

Maczulskij, T. & Kauhanen, M. 2016. Työmarkkinoiden polarisaatio ja työvoiman liikkuvuus – mihin rutiininomaista työtä tekevät työntekijät päätyvät? *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 112 (3), 284–296.

Malerba, F. 2002. Sectoral systems of innovation and production. *Research policy* 31 (2), 247–264.

Marlow, S. & McAdam, M. 2012. Analyzing the influence of gender upon high-technology venturing within the context of business incubation. *Entrepreneurship theory & practice* 36 (4), 655–676.

Martin, B., McNally, J. & Kay, M. 2013. Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A Meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of business venturing* 28 (2), 211–224.

McDonald, S., Gan, B. C., Fraser, S. S., Oke, A. & Anderson, A. R. 2015. A review of research methods in entrepreneurship 1985–2013. *International journal of entrepreneurial behavior & research* 21 (3), 291–315.

McFadzean, E., O'Loughlin, A. & Shaw, E. 2005. Corporate entrepreneurship and Innovation Part 1: The Missing link. *European journal of innovation management* 8 (3), 350–372.

McGowan, P., Lewis Redeker, C., Cooper, S. Y. & Greenan, K. 2012. Female entrepreneurship and management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship & regional development* 24 (1-2), 53–72.

Meek, W. R., Sullivan, D. M. & Mueller, J. 2015. Gender differences in entrepreneurial relationships within the franchise context. *Journal of developmental entrepreneurship* 19 (4), 1450026.

Moi, T., Adeline, Y. & Dyana, M. 2011. Young adult responses to entrepreneurial intent. www.researchersworld.com 2 (3), paper 5.

Moninainen ja uudistuva naisyrittäjyys. Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmän loppuraportti. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 4/2010.

Naisyrittäjyys. Nykytilanne ja toimenpide-ehdotuksia. 2005. Helsinki: Kauppa- ja teollisuusministeriö. KTM julkaisuja 11.

Nabi, G., Holden, R. & Walmsley, A. 2010. From student to entrepreneur: towards a model of graduate entrepreneurial career-making. *Journal of education and work* 23 (5), 389–415.

Niskanen, V. 2006. Application of fuzzy linguistic cognitive maps to prisoner's dilemma. *International journal of innovative computing, information and control* 2 (1), 139–152.

Niskanen, V. 2010. Pehmomalleja ihmistieteisiin. Älykkäät ja oppivat järjestelmät tutkijan tukena. [Verkkójulkaisu]. Helsingin yliopisto. [Viitattu 9.2.2017]. Saatavana: <http://www.mv.helsinki.fi/home/niskanen/>

Nissan, E., Carrasco, I. & Castanö, M. S. 2012. Women entrepreneurship, innovation and internationalization. Teoksessa: M. A. Galindo & D. Ribeiro (eds.), *Women's entrepreneurship and economics: New perspectives, practices, and policies*. New York: Springer.

Nählander, J., Tillmar, M. & Wigren-Kristoferson, C. 2012. Are female and male entrepreneurs equally innovative? Reducing the gender bias of operationalisations and industries studied. Teoksessa: S. Andersson, K. Berglund, J. G Torslund, E. Gunnarsson, & E. Sundin (eds.) *Promoting innovation – policies, practices and procedures*. Stockholm: Vinnova.

Parente, R. & Feola, R. 2013. Entrepreneurial intent and entrepreneurial commitment of young researchers. *International journal of technology management and sustainable development* 12 (2), 155–166.

Pettersson, K. & Lindberg, M. 2013. Paradoxical spaces of feminist resistance. *International journal of gender and entrepreneurship* 5 (3), 323–341.

Pihkala, J. 2008 *Ammattikorkeakoulutuksen aikaiset yrittäjyysintentioiden muutokset*. Helsinki: Opetusministeriö. Opetusministeriön julkaisuja 2008: 1.

Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F. & Fox, J. 2009. Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study. *International journal of entrepreneurial behaviour & research* 15 (6), 571–594.

Ranga, M. & Etzkowitz, H. 2010. Athena in the world of techne: The Gender dimension of technology, innovation and entrepreneurship. *Journal of technology management & innovation* 5 (1), 1–12.

Rauch, A. & Hulsink, W. 2015. Putting entrepreneurship education where the intention act lies: an investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management learning & education* 14 (2), 187–204.

Richards, L. 2005. *Handling qualitative data*. London: Sage.

Rothschild, J. 1983. *Machina Ex Dea: Feminist perspectives on technology*. New York: Pergamon.

Schoon, I. & Duckworth, K. 2012. Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. *Developmental psychology* 48 (6), 1719–1726.

Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, J. 2005. The motivation to become an entrepreneur. *International journal of entrepreneurial behavior and research* 11 (1), 42–57.

Sequeira, J., Mueller, S. & Mcgee, J. 2007. The influence of social ties and self-efficacy in forming entrepreneurial intentions and motivating nascent behavior. *Journal of developmental entrepreneurship* 12 (3), 275–293.

Shane, S. 2003. *A General theory of entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham: Edward Elgar.

Shapero, A. & Sokol, L. 1982. The social dimensions of entrepreneurship. Teoksessa: C. Kent, D. Sexton & K. Vesper (eds.) *The Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NY: Prentice-Hall, 72–90.

