



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne (kustantajan versio).

Viite:

Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., & Varamäki, E. (2022).
Perheyrittäjyystaustan vaikutus yrittäjyysaikomuksiin
ammattikorkeakouluopiskelijoilla. Teoksessa K. Arhio, & M.-L. Kaakko
(toim.), *Yrittäjyyskasvatuspäivät 28.–29.9.2022 – Yrittäjyyskasvatus 4.0
Entrepreneurship Education Conference – Entrepreneurship Education 4.0
YKTS2022 konferenssijulkaisu* (s. 32–39). (Centria. Tutkimuksia 10).
Centria-ammattikorkeakoulu. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202301317782>



PERHEYRITTÄJYYSTAUSTAN VAIKUTUS YRITTÄJYYSAIKOMUKSIIN AMMATTIKORKEAKOULUOPISKELIJOILLA

Sanna Joensuu-Salo, Seinäjoen ammattikorkeakoulu, sanna.joensuu-salo@seamk.fi

Anmari Viljamaa, Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Elina Varamäki, Seinäjoen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia on tutkittu useista eri näkökulmista, mutta perheyrittäjäystausta itsessään ei ole saanut kovin paljon huomiota. Tämän tutkimuksen tavoitteena on vertailla perheyrittäjäystaustaisten opiskelijoiden ja muiden opiskelijoiden yrittäjyysaikomusten eroja ja niihin vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksen teoreettisena viitekehystenä toimii suunnitellun käyttäytymisen teoria.

Tutkimuksen aineisto on kerätty syksyllä 2021 Seinäjoen ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden opiskelijoilta. Vastaajia on aineistossa yhteensä 832, joista perheyrittäjäystaustaisia opiskelijoita on 27 %. Suunnitellun käyttäytymisen teorian mukaisesti kyselyssä mitattiin yrittäjyysaikomuksia, lähimpiin tukea, asenteita yrittäjyyttä kohtaan, sekä pystyvyysuskomusta. Kontrollimuuttujana käytettiin sukupuolta. Aineiston analysoinnissa käytetään lineaarista regressioanalyysiä sekä t-testejä.

Tulokset osoittavat, että perheyrittäjäystaustaisten opiskelijoiden yrittäjyysaikomukset ovat korkeammalla tasolla kuin muiden opiskelijoiden. Lisäksi asenteet yrittäjyyttä kohtaan ovat positiivisempia, he kokevat saavansa lähiympäristöltään enemmän tukea mahdolliseen yrittäjyyteensä, ja heidän pystyvyysuskomuksensa ryhtyä yrittäjäksi ja onnistua yrittäjänä on parempi. Perheyrittäjäystaustaisten opiskelijoiden aikomuksia selittää eniten usko omaan pystyvyyyteen toimia yrittäjänä, sen jälkeen asenteet ja lähiympäristön tuki. Myös sukupuolella on merkitystä – miehillä on korkeammat yrittäjyysaikomukset kuin naisilla. Muilla opiskelijoilla aikomuksia selittävät tekijät ovat hieman erilaisia. Ensinnäkin heille lähiympäristön tuella ei ole merkitystä ja toiseksi tärkein selittävä tekijä ovat asenteet. Myös pystyvyysuskomuksella on merkitystä, mutta se ei ole niin suuri kuin perheyrittäjäystaustan omaavilla opiskelijoilla. Sukupuolen vaikutus on sama kuin perheyrittäjäystaustaisilla opiskelijoilla.

Avainsanat: yrittäjyysaikomukset, perheyrittäjäyys, suunnitellun käyttäytymisen teoria

1 JOHDANTO

Yrittäjyyden edistäminen on nostettu tärkeäksi asiaksi korkeakouluissa viime vuosikymmeninä, mikä on johtanut useisiin kehittämistoimenpiteisiin ja yrittäjyysopetuksen/kasvatuksen uudistamiseen. Samalla on haluttu selvittää, kuinka moni opiskelija on kiinnostunut yrittäjyydestä ja aikoo yrittäjäksi jossain vaiheessa työuraansa. Näitä ns. yrittäjyysaikomuksia onkin tutkittu yrittäjyyden alueella jo yli 20 vuotta eri näkökulmista (Kolvereid, 1996; Krueger & Carsrud, 1993; Fayolle & Liñán, 2013; Kautonen, van Gelderen, & Fink, 2015; Joensuu-Salo, Viljamaa, & Varamäki, 2020). Yrittäjyysaikomusten tutkimisessa ei kuitenkaan ole kovin paljon otettu huomioon perheyrittäjäystä ja sen vaikutusta opiskelijan suunnitelmiin. Aiempi tutkimus on kyllä osoittanut, että sekä isän että äidin yrittäjyydellä on merkittävä vaikutus yrittäjyysaikomuksiin (Joensuu-Salo, Viljamaa, & Varamäki, 2015), mutta varsinaista perheyrittäjäystä näkökulmaa ei ole kovin paljon huomioitu. Tämä tutkimus tarkastelee perheyrittäjäystaustaisten ammattikorkeakouluopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia sekä niihin vaikuttavia tekijöitä verraten tuloksia muihin ammattikorkeakouluopiskelijoihin. Tutkimuksessa vastataan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- 1) Eroavatko perheyrittäjäystaustaisten opiskelijoiden yrittäjyysaikomukset muista opiskelijoista?
- 2) Mitkä tekijät selittävät perheyrittäjäystaustaisten opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia?
- 3) Onko aikomuksia selittävillä tekijöillä eroa perheyrittäjäystaustaisten ja muiden opiskelijoiden välillä?

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään Ajzenin (1991) kehittämää suunnitellun käyttäytymisen teoriaa (Theory of Planned Behavior, TPB), joka on ollut käytetyin teoria yrittäjyysaikomustutkimuksessa viime vuosikymmeninä (Maalaoui ja muut, 2018). Teorian mukaan käyttäytymistä edeltää aikomus, jota vuorostaan selittää kolme tekijää: asenteet käyttäytymistä kohtaan, lähimpiin tuki ja pystyvyysuskomus. Tässä tutkimuksessa käytetään näitä tekijöitä yrittäjyysaikomusten tutkimisessa. Lisäksi kontrollimuuttujana käytetään sukupuolta.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Yrittäjyysaikomus ja suunnitellun käyttäytymisen teoria (TPB)

Yrittäjyysaikomus on määritelty aiemmassa tutkimuksessa mm. yksilön aikomukseksi perustaa yritys (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000; 420). Crant (1996, 43) puolestaan määrittelee yrittäjyysaikomuksen yksilön arvioksi todennäköisyydestä tulla yrityksen omistajaksi. Toisaalta yrittäjyys nähdään prosessina (Gartner, Shaver, Gatewood, & Katz, 1994; Liñán & Chen, 2009), jolloin yrittäjyysaikomus on prosessin ensimmäinen askel (Lee & Wong, 2004). Tutkimus on osoittanut, että yrittäjyysaikomus selittääkin yrityksen perustamiseen liittyvää toimintaa sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä (Joensuu-Salo, Viljamaa, & Varamäki, 2020). Kuten Maalaoui ym. (2018) sekä Lortie ja Castogiovanni (2015) toteavat, aikomus on mielen tila, joka johtaa yksilöä polulla kohti yrityksen perustamista.

Tässä tutkimuksessa yrittäjyysaikomus määritellään opiskelijan aikomukseksi perustaa yritys valmistumisen jälkeen. Yrittäjyysaikomusta tarkastellaan TPB-teorian kautta, jonka pohja on intentiopsykologiassa (Ajzen, 1985). TPB:n mukaan aikomukseen vaikuttavat asenteet, sosiaaliset normit sekä pystyvyysuskomus, ja aikomus puolestaan johtaa käyttäytymiseen (Ajzen, 1991, 188). Mitä voimakkaampi on aikomus tehdä jotain, sen todennäköisempää on myös aikomuksen toteutuminen. Ajzenin (1991, 188) mukaan asenteella tarkoitetaan sitä, miten positiivisena tai negatiivisena yksilö näkee kyseessä olevan käyttäytymisen. Lähiympäristön tuki eli sosiaaliset normit viittaavat taas siihen, millaiseksi yksilö kokee paineen sosiaalisesta ympäristöstään liittyen kyseessä olevaan käyttäytymiseen. Kolmantena on pystyvyysuskomus, joka viittaa yksilön arvioon siitä, kuinka helppoa tai vaikeaa hänelle olisi kyseessä oleva toiminta/käytös.

TPB-mallia on testattu yrittäjyystutkimuksessa eri konteksteissa ja se on havaittu toimivaksi (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000; Maalaoui ja muut, 2018; Joensuu-Salo, Viljamaa, & Varamäki, 2020). Kautosen, van Gelderenin ja Finkin (2015) mukaan asenteet, lähiympäristön tuki ja pystyvyysuskomus selittävät yhdessä 59 % aikomusten vaihtelusta. Schlaegelin ja Koenigin (2014) meta-analyysissä pystyvyysuskomuksella oli suurin vaikutus aikomuksiin.

Vanhempien yrittäjyyden vaikutus yrittäjyysaikomuksiin

Banduran (1977) sosiaalisen oppimisteorian mukaan yksilö oppii kokemusten ja havainnoinnin kautta. Näin ollen yksilö voi ottaa mallia muista ihmisistä lähiympäristössään. Yrittäjyydessä yrittäjyyden roolimalli voi olla joku omasta perheestä kuten äiti, isä tai sisarus. Lisäksi perheyrittäjyys itsessään luo oman kontekstinsa, jossa yksilö kasvaa nähden ja kokee perheyrittäjyyttä sisältäpäin. Perhesiteitä voidaan kutsua yksilön elämässä ns. voimakkaiksi siteiksi verrattuna heikkoihin siteisiin, joita edustavat yksilölle etäisemmät ihmiset (Granovetter, 1973; Sundararajan, 2020). Vaikka myös etäisillä roolimalleilla voi olla vaikutusta yksilön yrittäjyysaikomuksiin (Sequiera, Mueller, & McGee, 2007), vahvojen siteiden vaikutus on vielä voimakkaampi yrittäjyyden ollessa kyseessä (Evald, Klyver, & Svendsen, 2006; Chereau & Meschi, 2021). Aiempi tutkimus onkin osoittanut, että vanhempien yrittäjyys korreloi positiivisesti erityisesti yrittäjyysaikomusten kanssa (mm. Boissin ja muut, 2009; Linan & Chen, 2009; Prodan & Drnovsek, 2010; Kuckertz & Wagner, 2010; Muofhe & Du Toit, 2011; Varamäki, Joensuu, & Viljamaa, 2016a;) mutta myös yrittäjäksi ryhtymisen kanssa (mm. Varamäki, Joensuu, & Viljamaa, 2016b; Bosma ja muut, 2012; Chlosta, Patzelt, Klein, & Dormann, 2010). Mitä enemmän yksilö samaistuu roolimalliin, sitä suurempi vaikutussuhde on (Bosma ja muut, 2012).

Toisaalta perheyrittäjyys luo aivan omanlaisensa kontekstin yksilön kasvuprosessille. Welter (2011) toteaa, että yrittäjyyden tutkimuksessa kontekstilla on iso merkitys. Yrittäjyyteen liittyvä oppimisprosessi tapahtuu aina paikallisessa ja alueellisessa kontekstissa (Dohse & Walter, 2012). Perheyrittäjyys voidaankin nähdä eräänlaisena yksilön omakohtaisena mikrokontekstina. Näin ollen voidaan hyvin olettaa, että perheyrittäjyys taustana vaikuttaa toisaalta yksilön yrittäjyysaikomuksiin, mutta myös siihen, mitkä tekijät selittävät noita aikomuksia. Tässä tutkimuksessa esitetään seuraavat hypoteesit:

H1: Yrittäjyysaikomukset, asenteet, lähiympäristön tuki ja pystyvyysuskomus eroavat perheyrittäjätaustaisten ja muiden opiskelijoiden kesken.

H2: Perheyrittäjätaustalla on positiivinen yhteys yksilön yrittäjyysaikomusten kanssa.

H3: Perheyrittäjätaustan omaavilla yksilöillä yrittäjyysaikomuksiin vaikuttavat tekijät (asenteet, lähiympäristön tuki, pystyvyysuskomus) eroavat yksilöistä, joilla ei ole perheyrittäjätaustaa.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tutkimuksen aineisto on kerätty kyselyn avulla syksyllä 2021 Seinäjoen ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden opiskelijoilta. Vastaajia on aineistossa yhteensä 832, joista perheyritystaustaisia opiskelijoita on 27 %. Näistä puolet oli miehiä ja puolet naisia. Kaikkien vastaajien iän keskiarvo oli 26 vuotta (nuorin 18 vuotta, vanhin 60 vuotta). Noin puolet vastaajista oli alle 23-vuotiaita. Naisia aineistossa oli 49 %, miehiä 51 % ja vastauksen ”muu” oli antanut 0,5 %. Taulukossa 1 on esitetty vastaajien koulutusalat. Eniten vastaajia oli tekniikan ja liikenteen alalta (36 %) ja sen jälkeen yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alalta (27 %). Sosiaali-, terveys- ja liikunta-alan vastaajia oli 22 %. Yhteensä vastaajia oli kuudelta eri koulutusosalta.

TAULUKKO 1. Vastaajien koulutusalat.

	N	%
Kulttuuriala	49	5,7
Luonnonvara- ja ympäristöala	51	5,9
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	33	3,8
Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala	193	22,4
Tekniikan ja liikenteen ala	306	35,5
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	231	26,8
Total	863	100,0

Suunnitellun käyttäytymisen teorian mukaisesti kyselyssä mitattiin yrittäjyysaikomuksia, lähiympäristön tukea, asenteita yrittäjyyttä kohtaan, sekä pystyvyysuskomusta. Mittari perustuu Seinäjoen ammattikorkeakoulussa kehitettyyn ja testattuun Entre Intentio -mittariin (ks. Joensuu-Salo, 2020). Kontrollimuuttujana käytettiin sukupuolta (mies/nainen). Perheyritystaustaa mitattiin kysymyksellä ”Onko perheessäsi yritys, jota voi luonnehtia perheyriytykseksi (yritys, jonka omistus voisi siirtyä tai on jo siirtynyt sukupolvelta toiselle)?”. Vastausvaihtoehtona oli kyllä/ei.

Yrittäjyysaikomuksia mitattiin kahdeksan väittämän avulla. Mittarin reliabiliteetti oli hyvä (Cronbachin alpha 0,86). Asenteita mitattiin yhdeksän adjektiivin avulla. Vastaajaa pyydettiin arvioimaan, millaisena hän näkee yrittäjyysuran. Mittarin reliabiliteetti oli hyvä (Cronbachin alpha 0,78). Lähiympäristön tukea mitattiin kahden eri kokonaisuuden avulla. Toinen kokonaisuus liittyi siihen, kokeeko yksilö saavansa tukea lähipiiriltään, jos hän ryhtyisi yrittäjäksi. Toinen kokonaisuus liittyi vuorostaan siihen, onko tällä tuella yksilölle merkitystä. Näistä kahdesta kokonaisuudesta muodostettiin indeksi, jonka arvot vaihtelivat välillä -63 ja +63. Mittarin luotettavuus oli hyvä (Cronbachin alpha 0,78). Pystyvyysuskomusta mitattiin viiden väittämän avulla, jotka liittyivät siihen, miten helpoksi tai vaikeaksi yksilö kokisi yrittäjäksi ryhtymisen ja yrittäjänä toimimisen. Myös sen luotettavuus oli hyvä (Cronbachin alpha 0,74). Taulukossa 2 on esitetty muuttujien minimi, maksimit, keskiarvot sekä keskinäiset korrelaatiokertoimet. Tässä kohtaa on syytä muistaa, että lähiympäristön keskiarvo muodostuu osin myös siitä, miten opiskelija on vastannut lähipiirin mielipiteen vaikuttavan häneen. Toisin sanoen suurin osa on sitä mieltä, ettei lähipiirin mielipiteellä ole niin suurta merkitystä, mikä selittää negatiivista keskiarvoa.

TAULUKKO 2. Muuttujien minimi, maksimit, keskiarvot ja korrelaatiot.

	Min/Max	Keskiarvo (keskihajonta)	1	2	3
Yrittäjyysaikomukset	1/6,6	3,3 (1,2)	1		
Asenteet	1,7/7,0	5,1 (0,9)	0,53***	1	
Lähiympäristön tuki	-63/63	-5,2 (19,7)	0,14***	0,08*	1
Pystyvyysuskomus	1/7)	4,2 (1,0)	0,51***	0,40***	-0,05

*p<0,05 **p<0,01 ***p<0,001

Aineiston analysoinnissa hyödynnettiin t-testejä vertailemalla perheyritystaustaisten ja muiden opiskelijoiden yrittäjyysai-
komuksia, asenteita, lähiympäristön tukea ja pystyvyysuskomusta. Lineaarista regressioanalyysiä käytettiin testaamaan
TPB-mallia erikseen perheyritystaustaisilla opiskelijoilla ja muilla opiskelijoilla.

4 TULOKSET

Taulukossa 3 on esitetty perheyritystaustaisten opiskelijoiden ja muiden opiskelijoiden yrittäjyysai-
komusten, asenteiden, lähiympäristön tuen ja pystyvyysuskomuksen keskiarvot ja keskihajonnat. T-testiä on käytetty keskiarvoerojen testaami-
seen. Tulokset osoittavat, että perheyritystaustaisilla opiskelijoilla on selvästi korkeammat yrittäjyysai-
komukset (ka. 3,8) verrattuna muihin opiskelijoihin (ka. 3,1). Ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p < 0,001$). Myös asenteet ovat positiivi-
semmat (ka. 5,3) kuin muilla opiskelijoilla (ka. 5,0) eron ollessa tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p < 0,001$). Lähiympäristön
tuesta on myös tilastollisesti melkein merkitsevä ero ($p < 0,05$). Perheyritystaustaisilla keskiarvo on vähemmän negatiivinen
(ka. -2,6) kuin muilla opiskelijoilla (ka. -6,1). Pystyvyysuskomuksessa on iso keskiarvoero. Perheyritystaustaiset opiskelijat
uskovat muita opiskelijoita enemmän, että heille yrittäjäksi ryhtyminen olisi helppoa ja he myös onnistuisivat yrittäjänä
toimimisessa. Perheyritystaustaisten opiskelijoiden keskiarvo oli 4,6 ja muiden opiskelijoiden 4,1. Tulosten perusteella en-
simmäinen hypoteesi saa tukea. Perheyritystaustaisten yrittäjyysai-
komukset, asenteet yrittäjyyttä kohtaan, lähiympäristön
tuki sekä pystyvyysuskomukset eroavat muista opiskelijoista. Perheyritystaustaisilla opiskelijoilla on kaikissa muuttujissa
korkeampi keskiarvo kuin muilla opiskelijoilla.

**TAULUKKO 3. Erot yrittäjyysai-
komuksissa ja sitä selittävässä tekijöissä perheyritystaustaisten ja muiden
opiskelijoiden välillä.**

	Perheyritystaustaiset opiskelijat	Muut opiskelijat	t-testi sig.
Yrittäjyysai- komukset	3,8 (1,3)	3,1 (1,1)	***
Asenteet	5,3 (0,9)	5,0 (0,8)	***
Lähiympäristön tuki	-2,6 (21,7)	-6,1 (18,9)	*
Pystyvyysuskomus	4,6 (1,0)	4,1 (1,0)	***

* $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

Seuraavaksi testattiin toista hypoteesia lineaarisen regressioanalyysin avulla. Siinä yrittäjyysai-
komuksia selittää per-
heyritystausta (hypoteesi 2) sekä TPB-malli mukaiset muuttujat eli asenteet, lähiympäristön tuki ja pystyvyysuskomus.
Kontrollimuuttujana käytettiin sukupuolta. Mies on koodattu arvolla 1 ja nainen arvolla 0 (dummy-muuttuja). Taulukossa
4 on esitetty lineaarisen regressioanalyysin tulokset. Tulokset osoittavat, että hypoteesi 2 saa tukea. Perheyritystausta
on positiivisessa yhteydessä yrittäjyysai-
komuksiin ($\beta = 0,15^{***}$). Mallissa yrittäjyysai-
komuksia positiivisesti selittävät myös
asenteet ($\beta = 0,36^{***}$), pystyvyysuskomus ($\beta = 0,33^{***}$) ja lähiympäristön tuki ($\beta = 0,12^{***}$). Myös sukupuolella on merkitystä.
Mies-sukupuoli selittää yrittäjyysai-
komuksia positiivisesti ($\beta = 0,14^{***}$). On kuitenkin huomattava, että sukupuolta käytettiin
kontrollimuuttujana. Tulosten mukaan perheyritystaustan vaikutus pysyy, kun sukupuoli lisätään malliin - näin ollen per-
heyritystaustalla on sekä miesten että naisten osalta positiivinen vaikutus yrittäjyysai-
komuksiin. Koko malli selittää 44
% yrittäjyysai-
komusten vaihtelusta.

TAULUKKO 4. Lineaarinen regressioanalyysi perheyritystaustan vaikutuksesta.

	B (keskivirhe)	β	Sig.
Vakio	-1,057 (0,195)		***
Perheyritystausta	0,40 (0,072)	0,15	***
Asenteet	0,49 (0,039)	0,36	***
Lähiympäristön tuki	0,01 (0,002)	0,12	***
Pystyvyysuskomus	0,38 (0,033)	0,33	***
Sukupuoli	0,34 (0,063)	0,14	***
F arvo	130,730 ***		
Sovitettu R Square	0,44		

*** $p < 0,001$

Seuraavaksi testattiin kolmatta hypoteesia. Kolmas hypoteesi oli, että perheyritystaustaisilla opiskelijoilla yrittäjyysaikomuksiin vaikuttavat tekijät voivat vaikuttaa eri tavalla kuin muilla opiskelijoilla. Tätä testattiin suorittamalla regressioanalyysi erikseen perheyritystaustaisille opiskelijoille ja muille. Sukupuoli oli mallissa kontrollimuuttujana. Taulukossa 5 on kuvattu lineaarisen regressioanalyysin tulokset. Lineaarinen regressioanalyysi osoittaa, että aikomuksia selittävät tekijät vaikuttavat eri tavalla perheyritystaustaisilla opiskelijoilla verrattuna muihin opiskelijoihin eli hypoteesi 3 saa tukea. Perheyritystaustaisilla opiskelijoilla malli selittää aikomusten vaihtelusta enemmän (49 %) kuin muilla opiskelijoilla (37 %). Perheyritystaustaisilla opiskelijoilla kaikki TPB-mallin muuttujat selittävät tilastollisesti erittäin merkitsevästi yrittäjyysaikomuksia tärkeimmän muuttujan ollessa pystyvyysuskomus ($\beta = 0,48^{***}$). Muilla opiskelijoilla lähiympäristön tuella ei ole vaikutusta yrittäjyysaikomuksiin ja tärkein selittävä muuttuja on asenteet ($\beta = 0,43$). Molemmilla ryhmillä sukupuoli vaikuttaa yrittäjyysaikomuksiin siten, että miehillä on korkeammat yrittäjyysaikomukset. Perheyritystaustaisilla sukupuolen merkitys on suhteessa hieman suurempi kuin muiden opiskelijoiden ryhmässä.

TAULUKKO 5. Lineaarinen regressioanalyysi yrittäjyysaikomuksia selittävistä tekijöistä perheyritystaustaisten ja muiden opiskelijoiden osalta.

PERHEYRITYSTAUSTAISET OPISKELIJAT (n=233)			
	B (keskivirhe)	β	Sig.
Vakio	-0,962 (0,393)		*
Asenteet	0,34 (0,075)	0,24	***
Lähiympäristön tuki	0,01 (0,003)	0,22	***
Pystyvyysuskomus	0,60 (0,065)	0,48	***
Sukupuoli	0,51 (0,125)	0,20	***
F arvo	55,531 ***		
Sovitettu R Square	0,49		
MUUT OPISKELIJAT (n=627)			
	B (keskivirhe)	β	Sig.
Vakio	-0,990 (0,223)		***
Asenteet	0,56 (0,045)	0,43	***
Lähiympäristön tuki	0,00 (0,002)	0,06	-
Pystyvyysuskomus	0,29 (0,038)	0,26	***
Sukupuoli	0,26 (0,071)	0,12	***
F arvo	91,555 ***		
Sovitettu R Square	0,37		

* $p < 0,05$ *** $p < 0,001$

Yhteenvedona tuloksista voi todeta, että kaikki esitetyt hypoteesit saavat tukea. Ensinnäkin perheyritystaustaisten opiskelijoiden yrittäjyysaikomukset, asenteet yrittäjyyttä kohtaan, lähiympäristön tuki ja pystyvyysuskomus ovat kaikki korkeammalla tasolla kuin muilla opiskelijoilla. Toiseksi perheyritystausta vaikuttaa positiivisesti yrittäjyysaikomuksiin, kun sitä testataan erikseen lineaarisen regressioanalyysin avulla. Kolmanneksi yrittäjyysaikomuksia selittävät tekijät vaihtelevat perheyritystaustaisten ja muiden opiskelijoiden kesken. Perheyritystaustaisilla opiskelijoilla tärkein yrittäjyysaikomuksia selittävä tekijä on pystyvyysuskomus ja muilla opiskelijoilla asenteet. Lisäksi perheyritystaustaisilla opiskelijoilla lähiympäristön tuella on tilastollisesti erittäin merkitsevä vaikutus yrittäjyysaikomuksiin, kun muilla opiskelijoilla tätä vaikutusta ei todeta ollenkaan.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää perheyritystaustan vaikutusta opiskelijan yrittäjyysaikomuksiin sekä aikomuksia selittäviin tekijöihin. Aiempi tutkimus on selvittänyt usein erikseen isän ja äidin yrittäjyyttä (ks. Joensuu-Salo, Viljamaa, & Varamäki, 2015), mutta varsinaista perheyritysnäkökulmaa ei ole tarkasteltu. Tämä tutkimus tuottaakin uutta tietoa siitä, miten suomalaisessa kontekstissa perheyritystäys vaikuttaa opiskelijan aikomuksiin ryhtyä yrittäjäksi. Tulokset osoittavat, että perheyrityksellä on tässä suhteessa iso merkitys. Perheyrityksen voikin nähdä kontekstina, jossa tapahtuu yrittäjyyteen liittyvää oppimista ja omaksutaan yrittäjyyden roolimalleja. Aiempi tutkimus onkin painottanut kontekstin merkitystä yrittäjyyden tutkimuksessa (Welter, 2011). Tämän tutkimuksen tulokset vahvistavat tätä näkökulmaa: ympäristö, jossa yksilö kasvaa ja kehittyy nuoresta aikuiseksi, vaikuttaa suuresti hänen näkemyksiinsä myös yrittäjyydestä. Perheyritys kontekstina luo mahdollisuuden peilata yrittäjyyden mahdollisuuksia ja toisaalta myös nähdä, mitä yrittäjänä oleminen vaatii. Näin ollen odotukset ja käsitykset yrittäjyydestä ovat usein realistisempia kuin yksilöllä, joilla tätä kontekstia ei ole. Kaikkiaan perheyritykset toimivat erittäin keskeisinä yrittäjyyskasvatuksen ympäristöinä lapsille ja nuorille.

Mitä tämä tarkoittaa yrittäjyyskasvatuksen ja yrittäjyyskoulutuksen suhteen? Ensinnäkin on huomattava, että perheyritystaustaisilla opiskelijoilla on lähtökohtaisesti korkeammat yrittäjyysaikomukset ja he kokevat saavansa enemmän tukea lähipiiriltään – ja tällä tuella on heille myös suurempi merkitys kuin muille. Perheyritystaustaiset opiskelijat olisivat tunnistettava opintojen alkaessa ja tarjottava heille mahdollisuutta lähteä kasvamaan perheyrityksen jatkajaksi. Seinäjoen ammattikorkeakoulussa tätä on kokeiltu ns. Jatkajakouluna, johon erityisesti kutsuttiin kyselyssä tunnistettuja perheyritystaustaisia opiskelijoita. Jatkajakoulun tarkoituksena on tarjota perheyritystaustaisille nuorille kasvu- ja valmennusprosessia perheyritysten jatkajiksi. On myös huomattava, että näillä perheyritystaustaisilla opiskelijoilla pystyvyysuskomuksella on iso merkitys. Tämä tarkoittaa sitä, että mitä positiivisempi käsitys opiskelijalla on omasta onnistumisestaan yrittäjänä ja helppoudesta ryhtyä yrittäjäksi, sitä korkeammat yrittäjyysaikomukset hänellä ovat ja sitä suuremmalla todennäköisyydellä hän myös ryhtyy yrittäjäksi. Yrittäjyyskasvatuksen ja -koulutuksen osalta tämä tulisi huomioida siten, että tätä pystyvyysuskomusta pyrittäisiin vahvistamaan erilaisilla pedagogisilla menetelmillä (esim. kokeilut yrittäjänä toimimisesta, aktiivinen reflektointi) ja siten tukemaan näiden perheyritystaustaisten opiskelijoiden etenemistä yrittäjyyspolulla.

Muiden opiskelijoiden osalta taas on hyvä kiinnittää huomiota siihen, että heidän yrittäjyysaikomuksiinsa vaikuttavat kaikista eniten asenteet yrittäjyyttä kohtaan. Toisin sanoen mitä positiivisemmat asenteet yksilöllä on yrittäjyydestä, sitä korkeammat ovat hänen yrittäjyysaikomuksensaakin. Näin ollen näiden opiskelijoiden osalta pitäisi vaikuttaa asenteisiin. Asenteet voivat olla negatiivisia, neutraaleja tai positiivisia. Asennemuutosta voidaan tarkastella useiden sosiaalipsykologian ja viestinnän vaikuttamisteorioiden kautta, joita voisi hyödyntää yrittäjyyskasvatuksen kontekstissa paremmin. Roolimallit ovat yksi hyvä vaihtoehto, vaikka ne olisivat ns. etäisiin siteisiin perustuvia (ks. Sundararajan, 2020; Sequiera ja muut, 2007). Yrittäjätarinat ja -vierailut, joihin myös opiskelijoiden on helppo itsensä samaistaa, toimivat tärkeinä asennemuokkaajina. Korkeakoulujen ja muidenkin oppilaitosten omat alumniyrittäjät ovat hyviä esimerkkejä ja roolimalleja. Toisaalta myös perheyritystaustaisten opiskelijoiden kokemuksia ja ajatuksia voitaisiin vielä paremmin hyödyntää korkeakoulujen ja muiden oppilaitosten yrittäjyyden oppimisympäristöjen kehittämisessä.

Tällä tutkimuksella on myös rajoituksensa. Aineisto on kerätty vain yhdestä ammattikorkeakoulusta ja myös tässä suhteessa on syytä ottaa huomioon konteksti. Näin ollen tulokset eivät ole täysin yleistettävissä koskemaan muunlaisia konteksteja, mutta suuri vastaajamäärä lisää tutkimuksen luotettavuutta. Jatkossa voisi tutkia vielä tarkemmin esim. yrittäjyyskompetensseja ja niiden kehittymistä korkeakoulun aikana vertailemalla perheyritystaustaisia opiskelijoita ja muita opiskelijoita. Myös pitkittäistutkimuksen avulla voitaisiin saada lisää mielenkiintoista tietoa siitä, kuinka näiden perheyritystaustaisten opiskelijoiden yrittäjyysaikomukset realisoituvat heidän siirtyessään työelämään (ks. Varamäki, Joensuu-Salo & Viljamaa, 2016b).

LÄHTEET

- Ajzen, I. 1985. From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. J. Kuhl, & J. Beckmann (Toim.), Action Control: From Cognition to Behavior (s. 11-39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bandura, A. 1977. *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Boissin, J-P., Branchet, B., Emin, S., & Herbert, J. 2009. Students and entrepreneurship: A comparative study of France and the United States. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 22(2), 101-122.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., & Verheul, I. 2011. Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410-424.
- Chereau, P., & Meschi, P. X. 2021. Deliberate practice of entrepreneurial learning and self-efficacy: the moderating effect of entrepreneurial parental environment as role modeling. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, ahead-of-print. Saatavissa: <https://www.emerald.com/insight/1462-6004.htm>
- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S., & Dormann, C. 2010. Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality. *Small Business Economics*, 38(1), 121-138.
- Crant, M. 1996. The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- Dohse, D., & Walter, S.G. 2012. Knowledge context and entrepreneurial intentions among students. *Small Business Economics*, 39(2012), 877-895.
- Evald, M. R., Klyver, K. I. M., & Svendsen, S. G. 2006. The changing importance of the strength of ties throughout the entrepreneurial process. *Journal of Enterprising Culture*, 14(1), 1-26.
- Fayolle, A., & Liñán, F. 2013. Entrepreneurial intentions: Literature review and new research perspectives. The 3rd GIKA Annual Conference, July 7-9. Valencia, Spain.
- Gartner, W., Shaver, K., Gatewood, E., & Katz, J. 1994. Finding the entrepreneur in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 5-10.
- Granovetter, M. S. 1973. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(1973), 1360-1380.
- Joensuu-Salo, S., Varamäki, E., & Viljamaa, A. 2015. Beyond intentions – what makes a student start a firm? *Education + Training*, 57(8/9), 853-873. Saatavissa: <https://doi.org/10.1108/ET-11-2014-0142>
- Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., & Varamäki, E. 2020. Do intentions ever die? The temporal stability of entrepreneurial intention and link to behavior. *Education + Training*, 62(3), 325-338. Saatavissa: <https://doi.org/10.1108/ET-03-2019-0053>
- Joensuu-Salo, S. 2020. Entrepreneurial intention, behavior and entrepreneurship education: A longitudinal approach. *Väitöskirja, Vaasan yliopisto, Vaasa, Acta Wasaensia 450*. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-927-3>
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. 2015. Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Kolvereid, L. 1996. Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
- Krueger, N., & Carsrud, A. 1993. Entrepreneurial Intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. 2000. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(2), 411-432.
- Kuckertz, A., & Wagner, M. 2010. The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions – Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524-539.

- Lee, S., & Wong, P. 2004. An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7-28.
- Liñán, F., & Chen, Y-W. 2009. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. 2015. The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(2015), 935-957.
- Maalaoui, A., Perez, C., Bertnand, G., Razgallah, M., & Germon. R. 2018. "Cruel intention" or "entrepreneurial intention": what did you expect? An overview of research on entrepreneurial intention – an interactive perspective". M. Brännback, & A. Carsrud (Toim.), *A Research Agenda for Entrepreneurial Cognition and Intention* (s. 7-46). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Muofhe, N., & Du Toit, W. 2011. Entrepreneurial education's and entrepreneurial role models' influence on career choice. *SA Journal of Human Resource Management*, 9(1). (Published online 8th November 2011).
- Prodan, I., & Drnovsek, M. 2010. Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. *Technovation*, 30(5/6), 332-347.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. 2014. Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Sequeira, J., Mueller, S. L., & McGee, J. E. 2007. The influence of social ties and self-efficacy in forming entrepreneurial intentions and motivating nascent behavior. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(3), 275-293.
- Sundararajan, L. 2020. Strong-Ties and Weak-Ties Rationalities: Toward an Expanded Network Theory. *Review of General Psychology*, 24(2), 134-143.
- Varamäki, E., Joensuu, S., & Viljamaa, A. 2016a. Starting up a firm or not: Differences in the antecedents of entrepreneurial intentions. *Industry and Higher Education*, 30(3), 239-249.
- Varamäki, E., Joensuu, S. & Viljamaa, A. 2016b. The intention-behaviour link of higher education graduates. Hytti, U., Blackburn, R., Fletcher, D. & Welter, F.(toim.). *Entrepreneurship, Universities & Resources - Frontiers in European Entrepreneurship Research* (s. 146-167). Northampton, MA: Edward Elgar.
- Welter, F. 2011. Contextualizing entrepreneurship – conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184.