



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Oskari Degerlund

---

## **Eteläpohjalainen on sielultaan yksinyrittäjä – Miten hänestä saataisiin startup-yrittäjä?**

Opinnäytetyö

Syksy 2020

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tradenomi (AMK, Liiketalous)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Johtaminen ja liiketoiminnan kehittäminen

Tekijä: Oskari Degerlund

Työn nimi: Eteläpohjalainen on sielultaan yksinyrittäjä – Miten hänestä saataisiin startup-yrittäjä?

Ohjaaja: Petra Sippola

Vuosi: 2020

Sivumäärä: 68

Liitteiden lukumäärä: 1

---

Työelämän trendi on pitkään ollut yrittäjien määrän lisääntyminen. Suurin osa suomalaisista yrittäjistä on yksinyrittäjiä, ja näyttää, että heidän määränsä vain kasvaa entisestään. Samalla Suomi tarvitsisi heikon taloustilanteen korjaamiseksi lisää kasvuyrityksiä ja kansainvälisesti menestyviä startup-yrityksiä. Tilanne on sama myös Etelä-Pohjanmaalla. Täällä on pitkään totuttu pärjäämään omillaan: itsensä työllistämällä ja yrittäjyydellä on juuret syvällä historiassa.

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin eteläpohjalaisuutta ja maakunnan yrittäjyyttä siitä näkökulmasta, onko eteläpohjalainen sielultaan yksinyrittäjä. Opinnäytetyössä tutkittiin myös startup-yrittäjyyttä ja pyrittiin löytämään keinoja, joilla Etelä-Pohjanmaalle saataisiin lisää startup-yrityksiä. Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Seinäjoen kaupungin kehitysyritys Into Seinäjoki Oy. Empiirinen tutkimus toteutettiin määrällisenä kyselytutkimuksena, johon sisältyi laadullisia piirteitä. Kyselytutkimuksessa maakunnan aloittelevat yrittäjät pääsivät kertomaan mielipiteitään yksinyrittäjyydestä, startup-yrittäjyydestä ja yrittämisestä Etelä-Pohjanmaalla. Kyselytutkimuksessa yrittäjät vastasivat strukturoitujen kysymysten lisäksi useisiin avoimiin kysymyksiin.

Noin puolet kyselyyn vastanneista yrittäjistä oli samaa mieltä siitä, että eteläpohjalaiset ovat sielultaan yksinyrittäjiä. Osa oli kuitenkin sitä mieltä, että tämä on vanhentunut tai liian kärjistetty stereotypia. Kaksi kolmasosaa vastaajista piti eteläpohjalaista yrittäjää introverttina yksinyrittäjänä. Tutkimus ja teoria osoittivat, että yrittäjät tarvitsevat apua liiketoiminnan johtamisessa ja kansainvälistymisessä. Yrittäjien mielestä Etelä-Pohjanmaalle tarvittaisiin etenkin nykyistä paremmin toimivia verkostoja, julkisia rahoitusmahdollisuuksia, yrittäjyyttä tukevaa politiikkaa, vähemmän kateutta ja enemmän rohkeutta, sekä yrittäjien omaa kasvuhaluutta. Näillä keinoin eteläpohjalaisista saataisiin startup-yrittäjiä.

<sup>1</sup> Asiasanat: yrittäjyys, startup, yksinyrittäjyys, Etelä-Pohjanmaa, startup-ekosysteemi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Business Management

Author: Oskari Degerlund

Title of thesis: The South Ostrobothnian has a solo entrepreneur's soul – How to make them a startup entrepreneur?

Supervisor: Petra Sippola

Year: 2020

Number of pages: 68

Number of appendices: 1

---

The number of entrepreneurs has been rising in Finland throughout the 21<sup>st</sup> century, and this also concerns that of solo entrepreneurs. At the same time, Finland needs more startups and growing companies to improve its weak economic situation. The situation is similar in South Ostrobothnia, with a long history of entrepreneurship and self-employment.

The aim of this thesis was to research entrepreneurs and entrepreneurship in South Ostrobothnia and to find out if solo entrepreneurship is in some way an inherent feature of the local people's nature. Another aim was to research startup entrepreneurship and to produce information that could contribute to the establishment of more startups in South Ostrobothnia. The thesis was commissioned by Into Seinäjoki Oy.

The study part of the thesis consisted of a quantitative survey, which also had some qualitative features. The survey included open-ended and structured questions. The survey was conducted with the Webropol tool, and a link to an online questionnaire was sent to 130 entrepreneurs whose firms were based in South Ostrobothnia. In the end, 32 entrepreneurs answered the survey.

Approximately half of the entrepreneurs agreed that operating as a solo entrepreneur is somehow inherent in the South Ostrobothnians. Many of them also reported that this holds true when talking not only about the South Ostrobothnians but about the Finnish people in general. Also, some of them regarded the idea as an outdated or exaggerated stereotype. The respondents thought Southern Ostrobothnia needs better networks, public funding, political decisions supporting entrepreneurship, less jealousy, and more courage in order to have more startups and growing companies.

<sup>1</sup> Keywords: entrepreneurship, startup, solo entrepreneur, startup ecosystem, South Ostrobothnia

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä .....	2
Thesis abstract .....	3
SISÄLTÖ .....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo .....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	7
1 JOHDANTO .....	8
1.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet .....	8
1.2 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen rajaus .....	9
1.3 Kohdeyrityksen esittely.....	9
1.4 Tutkimuksen rakenne .....	10
2 ETELÄPOHJALAISUUS, ETELÄPOHJALAINEN YRITTÄJYYS & YKSINYRITTÄJYYS .....	12
2.1 Etelä-Pohjanmaa.....	12
2.2 Eteläpohjalainen luonne .....	13
2.3 Yrittäjyys Etelä-Pohjanmaalla.....	16
2.4 Koulutus Etelä-Pohjanmaalla .....	18
2.5 Yksinyrittäjyys .....	20
3 STARTUP-YRITTÄJYYS.....	22
3.1 Mikä on startup?.....	22
3.2 Startup-ekosysteemi ja startupien merkitys kansantaloudelle.....	24
3.3 Startup-yrittäjyys Etelä-Pohjanmaalla.....	34
3.4 Startup-yrittäjyyden ja yksinyrittäjyyden vertailua .....	37
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	40
4.1 Tutkimusmenetelmä .....	40

4.2 Tutkimusprosessi .....	41
4.3 Tutkimustulokset .....	42
5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....	52
LÄHTEET .....	57
LIITTEET .....	63

## Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Kartta Etelä-Pohjanmaan maakunnan kunnista (Wikimedia Commons 2019).....	12
Kuva 2. What is a startup? (Startup Commons [viitattu 12.12.2020]). .....	23
Kuva 3. The Startup Pinwheel (Pollock 2018).....	28
Kuvio 1. Startupin perustaminen (N=32).....	43
Kuvio 2. Liiketoiminnan aloittaminen yksin vai tiiminä (N=32).....	44
Kuvio 3. Kasvutavoitteet. ....	46
Kuvio 4. Mitä tarvitaan startupien ja kasvuyritysten avuksi. ....	47
Kuvio 5. Eteläpohjalaisen yrittäjän stereotyyppi.....	49
Kuvio 6. Kasvun ongelmat. ....	51
Taulukko 1. Eteläpohjalaisen yrittäjän stereotyyppi. ....	50

## Käytetyt termit ja lyhenteet

<b>Startup</b>	Nuori, innovatiivinen yritys, tai yritystoimintaa suunnitteleva organisaatio, joka tavoittelee räjähdysmäistä kansainvälistä kasvua skaalautuvalla liiketoimintamallilla.
<b>Kasvuyritys</b>	Yritys, jonka lähtötyöllisyys on vähintään 10 henkeä, ja seuraavana kolmena vuotena työllisyyden keskimääräinen vuosikasvu ylittää 20 prosenttia. (EU:n ja OECD:n määritelmä).
<b>Yksinyrittäjä</b>	Yksin taloudellista toimintaa harjoittava henkilö, jolla ei ole palkattua työvoimaa.
<b>Exit</b>	Startupit tavoittelevat exitiä, joka tarkoittaa yrityksen myymistä usein isommalle alan toimijalle tai yrityksen listautumista pörssiin.

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Etelä-Pohjanmaa tunnetaan yritteliäänä maakuntana. Eteläpohjalaisia ihmisiä pidetään työteliäinä ja yritteliäinä. Etelä-Pohjanmaalla yrittäjien osuus työllisistä on suurempi, kuin missään muussa Suomen maakunnassa (SVT, [viitattu 24.10.2020]). Kuitenkin Seinäjoella ja Etelä-Pohjanmaan alueella on voimakkaaseen kasvuun ja kansainvälistymiseen tähtääviä yrittäjiä ja yrityksiä melko vähän. Maakunta ja sen kasvava maakuntakeskus Seinäjoki haluavat ja tarvitsevat lisää kasvuyrityksiä. Tilastokeskuksen [viitattu 27.10.2020] mukaan Etelä-Pohjanmaan alueella oli vuonna 2018 noin sata kasvuyritystä. Kuudentoista ELY-keskuksen joukosta kasvuyritysten määrä oli Etelä-Pohjanmaan ELY-keskuksen alueella seitsemänneksi alhaisin. Varsinaisia startup-yrityksiä on vielä vähemmän. Työelämän trendi on 2000-luvulla ollut yksinyrittäjien määrän lisääntyminen. Yksinyrittäjyydellä ja itsensä työllistämällä on pitkät perinteet myös Etelä-Pohjanmaalla. Opinnäytetyön tutkimusongelma on siis se, että Etelä-Pohjanmaalla on paljon yksinyrittäjiä ja vähän startupeja.

Tämän opinnäytetyön tavoite on selvittää, onko eteläpohjalainen ihminen sielultaan yksinyrittäjä ja miten hänestä voitaisiin saada startup-yrittäjä. Suomen evankelisluterilaisen kirkon [viitattu 15.12.2020] mukaan Raamatussa sielu kuvaa ihmisen henkistä olemusta. Tässä opinnäytetyössä sielulla tarkoitetaan tarkemmin sanottuna arvoja, asenteita ja toimintatapoja.

Jo olemassa olevan tutkimustiedon ja kirjallisuuden perusteella pyritään löytämään, onko olemassa perusteita sille, että eteläpohjalaisissa ihmisissä yksinyrittäjyys olisi jollain tavoin sisäänrakennettua. Tätä selvitetään myös eteläpohjalaisille hiljattain yritystoimintansa aloittaneille yrittäjille suunnatussa kyselytutkimuksessa. Kyselyssä yrittäjät pääsevät myös avoimesti tuomaan esille ajatuksiaan yrittämiseen liittyen. Jo olemassa olevaa tutkimustietoa ja kirjallisuutta, sekä tutkimuksesta saatuja tuloksia hyväksi käyttäen pyritään ideoimaan, kuinka Etelä-Pohjanmaalle voitaisiin saada startup-ekosysteemi, joka synnyttäisi alueelle lisää innovatiivisia ja nopeaa kasvua tavoittelevia startupeja. Työssä siis käytetään hyväksi paljon



aikaisempaa tutkimusta ja tehdään teoreettista tutkimusta, jota sitten vertaillaan empiirisestä tutkimuksesta saatuihin tuloksiin.

## 1.2 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen rajaus

Tässä opinnäytetyössä on kaksi tutkimuskysymystä, jotka samalla muodostavat opinnäytetyön otsikon. Ensimmäinen kysymys liittyy vahvasti Etelä-Pohjanmaan yrityskulttuuriin ja perinteisiin, sekä ylipäätään eteläpohjalaisiin ihmisiin:

*Onko eteläpohjalainen sielultaan yksinyrittäjä?*

Toinen tutkimuskysymys liittyy maakunnan startup-yrittäjyyteen, kuinka sitä voitaisiin kehittää ja edesauttaa uusien startup-yritysten ja yrittäjien syntymistä:

*Miten eteläpohjalaisesta saataisiin startup-yrittäjä?*

Tässä tutkimuksessa on keskitytty etenkin eteläpohjalaiseen yrityskulttuuriin, startup-kulttuuriin ja startup-ekosysteemiin. Tutkimuksessa on pyritty selvittämään, onko yksinyrittäjyys Etelä-Pohjanmaalla ”maan tapa”. Startup-yritysten syntymiseen, sekä yrityksen kasvumahdollisuuteen ja -halukkuuteen vaikuttaa tietysti voimakkaasti myös sen ympäristö eli ekosysteemi. Niin teoriaosuudessa kuin tutkimuksessakin on pyritty selvittämään myös, millaiset edellytykset Etelä-Pohjanmaa tarjoaa startup-yritysten toiminnalle nyt ja miten tässä voitaisiin parantaa.

## 1.3 Kohdeyrityksen esittely

Ajatus tähän tutkimukseen on peräisin Into Seinäjoen Eeva Jussilalta, jonka kanssa suunnittelua ja kehittelyä on tehty tiiviissä yhteistyössä. Into Seinäjoki on Seinäjoen kaupungin kehitysyhtiö, jonka omistaa Seinäjoen kaupunki ja Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Sen tarkoituksena on edesauttaa yritysten menestymistä ja kehittää Seinäjoen

liiketoimintaympäristöä. Into Seinäjoen asiakkaita ovat aloittelevat, kehittyvät ja Seinäjoelle sijoittuvat yritykset.

Asiakkaalleen Into tarjoaa esimerkiksi ryhmävalmennusta ja henkilökohtaista sparrausta, joissa on tarjolla monipuolisesti apua liiketoiminnan aloittamiseen ja liikeidean kehittämiseen. Yritykset voivat saada apua muun muassa kansainvälistymisessä, uusien työntekijöiden löytämisessä, asiakkaiden hankkimisessa, tuotteiden kehittämisessä ja testaamisessa, yhteistyökumppaneiden löytämisessä, toimitilojen etsinnässä ja rahoituksen saamisessa. Inton tarjoamat palvelut ovat yrittäjille maksuttomia.

Erilaisten hankkeiden kautta Into tekee yhteistyötä isompien yritysten, sekä erilaisten suomalaisten ja kansainvälisten toimijoiden kanssa. Into myös markkinoi Seinäjokea yrityksille. Tavoitteena on saada yrityksiä avaamaan uusia toimipaikkoja tai jopa kokonaan muuttamaan yrityksensä Seinäjoelle.

#### **1.4 Tutkimuksen rakenne**

Opinnäytetyön teoriaosuudessa, eli luvuissa kaksi ja kolme käydään läpi työn keskeisimpiä asioita eli eteläpohjalaisuutta, yksinyrittäjyyttä ja startup-yrittäjyyttä. Päällimmäisenä tavoitteena on kirjallisuuden, aikaisempien tutkimuksien, raporttien ja selvitysten avulla löytää mahdollisia syitä ja ratkaisuja tutkimuskysymyksiin, sekä antaa yleiskuva tämän työn keskeisimmistä aiheista.

Luvussa kaksi keskitytään Etelä-Pohjanmaahan, eteläpohjalaisuuteen eli ihmisten luonteeseen ja ajatusmaailmaan, eteläpohjalaiseen yrittäjyyteen, koulutukseen, sekä yksinyrittäjyyteen. Teoriaa pyritään analysoimaan tämän opinnäytetyön tutkimuskysymysten näkökulmasta.

Luvussa kolme käsitellään startup-yrittäjyyttä yleisesti, sen merkittävyyttä kansantaloudellisesti ja alueellisesti, startup-ekosysteemiä sekä startup-yrittäjyyttä Etelä-Pohjanmaalla. Tässä opinnäytetyössä startup-yrittäjyyttä joudutaan tutkimaan myös kasvuyrittäjyyden kautta, koska

puhtaasti startup-yrittäjyydestä esimerkiksi Etelä-Pohjanmaan alueella on olemassa hyvin vähän tutkimustietoa. Luvussa kolme myös vertaillaan startup-yrittäjyyttä yksinyrittäjyyteen ja perinteiseen yrittäjyyteen

Luvussa neljä käydään kauttaaltaan läpi maakunnan yrittäjille suunnattu kyselytutkimus. Luvussa esitellään ja perustellaan käytetyt tutkimusmenetelmät, kuvataan tutkimusprosessia ja käydään läpi kyselystä saadut vastaukset.

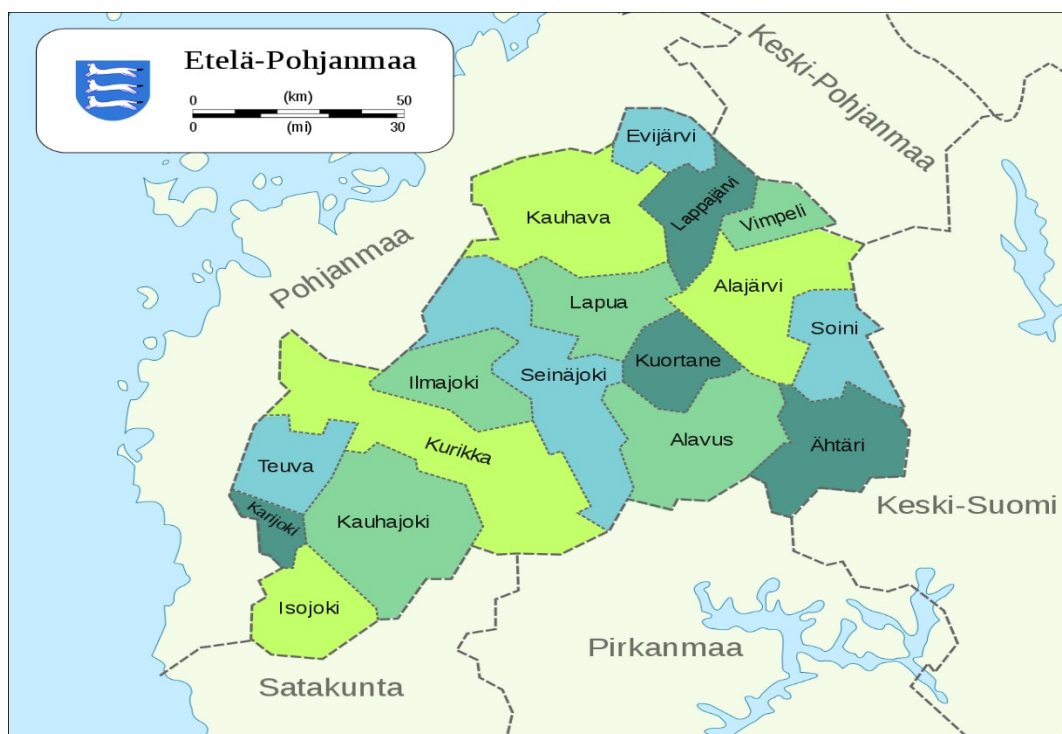
Luvussa viisi eli johtopäätöksissä esitetään tutkimuksen mielenkiintoisimmat tulokset. Tarkoituksena on näiden tulosten ja teoriasta johdetun tiedon avulla esittää vastauksia tutkimuskysymyksiin. Luvussa viisi myös pohditaan tutkimuksen luotettavuutta, onnistumista ja merkittävyyttä, sekä mahdollisia jatkotutkimusten aiheita. Lopusta löytyvät työssä käytetyt lähteet ja liitteenä kyselytutkimuslomake.

## 2 ETELÄPOHJALAISUUS, ETELÄPOHJALAINEN YRITTÄJYYS & YKSINYRITTÄJYYS

Tässä luvussa aluksi lyhyesti esitellään ja kerrotaan yleistietoa Etelä-Pohjanmaan maakunnasta. Maakuntaan liittyen käsitellään eteläpohjalaista luonnetta, yrittäjyyttä ja koulutusta. Tämän lisäksi keskitytään yksinyrittäjyyteen.

### 2.1 Etelä-Pohjanmaa

Etelä-Pohjanmaa on Länsi-Suomessa sijaitseva maakunta. Etelä-Pohjanmaan muodostavat 17 kuntaa, joiden yhteenlaskettu asukasmäärä on noin 191 000 (Etelä-Pohjanmaan liitto, kunnat, [viitattu 28.10.2020]). Maakunnan keskus ja suurin kaupunki on Seinäjoki, jossa asuu noin 64 000 asukasta (Seinäjoki, [viitattu 28.10.2020]).



Kuva 1. Kartta Etelä-Pohjanmaan maakunnan kunnista (Wikimedia Commons 2019).

Etelä-Pohjanmaan maakunta on kärsinyt muuttotappiosta jo pitkään 1980-luvulta lähtien. Pääosin alueelta pois muuttavat nuoret 20–29-vuotiaat ihmiset. He muuttavat opintojen ja työpaikkojen perässä etenkin Pirkanmaan ja Uudenmaan maakuntiin, eivätkä välttämättä koskaan palaa takaisin. Maakunnan muuttotappiota on hieman tasoittanut alueelle suuntautuva maahanmuutto, vaikkakin maahanmuuttajien määrä on moniin muihin maakuntiin verrattuna Etelä-Pohjanmaalla edelleen varsin alhainen. (Etelä-Pohjanmaan liitto, muuttoliike, [viitattu 28.10.2020].) Etelä-Pohjanmaa kärsii siis niin sanotusta aivovuodosta. Koulutettua väestöä muuttaa alueelta pois. Toki osa ihmisistä, jotka käyvät muualla esimerkiksi hankkimassa korkeakoulututkinnon, muuttavat takaisin kotiseudulle. Työpaikoilla ja hyvällä yrittäjyyskulttuurilla näitä paluumuuttajia myös pystytään houkuttelemaan takaisin maakuntaan. Karhun ja Ojalan (2020, 44–45) toteuttamassa kyselyssä selvisi, että syitä korkeakouluopiskelijoiden Seinäjoelta pois muuttamiseen ovat mm. oman yliopiston ja monipuolisten työpaikkojen puute.

Suomessa yleisesti tunnistettu yhteiskunnallinen ongelma on työikäisten ihmisten pieni ja edelleen laskeva osuus väestöstä. Etelä-Pohjanmaalla työikäisten osuus väestöstä on vielä pienempi kuin koko maassa keskimäärin. Vuonna 2018 Etelä-Pohjanmaalla työikäisten osuus koko väestöstä oli 58,6 %. Ainoastaan Keski-Pohjanmaan, Kainuun ja Etelä-Savon maakunnissa työikäisten osuus koko väestöstä oli vielä alhaisempi, kuin Etelä-Pohjanmaalla. Työttömiä Etelä-Pohjanmaalla oli vuonna 2018 vähemmän kuin koko maassa keskimäärin. (Etelä-Pohjanmaan liitto, työvoiman tarjonta, [viitattu 28.10.2020].)

## **2.2 Eteläpohjalainen luonne**

Aiheesta on olemassa hyvin vähän varsinaista tutkimustietoa. Pohjalaisuudesta ja eteläpohjalaisuudesta on kuitenkin olemassa hyvin vahvoja stereotypioita. Eteläpohjalaisten sanotaan olevan esimerkiksi itsevarmoja, yritteliäitä, ja joskus jopa hulluja. Eteläpohjalaisten vinoilevaa ja kerskailevaa huumoria on monien vaikea ymmärtää. Tässä luvussa ääneen

pääsee useampi tunnettu eteläpohjalainen. He kertovat omiin havaintoihinsa ja kokemuksiinsa perustuen, mitä eteläpohjalaisuus heille tarkoittaa.

Etelä-Pohjalaista luonnetta tutkiessa kaikkialla nousee esiin yritteliäisyys ja yrittäminen. Kaj Zimmerbauer tutki Etelä-Pohjanmaan imagoa vuonna 2002. Tutkimus on vanha, mutta uskoisin, että jos sama tutkimus tehtäisiin tänä päivänä, esiin nousisi paljolti samoja asioita. Toki uusien sukupolvien mukana kulttuuri ja ihmisten luonteenpiirteet muuttuvat ja sekoittuvat. Tutkimuksessa eteläpohjalaiseen luonteeseen liitettiin, yritteliäisyys, suorapuheisuus, rehellisyys, ahkeruus, itsekkyyys, itsellisyys ja itsepäisyys (mts. 41). Samaisen tutkimuksen mukaan maakuntaa pidettiin voimakkaasti muista erottavana, persoonallisena ja omaleimaisena. Eteläpohjalaisia ihmisiä pidettiin myös mukavina (Zimmerbauer, 44–45.) Negatiivisina asioina esiin nousi kateellisuus, sisäänpäin lämpenevyys, ahdasmielisyys, suvaitsemattomuus ja vanhoillisuus. Negatiiviseksi nähtiin myös eteläpohjalaisten luonteen tasaisuus. (Zimmerbauer, 73–74).

Ylikankaan (2017, 342) mukaan yritteliäisyys on ympäristön tuotetta. Hänen mukaansa eteläpohjalaisuus on yhteen sanaan tiivistettynä sopeutumista. Sopeutumisella hän tarkoittaa ympäristön asettamiin ehtoihin ja sen tarjoamiin mahdollisuuksiin mukautumista. Eteläpohjalaisten yritteliäisyyttä ei siis Ylikankaan mielestä voi selittää juurikaan aatehistorialla tai perinnöllisyydellä, vaan etenkin ympäristöllisillä syillä.

Zimmerbauerin (2002, 104–106) mukaan muualta Etelä-Pohjanmaalle muuttaneiden mielestä pohjalaisuuteen oli vaikea integroitua. Heidän mielestään maakunnassa vallitsi voimakas me ja muut -jaottelu, jonka takia muualta muuttaneet ihmiset kokivat olonsa ulkopuoliseksi. Muualta tulleiden mielestä pohjalaisuuden huonoja puolia olivat myös mielipiteiden jyrkkyys ja ehdottomuus. Puolestaan eteläpohjalaisten hyviä puolia heidän mielestään olivat mm. rehellisyys, reiluus ja suoraselkäisyys.

Eija Kuusisto, Jukka Kuusisto ja Anssi Orrenmaa ovat tehneet Pohjalaasuuren käsikirjan (2018), jossa tunnetut eteläpohjalaiset kertovat omia ajatuksiaan pohjalaisuudesta ja siitä mitä se heille merkitsee. Entinen eduskunnan puhemies Paula Risikko yhdistää pohjalaisuuteen

periksiantamattomuuden, yrittäjyyden, sekä eteenpäin vievän kateuden. Hänen mukaansa Etelä-Pohjanmaalla ei kadehdita muilta pois vaan itselle myös. Entinen Suomen pääministeri Anneli Jäätteenmäki liittyy pohjalaisuuteen mm. kotiseuturakkauden, yrittäjähenkisyyden, ennakkoluulottomuuden suoruuden ja maanläheisyyden. (Mts.8–9).

Pohjalaasuuren käsikirjassa (2018) ääneen pääsi muutoinkin vahvasti eteläpohjalaisuuttaan esille tuova kurikkalainen hiihtäjälegenda ja entinen kansanedustaja Juha Mieto. Hänen mielestään pohjalaisuuteen kuuluu aikaan saaminen, rehellisyys, murre, yritteliäs työnteke ja hirtehuumorit. Mieto toteaa myös, että eteläpohjalaisilla olisi helppo olla, jos saisi kateellisuuden kitkettyä vähemmälle. Näyttelijä Jussi Lampi puolestaan yhdistää pohjalaisuuteen rohkeuden, jääräpäisyyden ja ittellisyyden. Hän tuo esille myös rovaniemeläisen kaverinsa hauskan väitteen, jonka mukaan pohjalaiset ovat Suomen viimeinen heimo ja kaikki muut porukat ovat jo vähän sekoittuneet. (Mts. 56–57).

Väitöskirjatutkija Teppo Ylitalo (Kuusisto ym. 100) toteaa yritteliäisyyden olevan yrittäjähenkisyyden ja taloudellisen yritteliäisyyden lisäksi myös rohkeutta uudistua ja etsiä uusia ratkaisuja. Tämän lisäksi hän toteaa sen Etelä-Pohjanmaalla olevan positiivista naapurikateutta, jossa pyritään olemaan toisia parempia. Ylitalon mukaan eteläpohjalaiselle kuolemaakin pahempaa on häpeä. Hän toteaa kuitenkin, että Etelä-Pohjanmaalla omalla tekemisellään saa ja pitää menestyä, ja menestymisestä saa olla myös ylpeä. Ylitalo kertoo yhteisöllisyyden näkyvän Etelä-Pohjanmaalla niin hyvässä kuin pahassa. Positiivisina asioina hän näkee esimerkiksi sen että, eteläpohjalaisuuteen kuuluu vilpitön auttamisen halu ja eteläpohjalaiset pitävät toisia ihmisiä vertaisinaan. Negatiivista Ylitalon mielestä on, että yhteisöllisyys on muodostunut myös vahvaksi sosiaaliseksi kontrolliksi. Eteläpohjalaisille ei siis sovi, että liikaa elämöidään, erottaudutaan tai eristäydytään. Kuten Vaasalaisen Rock-yhtye Klamydian laulussa "Pohjanmaalla" lauletaan: Vihataan kaikkee, kaikkee erilaista, Mutta heimoani minä rakastan.

Kirjailija Antti Tuurin mukaan Etelä-Pohjanmaalla on toimittava avoimesti ja kannettava itse tekojensa seuraukset. Tuurin mukaan on vaikea ottaa käskyjä ja neuvoja vastaan muilta, kun on tottunut kantamaan tekojensa seuraukset. Tuuri nostaa esille myös pohjalaisten

kieroutuneen huumorin, jossa on tapana liioitella ja kehua itseään. (Kuusisto ym. 2018, 156.) Ylikankaan (2017, 338) mukaan eteläpohjalaisille ominainen kerskaileva huumori juontaa juurensa historiasta, jossa eteläpohjalaiset ovat aina olleet myymässä jotain. Myyjien on tietysti odotettu kehuvan myytäviään ja tämä perusasenne on ajan saatossa siirtynyt ihmisiin siten, että on ollut hyväksytyä kerskailla myös omilla ansioillaan. Eteläpohjalaiset keskenään alkoivat tehdä tästä tyylistä pilaa ja huumoria itselleen. Sanontoihin ja itsensä kehuskeluun liittyvä ironia kuitenkin jää usein ulkopuolisilta huomaamatta ja eteläpohjalaiset koetaan helposti uhittelijoiksi.

### **2.3 Yrittäjyys Etelä-Pohjanmaalla**

Yrittäjyyttä Etelä-Pohjanmaalla ovat laajasti tutkineet Kettunen, Rossinen, Viljamaa, Varamäki, Vuorinen, Kinnunen ja Ylimäki useampana vuonna toteutetuissa Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyskatsauksissa. Tuorein Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyskatsaus on vuodelta 2015. Yrittäjyyskatsauksessa todetaan Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyden olevan mikro- ja pienyritysvaltaista ja, että korkeaa arvonlisää tuottavia veturiyrityksiä on alueella vain vähän. (Kettunen ym. 2015, 9–10.) Optimaalisessa ekosysteemissä suuret yritykset toimisivat tiiviissä yhteistyössä startupien kanssa. Suuret yritykset voisivat ulkoistaa kehityshankkeitaan startupeille. Molemmat voisivat hyötyä toisistaan ja suuret yritykset voisivat mahdollisesti myös ostaa startupin. Tätä tapahtuu kotimaassa hyvin harvoin ja siitä syystä kotimaiset startupit joutuvat etsimään exit mahdollisuuttaan lähes poikkeuksetta ulkomailta.

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2019 Etelä-Pohjanmaan alueella toimi 15 615 yritystä. Saman vuoden aikana uusia yrityksiä syntyi 1003 ja toiminnan lopetti 632 yritystä. (SVT 2019.) Suurimpia toimialoja Etelä-Pohjanmaalla vuonna 2019 olivat tukku- ja vähittäiskauppa, rakentaminen, maa, - metsä, - ja kalatalous, sekä teollisuus. (Etelä-Pohjanmaan liitto, [viitattu 28.10.2020].) Maatalous ja elintarviketeollisuus tuottavat neljäsosan maakunnan bruttokansantuotteesta (Pöntinen 2016, 31). Vuonna 2013 Etelä-Pohjanmaan eniten työllistävä teollisuuden ala oli metallituotteiden valmistus. Toiseksi eniten työllisti elintarviketeollisuus (Kettunen ym. 2015, 35).



Määrällisesti eniten yrityksiä oli ylivoimaisesti Seinäjoella. Väkilukuun suhteutettuna yrityksiä oli kuitenkin enemmän monissa pienissä Etelä-Pohjanmaan kunnissa, kuin Seinäjoella. Vuosien 2007 ja 2012 välisenä aikana Seinäjoki oli ainoa maakunnan kunta, joka oli onnistunut kasvattamaan yritystoimipaikkojen määrää. (Kettunen ym. 2015, 10.) Yrittäjien osuus työllisistä oli Seinäjoella 10 % vuonna 2012. Etelä-Pohjanmaan pienimmissä kunnissa, kuten Soinissa, Isojoella, Karijoella ja Evijärvellä noin joka neljäs työllisistä toimi yrittäjänä. (Kettunen ym. 2015, 15).

Seinäjoki on maakunnan kasvava ja kehittyvä keskus, jonne ihmiset maakunnan pienemmiltä paikkakunnilta muuttavat työpaikkojen perässä, mutta myös yritykset muuttavat ensinnäkin suurempien asiakasmassojen perässä. Muutto suurempaan kaupunkiin voi olla elinehto yrityksille, jotka pyörittävät perinteistä kivijalkabisnestä ja joiden asiakkaat koostuvat enimmäkseen lähialueen ihmisistä. Kansainvälisille markkinoille tähtäävien startup-yritysten kohdalla ei sijainti maakunnan keskuksessa, ihmismassojen välittömässä läheisyydessä ole välttämätöntä. Startupit kuitenkin hyötyisivät siitä, että ne sijoittuisivat maantieteellisesti lähelle toisiaan, jopa keskitetysti samaan rakennukseen tai edes kaupunginosaan. Ihmiset ja yritykset voisivat tehdä ketterästi yhteistyötä, yritykset voisivat jakaa kiinteitä kustannuksia keskenään ja ulkopuolisten toimijoiden olisi helppo tavoittaa useita yrityksiä samanaikaisesti. Suomessa toimii jonkin verran yrityshautomaita, jotka auttavat kasvuyrityksiä etenkin alkuvaiheissa.

Pienissä kunnissa isoja työllistäjiä on vähän, joten usein siellä asuvien ihmisten on työllistettävä itsensä yrittäjyydellä. Toisille yrittäjyys on intohimo, kun taas toiset ihmiset ovat yrittäjiä ikään kuin pakon sanelemana. Sutelan ja Pärnäsen (2018, 43) mukaan vajaa neljännes koko suomen yrittäjistä toimii yrittäjänä olosuhteiden pakosta.

Kansainvälisyys on Etelä-Pohjanmaan yritysten selvä heikkous. Alueen yritykset vievät tuotteitaan tai palveluitaan ulkomaille huomattavan vähän. Tähän syynä on esimerkiksi se, että alueen teollisuuden alan yritykset ovat vahvasti alihankintaan painottuneita. Sorama ym. analysoivatkin, ettei alueen kasvuyrittäjyyden ekosysteemi kansainvälisyyden näkökulmasta ole toiminut erityisen hyvin. (Sorama ym. 2018, 103–104.)

Soraman ym. haastattelemat yrittäjät totesivat alueen ongelman olevan yksilö/yritys tasolla se, ettei kansainvälistyminen kiinnosta alueen yrityksiä. Kansainvälistymisen esteeksi katsottiin myös liiallinen vaatimattomuus. Yritysten perusasioiden todettiin myös olevan niin huonolla tasolla, ettei kansainvälistymiseen ole edellytyksiä. Mikroympäristötasolla ongelmaksi todettiin kansainvälistymisen asiantuntijoiden vähyys. Makroympäristötasolla kansainvälisyudessa yrityksiä auttavia palveluntarjoajia on tarjolla, mutta ongelmaksi nousi alueellisten pääomasijoittajien vähäinen määrä. (Sorama ym. 2018, 161.) Yrittäjät siis ovat tietoisia esimerkiksi Into Seinäjoen kaltaisista organisaatioista, jotka ovat olemassa auttaakseen yrityksiä esimerkiksi kansainvälistymisessä. Kansainvälistymistä on kuitenkin mahdotonta tavoitella pelkästään ulkopuolisten ihmisten avustuksella, jos yrityksen sisältä ei löydy edes siihen tarvittavia perusedellytyksiä, kuten kielitaitoa, kontakteja tai tietämystä kohdealueen markkinoista ja kulttuurista.

Syksyn 2019 pk-yritysbarometrissa on todettu, että Etelä-Pohjanmaan alueella pk-yritykset kokevat suurimpina kehitystarpeinaan markkinoinnin ja myynnin. Samaisesta tutkimuksesta selviää, ettei eteläpohjalaisten pk-yritysten kehittymistarpeet juurikaan eroa koko maan pk-yritysten kehittymistarpeista. Suuriksi kehittymistarpeiksi pk-yritykset näkevät myös henkilöstön kehittämisen ja kouluttamisen. (Suomen Yrittäjät 2019a, 19.)

## **2.4 Koulutus Etelä-Pohjanmaalla**

Pasasen (2007, 132) mukaan yrittäminen edellyttää analyyttisyyttä, kriittisyyttä, kykyä hakea tietoa, hahmottaa kokonaisuuksia ja ymmärtää luettua. Hänen mukaansa edellä mainittuja taitoja kehittää koulutus yliopistoissa ja korkeakouluissa. Sutelan ja Pärnäsen (2018, 19) mukaan palkansaajiin verrattuna yrittäjien koulutustaso on kuitenkin matalampi. Maatalousyrittäjistä noin joka neljännellä on korkea-asteen tutkinto. Työnantajayrittäjistä ja yksinyrittäjistä korkea-asteen tutkinnon omaa noin 40 %.

Kuten jo aiemmin on mainittu useimmat startupit ovat teknologiayrityksiä. Toimivasta startup-ekosysteemistä tulee siis löytyä ennen kaikkea riittävästi teknologia-alan osaajia. Järvillehto (2018, 43) linjaa, että ideaalitalanteessa startup-yrityksen perustajien osaamiseen kuuluu

teknologia, markkinointi, suunnittelu, talous ja henkilöstöhallinta. Startup-yrityksillä saattaa kulua jopa vuosia ennen kuin niiden toiminta varsinaisesti käynnistyy ja ne alkavat tuottaa rahaa. Näin ollen ulkopuolisen henkilöstön palkkaaminen toiminnan alkuvaiheessa voi olla mahdotonta ja kuitenkin aina hyvin riskialtista. Tästä syystä olisi tärkeää, että riittävä ja monipuolinen osaaminen löytyisi startup-yrityksen sisältä, sen perustajajäseniltä. Järvilehdon (2018, 55) mukaan tiimi on tärkein yksittäinen menestystekijä, johon startup-yrittäjä kykenee vaikuttamaan. Kotschin (2017, 19) mukaan tärkeä tekijä tiimissä on sen jäsenten keskinäiset suhteet. Hänen mukaansa valittaessa yhtiökumppaneita tai palkatessa työntekijöitä pieneen tiimiin, pitäisi mieluusti keskittyä taitojen lisäksi myös henkilökohtaisiin luonteenpiirteisiin.

Vuonna 2012 koulutustaso Etelä-Pohjanmaan maakunnassa oli maan keskiarvoa alhaisempi. Ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus väestöstä oli peräti alhaisin kaikista suomen maakunnista. (Sorama ym. 2018, 22.) Vuonna 2018 korkea-asteen tutkinnon omasi 25,4 % Etelä-Pohjanmaan alueen yli 15 vuotiaista ihmisistä. Koko maassa lukema oli 31,8 %. (Etelä-Pohjanmaan liitto, [viitattu 8.11.2020].) Yrittäjälle tai startup-yrittäjällekään korkea koulutus ei tietenkään ole välttämätön edellytys. Startup-yritykset kuitenkin usein toimivat toimialoilla, joilla tarvitaan luovuutta, innovaatiokykyä ja korkeatasoista osaamista. Myöskään muille kasvua tavoitteleville yrityksille ei ole otollinen tilanne, jos alueelta ei löydy yrityksen tarpeita vastaavaa osaamista. Osaavan työvoiman houkuttelu muualta voi olla hankalaa ja kallista.

Vuonna 2017 Etelä-Pohjanmaan pk-yrittäjät arvoivat, että muihin kehitykseen vaikuttaviin tekijöihin verrattuna koulutustarjonta ja sopivan työvoiman saatavuus olivat hieman heikommin kehittyneitä. (Sorama ym. 2018, 28). Positiivista on että, vuonna 2016 ilman perusasteen jälkeistä tutkintoa eteläpohjalaisista 20–29 vuotiaista oli vain 12 % (SVT 2016).

Seinäjoen ammattikorkeakoulu on maakunnan ainoa korkeakoulutusta tarjoava oppilaitos. Seinäjoen ammattikorkeakoulu tekee paljon tutkimusta yrittäjyydestä ja kannustaa myös opiskelijoitaan vahvasti yrittäjyyteen. Yrittäjyys on jollain tapaa mukana jokaisessa tutkintokoulutuksessa. Myös ammatillista koulutusta maakunnassa tarjoava Sedu tarjoaa opiskelijoilleen paljon yrittäjyyttä tukevia opintoja. Sedussa voi myös suorittaa Yrittäjän

ammattitutkinnon. Yksi osa Sedun visiota 2016–2020, oli luoda uudenlaista yrittäjyyttä. (Sedu, [viitattu 10.11.2020].) Maakunnassa yrittäjyyteen panostetaan siis myös koulutuksessa. Startup-ekosysteemin näkökulmasta on hienoa että, maakunnasta löytyy esimerkiksi mahdollisuus opiskella virtuaalitodellisuuden ja pelimaailmojen suunnittelua, sekä mahdollisuus hankkia pelialan ohjelmistokehittäjän ammattitutkinto. Pelialan osaajille on kysyntää niin uusissa startupeissa, kuin jo suuremmiksi kasvaneissa yrityksissä. Suomalaisen peliteollisuuden osuus koko globaalista mobiilipelimarkkinasta on yli 7 % (Järvilehto 2018, 36). Feldin (2012, 23) mukaan alue, josta löytyy 10 hyvää ohjelmoijaa, muodostaa jo arvokkaan joukon kyvykästä työvoimaa startupeille.

## 2.5 Yksinyrittäjyys

Työ- ja elinkeinoministeriön [viitattu 2.11.2020] mukaan yksinyrittäjä on henkilö, joka yksin harjoittaa taloudellista toimintaa ja jolla ei ole palkattua työvoimaa. Työelämä on murroksessa ja yksinyrittäjien, freelancereiden, kevytyrittäjien, ammatinharjoittajien, apurahansaajien ynnä muiden itsensä työllistäjien määrä kasvaa. Näitä erilaisia toimijoita yhdistää se, että elanto tienataan muulla tavoin kuin perinteisestä palkkatyöstä. Tässä opinnäytetyössä nämä kaikki sidotaan yksinyrittäjyyteen ja selkeyden vuoksi erilaisista itsensä työllistäjistä puhutaan yksinyrittäjinä.

Yrittäjien määrä suomessa on 2000-luvun aikana vaihdellut hieman 300 000 henkilön molemmin puolin. Trendi on ollut, että maatalousyrittäjien määrä on laskenut, työnantajayrittäjien määrä pysynyt kutakuinkin samana ja yksinyrittäjien määrä on kasvanut. Suomen yrittäjistä suurin osa on yksinyrittäjiä. (Sutela & Pärnänen 2018, 13–14.) 2000-luvulla yksinyrittäjien määrä on noussut 123 tuhannesta 182 tuhanteen (Suomen Yrittäjät 2019b, 2). Palkansaajiin verrattuna yrittäjät ovat useammin miehiä, matalamman koulutustason omaavia ja iäkkäämpiä (Sutela & Pärnänen 2018 19–20).

Kuten kaikista yrittäjistä, myös suurin osa yksinyrittäjistä on miehiä. Yksinyrittäjien joukossa koulutustaso vaihtelee hyvin voimakkaasti. Yksinyrittäjänä työskentelee esimerkiksi korkeasti

koulutettuja eri alojen asiantuntijoita ja taas pelkän perusasteen suorittaneita maatalousyrittäjiä. (Sutela & Pärnänen, 2018, 20.)

Suomen yrittäjien (2019b, 2) yksinyrittäjäkyselystä selviää, että yksinyrittäjien yleisin yritysmuoto on toiminimi. Osakeyhtiöiden osuuden määrä on nousussa, kuten myös yksinyrittäjien koulutustaso. Yksinyrittäjien (s. 11) mielestä suurimpia kasvun esteitä ovat, ettei omaa työaika voi lisätä ja työllistäminen on liian kallista ja riskialtista. Monien kohdalla kasvun esteenä on myös se, että yrityksen toiminta henkilöityy itse yrittäjään, eikä tällöin ole syytä rekrytoida lisää työntekijöitä.

Kuusisto ym. (2018, 94) toteavat pohjalaisen yrittäjän pyrkivän ensisijaisesti työllistämään itsensä ja perheensä. Jos on tarvetta useammalle työntekijälle, niin mukaan otetaan muutama naapuri. Ylikankaan (2017, 310) mukaan historiallisesti eteläpohjalaiselle teolliselle tuotannolle on ollut ominaista, että liikeidean toteuttaminen ja toiminnan aloittaminen ei vaadi paljoa pääomaa, eikä työvoimaa. Hänen mukaansa (s. 311) tämä ei sinänsä ole poikkeuksellista muihinkaan alueisiin verrattuna, mutta Etelä-Pohjanmaalla yritykset ovat harvemmin kasvaneet edes keskisuuriksi. Ylikankaan mukaan syy sille, miksi maakunnasta ei löydy isompia yrityksiä on matkijat ja kopioijat. Etenkin ennen menestyneiden yrittäjien innoittamana samalle kylälle perustettiin uusia yrityksiä, jotka tarjosivat samoja tuotteita ja palveluita. Syntyi ylituotantoa, johon markkinat sitten hukkuivat. Lopulta alkuperäinen yritys menetti kannattavuutensa ja lopetti toimintansa, jos ei kyennyt innovoimaan. Näin ollen liiallisen kilpailun ja ylituotannon seurauksena yritykset eivät päässeet kehittymään suuriksi.

Vuoden 2019 yksinyrittäjäkyselyyn saaduista vastauksista selviää, että Etelä-Pohjanmaalla toiminimiyrittäjyys on vielä yleisempää, kuin Suomessa keskimäärin. Suuri osa yksinyrittäjistä on pienituloisia ja Etelä-Pohjanmaalla pienituloisten määrä on vielä keskimääräistä suurempi. (Suomen Yrittäjät, 2019b, 26.) Yksinyrittäjille yleistä on myös sivutoiminen yrittäjyys. Tällöin yritystoimintaa pyöritetään esimerkiksi palkkatyön, eläkkeen tai opiskelun ohella. Kettusen ym. (2015, 50) mukaan sivutoiminen yrittäjyys on Etelä-Pohjanmaalla merkittävä ilmiö.

### 3 STARTUP-YRITTÄJYYS

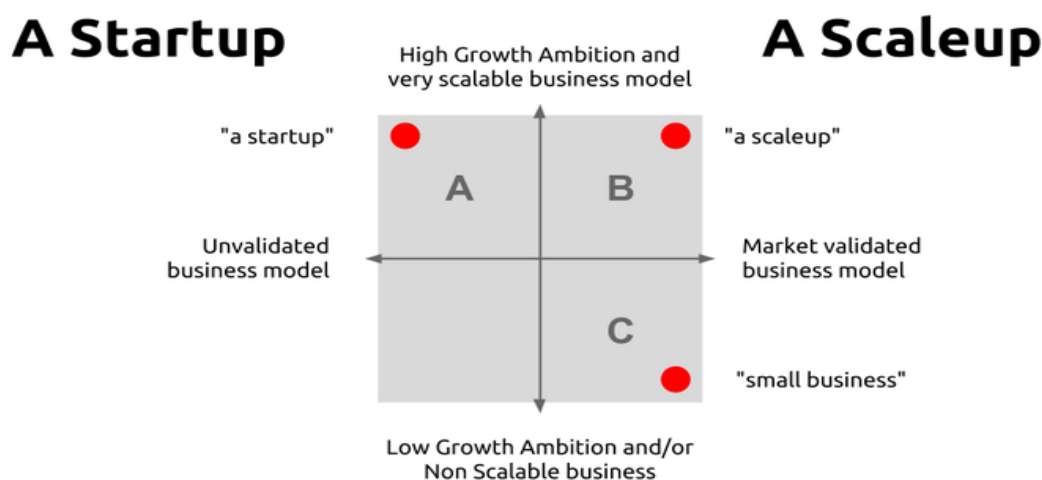
Luvussa käsitellään startup-toimintaa yleisesti, startup-ekosysteemiä, startup-yritysten merkitystä kansantaloudelle ja startup-yrittäjyyttä Etelä-Pohjanmaalla. Nimenomaan startup-yrittäjyyttä Etelä-Pohjanmaalla on tutkittu toistaiseksi hyvin vähän, ja siitä ei ole saatavilla kovinkaan paljon tietoa. Tästä syystä tarkastellaan myös kasvuyrittäjyyttä, jonka voidaan läheisesti liittyvän startup-yrittäjyyteen. Koska startup on edelleen monille ihmisille vieras käsite ja vielä useampi ei syvällisemmin tiedä mitä startup-yrittäjyys tarkoittaa, annetaan tässä luvussa paljon painoarvoa käsitteen määrittelemiselle ja selittämiselle. Luvun lopussa vertaillaan startup-yrittäjyyttä ja yksinyrittäjyyttä.

#### 3.1 Mikä on startup?

Startup-yrityksille on hankala löytää yhtä ainuttakaan määritelmää. Tosiasiassa niille ei myöskään ole olemassa yleisesti hyväksyttyä määritelmää. Monille voikin olla hankalaa tehdä eroa sille mikä on startup-yrittäjyyttä ja mikä ”normaalia” yritystoimintaa. Usein myös sekoitetaan keskenään startup-yrittäjyys ja kasvuyrittäjyys. Useat startup-yritykset ovat tai tulevat olemaan kasvuyrityksiä, kaikki kasvuyritykset eivät kuitenkaan ole startup-yrityksiä. Voi myös käydä niinkin, ettei startup koskaan edes pääse aloittamaan toimintaansa vaan sen elinkaari päättyy jo suunnitteluvaiheessa.

Steve Blankin suosituksen määritelmän (Ready 2012) mukaan startup on tilapäinen organisaatio, jonka tarkoituksena on etsiä toistettavissa olevaa ja skaalautuvaa liiketoimintamallia. Itsekin startup-yrittäjänä toiminut Lauri Järvillehto kuvailee *Kiitorata*-kirjassaan (2018, 43) startupeja seuraavasti: startup on joukko kokeiluja, joiden seurauksena syntyy yritys – tai sitten ei synny. Kirjassaan *Enkeleitä ja yksisarvisia: Startup-Suomen tarina* Tuomas Vimma (2018, 13–14) sanoo startup-yrityksen ensisijaisen tavoitteen olevan exit. Exit tarkoittaa, joko yrityksen listautumista pörssiin tai sen myymistä. Hänen mukaansa oikeaoppisen startupin elinkaari perustamisesta exitiin kestää viidestä kymmeneen vuotta. Alansa suurimmaksi toimijaksi tai

merkittävimmäksi työllistäjäksi 20–30 vuodessa pyrkivä yritys ei siis Vimman mukaan ole startup.



Kuva 2. What is a startup? (Startup Commons [viitattu 12.12.2020]).

Startupeista puhuttaessa esille nousevat aina tietyt asiat, kuten yrityksen ikä, innovatiivisuus ja kasvuhaluus. Startupit toimivat usein teknologia-alalla ja tavoittelevat räjähdysmäistä kasvua. Startup usein myös vasta kehittää ensimmäistä tuotettaan tai palveluaan. Startup-yrityksillä on tarkoitus tuoda markkinoille jokin mullistava uusi tuote tai palvelu, jonka avulla se kehittyä kasvuyritykseksi ja eteenpäin. Niiden tarkoituksena on joko tuoda markkinoille jotain täysin uutta tai jotain tähänhetkisiin tuotteisiin ja palveluihin verrattuna radikaalisti parempaa. EU:n Startupmonitorin määritelmän [viitattu 12.11.2020] mukaan startup-yrityksen tulee olla alle 10 vuoden ikäinen, innovatiivinen ja kasvuun tähtäävä.

Suomalaisia yrityksiä innovaatiotoiminnassa, kansainvälistymisessä, investoinneissa ja matkailun edistämisessä avustava BusinessFinland [viitattu 27.10.2020] puolestaan määrittelee startupit seuraavasti: "Startupit ovat nuoria, nopeaan kansainväliseen kasvuun tähtääviä pk-yrityksiä". Järvillehto (2018, 19) kuvailee, että startupit ovat nopeasti skaalautuvia teknologiayrityksiä ja, että ne pyrkivät uudistamaan markkinoita ja luomaan uusia tuote- ja

palveluinnovaatioita. Parhaat startupit synnyttävät maailmaan täysin uusia liiketoimintamalleja ja maailmaa muuttavia teknologiainnovaatioita. Ne haastavat olemassa olevia työ- ja talousmarkkinoita sekä yhteiskunnallisia toimintamalleja. Hyvinä esimerkkeinä ovat Google, Uber tai Airbnb. (Järvilehto 2018, 20–21.) Voidaan siis todeta, etteivät startupit ole mitä tahansa aloittelevia yrityksiä. Startupien tavoitteena on räjähdysmäisen kasvun ja rahakkaan exitin lisäksi mullistaa jotain tiettyä markkinaa tai parhaimmillaan koko maailmaa.

Tunnusomaista startupeille on se, että useimmat niistä tarvitsevat jo hyvin aikaisessa vaiheessa ulkopuolista rahoitusta. Näin ollen startupien riskiprofiili on huomattavasti normaalia yritystä korkeampi. (Järvilehto 2018, 41.) Startupit mahdollistavat sijoittajille hypervaurastumisen, jos onnistuu sijoittamaan oikeaan aikaan oikeaan startupiin. Kuitenkin vain yksi kymmenestä startupista tuottaa jotain sijoittajilleen. (Kuusela 2013, 41.) ”Hupparihörhölle” eli startup-yrittäjälle raha on vain väline, jota tulee ulkopuolelta ja jolla tehdään mahtavia asioita (Kuusela 2013, 53).

### **3.2 Startup-ekosysteemi ja startupien merkitys kansantaloudelle**

Tämän opinnäytetyön kannalta erittäin olennainen kysymys on miksi julkiset toimijat sitten haluavat tukea startup-yrittäjyyttä. Miksi kaupungit, kunnat, maakunnat ja valtiot haluavat edesauttaa startup-yrittäjyyttä ja kasvuyrittäjyyttä alueillaan? Feld (2012, 32) listaa, että startup-ekosysteemiin tai -yhteisöön kuuluvat yrittäjät, hallitus, yliopistot, sijoittajat, mentorit, palveluntarjoajat ja suuret yritykset.

Vimman (2018, 18) mukaan startup-ekosysteemi tarkoittaa startup-yrityksiä ympäröivää maailmaa, joka mahdollistaa startup-toiminnan tai haittaa sitä. Hänen mukaansa ekosysteemiin kuuluvat pääomasijoittajat, Aalto-Yliopisto, Business Finland, rahoitusmarkkinat, julkinen mielipide ja Suomen hallituksen toimet. Vimma myös toteaa Suomen kasvuyritystoiminnan olevan keskittynyt Helsinkiin ja Espooseen. Muissa kaupungeissa toiminta on hänen mukaansa niin marginaalista, ettei sitä vaivauduta laskemaan mukaan.



Järvilehto (2018, 30) linjaa kolme keskeisintä syytä, miksi yhteiskunnan kannattaa tukea startup-myönteistä ekosysteemiä: Startupit mahdollistavat kilpailun ja kasvun globaalissa ja nopealiikkeisessä markkinassa. Globaalit innovaatiot muokkaavat vanhoja toimialoja, jolloin tarvitaan uudenlaista ajattelua ja toimintaa. Startupit ovat myös merkittävä työllistäjä ja verotulojen lähde.

Startup-yritysten tarkkaa määrää on vaikea saada selville. Tämä johtuu jo aiemmin selitetystä määrittelemisen vaikeudesta eli mitkä yritykset voidaan määritellä startupeiksi. Startupeja myös syntyy ja kuolee jatkuvasti. Vimma (2018, 213) arvioi, että Suomessa oli tuolloin nopeita ja kasvuhakuisia startup-yrityksiä vain noin kolmesataa. Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen tutkimuksen mukaan (Kotiranta, Pajarinen, Rouvinen 2016) Suomessa toimii vuosittain noin 4000–5000 startupeiksi määriteltävää yritystä. Suurin osa näistä ei kuitenkaan ole potentiaalisia skaalautuvia startupeja. Kotiranta, Pajarinen, Rouvinen ja Sadeoja (2018, 33) arvioivat, että vuonna 2016 Suomessa aktivoitui 79 korkean potentiaalin skaalautuvaa startupeja. Näiden 79 yrityksen joukkoon ei kuulunut yhtään Etelä-Pohjanmaalaista yritystä (Kotiranta ym. 2018, 40).

*Hupparihörhö ja bisnesmies*- pamfletissaan tunnettu startup-vaikuttaja Sami Kuusela (2013, 8–9) väittää, että startup-yrittäminen Suomessa on erityisen vaikeaa, koska Suomessa on hänen mukaansa kivikautinen rahoitus- ja yrityskulttuuri. Kuuselan mukaan startupien saamien kotimaisten riskisijoitusten määrä laskee jatkuvasti, eikä Suomessa ole tarjolla myöskään startupien tarvitsemaa exit mahdollisuutta. Niinpä rahoittajia ja ostajia joudutaan etsimään ulkomailta ja samalla hyöty suomalaisista kasvukelpoisista yrityksistä hupenee ulkomaille.

Kuuselan (2013, 8–9) mukaan suomalainen yritysmaailma on jakautunut startup-yrittäjiin ja perinteisen teollisuuden konkareihin. Nämä kaksi maailmaa eivät kohtaa, suuryritykset eivät osta startupeja, koska ne eivät keskity oikeisiin toimialoihin. Startupit puolestaan eivät keskity näihin toimialoihin juuri siitä syystä, ettei mahdollisuutta yhteistyöhön tai exit-kauppoihin perinteisten suuryritysten kanssa ole. Kuusela toteaa, että startupit tarvitsevat suuryrityksiltä rahaa ja osaamista. Suuryritykset puolestaan voisivat oppia startupien iloisen anarkistisesta ja kekseliäästä asenteesta.

Kuuselan pamfletista (2013, 24) käy ilmi, että sijoituskohteita, eli startupeja löytyy, mutta esimerkiksi venture-rahastojen pääoman kerääminen on vaikeaa. Bisnesenkelit sijoittavat omia rahojaan suoraan startupeihin. Venture capital-sijoittajat puolestaan keräävät pääomaa useilta sijoittajilta ja sijoittavat rahat nimenomaan innovatiivisiin kasvuyrityksiin, samalla heistä tulee yrityksen vähemmistöomistajia.

Vuonna 2017 Suomessa toimivat pääomasijoitusyhtiöt sijoittivat suomalaisiin startupeihin ja aikaisen vaiheen kasvuyrityksiin 59 miljoonaa euroa (Vimma 2018,81). Vuodesta 2017 sijoitusten määrä on kuitenkin voimakkaasti kasvanut. Jo pelkästään vuoden 2020 ensimmäisellä puoliskolla suomalaiset startupit olivat saaneet rahoitusta kotimaisilta VC-sijoittajilta 100 miljoonaa euroa ja ulkomaisilta sijoittajilta 145 miljoonaa euroa. Yhteensä 103 suomalaista startupia on saanut rahoituksen. Lähes puolet sijoituksista kohdistui ICT-yrityksiin. ICT-sektoriin kuuluu ohjelmistot, sovellukset, viestintä- ja tietokoneteknologia ja elektroniikka. (Pääomasijoittajat 2020.) Vuonna 2018 suomalaiset startupit saivat eniten pääomasijoituksia verrattuna muihin Euroopan maihin (Pääomasijoittajat 2019).

Kuusela (2013, 17–19) tyrmää valtiollisen kasvuyritystoiminnan ja alueellisen innovaatiojärjestelmän. Hänen mukaansa niiden tuoma byrokratia vie ajatuksen pois kasvuyritystoiminnan tehokkuudesta ja itse bisneksestä. Startup-yhteisön tärkein periaate on, että yrittäjien tulee johtaa sitä (Feld 2012, 25). Jos näin ei ole, yhteisö ei tule olemaan kestävä ajan myötä. Startup-yhteisöä ei voi johtaa ekosysteemiin muuten oleellisesti kuuluvat yrityksen ulkopuoliset toimijat, kuten hallitus tai yliopisto.

Kun kansantaloutta tarkastellaan staattisesti eli tietyssä ajankohtana, suurten ja vanhojen yritysten rooli työllistäjinä ja arvonnisääjinä on keskeinen. Pidemmällä aikavälillä eli dynaamisesti tarkasteltuna työpaikkoja syntyy kuitenkin enemmän kasvaviin nuoriin yrityksiin. Kotirannan ym. (2016, 15–16) mukaan, jotta startupeista saataisiin kansantaloudelle ja yhteiskunnalle maksimaalinen hyöty, olisi tärkeintä pystyä luomaan elin- ja toimintaympäristö, joka tuottaa mahdollisimman paljon radikaaleja uusia ideoita soveltavia yrityksiä ja yrittäjiä.

Hurrin ja Malirannan (2018, 47) mukaan kasvuyrityksillä on tärkeä rooli talouskasvussa etenkin korkean tuottavuuden työpaikkojen luojina. Kuuselan (2013, 21) mukaan startupeista hyötyy koko Suomi, koska ne avaavat täysin uusia bisnesalueita itselleen ja suuremmille yhtiöille. Hänen mukaansa vain startupit ovat tarpeeksi vapaita ja rentoja tekemään jotain radikaalisti uutta ilman pelkoa epäonnistumisesta.

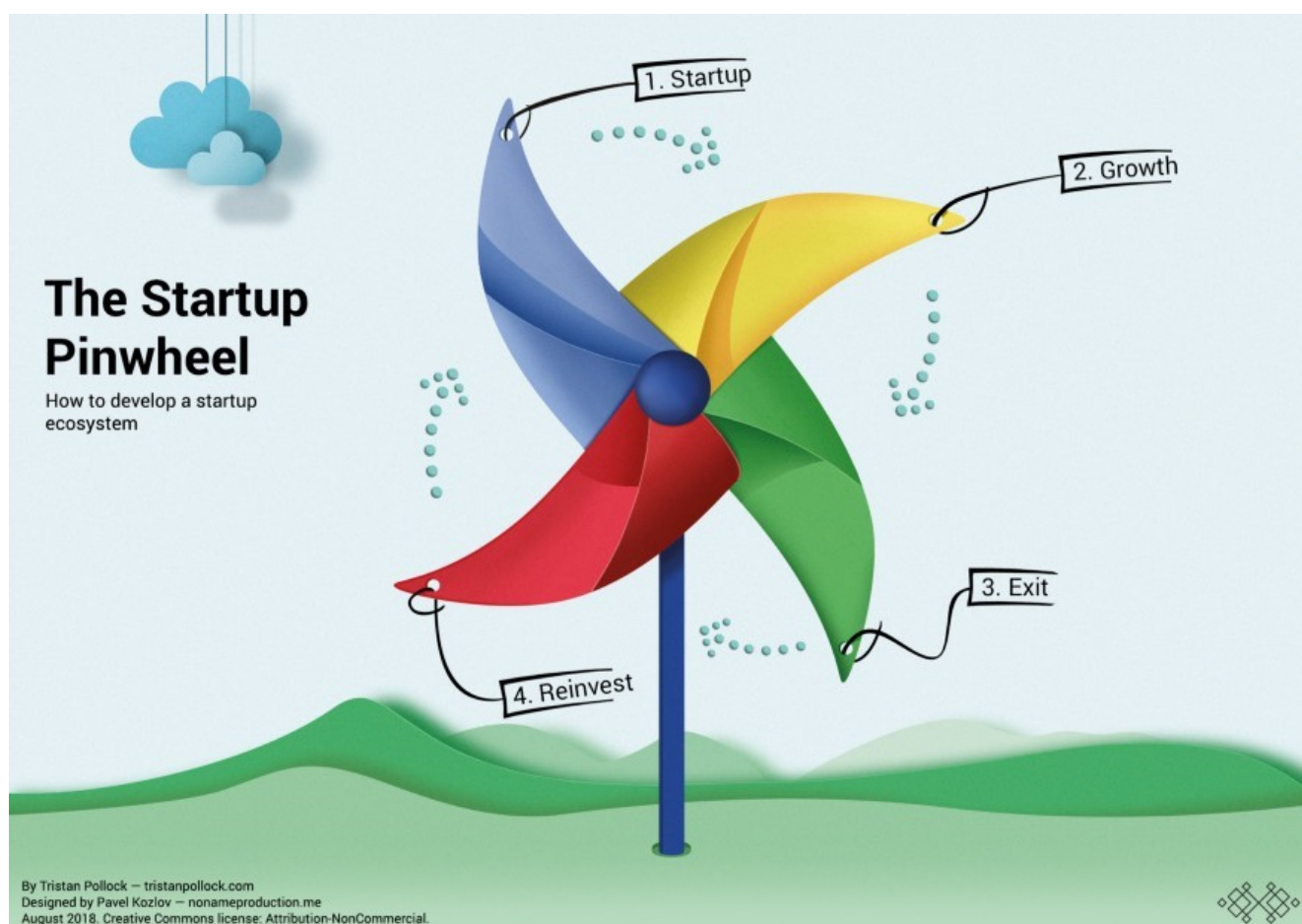
Puhuttaessa Suomen kokoisesta valtiosta, jo yksikin äärimmäisen onnistunut startup-yritys voi olla kultakaivos sen kansantaloudelle. Ylen taloustoimittaja laski vuonna 2017, että pelialan yritys Supercell oli viiden vuoden aikana tuottanut verotuloja Suomeen yhteensä jopa 1,7 miljardia euroa (Mäntylä 2017.) Supercellin kaltaisesta yrityksestä valtiolle syntyvät hyödyt eivät myöskään rajoitu vain suoraan valtion kassassa näkyviin verotuloihin. Tällaiset yritykset lisäävät tunnettavuuttamme, luovat meistä positiivista kuvaa maailmalla, lisäävät kiinnostusta Suomea ja muitakin suomalaisia yrityksiä kohtaan, sekä houkuttelevat tänne ulkomaalaista osaamista ja pääomaa.

Vimma (2018, 216) sanoo, että jokainen exitissään onnistunut firma tekee koko alalle hyvää. Hänen mukaansa onnistuneet exitit valavat kansainvälisiin sijoittajiin uskoa siitä, että Suomesta löytyy menestyspotentiaalia. Onnistuneet exitit myös vapauttavat yritysten avaintyöntekijät ja omistajat perustamaan uusia yrityksiä ja sijoittamaan rahojaan muiden yrityksiin.

On hyvä kuitenkin muistaa, että Supercell on toistaiseksi ainoa tähän kokoluokkaan kasvanut suomalainen startup. Supercellin kaltaisia yli miljardin arvoiseksi kasvaneita startupeja kutsutaan yksisarvisiksi. Yksisarvisten osuus kaikista startupeista on noin prosentti. Suurin osa startupeista epäonnistuu, väittämien mukaan jopa yhdeksän kymmenestä. Suomessa joka viides startup kaatuu ennen neljättä ikävuottaan. Järvilehto (2018, 36) toteaa, että veronmaksajien kannalta on parasta, että keskinkertaiset yritykset kaatuvat mahdollisimman nopeasti. Hänen mukaansa yhteiskunta ei tarvitse yhtä keskinkertaista startupia. Kun huonommat yritykset kaatuvat pois tieltä, pystyvät parhaat tuottamaan entistä parempia tuotteita, tuottamaan parempia ratkaisuja ongelmiin, valtaamaan entistä enemmän tilaa markkinoilta, sekä tuomaan yhteiskuntaan yhä enemmän verotuloja ja työpaikkoja.

Startupeista on povattu jopa suomen kansantalouden pelastajia. Yksin startupit eivät tähän pysty vaan siihen tarvitaan tietysti myös menestyviä ja hyvinvoivia ”perusfirmoja”. Myös startup-maailmassa tiedostetaan, että suomen kansantalous tarvitsee uusia innovatiivisia vientiyrityksiä.

Vimma (2018, 61) kertoo, että suomalaisessa startup-maailmassa yhdistyy Piilaaksosta omittua yhdysvaltalaisista hyväntekeväisyysaatetta ja suomalaista talkoohenkisyttä. Hänen mukaansa Suomessa asiaan kuuluu auttaa muita, vaikka yrityksinä kilpaillaankin tosissaan ja että suomalainen startup-maailma on myös mieluisalla tavalla isänmaallinen. Hänen mukaansa etenkin kokeneemmat sarjayrittäjät ajattelevat päätöksenteossaan myös Suomen etua. Yritysmyyneistä saaduista voitoista koituvat verot maksetaan mielellään suomeen ja iso osa rahoista sijoitetaan uusiin aloitteleviin Suomalasiin yrityksiin.



Kuva 3. The Startup Pinwheel (Pollock 2018).

Kuvassa 3 esitetään, kuinka startup-ekosysteemissä onnistumiset ruokkivat lisää onnistumisia. Aikaisemmin kasvussa onnistuneet ja yrityksensä myymällä tai pörssiin listautumalla rikastuneet yrittäjät sijoittavat rahojaan uusiin startupeihin. Näistä startupeista pieni osa onnistuu omassa exitissään, jonka jälkeen raha kiertää jälleen seuraaville uusille startupeille, jotka lähtevät tavoittelemaan omaa kasvuaan.

Vimman mukaan monet omilla yrityksillään rikastuneet yrittäjät myös käyttävät paljon aikaansa aloittelevien startupien valmentamiseen ja tarjoavat näille kontaktejaan. Hyvä esimerkki tällaisesta isänmaallisesta toiminnasta on, kuinka Supercell hoiti yrityskauppansa vuonna 2013. Vaikka yrityksestä myytiin 51 %, sopimukseen sisällytettiin ehdot siitä, että pääkonttori säilyy Suomessa ja ostajat perustavat Suomeen osakeyhtiön, joka hallinnoisi heidän omistustaan ja maksaisi veronsa suomeen. (Vimma 2018, 157.)

Startupit uudistavat taloutta ja toteuttavat niin sanottua luovaa tuhoa. Suomalaisille kivulias muisto on, kuinka Applen älypuhelimet kosketusnäyttöineen jyräsivät Nokian, Netflix ja muut suoratoistopalvelut tekivät videovuokraamoista tarpeettomia ja Spotify tuhosi levykauppabisneksen. (Järvilehto 2018, 30.)

Tuottavuuden kasvu tarvitsee tätä luovaa tuhoa ja yritysten kykyä tehdä innovaatioita. Hurrin ja Malirannan (2018, 45) mukaan luovan tuhon kautta tapahtuu merkittävä osa kasvuyritysten vaikutuksesta pitkän aikavälin talouskasvuun. Hurrin ja Malirannan (s. 49) mukaan luova tuho tarkoittaa talouden tuottavuutta vahvistavaa yritys- ja työpaikkarakenteiden muutosta.

Järvilehdon (2018, 27) mukaan innovaatioita synnyttää kulttuuri, joka inspiroi ja suojaa mielikuvitusta, yksilöllisyyttä, ymmärrystä ja itseilmaisua. Hänen mukaansa uudenlaisia toiminnan ja ajattelun tapoja pystyy tuottamaan vain rohkeaan riskinottoon kannustava yhteiskunta. Pasanen (2007, 133) toteaa, että maailmanvalloitus istuu huonosti Suomalaisiin arvoihin, kuten kohtuullisuuteen ja vaatimattomuuteen. Suomea usein kritisoidaan siitä, ettei se ole yrittäjyyteen ja riskinottoon kannustava yhteiskunta. Tämä varmasti pitää osittain paikkaansa. Suomessa on korkea verokiila, jäykät työmarkkinat ja paljon yrittäjyyttä hankaloittavaa byrokratiaa. Järvilehdon (2018, 89) mielestä suomalainen työlainsäädäntö sopii

todella huonosti startup-yhteisöihin. Hän toteaa, että startupeissa pitäisi nopeasti pystyä puuttumaan työnkuvaan, etuihin, palkkoihin ja joskus jopa työpaikkaan. Nykyinen työlainsäädäntö jarruttaa kaikkea tätä.

Kenties se suurin yhteiskunnallinen yrittäjyyttä vastustava ja hankaloittava tekijä on kuitenkin tapa, jolla konkurssin tehneitä, epäonnistuneita yrittäjiä rankaistaan. Suomessa konkurssista seuraa yrittäjälle usein ikuinen velkavankeus ja luottotietojen menettäminen. Tämän päälle epäonnistumisesta seuraa useimmille ihmisille sosiaalinen häpeän tunne.

Silicon Valley on tunnetusti startup-maailman keskus ja sieltä löytyy myös kaikkien aikojen menestynein kasvuyritys- ja startup-ekosysteemi. Tunnetuimpia Silicon Valleysta ponnistaneita yrityksiä ovat mm. Google, Apple ja Facebook (Tarver 2019). Maasin ja Esterin (2016, 123) mukaan Silicon Valleysta ja Amerikkalaisessa yrityskulttuurissa usein toistetaan toteamusta: "Fail fast, fail often". Vapaasti suomennettuna siis "Epäonnistu nopeasti, epäonnistu usein". Heidän mukaansa toteamuksella on positiivinen sivutarkoitus, joka tarkoittaa, että on hyväksyttävä epäonnistua yrittäjänä. Eurooppalaisessa yrityskulttuurissa on heidän mukaansa tapana leimata epäonnistuneet yrittäjät.

Riesin (2017, 370) mukaan ihmiset osallistuvat riskipitoisiin startupeihin sitä paremmin, mitä anteeksiantavampi konkurssilainsäädäntö ja luottojärjestelmä on. Suomen Yrittäjien (Lamassaari 2018) mukaan, kun Suomessa konkurssin tehnyt yrittäjä arvioi mahdollisuuksiaan aloittaa uutta yritystoimintaa, hän kohtaa lukuisia lainsäädännöstä, lain tulkinnasta tai erilaisista menettelyistä johtuvia esteitä. Esteet liittyvät mm. velkaan ja siitä selviämiseen, verotukseen, luottotietolakiin ja maksukyvyttömyysmenettelyyn.

Suomalainen startup-pioneeri ja ohjelmistoyhtiö Smartly.io:n toimitusjohtaja Kristo Ovaska perusti vuonna 2008 AES:n (Aalto Entrepreneurship Society), joka on tänä päivänä Euroopan suurin ja aktiivisin opiskelijavetoinen yrittäjyysyhteisö. Ovaska kumppaneineen haki oppia Yhdysvaltalaisen huippuyliopistojen tavasta tukea opiskelijoiden yrittäjyyttä. Yhdysvalloissa he myös huomioivat, kuinka siellä epäonnistumiseen suhtauduttiin täysin eri tavalla kuin Suomessa. Yhdysvaltalaisessa yrittäjyyskulttuurissa epäonnistuminen koetaan luonnollisena

ja kiinteänä osana yrittäjyyttä. Epäonnistumisten katsotaan olevan arvokasta oppia ja aikaisempien konkurssien voidaan katsoa olevan jopa eduksi. Yhdysvalloissa myös lainsäädäntö tukee tätä ajatusmaailmaa. Siellä yksityinen ihminen voi tehdä konkurssin senhetkiselä omaisuudellaan ja aloittaa puhtaalta pöydältä, toisin kuin suomessa, jossa yrityksen konkurssista seuranneet henkilökohtaiset velat seuraavat hautaan asti. (Vimma 2018, 47–48, 53.)

Heinosen (2005, 215–216) mukaan Suomessa epäonnistumista ei pidetä hyväksyttävänä, eikä normaalina osana yrittäjyyttä. Hänen mukaansa yrittävässä yhteiskunnassa sekä onnistumisen että epäonnistumisen ääripäät hoidetaan kannustavalla tavalla, eikä epäonnistumisesta aiheutuvat kustannukset saisi olla niin suuret, että ne johtaisivat riskin välttämiseen. Onnistuessaan yrittäjällä taas täytyy olla mahdollisuus saada kunnan korvaus otetusta riskistä. Heinonen toteaa yhteiskunnan kehittymisen kannalta olevan tärkeää, että kasvun tuomat lisäresurssit pystytään kanavoimaan yhteiskuntaan niin, että mahdollistetaan yrittäjien tarttuminen uusiin mahdollisuuksiin myös epäonnistumisten jälkeen. Heinosen mukaan kasvuyrittäjyyden edistäminen on paljolti kulttuurinen kysymys.

Pasasen (2007, 139) mielestä, maailmanvalloituksessa epäonnistuneet yrittäjät ansaitisivat yrittäjyysmitaleita menestyvien yrittäjien tapaan, jotta epäonnistumisen pelko ei tyrehdyttäisi uutta yrittäjyyttä. Pasanen toteaa myös, että jotta yrittäjyys olisi suomalaisille vakavasti otettava vaihtoehto palkkatyölle, on yrittäjyyden positiivisia puolia pidettävä aktiivisesti esillä. Yhteiskunnan kannalta yrittäjyyden positiivisia puolia ovat esimerkiksi se, että yrittäjyys parantaa tuottavuutta, luo työpaikkoja ja kannustaa innovointiin. Yksilön kannalta taas esimerkiksi vapaus, sekä mahdollisuus toteuttaa itseään ja unelmiaan.

Yrittäjyyden ekosysteemejä mittaava ja vertaileva GEDI (The Global Entrepreneurship And Development Institute) listasi 137 maan joukosta vuonna 2018 Suomen sijalle 12. (The GEDI, [viitattu 20.11.2020]). Suomalaisessa yhteiskunnassa on siis ilman muuta yrittäjyydenkin kannalta myös paljon hyvää. Mainittakoon jo vuosia maailmalla ihastuttanut koulutusjärjestelmämme, jonka ansioista koulutustaso Suomessa on kansainvälisesti vertailtuna korkea. Korkean koulutustason ansioista yrityksille on olemassa osaavaa

työvoimaa. Aloittavan yrittäjän on mahdollista saada tukea toiminnan aloittamiseen valtiolta. Julkista innovaatorahoitusta on mahdollista saada myös muun muassa Business Finlandin kautta.

Tutkimusyhtiö Etlatiedon toimitusjohtaja Petri Rouvinen arvioi vuonna 2013 että yli puolet suomalaisten startupien alkuvaiheen pääomasijoituksista olisi julkista rahaa (Kuusela 2013, 25). Kuuselan (s. 25–26) mukaan olisi terveempää, jos julkisen rahan määrä olisi vähäisempi ja markkinat määrittelisivät mikä yritys onnistuu ja mikä ei. Hänen mukaansa tilanne olisi parempi, jos suomalaiset startupit olisivat kiinnostavia suomalaisille suuryrityksille ja rahoitusyhtiöille.

Vimman (2018, 83) mukaan julkista rahaa on startup-piireissä arvosteltu sen byrokraattisuuden vuoksi. Hän toteaa ongelman olevan, että julkisen rahan käyttötarkoitus on usein määritelty tarkasti. Se on siis niin sanotusti korvamerkattua rahaa. Startupeilla on tapana harrastaa pivotointia, eli projektit menevät ja tulevat, joskus jopa yrityksen liikeidea saattaa kokonaan vaihtua, kun edellinen on todettu kannattamattomaksi. Riesin (2017, 74) mukaan pivointi tarkoittaa, että tehdään muutos strategiassa ilman, että tehdään muutosta visioon. Korvamerkityn rahan ongelmaksi muodostuu, ettei sitä voida käyttää muuttuneessa liiketoimintaympäristössä parhaalla tavalla hyödyksi (Vimma 2018, 83–84).

Myös kunnat ja maakunnat hyötyvät kasvuyrityksistä samoin tavoin kuin valtiotkin. Voidaan sanoa, että kaikkien onneksi myös kunnallisella tasolla on alettu ymmärtämään kuinka paljon lisää uusia ja kasvavia yrityksiä Suomessa tarvitaan. Siksi kunnat ja kaupungit tukevatkin elinkeinotoimintaa alueillaan. Etelä-Pohjanmaan pienet kunnat ja kaupungit kaipaavat kipeästi etenkin yritysten luomia työpaikkoja. Työpaikkojen avulla pystytään pitämään muuttotappiot kurissa ja jopa houkuttelemaan uusia asukkaita. Jo jonkin aikaa on voinut huomata, että useat pienet paikkakunnat houkuttelevat yrittäjiä esimerkiksi kauppaamalla yritystontteja pilkkahintaan. Kuntien ja kaupunkien järjestämät palvelut ovat erittäin tärkeitä ja hyödyllisiä varsinkin aloitteleville yrityksille ja uusille yrittäjille.



Seinäjoen kaupunkistrategiasta 2018–2025 (Seinäjoki 2018) selviää, että se haluaa olla Suomen paras kaupunki yrittää. Seinäjoki myös mainostaa itseään parhaana kaupunkina yrittää ja yrittäjyyden pääkaupunkina. Seinäjoen kaupunkistrategiassa kerrotaan, että kaupungilla on hyvä sijainti Suomen pääradan varrella, vahvat kärkitoimialat (alkutuotanto ja elintarviketeollisuus), paljon pk-yrityksiä ja monipuolinen elinkeinorakenne. Kaupungin tavoitteena on olla edelläkävijä kaikessa toiminnassa, mikä liittyy yrittäjämäisen toimintatavan edistämiseen.

McDaden (2019, 43) mukaan Seinäjoen alueen startup-ekosysteemin kehittämisessä tulisi keskittyä viestinnän, yhtenäisyyden ja yhteistyön parantamiseen. Hänen mukaansa alueen startupit ja muut ekosysteemin toimijat tarvitsisivat paremmin tarjolla olevaa tietoa toisistaan ja heidän tarjoamistaan palveluista. Ekosysteemin eri toimijat pitäisi siis saada verkostoitumaan keskenään paremmin, jotta heistä olisi enemmän hyötyä toisilleen.

Suomen Yrittäjien (9.6.2020) toteuttamassa kyselyssä yrittäjät äänestivät Seinäjoen elinkeinopolitiikan yli 50 000 asukkaan kaupungeista parhaaksi. 10 000–50 000 asukkaan kaupungeista kärkikymmenikköön ylsi Etelä-Pohjanmaan maakunnasta Ilmajoki (6) ja Alavus (7). Alle 10 000 asukkaan kunnista kymmenen parhaan joukkoon pääsi Isojoki, joka sijoittui seitsemänneksi. Maakuntien välisessä vertailussa Etelä-Pohjanmaan sijoitus oli kolmas. Kyselyyn vastasi Etelä-Pohjanmaalta 741 yrittäjää.

Kyselyyn vastanneet yrittäjät myös valitsivat mielestään tärkeimpiä yrityspalveluita. Valtakunnallisesti tärkeimmäksi valikoitui aloittavan yrittäjän palvelut, toiseksi verkostoituminen ja kolmanneksi tärkeimmäksi rahoitus- ja investointineuvonta. Yrityspalveluita tärkeämpiä elinkeinopolitiikan osa-alueita olivat yrittäjien mielestä kunnan päätöksenteon yrityslähtöisyys ja elinkeinopolitiikan asema kunnassa. (Suomen Yrittäjät 9.6.2020.) Etelä-Pohjanmaalla elinkeinopolitiikkaan ollaan siis tyytyväisiä. Startupien kannalta elinkeinopolitiikan tärkein yksittäinen tuki on yksinkertainen ja vakaa lainsäädäntö ja sääntely-ympäristö (Maliranta ym. 2018, 6).

### 3.3 Startup-yrittäjyys Etelä-Pohjanmaalla

Vuonna 2006 Etelä-Pohjanmaalla allekirjoitetussa yrittäjyyden yhteistyösopimuksessa kasvuyrittäjyys nostettiin yhdeksi neljästä painopistealueesta. Myöhemmin todettiin, että niin tulosten kuin toiminnan osalta heikoiten on onnistunut juuri tämä painopistealue. (Sorama ym. 2018, 24.) Vuonna 2017 kymmenen prosenttia Suomen yrityksistä oli voimakkaasti kasvuhaluja. Etelä-Pohjanmaan yrityksistä voimakkaasti kasvuhaluja oli kahdeksan prosenttia (s. 27).

Sorama ym. (2018, 161) haastattelivat vuonna 2018 alueen yrittäjiä, koskien maakunnan kasvuyrittäjyyskulttuuria. Kasvuyrittäjyyskulttuuri jaettiin kolmelle tasolle: yksilö/yritys, mikroympäristö ja makroympäristö. Mikroympäristö tarkoittaa yritysten paikallista ja alueellista toimintaympäristöä. Makroympäristö taas tarkoittaa laajempaa toimintaympäristöä johon politiikalla ja yhteiskunnalla on vielä suuremmat vaikutukset. Haastattelujen perusteella positiivista oli, että eteläpohjalaisten yrittäjien mielestä yksilötalolla yritystoiminnassa epäonnistumista ei koettu häpeänä ja menestyksen näyttäminen oli hyväksyttävää.

Yksilötason ongelmiksi yrittäjät kertoivat alhaisen ambitiotason eli kunnianhimon, sekä sen, että riskejä otetaan liian varovasti. Mikrotasolla yrittäjät kokivat maakunnan yrittäjyyskulttuurin olevan hyvällä tasolla, mutta kasvuyrittäjyyskulttuurissa olisi vielä parannettavaa. Makrotasolla negatiivisia asioita kasvuyrittäjyyden kannalta olivat skeptisyys, tulevaisuuden uskon puute ja yleinen negatiivisuus.

Yrittäjien mielestä siis yrittäjyyskulttuurissa ja yrittäjyyteen suhtautumisessa ei ollut ongelmaa. Jos yksittäiseltä yrittäjältä kuitenkin puuttuu kunnianhimoa tai halu kasvaa ja kehittää toimintaansa, ei hyvä yrittäjyyskulttuuri tai ekosysteemi näistä yrityksistä kasvuyrityksiä synnytä. Halmeen ym. (2015, 32) mukaan yksi keskeisimmistä, tai jopa keskeisin yritysten kasvua selittävä tekijä on kasvutavoitteet ja yrityksen johdon kasvuhakuisuus. Potentiaaliselta kasvuyritykseltä on siis löydettävä kasvuhalukkuutta ja -kyvykkyyttä.

Samaisessa tutkimuksessa (Sorama ym. 2018, 161) yrittäjiltä kysyttiin mielipidettä myös roolimallien vaikutuksesta kasvuyrittäjyyteen. Yrittäjät tunnustivat roolimallien onnistumiset hyväksi asiaksi. Alueella kuitenkin todettiin olevan liian vähän näitä positiivisia esimerkkejä ja innovointia. Jotta useampi Etelä-Pohjalainen ryhtyisi startup-yrittäjäksi tai alkaisi tavoitella yritystoiminnan voimakasta kasvua, tarvittaisiin siis muutama maakunnasta ponnistanut yrittäjä, joka omalla esimerkillään ja onnistumisellaan kannustaisi myös muita.

Nuoremman sukupolven edustajat eivät välttämättä määrittele itseään niinkään eteläpohjalaisiksi vaan suomalaisiksi tai jopa eurooppalaisiksi. Homanin (2014, 2) mukaan suomalaisilla nuorilla on varsin vahva kansallinen ja eurooppalainen identiteetti. Nuorille on siis olemassa huomattavasti enemmän näitä roolimalleja onnistuneista startup-yrityksistä, joihin he voivat mukautua. Vanhemman sukupolven edustajat taas määrittelevät itsensä vielä usein kotikaupunkinsa tai maakuntansa mukaisesti esimerkiksi Seinäjokelaisiksi tai eteläpohjalaisiksi. Kuntaliiton (30.5.2017) tutkimuksessa 18–29 vuotiaista vastaajista 36 % samaistui maakuntaansa paljon, kun taas yli 70-vuotiaista vastaajista omaan maakuntaansa paljon samastui puolet. Nimenomaan omasta maakunnasta tai lähialueelta ponnistaneet menestyksekkäät startup-yritykset olisivat tärkeitä esimerkkejä kaikille, mutta etenkin vanhemman sukupolven edustajille.

Vuosien 2013–2016 välisenä Etelä-Pohjanmaalla järjestettiin yrityksille Grow Up -kasvukilpailua. Vuodesta 2017 lähtien sitä on järjestetty Seinäjoen Ammattikorkeakoulun johdolla opiskelijoiden yrityksille ja yritysideoille. Myös kansallinen Kasvu Open Kasvupolku sparrausohjelma on sparrannut kasvuun tähtääviä yrityksiä Etelä-Pohjanmaalla. Vuonna 2020 maakunnasta potentiaalisimmiksi kasvuyrityksiksi valittiin Maslog Oy ja ER-Pakkaus Oy. (STT Info, 2020.)

Tällaiset tapahtumat ovat aloitteleville yrityksille hieno mahdollisuus tuoda oma liikeidea asiantuntijoiden sparrattaviksi. Tapahtumat ovat myös oiva mahdollisuus verkostoitumiseen, joka on äärimmäisen tärkeää etenkin, kun ollaan vielä yritystoiminnan alkuvaiheessa.

Erilaisiin startupeille suunnattuihin tapahtumiin olisi erityisen tärkeää saada paikalle ihmisiä monipuolisesti ekosysteemin eri osa-alueilta. Tapahtumiin tarvitaan bisnesenkeleitä, pääomasijoittajia, aloittelevia startup-yrittäjiä, kokeneita startup-yrittäjiä, korkeakoulun edustajia, palveluntarjoajia, mediaa, kaupungin ja valtion edustajia, suurten yritysten edustajia, startupeista kiinnostuneita eri alojen ammattilaisia ym.

Suomen yrittäjien (2019b, 2) teettämästä yksinyrittäjäkyselystä selviää, että verkostoituminen kumppaneiden kanssa on yksinyrittäjien mielestä yksi tärkeimpiä kasvun keinoja. Hyvään startup-yhteisöön kaikki toiminnasta kiinnostuneet ovat tervetulleita. Feld (2012, 65) sanoo, että startup-yhteisön tehtävä on saada sinne tuleva uusi henkilö tuntemaan olonsa tervetulleeksi ja saada hänet nopeasti integroitua osaksi yhteisöä. Feldin (2012, 28) mukaan startup-yhteisön rakentaminen ei ole nollasummapelejä, jossa yrittäjät kilpailevat resursseista ja statuksesta, vaan yhteisön kasvu tulisi nähdä positiivisena voimana kaikille.

Kuusela (2013, 15) toteaa, että suurin osa startupeista toimii internet- tai mobiililla, mutta niitä tarvittaisiin kipeästi myös perinteisessä teollisuudessa. Etelä-Pohjanmaalla startupit voisivat uudistaa ja tukea innovaatioillaan esimerkiksi huonekalu-, metalli- ja elintarviketeollisuutta, jota maakunnasta löytyy runsaasti. Rakennusalaalla innovatiivisia uusia yrityksiä on jo totuttu näkemään. Maakunnasta löytyy myös erittäin suosittuja kotimaan matkakohteita, kuten Tuurin kyläkauppa, huvipuisto PowerPark Kauhavalla, Ähtärin eläinpuisto ja uusimpana Seinäjoen Ideapark. Näiden lisäksi Isostakyröstä löytyy maailmankuulu ginitislaamo. Kansainvälisiä turisteja Etelä-Pohjanmaa ei kuitenkaan juuri houkuttele. Vuonna 2018 eteläpohjalaisissa majoitusliikkeissä yöpyi 676 854 kotimaista ja 32 338 ulkomaalaista matkailijaa (Etelä-Pohjanmaan liitto, matkailu ja kulttuuri, [viitattu 14.12.2020]). Startupeissa voisi piillä potentiaalia kansainvälisen turismin herättelijöiksi. Toki skaalautuvan liikeidean yhdistäminen tähän ajatukseen voi olla kovin vaikeaa.

Startup100 [viitattu 12.11.2020] mittaa suomalaisia startup-yrityksiä markkinointiviestinnän näkökulmasta. Se pyrkii mittaamaan, kuinka markkinointi eri vaiheissa korreloi yrityksen liikevaihdon kasvun ja yrityksen arvon kanssa. Startup100 päivittää kuukausittain top100-listaa suomalaista startup-yrityksistä, jotka heidän indeksinsä mukaan ovat parhaiten onnistuneet.

Marraskuussa 2020 tältä listalta löytyi yksi Etelä-Pohjanmaalainen yritys, CLT Plant Oy, jonka kotipaikkakunta on Kauhajoki.

### 3.4 Startup-yrittäjyyden ja yksinyrittäjyyden vertailua

Normaalit yritykset pyrkivät tarjoamaan kilpailijoitaan parempia tuotteita tai palveluita. Startupit puolestaan pyrkivät tuottamaan jotain, mitä kukaan muu ei ole vielä keksinyt. Startup voi myös pyrkiä tekemään jotain olemassa olevaa niin radikaalisti paremmin, ettei kukaan uskonut sen olevan mahdollista. Kun normaali yritys tavoittelee korkeintaan noin 10 prosentin vuotuista kasvua, startup tavoittelee 10 kertaista kasvua. (Järvilehto 2018, 75.) Kun startupeiksi määriteltäviä yrityksiä verrattiin kaikkiin vuonna 2015 aloittaneisiin yrityksiin, huomattiin, että startupeilla on keskimäärin 3–4 perustajajäsentä, kun taas muilla yrityksillä niitä on 1–2 (Maliranta ym. 2018, 40.)

Kuusela (2013, 19–20) väittää startup-yrittäjyyden olevan selkeämpää, kunnianhimoisempaa ja kansainvälisempää, kuin perinteinen suomalainen yrittäjyys. Startupeissa keskitytään innostukseen oivalluksiin ja osaamiseen. Kuuselan mukaan nykyaikaisen kasvuyrittämisen keskiössä ovat osaavat henkilöt, joilla on liikeidea. Heidän tavoitteenaan on jalostaa tästä ideasta mahdollisimman kannattavaa liiketoimintaa mahdollisimman nopeasti. Startupien perustajien riskinottoa helpottaa se, että perinteisemmästä yrittäjyydestä poiketen he eivät yleensä sitoudu yhtiöönsä rahallisesti sijoittamalla siihen omia rahojaan tai hakemalla pankkilainaa. Startupien rahoitus hoidetaan ulkopuolisella riskirahoituksella. Yhtiön kasvaessa startup tarvitsee aina uusia ja suurempia sijoituskerroksia. Usein muutama vuosi perustamisen jälkeen startup-yritys sitten joko kaatuu tai onnistuu tekemään exitin. Exitissä yrityksen perustajat ja siihen sijoittaneet rikastuvat. Jos yritys taas kaatuu, perustetaan uusi startup ja yritetään uudelleen. Riskirahoitusmalli mahdollistaa sen, etteivät konkurssin tehneet yrittäjät joudu suuriin henkilökohtaisiin vaikeuksiin. (Kuusela, 2013, 19–20.) Startup-toiminnassa riskinottoon kannustaa suurten exit-voittojen lisäksi siis se, ettei epäonnistuminen ja konkurssi johda henkilökohtaiseen velkaantumiseen ja luottotietojen menettämiseen. Lähtökohdat yrittämiselle ja kovien tavoitteiden asettamiselle ovat siis terveemmällä pohjalla, kuin perinteisessä yrittäjyydessä.

Selkeä ero startup-yrittäjyyden ja yksinyrittäjyyden välille syntyy niiden lähtökohdista ja tavoitteista. Startup-yrityksen selkeä tavoite on räjähdysmäinen kasvu ja rahakas exit. Toiminta tarvitsee heti alussa ulkopuolista riskirahoitusta. Onnistui tai epäonnistui, startup-yritystä tuskin on sellaisenaan olemassa 10 vuotta sen perustamisen jälkeen. Ainakaan se ei enää silloin ole startup. Yksinyrittäjä puolestaan tavoittelee usein vain itsensä elättämistä oman yritystoiminnan avulla. Hänen yrityksensä tarvitsee alusta lähtien liikevaihtoa. Rahaa yritykseen täytyy saada tuotteita tai palveluita myymällä. Perinteisen yksinyrittäjän liiketoimintaan ei sijoita yksikään bisnesenkeli. Jos yksinyrittäjä investoi hän hakee lainaa perinteiseltä pankilta tai muulta yritysluottoa tarjoavalta rahoituslaitokselta. Joidenkin tavoitteena on toki kasvattaa liiketoimintaa tulevaisuudessa, palkata työntekijöitä, kasvattaa liikevaihtoa, avata uusia toimipaikkoja tai laajentaa uusille markkinoille. Yksinyrittäjäksi harvemmin ryhdytään tavoitteena yritystoiminnan myyminen hyvällä hinnalla lähitulevaisuudessa.

Yksinyrittäjälle hänen perustamansa yritys voi tarkoittaa loppuelämän mittaista sitoutumista. Kuuselan (2013, 21) mukaan startup-yrittäjä ei näe yksittäistä yritystä elämäntehtäväkseen. Hänen mukaansa startup-yrittäjä on lähtökohtaisesti sarjayrittäjä. Startup-yrittäjän ensimmäinen liikeidea tai yritys harvoin onnistuu. Robert Ronstadtin (2007, 76) mukaan on aika tavallista, että ensimmäinen yritys on pettymys ja, että yrittäjät osaavat toisella kertaa tehdä edellistä paremman yrityksen.

Vaikka startup-yrityksissä tehdään bisnestä tosissaan ja niissä työskentelee eri alojen kovimpia ammattilaisia, kuuluu startup-kulttuuriin olennaisesti tietty rentous. Pukukoodi on rento ja organisaatorakenne on matala. Riesin (2017, 74) mukaan pienistä startup-tiimeistä on mahdotonta löytää minkäänlaista ylimääräistä byrokratiaa, tiimien jäsenet kommunikoivat suoraan toistensa kanssa ja ovat vastuussa toisilleen.

Järvilehdon (2018, 78–79) mukaan startupin perustamista suunniteltaessa pitäisi ottaa huomioon, että toimialan tulee olla valmis uudentilaisille toimintamalleille, palveluille ja tuotteille, sen tulee mahdollistaa globaali skaalautuvuus ja kasvu, sekä innostaa yrittäjää aidosti ja

pitkäkestoisesti. Startupin bisnesidea löytyy hänen mukaansa innostuksen, kasvun ja innovaation leikkauspisteestä.

Startupin kehittämän tuote- tai palveluinnovaation pitää olla skaalautuva. Jotta riskisijoittajat kiinnostuisivat yrityksestä, tulee sen tarjoaman palvelun kyetä monistumaan isoksi globaaliksi ilmiöksi. Riskisijoittajat odottavat startupeilta huomattavasti perinteistä bisnestä suurempia tuottoja. (Järvilehto 2018, 46.) ”Normaali” yrittäjä voi valita aivan perinteisen tuotteen tai palvelun, jota hänen yrityksensä tarjoaa. Hiustenleikkuuta ja take-away kahvia on tarjolla tuhansissa paikoissa ja silti sen ympärille voidaan rakentaa kannattava liiketoiminta yhdelle tai jopa useammalle ihmiselle. Kansainvälistä kasvuyritystä tällaisen liikeidean pohjalta ei kuitenkaan synny, vaan startupin on löydettävä jotain uutta ja omaperäistä.

Pasasen (2007, 131) mukaan yrittäjän työmäärä ei kasva suhteessa yrityksen kokoon, vaan yksin yrittävällä on eniten työtä tehtävänänsä. Yrittäjän on kuitenkin mahdollista ulkoistaa lähes kaikki toiminnot. Pasanen (2007, 135) toteaa, että useammat ihmiset yrittäisivät, jos tietäisivät, että monet vieraat asiat ja ongelmat voi ulkoistaa tilitoimistoille, lakimiehille, mainostoimistoille tai konsulteille. Usein ulkoistetaan etenkin palkka- ja taloushallinto. Suuremmissa yrityksissä myös henkilöstöhallinto. On mahdollista ulkoistaa myös esimerkiksi myynti, markkinointi tai vaikka asiakaspalvelu. Harvoilla yksinyrittäjillä on kuitenkaan varaa ulkoistaa useampia yrityksen toimintoja. Pasasen (2007, 133) mukaan kasvuyritykselle tehokas myynti on välttämättömyys ja myynnin ulkoistaminen voi joskus olla jopa paras ratkaisu.

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

### 4.1 Tutkimusmenetelmä

Empiirisessä tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää, mutta siinä on myös kvalitatiivisia eli laadullisia piirteitä. Kanasen (2015, 71) mukaan tutkimuksessa voidaan käyttää eri tutkimusmenetelmiä rinnakkain. Kvantitatiivisen tutkimuksen toteuttaminen edellyttää Kanasen (2015, 197) mukaan esiyymmärrystä ja teoriaa ilmiöstä. Kvantitatiivisen tutkimuksen toteuttaminen on perusteltua, koska on olemassa paljon teoriaa siitä, millainen kulttuuri ja ympäristö tukee startup-yrittäjyyttä ja siitä miksi Etelä-Pohjanmaalla yksinyrittäjyys on yleistä. Tutkimusongelman luonteen vuoksi määrällistä kyselytutkimusta haluttiin täydentää laadullista tutkimusta muistuttavilla useilla avoimilla kysymyksillä. Kysely sisälsi strukturoituja kysymyksiä, joihin siis annettiin valmiit vastausvaihtoehdot, sekä avoimia kysymyksiä, joihin vastaajat saivat jäsentää vastauksensa itse. Avointen kysymysten tarkoituksena oli saada arvokasta lisätietoa yrittäjien mielipiteistä, kun he pääsevät kuvailemaan tuntemuksiaan omin sanoin. Kanasen (2015, 70) mukaan mitä vähemmän ilmiöstä tiedetään, sitä todennäköisemmin kysymykseen tulee kvalitatiivinen tutkimus. Koska maakunnan yrittäjyyttä ei aiemmin olla tutkittu tästä näkökulmasta ja muutenkin maakunnan startup-yrittäjyydestä on olemassa varsin vähän tietoa, oli myös kvalitatiivisen tutkimuksen käytölle selvät perusteet. Laadullinen tutkimus mahdollistaa ilmiön ymmärtämisen (Kananen, 2015, 71).

Tutkimuksen aineistonkeruu toteutettiin kyselytutkimuksena. Kanasen (2015, 73) mukaan kysely on määrällisen tutkimuksen yleisin aineistonkeruumuoto. Tutkimuksen perusjoukko oli Etelä-Pohjanmaalaiset yrittäjät, joiden yritys on perustettu viimeisen kolmen vuoden aikana. Heistä tutkimuksen otokseksi päätyi 130 yrittäjää. Kysely haluttiin kohdistaa heille, koska heillä on tuoretta omakohtaista kokemusta yrittämisestä ja sen aloittamisesta Etelä-Pohjanmaalla. Vastaajien määrää ei haluttu kasvattaa liian suureksi, koska avointen kysymysten analysoiminen koituisi siten liian työlääksi kiireisessä aikataulussa. Määrällisen tutkimuksen näkökulmasta perusjoukon lukumäärä olisi saanut olla suurempikin.



Kyselylomakkeella oli yhteensä 18 kysymystä, yhteen kysymykseen ei tullut ainuttakaan vastausta. Kysymyksistä kymmeneen annettiin vastausvaihtoehdot valmiina. Kysymyksistä kahdeksan oli avoimia kysymyksiä, joihin yrittäjä saivat vastata omin sanoin.

## 4.2 Tutkimusprosessi

Kyselytutkimus tehtiin Webropol- kyselytyökalulla ja linkki kyselyyn lähetettiin yrittäjille sähköpostilla. Verkkokysely oli paras vaihtoehto, koska vastaukset haluttiin saada nopeasti, ja korona-aikana pystyttiin välttymään lähikontakteilta. Kanasen (2015, 217) mukaan verkkokyselyn yksi suurimmista ongelmista on alhainen vastausprosentti. Tämän ongelman välttämiseksi kohderyhmä valittiin tarkasti, annettiin selkeä ohjeistus ja vastausaika, sekä lähetettiin muistutusviesti. Koska kysely sisälsi useita avoimia kysymyksiä, oli ennalta tiedossa, että monet jättäisivät vastaamatta.

Jokaiselle yrittäjälle lähetettiin samanlainen kysely ja siihen vastattiin anonymisti. Yrittäjien joukossa oli aloittelevia ja vasta-alkaneita yrittäjiä monipuolisesti eri toimialoilta. Joukossa oli myös kokeneempia yrittäjiä, jotka olivat aloittaneet tai aloittamassa uutta yritystoimintaa. Kaikkien kyselyyn osallistuneiden yrittäjien tämänhetkiset yritykset olivat kuitenkin iältään 0–3-vuotiaita. Kyselyyn osallistuneiden yrittäjien yhteystiedot saatiin Into Seinäjoelta. Kysymyksiä suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa, jotta saataisiin tuotettua haluttua tutkimustietoa. Kysymykset pyrittiin myös laatimaan niin, että niihin saaduille vastauksille ja teorialle löytyisi yhteys. Näin tutkimustuloksia voitaisiin verrata teorian kanssa.

Kysely lähetettiin tutkijan kirjoittaman saatetekstin kanssa Eeva Jussilan toimesta yrittäjille 11.11.2020. Kyselyyn oli 16.11.2020 mennessä vastannut 17 yrittäjää ja päätettiin lähettää muistutusviesti, jotta saataisiin lisää vastauksia. Lopulta kyselyyn vastasi 25.11.2020 mennessä yhteensä 32 yrittäjää, eli 24,6 % kaikista kyselyn saaneista.

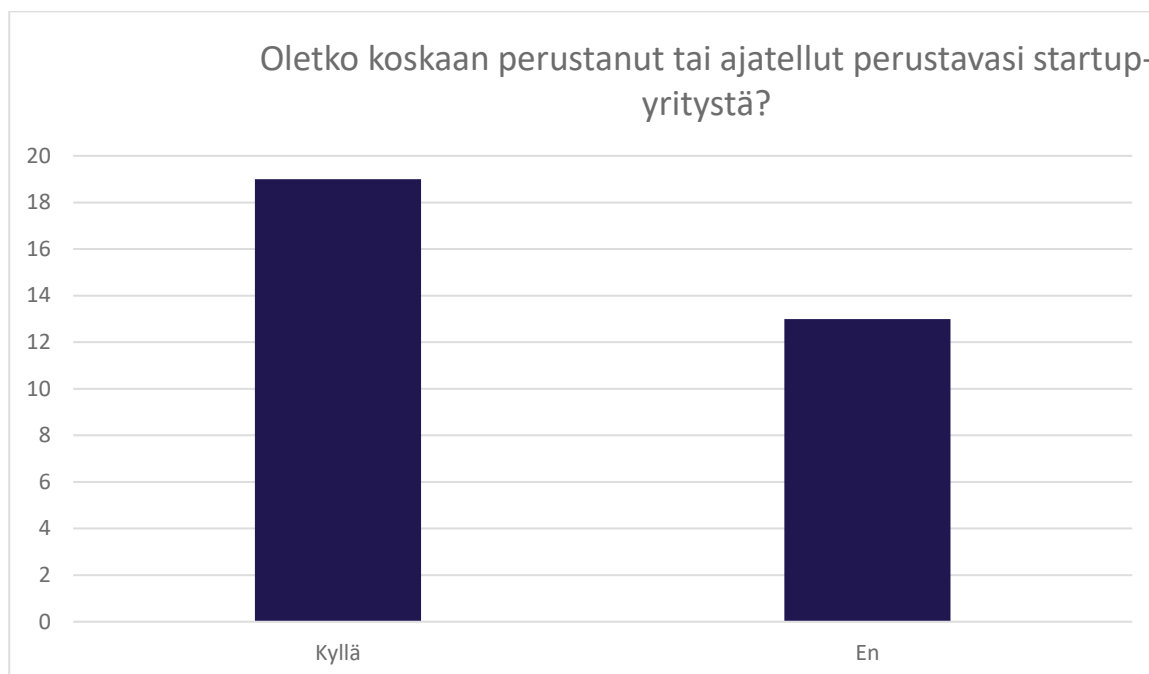
### 4.3 Tutkimustulokset

Tässä luvussa esitellään tutkimustulokset. Niiden merkitystä tutkimusongelman kannalta pohditaan seuraavassa luvussa eli johtopäätöksissä. Avoimiin kysymyksiin saatujen vastausten analysoinnissa käytettiin induktiivista päättelyä. Pyrittiin siis tekemään yleistyksiä ja päätelmiä, sekä tuomaan esille yleisimmät ja tärkeimmät vastaukset. Strukturoitujen kysymysten tulokset esitellään tilastollisesti lukuina ja prosentteina. Valmiiksi lasketut tulokset ja visuaaliset kaaviot saatiin suoraan Webropolista.

Aluksi kysyttiin hieman perustietoja yrittäjistä. Kyselyyn vastanneista yrittäjistä päätoimisia yrittäjiä oli 19, sivutoimisia yrittäjiä 11 ja kaksi henkilöä vastasi vielä suunnittelevansa yritystoimintaa, mutta omaavansa jo liikeidean. Yhteensä 23 yrittäjää eli ylivoimaisesti suurin osa oli iältään 35–50-vuotiaita, 20–35-vuotiaita oli viisi ja 50–65-vuotiaita neljä. Kyselyyn vastanneista yrittäjistä 26 oli yksinyrittäjiä ja 4 yrittäjää työllisti itsensä lisäksi muita. 28 yrittäjää vastasi olevansa kotoisin Etelä-Pohjanmaalta ja neljä jostain muualta. Tämän tarkempia demografisia tekijöitä ei katsottu oleelliseksi selvittää.

#### **Oletko koskaan perustanut tai ajatellut perustavasi startup-yritystä?**

Seuraavasta taulukosta selviää, että yhteensä 19 yrittäjää vastasi joskus perustaneensa tai ajatelleensa perustaa startup-yrityksen. 13 yrittäjää ei ollut koskaan perustanut tai ajatellut perustavansa startup-yritystä.



Kuvio 1. Startupin perustaminen (N=32).

**Kerro muutamalla sanalla, mitä sinulle tulee mieleen yksinyrittäjyydestä? (Avoin kysymys)**

Tähän kysymykseen vastasi kaikki 32 yrittäjää. Toistuvia vastauksia olivat vapaus, vastuu, rohkeus ja suuri työmäärä. Esille nousi myös paljon se, että yksinyrittäjä pääsee toteuttamaan itseään ja visioitaan. Useat vastaajat toivat esille myös sen, että yksinyrittäjyyden tarkoitus on itsensä työllistäminen ja elättäminen.

Vastauksissa oli huomattavissa selkeitä sävyeroja. Osalle yksinyrittämisessä on kyse nimenomaan intohimosta ja siitä että saa tehdä kaiken itse. Osa taas suhtautui negatiivisemmin todeten, että yksinyrittäjänä kaikki täytyy tai pitää tehdä itse.

**Kerro muutamalla sanalla, mitä sinulle tulee mieleen startup-yrittäjyydestä? (Avoin kysymys)**

Tähän kysymykseen vastasi 31 yrittäjää, yksi jätti vastaamatta. Vastauksista oli huomattavissa, etteivät useat yrittäjät selvästikään olleet kovin tietoisia siitä, mitä startup tai startup-yrittäjyys oikeasti tarkoittaa. Osa vastasi myös suoraan, ettei tiedä mitä startup-yrittäjyydellä tarkoitetaan. Skaalautuvuus, erilainen rahoitusmalli ja kokeilukulttuuri nousivat vastauksissa esiin kukin vain kertaalleen. Muutamalle vastaajalle startup-käsite tuntui olevan myös jollain tapaa vastenmielinen ja vastaukset olivat negatiivissävytteisiä. Startupia kuvailtiin muun muassa turhaksi sanaksi.

Startup-yrittäjyyteen yhdistettiin kuitenkin myös siihen olennaisesti liittyviä asioita kuten kasvu, innovointi, riskit, rohkeus, uutuus ja kansainvälisyys. Startupeihin osattiin yhdistää etenkin uuden kehittäminen ja innovointi. Myös teknologia nostettiin esille muutamassa vastauksessa.

### **Kun suunnittelit/suunnittelet liiketoimintaasi, oliko/onko tavoitteesi aloittaa yksin vai tiiminä?**

Noin kaksi kolmasosaa vastasi suunnitelleensa tai suunnittelevansa liiketoiminnan aloittamista yksin.



Kuvio 2. Liiketoiminnan aloittaminen yksin vai tiiminä (N=32).

**Miksi yksin? (Avoin kysymys).**

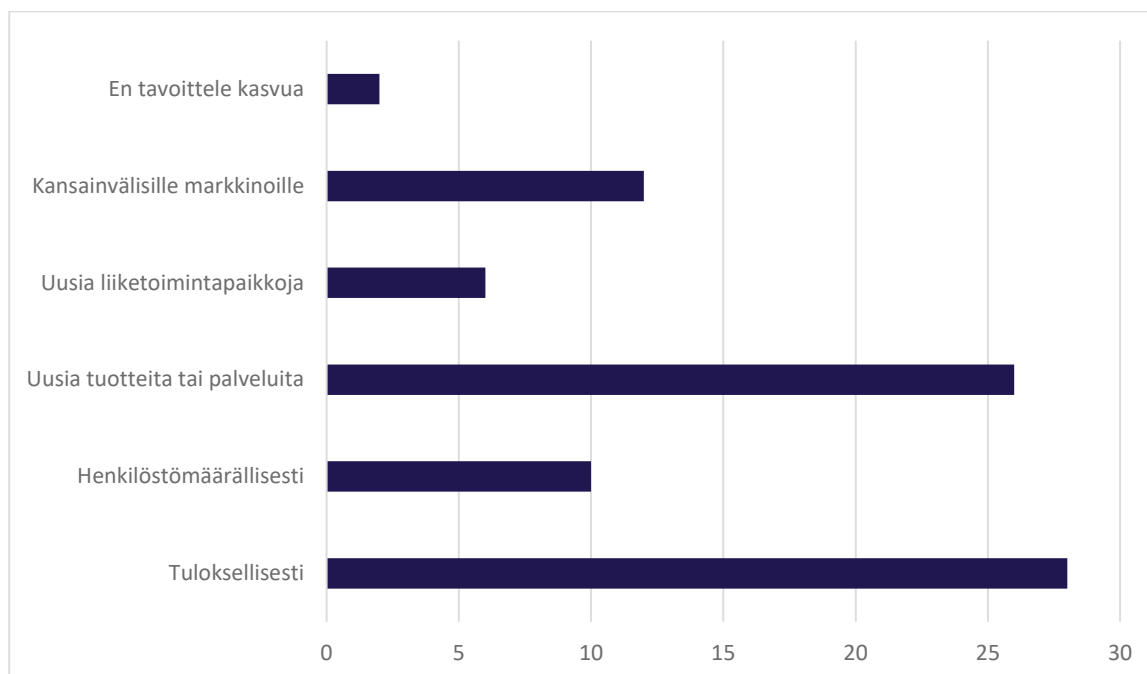
Suurin osa, yhteensä 20 vastaajaa suunnitteli aloittavansa liiketoimintansa yksin. Yksi yleisimmistä syistä yksin aloittamiselle oli, ettei sopivia yhteistyökumppaneita ollut löytynyt. Muita syitä oli esimerkiksi vapaus, huonot aikaisemmat kokemukset yhdessä yrittämisestä, sekä elämäntilanne. Yksin yrittämisen syyksi kerrottiin myös sen helppous verrattuna yhdessä yrittämiseen.

**Miksi tiiminä? (Avoin kysymys).**

12 vastaajaa vastasi suunnitelleensa liiketoiminnan aloittamista tiiminä, eli yhdessä vähintään yhden henkilön kanssa. Useille syy yhdessä yrittämiseen oli se, että yksinyrittäminen koettiin olevan pelottavaa tai ahdistavaa. Syynä oli myös se, että yritykseen tarvittiin monenlaista osaamista. Toiminnan kehittämisen ja ideoimisen kerrottiin myös olevan helpompaa ja onnistuvan paremmin yhdessä, kuin yksin.

**Onko tavoitteenasi kasvattaa liiketoimintaasi seuraavilla tavoilla? (Vastaaja sai valita useamman vaihtoehdon).**

Kaikki 32 yrittäjää vastasivat tähän kysymykseen ja valittuja vastauksia oli yhteensä 84.

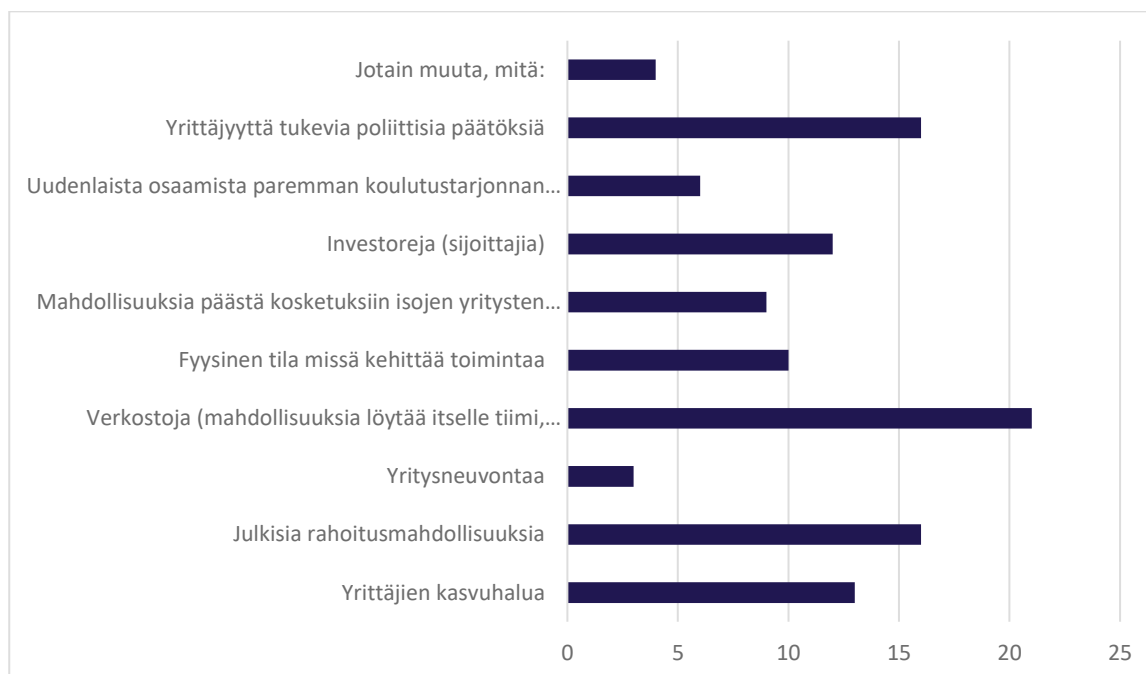


Kuvio 3. Kasvutavoitteet.

Ehdottoman positiiviseksi huomioksi voidaan todeta, että ainoastaan 2 yrittäjää vastasi, ettei tavoittele kasvua. 28 yrittäjää vastasi tavoittelevansa liiketoimintansa tuloksen kasvattamista. 26 yrittäjää vastasi, että tavoitteena on kehittää uusia tuotteita tai palveluita ja tätä kautta kasvattaa liiketoimintaa. Henkilöstön määrän kasvattamista tavoittelee 10 yrittäjää. Uusien liiketoimintapaikkojen avaamista tavoittelee kuusi yrittäjää. Ja kansainvälistymisen tavoitteekseen tunnusti 12 yrittäjää. Kasvuhakuisuutta voidaan siis todeta löytyvän.

**Mitä Etelä-Pohjanmaalle tarvittaisiin, jotta syntyisi enemmän startup-yrityksiä? (Vastaajia kehoitettiin valitsemaan 3 mielestään tärkeintä asiaa)**

Kysymykseen vastasi kaikki 32 yrittäjää ja valittuja vastauksia oli yhteensä 110.



Kuvio 4. Mitä tarvitaan startupien ja kasvuyritysten avuksi.

Ylivoimaisesti suurin osa yrittäjistä näki, että Etelä-Pohjanmaalle tarvitaan ennen kaikkea lisää verkostoja verkostoitumismahdollisuuksia, jotta syntyisi lisää startup-yrityksiä. Puolet yrittäjistä olivat sitä mieltä, että tarvittaisiin yrittäjyyttä tukevia poliittisia päätöksiä ja julkisia rahoitusmahdollisuuksia. Yksityisiä sijoittajia startup-yritysten avuksi kaipasi puolestaan vain 12 yrittäjää. Yritysneuvontaa kaipasi vain kolme ja uudenlaista osaamista kuusi yrittäjää. Maakunnassa jo olemassa olevaan yritysneuvontaan ja koulutustasoon oltiin siis tyytyväisiä.

### **Kerro halutessasi ajatuksiasi kasvuyrittäjyydestä/startup-yrittäjyydestä Etelä-Pohjanmaalla?**

Kysymykseen vastasi 16 yrittäjää. Vastauksissa tuotiin esille hyvin erilaisia ajatuksia. Positiivisia ja negatiivisia asioita nousi esille kutakuinkin yhtä paljon. Yksi vastaajista totesi maakunnan olevan konservatiivinen ja pääomaköyhä. Hänen mielestään nämä kaksi asiaa olivat suurimmat esteet startupien menestymiselle Etelä-Pohjanmaalla. Useat vastaajat kertoivat, että ovat saaneet paljon apua Into Seinäjoelta, etenkin yrityksen alkuvaiheissa. Vastauksissa toivottiin muun muassa lisää leijonan luolan tyyliä tapahtumia, kanavia verkostoitumiseen ja näkyvyyttä paikallisille pääomasijoittajille.

**Mitä hyvää/huono on siinä, että toimii yrittäjänä juuri Etelä-Pohjanmaalla?**

Kysymykseen vastasi 30 yrittäjää, kaksi jätti vastaamatta. Etelä-Pohjanmaan sijainnin kerrottiin olevan keskeinen ja hyvä. Monet totesivat, että Etelä-Pohjanmaalla on tapana tehdä kaikki itse, eikä olla valmiita ottamaan apua vastaan tai varsinkaan maksamaan mistään. Tähän liittyen kulutuskulttuurin todettiin olevan erilainen kuin isommissa kaupungeissa, joissa yritykset ostavat enemmän toistensa palveluita. Esiin nousi taas myös konservatiivisuus ja pääomaköyhyys verrattuna muihin alueisiin. Ilmapiirin kerrottiin olevan myönteinen ja yrittäjyyttä tukeva, mutta useat toivat esiin myös kateellisuuden. Apua ja tukea kerrottiin olevan saatavilla hyvin. Monien mielestä yrittäjien verkostot ovat Etelä-Pohjanmaalla hyviä, mutta myös pieniä. Verkostoihin mukaan pääsemisen ja tämän vuoksi yritystoiminnassa alkuun pääsemisen kerrottiin olevan hankalaa. Kustannustason kerrottiin olevan alhaisempi kuin esimerkiksi Etelä-Suomessa, toisaalta markkinat ovat siellä suuremmat, kuin Etelä-Pohjanmaalla. Yleisesti positiivisia vastauksia ja kommentteja oli hieman enemmän kuin negatiivisia.

**Mitä mieltä olet väitteestä ”Eteläpohjalainen on sielultaan yksinyrittäjä”?**

Kysymykseen vastasi kaikki 32 yrittäjää. Noin puolet yrittäjistä allekirjoittivat väitteen ja olivat sitä mieltä, että eteläpohjalainen on sielultaan yksinyrittäjä. Noin kymmenen yrittäjää taas oli täysin erimieltä. Loput joko eivät osanneet sanoa mitään tai allekirjoittivat väitteen osittain. Monien mielestä väite pitää paikkaansa vanhempien ihmisten kohdalla, nuorten puolestaan kerrottiin osaavan tehdä paremmin yhteistyötä. Todettiin myös, että väite pätee laajemmin suomalaisiin yrittäjiin, eikä vain pelkästään eteläpohjalaisiin. Monien mielestä kyseessä on myös liian rohkea ja kärjistetty yleistys.

**Kumpi seuraavista kuvastaa paremmin Eteläpohjalaista yrittäjää?**

Kysymyksen jokaiseen kohtaan vastasi kaikki 32 yrittäjää. Kysymyksessä haluttiin tarkoituksella kärjistää ja antaa vain kaksi vaihtoehtoa, jotta voitaisiin helpommin luoda



kokonaiskuva eteläpohjalaisesta yrittäjästä. Todellisuudessa annetut vaihtoehdot eivät poissulje toisiaan.



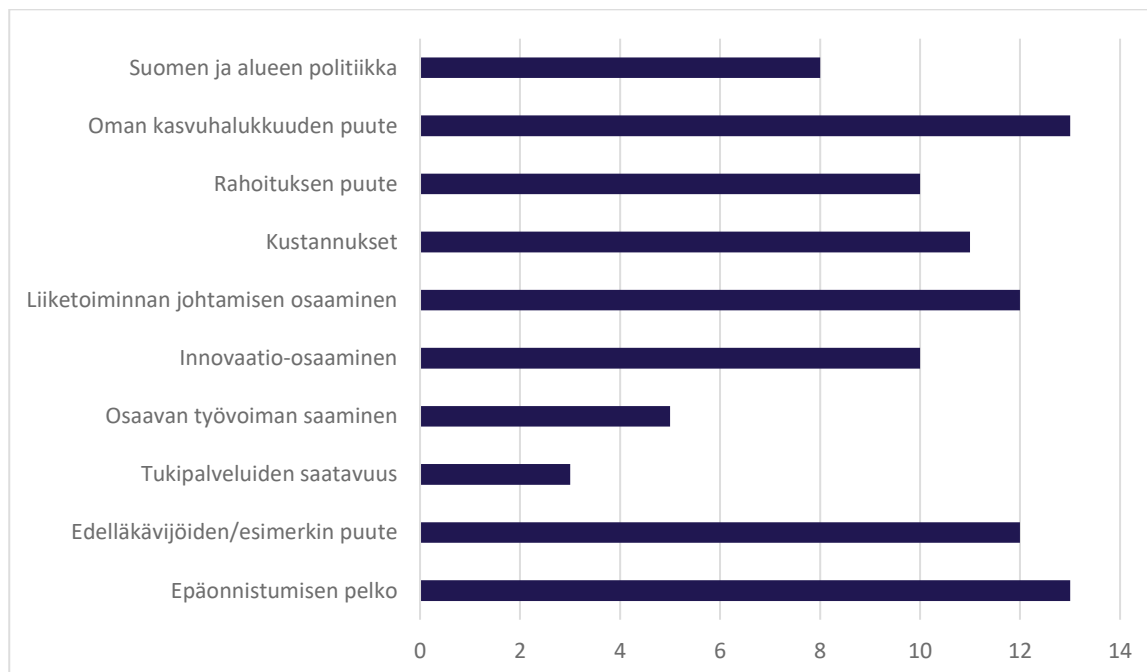
Kuvio 5. Eteläpohjalaisen yrittäjän stereotyyppi.

Taulukko 1. Eteläpohjalaisen yrittäjän stereotyyppi.

	1	2		Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani
Vaatimaton	11	21	Kunnianhimoinen	32	1,66	2
	34,37 %	65,63 %				
Arka/ujo	12	20	Rohkea riskinottaja	32	1,63	2
	37,5 %	62,5 %				
Puutteelliset taidot liiketoiminnan johtamisessa	19	13	Osaava liiketoiminnan johtaja	32	1,41	1
	59,37 %	40,63 %				
Huonot taidot ja edellytykset kansainvälistymiseen	21	11	Hyvät taidot ja edellytykset kansainvälistymiseen	32	1,34	1
	65,63 %	34,37 %				
Introvertti yksinyrittäjä	22	10	Verkostoitunut ekstrovertti	32	1,31	1
	68,75 %	31,25 %				
Heikko innovoimaan	8	24	Innovaatiokykyinen	32	1,75	2
	25 %	75 %				
Yhteensä	93	99		192	1,52	2

**Yritysten kasvun ongelmat Etelä-Pohjanmaalla? (Vastaja kehoitettiin valitsemaan 3 mielestään tärkeintä asiaa)**

Kysymykseen vastasi kaikki 32 yrittäjää, valittuja vastauksia oli yhteensä 97.



Kuvio 6. Kasvun ongelmat.

Suurimpina ongelmina nähtiin kasvupalukkuuden puute ja epäonnistumisen pelko, kummankin vaihtoehdon valitsi 13 yrittäjää. Edelläkävijöiden ja esimerkkien puute, sekä liiketoiminnan johtamisen osaaminen näki ongelmaksi 12 yrittäjää. Ylivoimaisesti vähäisin ongelma katsottiin olevan tukipalveluiden saatavuus, vain kolme yrittäjää valitsi tämän vaihtoehdon. Myöskään osaavan työvoiman saamista ei pidetty suurena ongelmana, viisi yrittäjää päätyi valitsemaan tämän vaihtoehdon.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyössä tutkittiin, onko eteläpohjalainen sielultaan yksinyrittäjä ja millä keinoin eteläpohjalaisista saataisiin startup-yrittäjiä. Tutkimuksen perusteella on liian radikaalia väittää eteläpohjalaisia sielultaan yksinyrittäjiksi, vaikka väitteelle löytyi myös perusteita. Tutkimus myös toi esiin tietoa, josta voi olla hyötyä toimivan startup-ekosysteemin ja kulttuurin luomisessa Etelä-Pohjanmaalle. Tutkimustuloksia voi hyödyntää toimeksiantajan eli Into Seinäjoen lisäksi kaikki muutkin maakunnan yrittäjien sidosryhmät. Tutkimustuloksia voisi käyttää myös esimerkiksi elinkeinopoliittisten päätösten tukena etenkin kunnallisella tasolla.

Suurimpia haasteita tämän opinnäytetyön tekemisessä oli löytää tietoa eteläpohjalaisuudesta ja startup-yrittäjyydestä Etelä-Pohjanmaalla. Myös tiukka aikataulu asetti haasteita etenkin tutkimuksen toteuttamiseen, opinnäytetyöprosessi käynnistyi lokakuussa 2020 ja se valmistui joulukuussa 2020.

Kanasen (2015, 343) mukaan reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten pysyvyyttä eli sitä, että saadaan samat tulokset, jos tutkimus toistetaan. Kyselyyn vastanneiden yrittäjien määrä oli lopulta melko pieni. Yrittäjäksi ryhdytään monista eri lähtökohdista ja erilaisin tavoittein. Voi siis olla että, jos tutkimus toistettaisiin ja siihen osallistuisi eri yrittäjät, saataisiin hieman erilaisia vastauksia. Etenkin avointen kysymysten kohdalla on selvää, että ihmisten mielipiteet eroavat toisistaan selvästi. Kyselytutkimus sisälsi useita avoimia kysymyksiä ja myös vallitsevan koronatilanteen vuoksi on ymmärrettävää, ettei kaikilta yrittäjiltä löytynyt aikaa tai mielenkiintoa vastata kyselyyn. Vastausprosentti oli kuitenkin melko hyvä ja otos edusti luotettavasti tutkittavaa perusjoukkoa eli aloittelevia yrittäjiä, suurimman osan kyselyyn vastanneista ollessa yksinyrittäjiä ja iältään yli 35-vuotiaita.

Tutkimuksen validiteetti puolestaan tarkoittaa, että tutkitaan oikeita asioita (Kananen 2015, 343). Tutkimuskysymyksiä suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa ja niitä johdettiin teoriasta. Tutkimus tuotti myös tutkimusongelman kannalta epäolennaista tietoa. Pääosin tutkimuksesta saatu tieto kuitenkin vastasi tutkimuskysymyksiin.

Tilastojen valossa niin suomalainen, kuin eteläpohjalainenkin yrittäjä todennäköisimmin on yksinyrittäjä. Noin puolet tämän opinnäytetyön tutkimukseen osallistuneista yrittäjistä oli sitä mieltä, että eteläpohjalainen on sielultaan yksinyrittäjä. Teoria ja tutkimus kuitenkin osoittaa, että on turhan kärjistettyä väittää näin. Syyt yksinyrittäjien suureen määrään niin Etelä-Pohjanmaalla, kuin koko Suomessa löytyvät pikemminkin yhteiskunnasta ja ympäristöstä. Toki Eteläpohjalaisten ihmisten luonteenpiirteitä tarkastellessa voi huomata asioita, jotka sopivat hyvin yhteen yksinyrittämisen kanssa. Noin 70 % kyselyyn vastanneista yksinyrittäjistä kuitenkin kertoi myös, että jo yritystoiminnan suunnitteluvaiheessa tarkoitus oli aloittaa nimenomaan yksin. Tämä tulos hieman puoltaa sitä, että eteläpohjalainen olisi sielultaan yksinyrittäjä. Itsellisyydellä on maakunnassa pitkät perinteet, mutta lopulta ei kuitenkaan ole olemassa mitään tutkittua tietoa, joka todistaisi eteläpohjalaisen olevan luotu yksinomaan yksinyrittäjäksi.

Sanotaan että eteläpohjalainen tarvitsee elämäkumppanikseen vertaisensa, ehkä sama pätee yhtiökumppaniin. Noin 60 % kyselyyn vastanneista yrittäjistä kertoi joskus perustaneensa tai ajatelleensa perustaa startup-yrityksen. Useat tutkimukseen osallistuneet yrittäjät kertoivat yksinyrittäjyyden syyksi sen olevan helpompaa, kuin yhdessä. Eteläpohjalaisen kanssa ei välttämättä ole helppoa tulla toimeen, varsinkaan jos ei ymmärrä hänen huumorintajuaan. Startupin perustaminen todennäköisesti sujuu parhaiten siis toisen lakeuksilta kotoisin olevan kanssa. Historia osoittaa, että vaarana kuitenkin piilee se kateellinen naapuri, joka pian kopioi liikeidean.

On hienoa, että Etelä-Pohjanmaalla jo perusopetuksessa lapsille ja nuorille opetetaan yrittäjämaista toimintatapaa. Yrittäjyyden taitoja on mahdollista kehittää myös myöhemmin jatko-opinnoissa niin ammatillisessa koulutuksessa, kuin Seinäjoen ammattikorkeakoulussakin. Startupit tarvitsevat innovatiivisia, rohkeita, luovaan ajatteluun kykeneviä edelläkävijöitä. Tällaiset tyypit myös itse perustavat startupeja. Startupit tarvitsevat myös ratkaisukeskeisiä insinöörejä ja muita teknologiaosaajia. Etenkin suomalaiset startupit tarvitsevat entistä parempia markkinoinnin ja myynnin ammattilaisia. Startupeissa tarvitaan ehdottomasti myös nykyaikaista johtamisosaamista.

Kyselytutkimus osoitti, että eteläpohjalaisten yrittäjien taidot liiketoiminnan johtamisessa ovat puutteelliset. Innovaatiokykyisiksi eteläpohjalaiset yrittäjät kuitenkin tunnustettiin. Startupien äidinkieli on englanti. Kansainvälisyyden ja kielitaidon tärkeyttä ei voi liikaa korostaa. Startupit tarvitsevat avukseen kokemusta ja tietoa kansainvälisillä markkinoilla toimimisesta. Tutkimus ja teoria osoittivat, että kansainvälistyminen on Etelä-Pohjanmaan yrittäjille suuri haaste. Maakunnan koulutustaso on nousussa ja siitä on hyvä pitää kiinni. Korkeasti koulutettujen ihmisten johdolla yrityksillä on paremmat edellytykset kasvuun ja kansainvälistymiseen.

Kyselytutkimuksesta selvisi, ettei iso osa vastanneista yrittäjistä osannut kovinkaan hyvin kuvailla, mitä startup-yrittäjyys tarkoittaa. Lasten, nuorten ja myös kaikkien yrittäjyyttä harkitsevien ymmärrystä asian suhteen olisi hyvä lisätä. Varmasti nykyistä useampi lähtisi perustamaan oman startup-yrityksen, jos tietäisivät enemmän esimerkiksi startupien erilaisista rahoitusmenetelmistä. Tällä hetkellä suomalaiset yrittäjät ovat ikääntyneitä. Yrittäjiksi ja startupeja perustamaan tarvitaan lisää nuoria. Nuoret sopivat hyvin startup-yrittäjiksi ennen kaikkea, koska heillä on elämässään vielä hyvin aikaa yrittää, epäonnistua ja yrittää uudelleen.

Teoriaosuudessa selvisi, että hyvä startup ekosysteemi tarvitsee yksisarvisensa tai muutaman lähes yhtä menestyksekkään yritystarinan. Myös tutkimuksessa yrittäjät totesivat edelläkävijöiden ja esimerkkien puutteen yhdeksi isoksi ongelmaksi Etelä-Pohjanmaalla. Menestystarinat rohkaisevat toisiakin yrittämään. Menestyneet ja exitissään onnistuneet yrittäjät myös usein perustavat uuden startupin tai sijoittavat rahojaan muiden yrityksiin. Näitä tarinoita kaivataan myös Etelä-Pohjanmaalle. Onkin syytä siis voimakkaasti panostaa niihin yrityksiin, joilla on kaikkein suurin potentiaali saavuttaa kansainvälistyminen ja räjähdysmäinen kasvu. Menestyneitä yrittäjiä tulisi kannustaa lähtemään mentoreiksi ja enkelisijoittajiksi nuoremmille, sekä aloitteleville yrittäjille.

Edellä mainittuja menestyviä yrittäjiä tarvitaan johtamaan startupien ekosysteemiä, teoriakin osoitti, että ekosysteemin tai startup-yhteisön tulee olla yritysten ja yrittäjien johtamaa. Startupit kaipaavat, ehkä vielä perinteisiä yrityksiä enemmän vapautta. Startup-yhteisöt ovat dynaamisia ja löyhästi johdettuja. Byrokraattien tulee siis pysytellä startupeista tarpeeksi kaukana. Startup toimintaa ei voi johtaa ulkoapäin eikä ylhäältä käsin. Startupeille tulee luoda

mahdollisuudet ja edellytykset menestyksekkääseen toimintaan tarjoamalla niille niiden tarvitsemia verkostoja, rahoituskanavia ynnä muita palveluja. Tutkimukseen vastanneet yrittäjät olivat tyytyväisiä yritysneuvontaan ja tukipalveluihin, joita tällä hetkellä Etelä-Pohjanmaalla on saatavilla. Yrittäjät olivat kuitenkin sitä mieltä, että startup – ja kasvuyritysten avuksi tarvitaan entistä paremmin yrittäjyyttä tukevia poliittisia päätöksiä.

Kyselyyn vastanneiden yrittäjien mielestä Etelä-Pohjanmaalle tarvittaisiin lisää julkisia rahoitusmahdollisuuksia kasvu – ja startupyritysten tueksi. Suomessa julkisia rahoitusmahdollisuuksia on olemassa kohtalaisen hyvin. Julkisen rahan toimivuutta startupien rahoituksessa on myös kritisoitu. Startupien rahoituksen tulisi mieluummin jo alussa tapahtua riskirahoituksena. Yksinkertaisesti startupin liikeidean tulee olla niin hyvä, että siitä kiinnostuvat ensiksi ystävät ja perhe, sitten yksittäiset bisnesenkelit ja myöhemmin suuremmat pääomasijoittajat. Heidän tulee uskoa, että sijoittamalla startupiin he saavat rahansa pois moninkertaisena ja vieläpä nopealla aikataululla. Tutkimuksessa esille nousi maakunnan pääomaköyhyys. Jos startupeille ei löydy sijoittajia omasta maakunnasta, niitä on etsittävä muualta. Usein Suomalaiset startupit joutuvat etsimään sijoittajia ja pääomaa ulkomailta. Tässä eteläpohjalaiset yrittäjät tarvitsevat varmasti tukea ja neuvoja, kun muistetaan heidän heikkoutensa kansainvälisyydessä.

Kyselytutkimukseen vastanneet yrittäjät olivat erittäin vahvasti sitä mieltä, että maakuntaan tarvitaan lisää paremmin toimivia verkostoja, joiden avulla yrittäjät voivat löytää esimerkiksi yhteistyökumppaneita ja sijoittajia. Yrittäjien mielestä verkostot olivat tärkein startupien ja kasvuyritysten syntyymiseen vaikuttava tekijä. Pitäisi luoda kanavia ja tapahtumia jossa toisensa voivat kohdata startup-yrittäjät, bisnesenkelit, pääomasijoittajat, julkisen puolen edustajat, korkeakoulujen edustajat, opiskelijat, poliitikot, kuntapäätäjät, suurten yritysten edustajat ja aivan kaikki startup-toiminnasta kiinnostuneet.

Tutkimus antoi paljon ristiriitaisia tuloksia. Kyselyyn vastanneet yrittäjät pitivät eteläpohjalaista yrittäjää enemmän rohkeana riskinottajana kuin ujona tai arkana. Tästä huolimatta yrittäjien mielestä maakunnan yritysten kasvun suurimmat ongelmat olivat kasvuhaluukkuuden puute ja epäonnistumisen pelko. Epäonnistumisen pelko tekee startupin perustamisen käytännössä

mahdottomaksi. Kuten teoriaosuudessa selvisi, suurin osa startupeista epäonnistuu. Teoriaosuudessa esitettiin epäkohtia Suomalaisessa yhteiskunnassa ja yrittäjyyskulttuurissa, jotka vaikuttavat vahvasti siihen, että suomessa ei uskalleta ottaa riskejä liiketoiminnassa. Myös eteläpohjalaisille epäonnistuminen ja kasvojen menettäminen on kova paikka. Lainsäädäntö ja yhteisön suhtautuminen yrittäjien epäonnistumiseen pitäisi muuttua niin, että useammat uskaltaisivat yrittää, epäonnistua ja yrittää uudelleen. Epäonnistumisen tulisi olla luonnollinen ja normaali osa yrittäjyyttä, tämä olisi hyvä huomioida jo lasten ja nuorten kasvatuksessa. Tutkimuksen mukaan Etelä-Pohjanmaa on kuitenkin yrittäjämönteinen maakunta. Yrittäjyyteen suhtaudutaan positiivisesti, mutta myös paljon kateutta esiintyy.

Tutkimuksen mukaan eteläpohjalaiset yrittäjät ovat innovaatiokykyisiä ja heiltä löytyy kasvuhalukkuutta. Potentiaalia startup- ja kasvuyrittäjiksi eteläpohjalaisissa siis on. Toivoa sopii myös, että entistä useampi suomalainen rikastuisi ja päätyisi sijoittamaan varallisuuttaan kotimaisiin ja eteläpohjalaisiin startupeihin.

Tutkimusta tehdessä heräsi ajatuksia mahdollisista jatkotutkimuskohteista. Mielenkiintoista näkökulmaa eteläpohjalaiseen yrittäjyyteen saisi varmasti haastattelemalla asiantuntijoita, esimerkiksi pitkään alueen yrittäjien kanssa yhteistyötä tehneitä eri sidosryhmien edustajia. Olisi myös hyvä tutkia, kuinka monta startupiksi luokiteltavaa yritystä maakunnasta oikeasti löytyy. Näille yrityksille olisi sitten hyvä suunnata kyselytutkimus tai haastattelu siitä, millaiseksi he kokevat toimimisen Etelä-Pohjanmaalla. Olisi myös hyvä tutkia, kuinka hyvin nuoret ovat perillä siitä mitä startup-yrittäjyys tarkoittaa. Startup-toiminnan kannalta parempaa ja luotettavampaa tietoa pystyttäisiin saamaan, kun kohdistettaisiin tutkimus ihmisiin, jotka varmasti tietävät riittävän hyvin mitä startup-yrittäjyys tarkoittaa.



## LÄHTEET

- BusinessFinland. Ei päiväystä. Startup-yritys. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.10.2020]. Saatavana: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/startup-yritys/startup-yritys/>
- Etelä-Pohjanmaan liitto, koulutustaso. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 8.11.2020]. Saatavana: <https://www.epliitto.fi/koulutustaso>
- Etelä-Pohjanmaan liitto, kunnat. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.10.2020]. Saatavana: <https://www.epliitto.fi/kunnat>
- Etelä-Pohjanmaan liitto, matkailu ja kulttuuri. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 14.12.2020]. Saatavana: <https://www.epliitto.fi/matkailu-ja-kulttuuri>
- Etelä-Pohjanmaan liitto, muuttoliike. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.10.2020]. Saatavana: <https://www.epliitto.fi/muuttoliike>
- Etelä-Pohjanmaan liitto, työvoiman tarjonta. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.10.2020]. Saatavana: [https://www.epliitto.fi/tyovoiman\\_tarjonta](https://www.epliitto.fi/tyovoiman_tarjonta)
- Etelä-Pohjanmaan liitto, yritykset toimialoittain. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.10.2020]. Saatavana: [https://www.epliitto.fi/yritykset\\_toimialoittain](https://www.epliitto.fi/yritykset_toimialoittain)
- Feld, B. 2012. Startup communities: Building an entrepreneurial ecosystem in your city. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Halme, K., Salminen, V., Lamminmäki, K., Rikama, S., Barge, B., Dalziel, M. & Miller, C. 2015. Nuorten kasvavien yritysten merkitys, menestystekijät ja yritystukien rooli kasvun ajurina. [Verkkojulkaisu]. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Viitattu 13.12.2020]. Saatavana: [https://tem.fi/documents/1410877/2768022/Nuorten\\_kasvavien\\_yritysten\\_merkitys\\_menestystekijat\\_ja\\_yritystukien\\_rooli\\_kasvun\\_ajurina.pdf/55df72e7-2b9b-4607-8640-394d76ae2dc4/Nuorten\\_kasvavien\\_yritysten\\_merkitys\\_menestystekijat\\_ja\\_yritystukien\\_rooli\\_kasvun\\_ajurina.pdf?t=1464685381000](https://tem.fi/documents/1410877/2768022/Nuorten_kasvavien_yritysten_merkitys_menestystekijat_ja_yritystukien_rooli_kasvun_ajurina.pdf/55df72e7-2b9b-4607-8640-394d76ae2dc4/Nuorten_kasvavien_yritysten_merkitys_menestystekijat_ja_yritystukien_rooli_kasvun_ajurina.pdf?t=1464685381000)
- Heinonen, J. 2005. Kasvun olemus ja reitit: Fokuksessa suomalaiset PK-yritykset. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.
- Homan, M. 2014. Suomalaisten nuorten kansallinen ja eurooppalainen identiteetti: Heikkoja vai vahvoja, yhteneviä vai vastakkaisia? [Verkkojulkaisu]. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos, Sosiologia. Pro gradu -tutkielma. [Viitattu 13.12.2020]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:juu-201407142233>

Hurri, P. & Maliranta, M. 2018. Kasvuyritykset työllisyyden, tuottavuuden ja talouskasvun lähteenä. Teoksessa: Maliranta, M., Pajarinen, M. & Rouvinen P. (toim.) Startupit kansantaloudessa. [Verkkokirja]. Helsinki: Taloustieto Oy. Luku 4, sivut 45–61. [Viitattu 12.12.2020]. Saatavana: <https://www.etla.fi/wp-content/uploads/ETLA-B277.pdf>

Järvilehto, L. 2018. Kiitorata: Startup-maailman molemmat puolet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. [Verkkokirja]. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. [Viitattu 9.12.2020]. Saatavana Booky.fi E-kirjapalvelusta. Vaatii käyttöoikeuden.

Karhu, A & Ojala, R. 2020. Kaupungin elinvoiman ja kilpailukyvyn kehittäminen korkeakouluopiskelijoiden näkökulmasta: Seinäjoen kaupunki. [Verkkajulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden ja kulttuurin koulutusyksikkö, liiketalouden tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 14.12.2020]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020113025016>

Kettunen, S., Rossinen, M., Viljamaa, A., Varamäki, E., Vuorinen, T., Kinnunen, P. & Ylimäki T. 2015. Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyskatsaus 2015. [Verkkajulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 2.11.2020]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-7109-25-0>

Kotiranta, A., Pajarinen, M., Rouvinen, P. 22.12.2016. Miltä startupit näyttävät tilastojen valossa? [Verkkajulkaisu]. ETLA Raportit No 66. [Viitattu 23.11.2020]. Saatavana: <https://pub.etla.fi/ETLA-Raportit-Reports-66.pdf>

Kotiranta, A., Pajarinen, M., Rouvinen, P. & Sadeoja, S. 2018. Korkean potentiaalisen ”skaalautuvia” startupeja perustetaan harvakseltaan. Teoksessa: Maliranta, M., Pajarinen, M. & Rouvinen, P. (toim.) Startupit kansantaloudessa. [Verkkokirja]. Helsinki: Taloustieto Oy. Luku 3, sivut 33–43. [Viitattu 2.12.2020]. Saatavana: <https://pub.etla.fi/ETLA-B277.pdf>

Kotsch, C. 2017. Which factors determine the success or failure of startup companies? A startup ecosystem analysis of Hungary, Germany and the US. [Verkkokirja]. Hamburg, [Germany]: Anchor Academic Publishing. [Viitattu 14.12.2020]. Saatavana Ebsco E-book Academic Collection -tietokannasta. Vaatii käyttöoikeuden.

Kuntaliitto. 30.5.2017. Suomalainen samaistuu eniten maahansa, sitten kuntaansa ja harvemmin maakuntaansa. [Verkkosivu]. [Viitattu 13.12.2020]. Saatavana:

<https://www.kuntaliitto.fi/ajankohtaista/2017/suomalainen-samaistuu-eniten-maahansaitten-kuntaansa-ja-harvemmin-maakuntaansa>

Kuusela, S. 2013. Hupparihörhö ja bisnesmies: opas startup-kulttuurin ymmärtämiseen. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Taloustieto Oy. [Viitattu 20.11.2020]. Saatavana: <https://www.eva.fi/wp-content/uploads/2013/02/Hupparihorho-ja-bisnesmies.pdf>

Kuusisto, E., Kuusisto, J. & Orrenmaa A. 2018. Pohojalaasuuren käsikirja: Mitäs me eteläpohojalaaset. Seinäjoki: Jussituotteet Art Tifani.

Lammasaari, J. 2018. Konkurssilakia aiotaan uudistaa – ja yrittäjälle on annettava mahdollisuus uuteen alkuun. [Verkkolehtiartikkeli]. Suomen Yrittäjät 9.11.2018. [Viitattu 13.12.2020]. Saatavana: <https://www.yrittajat.fi/uutiset/599619-konkurssilakia-aiotaan-uudistaa-ja-yrittajalle-annettava-mahdollisuus-uuteen-alkuun#9a3eebb5>

Maas, A. & Ester, P. 2016. Silicon Valley, Planet Startup: Disruptive Innovation, Passionate Entrepreneurship and Hightech Startups. [Verkkokirja]. Amsterdam: Amsterdam University Press. [Viitattu 14.12.2020]. Saatavana Ebsco E-book Academic Collection - tietokannasta. Vaatii käyttöoikeuden.

McDade, J. 2019. Seinäjoki's startup ecosystem and a comparison with Vaasa, Pori and Kouvola's startup ecosystems. [Verkkojulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Liiketoiminnan ja kulttuurin koulutusyksikkö, International Business. Opinnäytetyö. [Viitattu 14.12.2020]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019120324267>

Mäntylä, J-M. 2017. Analyysi: Supercellin viisi vuotta toi verottajalle yli miljardin – ja nyt vielä 700 miljoonan euron bonuksen Japanista. [Verkkolehtiartikkeli]. [Viitattu 18.11.2020]. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-9910143>

Pasanen, O. 2007. Yrittäminen Suomessa kannattaa. Teoksessa: Laukkanen, M. (toim.) Kasvuyritys. Helsinki: Talentum.

Pollock, T. 2018. The Startup Pinwheel. [Valokuva]. Saatavana: <https://www.tristantoday.com/home/2018/10/31/tristan-pollock-500-startups-how-to-build-your-own-silicon-valley-and-keep-your-soul>

Pääomasijoittajat. 23.8.2019. Suomalaiset startupit houkuttelevat Euroopan eniten sijoituksia pääomasijoittajilta. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 25.11.2020]. Saatavana: <https://paaomasijoittajat.fi/suomalaiset-startupit-houkuttelevat-euroopan-eniten-sijoituksia-paaomasijoittajilta/>

- Pääomasijoittajat. 10.11.2020. Pääomasijoittaminen Suomessa H1/2020. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 25.11.2020]. Saatavana: [https://paaomasijoittajat.fi/wp-content/uploads/VC\\_Suomessa\\_H1-2020.pdf](https://paaomasijoittajat.fi/wp-content/uploads/VC_Suomessa_H1-2020.pdf)
- Pöntinen, B. 2016. Etelä-Pohjanmaa/South Ostrobothnia. Jyväskylä: Kirjakaari.
- Ready, K. 2012. A Startup Conversation with Steve Blank. [Verkkolehtiartikkeli]. Forbes. [Viitattu 12.12.2020]. Saatavana: <https://www.forbes.com/sites/kevinready/2012/08/28/a-startup-conversation-with-steve-blank/?sh=1a64ae2df0db>
- Ries, E. 2017. Startup way: Kokeilukulttuurin johtaminen. Suom. I. Lavas. Kerava: City Family Oy.
- Ronstadt, R. 2017. Corridor principle – käytäväperiaate. Teoksessa: Laukkanen, M. (toim.) Kasvuyritys. Helsinki: Talentum.
- Sedu. Ei päiväystä. Sedun strategia. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.11.2020]. Saatavana: <https://www.sedu.fi/fi/Tietoa-Sedusta/Seinajoen-koulutuskuntayhtyma/Sedun-strategia>
- Seinäjoki. 2018. Seinajoen kaupunkistrategia 2018–2025. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 12.12.2020]. Saatavana: <https://www.seinajoki.fi/wp-content/uploads/2020/04/Seinajoen-kaupunkistrategia-2018-2025.pdf>
- Seinäjoki. Ei päiväystä. Seinäjoki-tietoa. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.10.2020]. Saatavana: <https://www.seinajoki.fi/hallinto/seinajoki-tietoa/#62a156a8>
- Sorama, K., Joensuu-Salo, S., Hakola, J. & Katajavirta M. 2018. Kasvuyrittäjyyden ekosysteemin toimivuuden arviointi ja mittaaminen: Etelä-Pohjanmaan kasvuyrittäjyyden ekosysteemi. [Verkkajulkaisu]. Seinäjoki: Seinajoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 1.11.2020]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-7109-79-3>
- Startup100. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 12.11.2020]. Saatavana: <https://startup100.net/>
- Startup Commons. Ei päiväystä. What is a Startup? [Valokuva]. [Viitattu 12.12.2020]. Saatavana: <https://www.startupcommons.org/what-is-a-startup.html>
- Startupmonitor. Ei päiväystä. Our Survey. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.10.2020]. Saatavana: <http://startupmonitor.eu/>
- STT Info. 2020. Etelä-Pohjanmaan kasvupolku: Potentiaalisimmat kasvuyritykset ovat Maslog Oy ja ER-Pakkaus Oy. [Verkkosivu]. [Viitattu 3.11.2020]. Saatavana:

<https://www.sttinfo.fi/tiedote/etela-pohjanmaan-kasvupolku-potentiaalisimmat-kasvuyritykset-ovat-maslog-oy-ja-er-pakkaus-oy?publisherId=26883916&releaseld=69887135>

Suomen evankelisluterilainen kirkko. Ei päiväystä. Sielu. [Verkkosivu]. [Viitattu 15.12.2020]. Saatavana: <https://evl.fi/sanasto/-/glossary/word/Sielu>

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2016. Väestön koulutus rakenne. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus [Viitattu 8.11.2020]. Saatavana: [https://www.stat.fi/til/vkour/2016/vkour\\_2016\\_2017-11-02\\_tie\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/vkour/2016/vkour_2016_2017-11-02_tie_001_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2019 Aloittaneet ja lopettaneet yritykset. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus [Viitattu 26.10.2020]. Saatavana: [https://www.stat.fi/til/aly/2019/aly\\_2019\\_2020-10-29\\_tau\\_002\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/aly/2019/aly_2019_2020-10-29_tau_002_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT). Työssäkäynti. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus [Viitattu: 24.10.2020]. Saatavana: <http://www.stat.fi/til/tyokay/tie.html>

Suomen yrittäjät. 2019a. Pk-yritysbarometri syksy 2019, alueraportti Etelä-Pohjanmaa. [Verkkojulkaisu] Helsinki: Suomen yrittäjät. [Viitattu 7.11.2020]. Saatavana: [https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/alueraportti\\_etela\\_pohjanmaa\\_syksy2019.pdf](https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/alueraportti_etela_pohjanmaa_syksy2019.pdf)

Suomen yrittäjät. 2019b. Yksinyrittäjäkysely 2019. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Suomen yrittäjät. [Viitattu 9.12.2020]. Saatavana: [https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/yksinyrittajakysely\\_2019\\_0.pdf](https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/yksinyrittajakysely_2019_0.pdf)

Suomen yrittäjät. 9.6.2020. Yrittäjien kuntabarometri 2020, valtakunnallinen raportti. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 17.11.2020]. Saatavana: [https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/sy\\_kuntabarometri2020\\_valtakunnallinen\\_raportti.pdf](https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/sy_kuntabarometri2020_valtakunnallinen_raportti.pdf)

Sutela, H. & Pärnänen, A. 2018. Yrittäjät Suomessa 2017. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus. [Viitattu 2.11.2020]. Saatavana: [http://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/ytym\\_201700\\_2018\\_21465\\_net.pdf](http://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/ytym_201700_2018_21465_net.pdf)

Tarver, E. 13.12.2019. The Biggest Companies in Silicon Valley (AAPL, GOOGL). [Verkkolehtiartikkeli]. Investopedia. [Viitattu 14.12.2020]. Saatavana: <https://www.investopedia.com/articles/markets/103015/biggest-companies-silicon-valley.asp>

The GEDI. Ei päiväystä. Global Entrepreneurship Index. [Verkkosivu]. [Viitattu 20.11.2020]. Saatavana: <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>

- Tilastokeskus. Ei päiväystä. Kasvuyritykset. [Verkojulkaisu]. [Viitattu 27.10.2020].  
Saatavana: <https://www.tilastokeskus.fi/tup/yritystietopalvelu/kasvuyritystilastot#kannat1>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. Ei päiväystä. Kysymyksiä ja vastauksia yksinyrittäjien tuesta koronavirustilanteessa: Kuka tukea voi saada. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.11.2020].  
Saatavana: <https://tem.fi/kysymyksiä-ja-vastauksia-koronasta-ja-yksinyrittäjistä>
- Vimma, T. 2018. Enkeleitä ja yksisarvisia: Startup-Suomen tarina. Helsingissä: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Wikimedia Commons. 2019. Kartta Etelä-Pohjanmaan maakunnan kunnista. [Valokuva]. [Viitattu 28.10.2020]. Saatavana: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/98/Map\\_of\\_Southern\\_Ostrobothnia-fi.svg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/98/Map_of_Southern_Ostrobothnia-fi.svg)
- Ylikangas, H. 2017. Aina sitä jokin naula vetää: Erityispiirteet Etelä-Pohjanmaan historiassa. Helsinki: Art House.
- Zimmerbauer, K. 2002. Etelä-Pohjanmaan imago: Maakunnallisten mielikuvien jäljillä. Seinäjoki: Helsingin yliopiston maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus.

## **LIITTEET**

Liite 1. Webropol-kyselylomake.

**Liite1. Opinnäytetyön kyselytutkimus, Eteläpohjalainen on sielultaan yksinyrittäjä, miten hänestä saataisiin startup-yrittäjä?**

**1. Olen:**

- Kiinnostunut yrittäjyydestä
- Suunnittelen yrittäjyyttä ja minulla on liikeidea
- Sivutoiminen yrittäjä
- Päätoiminen yrittäjä

**2. Ikäsi:**

- Alle 20
- 20–35
- 35–50
- 50–65
- 65+

**3. Valitse toinen:**

- Olen yksinyrittäjä
- Työllistän työntekijän/työntekijöitä

**4. Olen kotoisin:**

- Etelä-Pohjanmaalta



- Muualta

**5. Oletko koskaan perustanut tai ajatellut perustavasi startup-yrittäjä?**

- Kyllä
- En

**6. Kerro muutamalla sanalla, mitä sinulle tulee mieleen yksinyrittäjyydestä?**

**7. Kerro muutamalla sanalla, mitä sinulle tulee mieleen startup-yrittäjyydestä?**

**8. Kun suunnittelit/suunnittelet liiketoimintaa, oliko/onko tavoitteesi aloittaa:**

- Yksin
- Tiiminä

**9. Miksi yksin?**

**10. Miksi tiiminä?**

**11. Onko tavoitteesi kasvattaa liiketoimintaasi seuraavilla tavoilla? (voit valita useamman vaihtoehdon)**

- Tuloksellisesti
- Henkilöstömäärällisesti
- Uusia tuotteita tai palveluita
- Uusia liiketoimintapaikkoja
- Kansainvälisille markkinoille

- En tavoittele kasvua

**12. Miksi?** (jos valitsi aikaisemmassa kysymyksessä: En tavoittele kasvua).

**13. Mitä Etelä-Pohjanmaalle tarvittaisiin, jotta syntyisi enemmän startup-yrityksiä? (valitse 3 mielestäsi tärkeintä asiaa)**

- Yrittäjien kasvupalua
- Julkisia rahoitusmahdollisuuksia
- Yritysneuvontaa
- Verkostoja (mahdollisuuksia löytää itselle tiimi, yhteistyökumppaneita yms.)
- Fyysinen tila missä kehittää toimintaa
- Mahdollisuuksia päästä kosketukseen isojen yritysten kanssa
- Investoreita (sijoittajia)
- Uudenlaista osaamista paremman koulutustarjonnan kautta
- Yrittäjyyttä tukevia poliittisia päätöksiä
- Jotain muuta, mitä: \_\_\_\_\_.

**14. Kerro halutessasi ajatuksiasi startup-yrittäjyydestä/kasvuyrittäjyydestä Etelä-Pohjanmaalla.**

**15. Mitä hyvää/huonoa on siinä, että toimii yrittäjänä juuri Etelä-Pohjanmaalla**

**16. Mitä mieltä olet väitteestä ”Eteläpohjalainen on sielultaan yksinyrittäjä”?**

**17. Kumpi seuraavista kuvastaa paremmin eteläpohjalaista yrittäjää?**

- Vaatimaton vai Kunnianhimoinen
- Arka/ujjo vai Rohkea riskinottaja
- Puutteelliset taidot liiketoiminnan johtamisessa vai Osaava liiketoiminnan johtaja
- Huonot taidot ja edellytykset kansainvälistymiseen vai Hyvät taidot ja edellytykset kansainvälistymiseen
- Introvertti yksinyrittäjä vai Verkostoitunut ekstrovertti
- Heikko innovoimaan vai Innovaatiokykyinen

**18. Yritysten kasvun ongelmat Etelä-Pohjanmaalla, (valitse 3 mielestäsi suurinta ongelmaa).**

- Epäonnistumisen pelko
- Edelläkävijöiden/esimerkin puute
- Tukipalveluiden saatavuus
- Osaavan työvoiman saaminen
- Innovaatio-osaaminen
- Liiketoiminnan johtamisen osaaminen
- Kustannukset
- Rahoituksen puute

- Oman kasvupaluukuuden puute
- Alueen ja Suomen politiikka