Sheeran P. 2002. Intention-behaviour relations: A conceptual and empirical overview. *European review of social psychology* 12 (1), 1–36.

Shinnar, R., Giacomini, O., & Janssen, F. 2012. Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship, theory and practice* 36 (3).

Shneor, R., Camgoz, S. M. & Karapinar, P. B. 2013. The interaction between culture and sex in the formation of the entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship and regional development* 25 (9-10), 781–803.

Sinclair, R. F. & Bruce, R. A. 2009. Determining entrepreneurial commitment in the pre-entrepreneur (summary). *Frontiers of entrepreneurship research* 29 (6), Article 18.

Siu, W. & Lo, E. 2013. Cultural contingency in the cognitive model of entrepreneurial intention. *Entrepreneurship theory and practice* 37 (2), 147–173.

Smith, K. G., Gannon, M. J. & Sapienza, H. J. 1998. Selecting methodologies for entrepreneurship research: trade-offs and guidelines. *Entrepreneurship theory and practice* 14 (1), 39–49.

Sorama, K. 2014. Monialainen opintojakso yrittäjyyden edistämiseen. Conference abstracts 8th Entrepreneurship Education Conference 25th to 26th of September 2014. Vaasa: Vaasan yliopisto. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 195, 25–26.

Sundin, E. 2012. Entrepreneurship, innovation and gender: The construction of projects for entrepreneurship and innovation in the healthcare and care sectors. Teoksessa: S. Andersson, K. Berglund, E. Gunnarsson & E. Sundin (eds.) *Promoting innovation: policies, practices and procedures*. Stockholm: Vinnova, 155–172.

Swan, W., Chang-Schneider, C. & McClarity, K. 2007. Do people's self-views matter? *American psychologist* 62 (2), 84–94.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015. Palvelotalouden murros ja digitalisaatio: Suomen kasvun mahdollisuudet. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Innovaatio 12/2015.

Tervo, H. & Haapanen, M. 2007. Miksi naisia on vain vähän yrittäjinä? *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 103 (1), 28–43.

Thorslund, J. G. & Göransson, U. 2006. Könsblinda innovationssystem – genusanalys av några centrala begrepp i VINNOVAs verksamhet: Arbetsrapport i FoU-projektet Jämställdhet och Genusvetenskap. Stockholm: Vinnova.

Tilastokeskus. 2016. Työssäkäyntitilasto. Väestö pääasiallisen toiminnan, kansalaisuuden, ammattiaseman, sukupuolen, iän ja vuoden mukaan. [Verkojulkaisu]. [Viitattu 9.12.2016.] Saatavana: http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vrm__tyokay/?tablelist=true&rxid=b7521b28-2c63-4f65-964e-df63213ee109

Townsend, D. M., Busenitz, L. W. & Arthurs, J. D. 2010. To start or not to start: outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. *Journal of business venturing* 25 (2), 192–202.

Van Auken, H., Fry, F. & Stephens P. 2006. The influence of role models on entrepreneurial intentions. *Journal of developmental entrepreneurship* 11 (2), 157–167.

van Gelderen, M. & Jansen, P. 2006. Autonomy as a start-up motive. *Journal of small business and enterprise development* 13 (1), 23–32.

Varamäki, E., Tall, J., Viljamaa, A., Sorama, K., Länsiluoto, A., Petäjä, E. & Laitinen, E. K. 2013. Omistajanvaihdos osana liiketoiminnan kehittämistä ja kasvua – tulokset, johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 76.

Wang, C. & Wong, P. 2004. Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation* 24 (2), 161–172.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen: menestyvän yritystoiminnan perusta. 6. uud. p. Helsinki: Edita.

Wikhamn, B. & Knights, D. 2013. Open innovation, gender and the infiltration of masculine discourses. *International journal of gender and entrepreneurship* 5 (3), 275–297.

Wilson, F., Kickul J., Marlino, S., Barbosa, S. & Griffiths, M. 2009. An analysis of the role of gender and self-efficacy in developing female. *Journal of developmental entrepreneurship* 14 (2), 105–119.

Wu, S. & Wu, L. 2008. The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of small business and enterprise development* 15 (4), 640–655.

Zampetakis, L., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T. & Moustakis, V. 2009. On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International journal of entrepreneurial behaviour & research* 15 (6), 595–618.

Zhang, Y., Duyesters, G. & Cloodt, M. 2013. The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International entrepreneurship management journal* 10 (3), 623–641.

Zhao, H., Siebert, S. & Hills, G. 2005. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of applied psychology* 90 (6), 1265–1272.

Yordanova, D. & Tarrazon, M.-A. 2010. Gender differences in entrepreneurial intentions: evidence from Bulgaria. *Journal of developmental entrepreneurship* 15 (3), 245–261.

Özesmi, U. & Özesmi, S. L. 2004. Ecological models based on people's knowledge: a multi-step fuzzy cognitive mapping approach. *Ecological modelling* 176, 43–64.

SeAMK Julkaisut:
Seinäjoen ammattikorkeakoulun kirjasto
Kalevankatu 35, 60100 Seinäjoki
puh. 020 124 5040
seamk.kirjasto@seamk.fi

ISBN 978-952-7109-85-4
ISSN 1797-5573

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES