

Eija Lappalainen

Minustako yrittäjä?

Liiketalouden opiskelijoiden mielikuvat, arvot ja asenteet yrittäjyyttä kohtaan

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

Toukokuu 2015

Tekijä Otsikko Sivumäärä Aika	Eija Lappalainen Minustako yrittäjä? Liiketalouden opiskelijoiden mielikuvat, arvot ja asenteet yrittäjyyttä kohtaan 45 sivua + 2 liitettä, 3 sivua Toukokuu 2015
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalouden koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Markkinointi
Ohjaaja	Minna Hautamäki, osaamisaluepäällikkö
<p>Tämän tutkimuksen tarkoitus oli selvittää, ovatko Metropolian liiketalouden opiskelijat kiinnostuneita yrittäjyydestä ja mitkä ovat heidän mielikuvansa, arvonsa ja asenteensa yrittäjyyttä kohtaan.</p> <p>Tutkimus tehtiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena, jossa kohdejoukkona olivat liiketalouden opiskelijat Metropolia Ammattikorkeakoulusta. Vastausaika oli 1.5 viikkoa. Vastauksia saatiin 108 kappaletta. Tulokset analysoitiin SPSS tilasto-ohjelmalla.</p> <p>Tutkimuksen viitekehyksessä ovat työmarkkinoiden muutokset ja yrittäjyyteen vetävät ja työntävät tekijät. Teoriaosuuteen kuuluu mielikuvien määrittely ja niiden muotoutuminen sekä niiden taustalla olevat arvot ja asenteet.</p> <p>Johtopäätöksinä voi todeta, että suurin osa liiketalouden opiskelijoista oli kiinnostuneita yrittäjyydestä. Asenteet olivat positiivisia. Yleisimmät mielikuvat yrittäjistä olivat: yrittäjä uskoo itseensä, on riskinottaja, ahkera ja sisukas. Yrittäjyyteen liitettiin seuraavia mielikuvia: rohkeiden valinta, riskialtis ja aliarvostettu.</p> <p>Yrittäjyyttä arvostettiin paljon riippumatta siitä, oliko vastaajalla yrittäjäperhetausta vai ei. Mielikuvissa painoarvot olivat kuitenkin hieman erilaisia, joka liittyy mielikuvien taustalla oleviin vastaajan arvoihin ja asenteisiin.</p>	
Avainsanat	yrittäjä, yrittäjyys, mielikuva, arvo, asenne

Author Title Number of Pages Date	Eija Lappalainen Should I become an Entrepreneur? Metropolia`s Business School Students` Images, Values and Attitudes 45 pages + 2 appendices, 3 pages May 2015
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	Marketing
Instructor	Minna Hautamäki, Head of Competence Area
<p>The purpose of this study was to find out, what the attractiveness of Entrepreneurship is among business students in Metropolia and what kind of images, values and attitudes they have towards it.</p> <p>The study was made as a quantitative study. A questionnaire was sent to all Metropolia`s business school students. The answer time was 1.5 weeks. In total, 108 answers were given and the answers was analysed using the SPSS statistics program.</p> <p>The theoretical basis consists of changes in the labour market, entrepreneurship and the drive and the push factors. The theoretical part also portrayed the definition and formation of images, as well as values and attitudes.</p> <p>It can be concluded from the results that Metropolia`s business school students were interested in entrepreneurship. Attitudes towards entrepreneurship were positive. The most common impressions of entrepreneurs were: the entrepreneur believes in themselves, is a risk taker, hardworking and persistent. The following images were attached to entrepreneurship: bold choice, risky and undervalued.</p> <p>Entrepreneurship was much appreciated regardless of whether the respondent had an entrepreneur family background or not. There was more variation in images however which may have to do with the respondents` underlying values and attitudes.</p>	
Keywords	entrepreneur, entrepreneurship, image, value, attitude

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Aihe ja lähtökohdat	1
1.2	Tutkimusongelma	2
1.3	Työn rakenne, rajaus ja teoreettinen viitekehys	2
1.4	Keskeiset käsitteet ja termit	3
2	Yrittäjyys työmarkkinoiden muutoksessa	4
2.1	Yrittäjyyden määritelmästä	5
2.2	Yrittäjyys työllistymisvaihtoehtona	5
2.3	Yrittäjyyteen työntävät ja vetävät tekijät	7
2.4	Yrittäjyyskasvatus	9
3	Mielikuvat	10
3.1	Mielikuvan määritelmä	11
3.2	Mielikuvan muodostuminen	12
3.3	Mielikuvan kehittäminen	15
4	Arvot ja asenteet	15
4.1	Arvojen ja asenteiden määrittely	16
4.2	Arvojen ja asenteiden merkitys ja muotoutuminen	17
5	Tutkimuksen toteutus	18
5.1	Tutkimusmenetelmä	19
5.2	Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus	19
5.3	Kohderyhmä ja otanta	20
5.4	Tutkimuksen luotettavuus	20
6	Tutkimuksen tulokset	21
6.1	Vastaaajien taustatiedot	21
6.2	Kiinnostus yrittäjyyttä kohtaan	24
6.3	Mielikuvat, arvot ja asenteet yrittäjyydestä	26
6.4	Oppilaitoksen yrittäjyyskasvatus	29
6.5	Ristiintaulukoinnit eri muuttujilla	31
7	Tutkimuksen johtopäätökset ja pohdinta	39

7.1	Yhteenveto	39
7.2	Kritiikki	42
7.3	Kehittämisehdotukset	42
	Lähteet	44
	Liitteet	
	Liite 1. Kyselylomake	
	Liite 2. Kyselylomakkeen saate	

1 Johdanto

1.1 Aihe ja lähtökohdat

Tämä työ sai alkunsa omasta kiinnostuksesta yrittäjyyttä kohtaan. Jos opintokokonaisuudessa olisi ollut tarjolla yrittäjyyden opintoja, olisin valinnut sellaisen, sillä yrittäjyyden osaamisesta ja itsensä työllistämisestä on tulossa melkein pä yleissivistykseen kuuluva asia. Työelämä on muuttunut ja se muuttuu edelleen siten, että tulevaisuudessa osa töistä saatetaan tehdä yrittäjänä tai yrittäjämäisessä työsuhteessa ja osa palkkatyösuhteessa.

Yrittämisen merkitys näkyy koko yhteiskunnassa. Se tuo työtä ja hyvinvointia. Myös uusien yritysten syntyminen on elintärkeää Suomen kansantalouden kannalta. Ne vaikuttavat talouskasvuun, tuottavuuskehitykseen ja työllisyyteen. Näin on varsinkin tilanteessa, jossa kansantalouden rakenteet ovat muuttumassa ja väestön huoltosuhde heikkenee. (Kasvuyrityskatsaus 2011.)

Väestötasolla Suomessa havaitaan liiketoimintamahdollisuuksia kahdeksanneksi eniten innovaatiovetoisista maista. Jopa 44 prosenttia aikuisista tunnistaa hyviä liiketoimintamahdollisuuksia ympäristössään ja joka kolmas suomalaisesta aikuisväestöstä uskoo, että hänellä on yrityksen perustamiseen ja johtamiseen liittyviä taitoja. (Stenholm, Pekka & Suomalainen, Sanna & Kovalainen, Anne & Heinonen, Jarna & Pukkinen Tommi 2013.)

Suurten ikäluokkien jäädessä eläkkeelle useat yrittäjät harkitsevat sukupolvenvaihdosta. Moni yrittäjä joutuu lopettamaan toimintansa, jos ei löydä työnsä jatkajaa. Tämän toteaa myös Suomen Yrittäjien varatoimitusjohtaja Anssi Kujala, jonka mukaan Suomi tarvitsee lähitulevaisuudessa jopa 70 000 uutta yrittäjää. Yrittäjät ovat ikääntyneitä ja heistä suuri osa siirtyy eläkkeelle seuraavan kymmenen vuoden kuluessa. Tilalle tarvitaan saman verran uusia yrittäjiä, mikäli yritysten työpaikat halutaan säilyttää. (Yrittäjyys Suomessa 2014.)

Työelämän myllerrys on ollut suurta 2000-luvun alusta alkaen. Digitalisointi ja teknologinen kehitys muuttaa lähes kaikki ammatteja. Uusia ammatteja syntyy ja vanhoja kuo-lee. Työ ei kuitenkaan lopu. Tässä muutoksessa yksilön on oltava joustava ja valmis

siirtymään vaikka yrittäjäksi, jos muutoin ei saa ammattiaan ja osaamistaan vastaava työtä palkkatyösuhteessa. (Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen 2014, 28.)

1.2 Tutkimusongelma

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, ovatko Metropolian liiketalouden opiskelijat kiinnostuneita yrittäjyydestä ja mitkä ovat heidän mielikuvansa, arvonsa ja asenteensa yrittäjyyttä kohtaan. Työn aihetta miettiessäni löysin vastaavanlaisen työn Theseus tietokannasta. Auli Eronen Kajaanin ammattikorkeakoulusta oli tehnyt vuonna 2005 lopputyön samasta aiheesta. Työn löytyminen haastoi käsittelemään aihetta eri tavalla, jotta työstä ei tule edellä mainitun toisinto.

Akateemisissa korkeakouluissa aihetta ovat tutkineet mm. Hilikka Lassila, joka on tehnyt pro gradu-tutkielman vuonna 2006 aiheesta Otsikolla Yrittäjyysasenteet ja yrittäjyysintentiontutkimus ammattikorkeakouluopiskelijoiden keskuudessa. Teemu Tuomisalo Jyväskylän kauppakorkeakoulusta on tehnyt pro gradu-tutkielman vuonna 2013 aiheesta Yrittäjämäisen orientaation heijastuminen yliopisto- ja ammattikorkeakouluopiskelijoiden yrittäjyysintentiontutkimuksiin. Nämä antoivat osaltaan suuntaviivaa oman aiheen käsittelyyn, ja ideoita siihen, miten rajata oma aihe.

1.3 Työn rakenne, rajaus ja teoreettinen viitekehys

Työ koostuu kahdesta osasta. Ensimmäinen osa sisältää viitekehysten ja teoriaosuuden, toinen osa käytetyn menetelmän, kuvauksen itse tutkimuksesta ja johtopäätökset. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat Metropolia Ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijat Myyrmäen kampuksella. Liiketalouden opiskelijat valikoituivat kohderyhmäksi, koska heillä katsottiin olevan ainakin koulutuksen kautta tulevaa liiketalouden osaamista ja sitä kautta myös näkemystä yrittäjyysaiheeseen.

Työn viitekehukseen kuuluu työmarkkinoiden muutos. Se on vaikuttanut yrittäjyyden käsitteeseen tuomalla tietoisuuteen uuden termin itsensätyöllistäjät. Viitekehukseen kuuluu myös yrittäjyyteen vetävät ja työntävät tekijät. Yrittäjyyskasvatusta käsittelemällä sivujuonteena. Teoreettinen viitekehys muodostuu mielikuvien, arvojen ja asenteiden kokonaisuudesta.

1.4 Keskeiset käsitteet ja termit

Tässä työssä yrityksen työn organisoinnin käsite tarkoittaa sitä, että yritys joko ulkoistaa toimintojaan, lopettaa niitä tai siirtyy teettämään työn alihankkijoilla (Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen 2014,19).

Globaali arvoketju tarkoittaa esimerkiksi sitä, että tuotetta jalostetaan jopa useassa maassa tai maanosassa eri toimijoiden tekemänä, ennen kuin se päättyy kuluttajalle (Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen 2014,19).

Itsensä työllistäjä on käsite, joka voidaan jakaa neljään lohkoon eli yksinyrittäjiin, ammatinharjoittajiin, freelancereihin ja apurahansaajiin. Yksinyrittäjät ovat henkilöitä, jotka työskentelevät yksin ilman ulkopuolisia työntekijöitä, mutta joilla voi olla osakekumppaneita. Ammatinharjoittajat työskentelevät toiminimellä ilman palkattua työvoimaa ja kiinteää toimipistettä, omaa osaamista myyden. (Itsensä työllistäjät 2013, 7.)

Freelancerit voivat toimia eri tavoin; joko palkkiota tai palkkaa vastaan työsuhhteessa tai oman yrityksen tai toiminimen kautta. He harjoittavat toimintaansa freelancer-verokortilla ja lähtökohtaisesti heillä on useita toimeksiantajia. (Itsensä työllistäjät 2013, 7.)

Apurahansaaajat ovat saaneet rahoitusta taiteen ja tieteen tekemiseen. Heillä saattaa olla työhuone Yliopistolla, mutta he eivät ole välttämättä työsuhhteessa Yliopistoon (Itsensä työllistäjät 2013, 7).

Portfolio- eli taparyrittäjillä viitataan yleensä yrittäjiin, joilla on yrittäjäkokemusta vähintään kahdesta eri yrityksestä. Sarja- eli taparyrittäjät omistavat useamman yrityksen ajallisesti peräkkäin. Elinkeinoelämän keskusliiton mukaan portfolioryrittäjiä on noin viidennes ja sarjaryrittäjiä joka kymmenes kaikista työnantajaryrittäjistä. (Selvitys omistaja ja kasvuyrittäjyyden olemuksesta Suomessa, Kartoitus kasvun ulottuvuuksiin ja osaluaisiin 2011.)

Pakkoryrittäjä on henkilö, joka ryhtyy yrittäjäksi vastentahtoisesti, kun palkkatyötä ei ollut tarjolla (Itsensä työllistäjät 2013, 30).

Mikroyritykset ovat yrityksiä, jotka työllistävät alle kaksi henkilöä (Yrittäjyys Suomessa 2015).

2 Yrittäjyys työmarkkinoiden muutoksessa

Työmarkkinat ovat moninaistuneet. Tämä tarkoittaa sitä, että osa työstä tehdään palkkatyösuhteessa ja osa esimerkiksi yrittäjämäisessä suhteessa toimeksiantajaan. Toimeksiannolla teetetävä työ lisääntyy toimialojen muuttuessa ja yritysten etsiessä uusia tapoja työn organisoimiseen. (Työvoiman käyttötapojen ja työn tekemisen muotojen muutostrendejä 2015.) Kiinnostuksen yrittäjyyttä kohtaan voidaankin sanoa olevan sidoksissa työmarkkinoiden tilanteeseen (Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen 2014).

Yritykset keskittyvät ydinliiketoimintaansa ja ulkoistavat muut toiminnot ulkopuolisille yrittäjille tai yrityksille. Ulkoistus saattaa näkyä siten, että yrityksen työt hajautuvat globaaleihin arvoketjuihin. Tämä tarkoittaa sitä, että yhä useammat palvelut ja tuotteet syntyvät kymmenien, jopa satojen yritysten toimesta, mahdollisesti useassa maassa ja maanosassa. Aiemmin työn hajautumisen katsottiin koskevan vain joitakin toimialoja. Nyt sen voidaan katsoa koskevan kaikkea työtä kaikilla toimialoilla. Työn hajautuminen aiheuttaa myös sen, ettei hyväkään koulutus välttämättä takaa elinikäistä työpaikkaa. Koska päätoiminen palkkatyö on edelleen vallitseva työsuhteen muoto, yksinyrittäminen, freelancer-työt sekä verkon kautta tehtävät työt yleistyvät. (Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen 2014.)

Suomessa työn hajauttaminen on koskenut eniten teollisuutta, mutta se kohdistuu yhä enemmän myös palvelusektoriin. Muutokset näkyvät työpaikoilla työn organisoinnin muutoksina. (Työ muuttuu mutta ei häviä 2014.) Työmarkkinoiden tämän hetken päättäreinä on määräaikaisten työsuhteiden määrän vakiintuminen, vuokratyösuhteiden yleistyminen, osa-aikaisten työsuhteiden määrän kasvu ja yksin yrittäjänä toimivien tai itsensä työllistäjien lisääntyminen (Työvoiman käyttötapojen ja työn tekemisen muotojen muutostrendejä 2015). Freelancer-suhteiden ennustetaan kasvavan siten, että jopa 20 prosenttia organisaatioiden työvoimasta tulee tulevaisuudessa koostumaan freelancereista (Suikkanen 2014).

Digitaalinen ja teknologinen kehitys on muuttanut ja muuttaa edelleen ammattien ja työtehtävien sisältöjä. Tämä ei kuitenkaan vaikuta työn loppumiseen, vaan kehitys synnyttää uudenlaista työtä ja uusia ammatteja. Tämän myötä työelämässä vaadittava osaamistaso muuttuu ja kohoaa. Se vaikuttaa puolestaan yritystoiminnassa toimivien henkilöiden osaamistason vaatimuksiin. Kehityksen varjopuolena saattaa kuitenkin olla se, että osa ihmistä putoaa kehityksen kelkasta. Yhteiskunnan onkin huolehdittava riit-

tävästä koulutuksesta ja osaamisesta ja ylläpidettävä mm. yrittäjyyskasvatusta oppilaitoksissa. Tällä hetkellä kaikista yrittäjistä vain kolmella prosentilla on korkeakoulututkinto. (Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen 2014.)

2.1 Yrittäjyyden määritelmästä

Yrittäjyyden määritelmiä löytyy kirjallisuudesta paljon. Yrittäjän virallinen määritelmä riippuu viranomaisesta. Sekä yritysoikeudessa että eläke- ja työttömyysturva-asioissa yrittäjä määritellään eri tavoin. Yksi esimerkki voisi olla seuraava: yrittäjä on henkilö, joka yksin tai yhdessä muiden kanssa harjoittaa liiketoimintaa yrityksessä, jonka tavoitteena on voitto. Toimintaan liittyy riskin ottaminen. (Opas Yrittäjyyteen, 2013, 7.)

Yrittäjyys voidaan määrittää myös sisäisenä tai ulkoisena yrittäjyytenä. Sisäinen yrittäjyys tarkoittaa sitä, että yksilö on aktiivinen ja omatoiminen ja kykenee näin ollen tekemään itselleen vision siitä, mitä haluaa jatkossa tehdä. Ulkoinen yrittäjyys voidaan määritellä yritystoiminnaksi. (Luukkainen & Wuorinen 2002, 12.)

2000-luvulla työmarkkinarakenteen muutokset ovat puolestaan synnyttäneet uuden käsitteen itsensätyöllistäjät. Käsite voidaan jakaa neljään lohkoon eli yksinyrittäjiin, ammatinharjoittajiin, freelancereihin ja apurahansaajiin. (Itsensätyöllistäjät 2013, 7.)

Yrittäjyys voidaan määritellä myös siten, että se on yksilön kykyä muuttaa ideat toiminnaksi. Se sisältää luovuuden, innovaatiokyvyn ja riskinoton, samoin kuin kyvyn suunnitella ja johtaa toimintaa tavoitteiden saavuttamiseksi. Nämä ominaisuudet tukevat yksilön jokapäiväistä elämää koulutuksessa, työssä, vapaa-aikana ja muussa yhteiskunnallisessa toiminnassa. Näitä ominaisuuksia tarvitaan yritystoiminnassa, mutta ne lisäävät myös työntekijän tietoisuutta työstään ja auttavat tarttumaan mahdollisuuksiin. (Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat 2009, 13.)

2.2 Yrittäjyys työllistymisvaihtoehtona

Ammattiin opiskelevien työelämätoiveita käsittelevä Amis-dialogi kartoitti vuonna 2014 opiskelijoiden yrittäjyysinnostusta. Kyselyssä selvisi, että 43 prosenttia ammattiin opiskelevista voisi ryhtyä yrittäjiksi. Osuus oli yli kaksinkertainen korkeakouluopiskelijoihin verrattuna. (Amikset luottavat työllistymiseensä 2014.) Tarkoittaako tämä tulos, että ammattikouluun hakeutuva osaa hahmottaa jo opiskelun aloittaessaan, että palk-

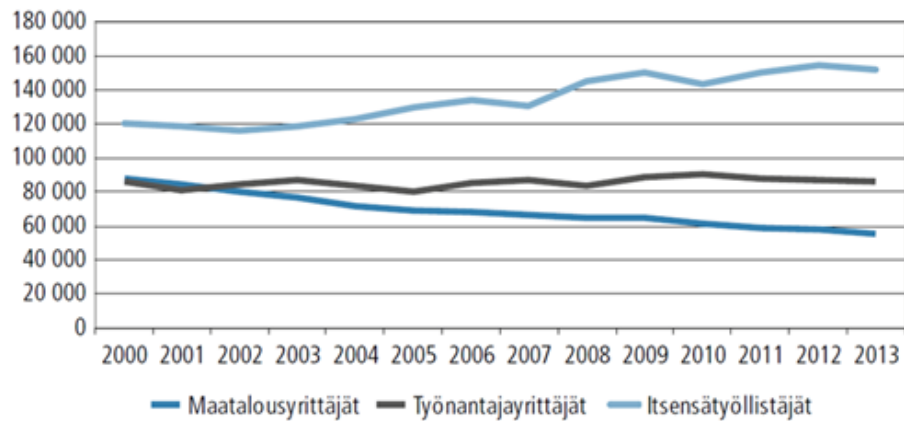
katyötä ammatissa tuskin on tarjolla ja näin yrittäjyys nähdään luonnollisena vaihtoehtona? Vai onko ammattikoululaisilla liiketalouden opiskelijoista poiketen huonommat perustiedot liiketoiminnasta, eivätkä he näin ollen osaa hahmottaa kaikkia yrittämisen sudenkuoppia? Onko ammattikoululaisilla siis turvallisuuden tunne omasta osaamisesta ja pärjäämisestä, joka on yksi edellytys sille, että voi aloittaa ja toimia yrittäjänä?

Yrittäjyyteen liittyviä tutkimuksia tehdään säännöllisesti. Yksi niistä on Taloustutkimuksen teettämä Yrittäjyysilmapuntari. Yrittäjyysilmapuntari 2013 tutkimuksen mukaan kaksi viidestä suomalaisesta oli sitä mieltä, että Suomessa on hyvä toimia yrittäjänä ja kolme neljästä oli sitä mieltä, että Suomessa on hyvä tehdä työtä. Sitä vastoin vain 17 prosenttia niistä henkilöistä, jotka pitävät yrittäjyyttä houkuttelevana, olivat suunnitelleet yrityksen perustamista lähiaikoina. (Yrittäjyysilmapuntari 2013.)

Saman tutkimuksen mukaan yrittäjyyteen eniten suomalaisia houkuttelee vapaus tehdä niin kuin itse haluaa, itsenäisyys ja hyvät ansaintamahdollisuudet. Vastaajista 16 prosentin mielestä mikään ei houkuttele yrittäjyyteen. Yrittäjyyttä vastaan puhuvina seikkoina mainitaan taloudellinen riski, aikapula, jaksaminen, vastuu kaikesta yksin ja että toisen palveluksessa on helpompaa. (Yrittäjyysilmapuntari 2013.)

Suomen yrityskannasta valtaosa, 93 prosenttia, on mikroyrityksiä, eli yrityksiä, jotka työllistävät alle kaksi henkilöä (Yrittäjyys Suomessa 2015). Nämä alle kahden henkilön ei-työnantajyritykset lisääntyivät kolmisen prosenttia vuosina 2008–2012. Yritysten määrän kasvu onkin keskittynyt näihin ei-työnantajiin ja voidaan sanoa, että suomalainen yrityskenttä on yksinyrittäjävaltaistunut. (Yrityskatsaus 2014, 19.)

Samaan tulokseen ovat tulleet Pärnänen ja Sutela. Kuviosta 1. voidaan todeta, että ajanjaksolla 2000 - 2013 itsensä työllistäjien määrä on kasvanut noin 32 000 hengellä. Samanaikaisesti työnantajayrittäjien määrä on pysynyt jotakuinkin samana. Työmarkkinoiden muutos on ollut siis huomattava ja voidaan todeta, että itsensä työllistäjien määrän kasvu on ollut selkeä työmarkkinatrendi koko 2000-luvun ajan. (Pärnänen & Sutela 2013, 8.)

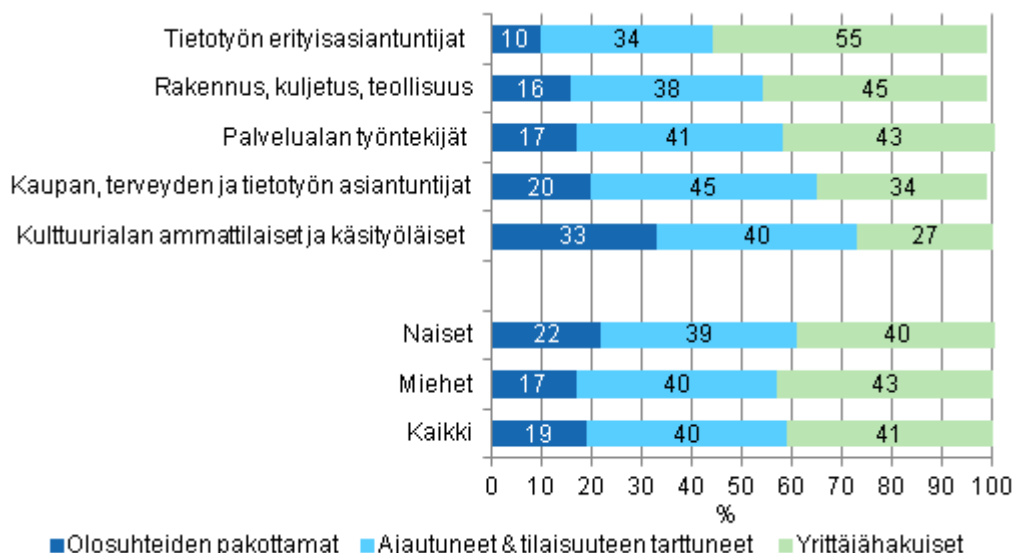


Kuvio 1. Itsensätyöllistäjien määrä 2000 – 2013 (Pärnänen & Sutela 2013, 8.)

Suurten ikäluokkien jäädessä eläkkeelle useat yrittäjät harkitsevat sukupolvenvaihdosta. Moni yrittäjä joutuu lopettamaan toimintansa, jos ei löydä työlleen jatkajaa. Tämän toteaa myös Suomen Yrittäjien varatoimitusjohtaja Anssi Kujala, jonka mukaan Suomi tarvitsee lähitulevaisuudessa jopa 70 000 uutta yrittäjää. Syynä on ikärakenteen muutos. Yrittäjät ovat ikääntyneitä ja heistä suuri osa siirtyy eläkkeelle seuraavan kymmenen vuoden kuluessa. Tilalle tarvitaan saman verran uusia yrittäjiä, mikäli yritysten työpaikat halutaan säilyttää. (Yrittäjyys Suomessa 2014.)

2.3 Yrittäjyyteen työntävät ja vetävät tekijät

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2013 Suomessa perustettiin 30 254 yritystä (Tilastokeskus 2015). Monelle yrityksen perustaminen on vapaa valinta, jota ohjaa oma motivaatio ja halu hyödyntää omaa osaamista. Kuviosta 2. nähdään, kuinka yrityksen perustaneet ovat ajautuneet yrittäjyyteen. Olosuhteiden pakottamia on lähes 20 prosenttia. Toisaalta yrittäjyysshakuisia on 40 prosenttia yrityksen perustajista ja saman verran on yrittäjyyteen ajautuneita ja tilaisuuteen tarttuneita.



Kuvio 2. Kolme polkua yrittäjyyteen: itsensätyöllistäjät sukupuolen ja ammattiryhmän mukaan (Tilastokeskus 2014).

Olosuhteiden pakosta yrittäjiksi päätyneiden määrä kertonee siitä, että työn tekemisen muotojen muutos koskettaa yhä useampaa yrittäjäksi aikovaa. Muutos liittyy työmarkkinoiden muutokseen, jossa yritykset ulkoistavat toimintaansa ja työttömyyden vaihtoehdoksi työnantajat tarjoavat töitä alihankintasuhteessa työntekijöilleen. Yrittäjyyteen onkin näin muodostunut uusi käsite pakkoyrittäjyys. Alihankkijaksi siirtyminen saattaa kuitenkin osoittautua huonoksi vaihtoehdoksi, kun yrittäjän liiketoiminnan riski siirtyy alihankkijalle ja yhden toimeksiantajan varassa toimiminen on sekin riskialtista. (Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen 2014.)

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisun, Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen, mukaan työelämään siirtymässä oleva sukupolvi on työhön suhtautumisessaan hyvin perinteinen. Työltä odotetaan turvallisuutta ja vakautta. Toisaalta muutoksiin suhtaudutaan rohkeasti ja työn tai yrittämisen kautta halutaan toteuttaa omia kiinnostuksen kohteita. Myös eettiset arvot ja työn merkityksellisyys ovat nousseet. (Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen, 11.) Suomalaiset mainitaan myös asenteiltaan teknologia-myönteisiksi ja sellaisiksi, jotka eivät pelkää muutosta. (Työ muuttuu mutta ei häviä 2014.)

Miten sitten päädytään yrittäjiksi? Millainen polku vie tilanteeseen, jossa yritys perustetaan? Itsensätyöllistäjät 2013-tutkimuksen mukaan yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavat henkilön ominaisuudet, joita ovat mm. riskisuuntautuneisuus, epävarmuuden sietokyky, tavoitteellisuus, päättäväisyys ja vastuunkanto, sekä tausta- ja tilannetekijät.

Taustatekijöiksi mainitaan mm. aikaisempi työkokemus, esimerkiksi työskentely perheyrittäjäydessä tai pienessä yrityksessä, joka on tuonut yrittäjäyttä harkitsevalle käytännön tietoa yritystoiminnasta ja näin rohkeutta tarttua yrittäjäyteen. Tilannetekijöiksi edellä mainitussa tutkimuksessa mainitaan yksilön ympäristössä olevia tekijöitä. Niitä voivat olla esimerkiksi työllisyystilanne tai avioero. Tutkimus määrittelee tausta- ja tilannetekijät myös käsitteellä yrittäjäyteen veto- ja työntötekijät. (Itsensätyöllistäjät 2013, 29.)

Tärkeitä yrittäjäyteen vetäviä tekijöitä ovat houkuttelevan liiketoimintamahdollisuuden huomaaminen tai elämäntilanne, joka mahdollistaa yrittäjäyden ja joillakin se, että on tarjottu mahdollisuus ryhtyä yrittäjäksi. (Itsensätyöllistäjät 2013, 29.)

Yrittäjäyteen työntäviä tekijöitä voivat olla tyytymättömyys nykyiseen työhön, palkkatyö ei vastaa omaa osaamista tai henkilö on jäänyt työttömäksi. Myös kokemus siitä, että yrittäjäyys on ainoa vaihtoehto työllistyä omalle alalle tai omalle paikkakunnalle, on yrittäjäyteen työntävä tekijä. (Itsensätyöllistäjät 2013, 29.)

2.4 Yrittäjäyyskasvatus

Julkisessa keskustelussa puhutaan usein yrittäjäyden merkityksestä yhteiskunnalle ja samalla suomalaisten vähäisestä yrittämishalukkuudesta. Asiaan on liittynyt myös keskustelu siitä, miten nuoret saataisiin ryhtymään yrittäjiksi.

Vuosituhanen alussa yrittäjäyyskasvatus nähtiin lähinnä oppimistilanteisiin liittyvänä pitkäjänteisenä asennekasvatuksena, jossa tavoitteena on yksilön aloitteellinen, itsenäinen ja vastuullinen elämänhallinta. Käsitteen painopisteenä oli lähinnä sisäinen yrittäjäyys. (Luukkainen & Wuorinen 2002, 9.)

Nykypäivän yrittäjäyyskasvatuksen suuntaviivojen mukaan kehittyvän yhteiskunnan perusta on yrittäjämäisessä toiminnassa. Yhteiskunta tarvitsee yritystoimintaa, joka edesauttaa taloudellista hyvinvointia, sillä vastaavathan yritykset merkittävästä osasta palveluita ja tuotantoa. (Yrittäjäyyskasvatuksen suuntaviivat 2009, 13.)

Yrittäjäyyskasvatuksella tarkoitetaankin pääasiassa opetushallinnon alalla tehtävää laaja-alaista työtä yrittäjäyden vahvistamiseksi. Käytännön toimenpiteiden tavoitteena ovat myönteisten asenteiden lisääminen, yrittäjäyteen liittyvien tietojen ja taitojen kehittäminen, uuden yrittäjäyden aikaansaaminen, yrittäjien ja yrityksissä olevan henkilöstön osaamisen kehittäminen sekä yrittäjämäinen toimintatapa työpaikoilla ja kaikessa

muussakin toiminnassa. Yrittäjyyskasvatus perustuu elinikäiseen oppimiseen ja verkostomaiseen toimintatapaan. (Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat 2009, 13.)

Opetushallituksen yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat määrittelevät tahtotilan vuodelle 2015 seuraavasti: Opetusministeriön tavoitteena on vahvistaa yksilöiden yrittäjämäistä asennetta ja lisätä yrittäjyyden houkuttelevuutta yhtenä uravaihtoehtona. Yrittäjyyden vahvistaminen kattaa koko koulutusjärjestelmän. (Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat 2009, 14.)

Ammattikorkeakoulusektorilla korostuu tutkimuksen ohella kehitys- ja innovaatiotoiminta uuden osaamisen lähteenä. Ammattikorkeakouluille luonteenomainen rooli on kysyntä- ja käyttäjälähtöisen tutkimus- ja kehittämistoiminnan ja siitä syntyvän kasvuyrittäjyyden edistämisessä. (Ammattikorkeakoulut kasvun moottoreina 2011.)

3 Mielikuvat

Meillä jokaisella on mielikuvia yrittäjyydestä tai yrittäjistä. Mielikuvat vaikuttavat asenteisiin ja siihen, miten suhtaudumme yrittäjyyteen.

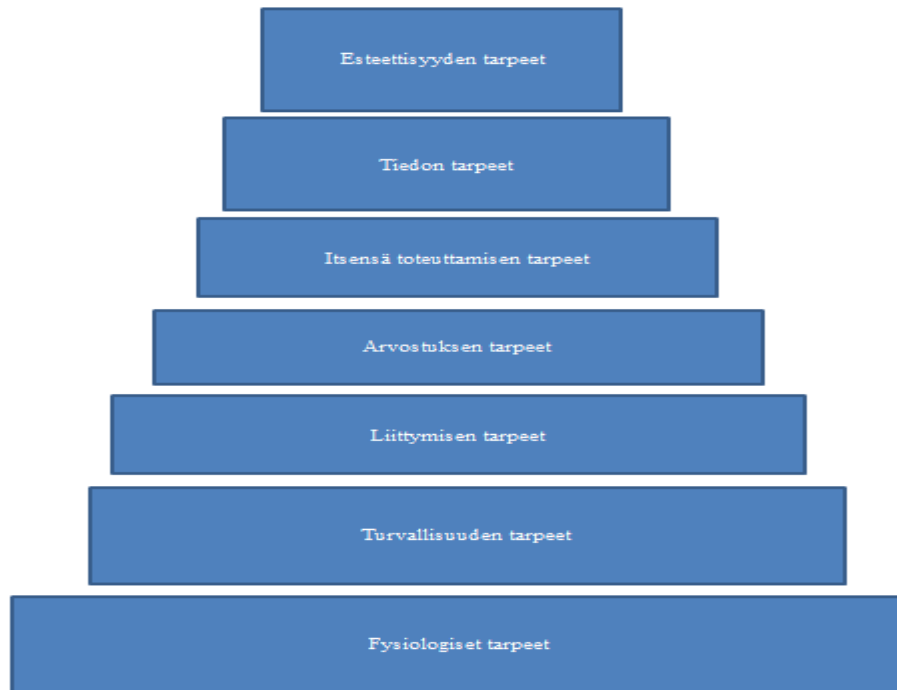
Me teemme valintoja ja päätöksiä sen perusteella, minkälainen käsitys tai mielikuva meillä on asioista. Kun voimme vapaasti valita esimerkiksi sen palvelun tai tuotteen, mikä on meidän käsityksemme mukaan hyvä, on mielikuva ratkaiseva. (Karvonen 1999, 23.)

Kun joudumme valintatilanteeseen, jossa on tarjolla samanarvoisia vaihtoehtoja, tulee mielikuvasta ratkaiseva tekijä, joka saa meidät valitsemaan yhden vaihtoehdon toisen sijaan. Tässä vapaan valinnan yhteydessä Karvonen väittää myös tarverakenteemme muuttuvan. (Karvonen 1999, 26.)

Käyttäytymistämme ohjaaviksi psykologisiksi tekijöiksi Isohookana mainitsee tarpeet, motivaation, havaitsemisen, torjunnan, asenteet, ennakkoluulot sekä muistin ja muistamisen. Näillä tekijöillä on vaikutusta myös siihen, miten otamme eri lähteistä tulevia viestejä vastaan. (Isohookana 2011, 74-75.)

Tunnetuin teoria ihmisen tarverakenteesta on kuvion 3. esittämä Maslow`n tarvehierarkia. Se kuvaa ihmisen perustarpeita. Tarvehierarkian mukaan tarpeiden tyydytys etenee portaittain. Tarvehierarkia korostaa, ettei alempien tarpeiden tarvitse olla täysin tyydytettyjä siirryttäessä seuraavalle tasolle. Riittää, että alempien tasojen mukaiset

tarpeet ovat suhteellisesti tyydytetyjä ennen ylempiä tarpeita. Isohookanan mukaan onkin huomattava, että eri yksilöiden välillä on myös eroja eikä hierarkia ole kaikilla samanlainen. (Isohookana 2011, 74–75.)



Kuvio 3. Maslow`n tarvehierarkia (Hokkanen & Skyttä & Strömberg 1995, 11).

Maslow`n tarvehierarkiassa tarpeet alkavat kukin vuorollaan järjestyksessä vaikuttaa ihmisen toimintaan. Kun fysiologiset tarpeet on riittävässä määrin tyydytetty, alkavat turvallisuuden tarpeet vaikuttaa motivoivasti. (Hokkanen ym.1995, 13.) Ihmisten tarpeiden eriaikaisuus ohjannee myös halukkuutta yrittäjyyteen. Yrittäjyys ehkä aloitetaan siinä vaiheessa, kun turvallisuuden tarpeet on ratkaistu, eikä yrittäjyys tunnu uhkaavan esimerkiksi yksilön taloudellista tilannetta.

3.1 Mielikuvan määritelmä

Mielikuva tai imago on Karvosen mukaan markkinointiviestinnässä vakiintunut termi tarkoittamaan vastaanottajan muodostamaa kuvaa. Mielikuva voidaan käsittää myös ulkonäön ja ilmeiden kaltaisten visuaalisten termien joukkoon, mutta mielikuvasta voidaan puhua myös käsityksenä, näkemyksenä ja vaikutelmana. Karvonen väittää myös,

että mielikuvalla on yhteys mielikuvitukseen. Mielikuva on kuviteltu, se on fiktio eli jostakin muuta kuin todellisuus. (Karvonen 1999, 39,43.)

Isohookana on myös tutkinut mielikuva sanan merkitystä ja toteaa kirjassaan, että mielikuva on sisäinen, psyykkinen kuva jostakin, kuvitelma, mieleen jäänyt vaikutelma jostakin, mielle. Hän sanoo mielikuvien syntyvän ihmisten mielissä ja näin ne ovat kunkin ihmisen omaa todellisuutta. (Isohookana 2011, 19–20.)

Mielikuva voidaan määrittää myös seuraavasti: se on kohdetta koskevien asenteiden, ajatusten ja havaintojen sekä uskomusten kokonaisuus tai mielikuva on sarja uskomuksia, ideoita ja vaikutelmia, joita henkilöllä on jostakin kohteesta. (Karvonen 1999, 41.)

Rope ja Vahvaselkä ovat päätyneet samaan. He väittävät, että ihmisen näkemykset ovat enemmän tai vähemmän puhtaita mielikuvia. Heidän mielestään mielikuvan käsitteestä totta ovat vain kokemukset ja tiedot. Näin ollen he ovat tulleet siihen johtopäätökseen, että mielikuvia voi olla, vaikkei ihmisellä olisi kokemuksia tai tietoja ja hän tekee päätöksen puhtaan mielikuvan perusteella (Rope & Vahvaselkä 1997, 66.)

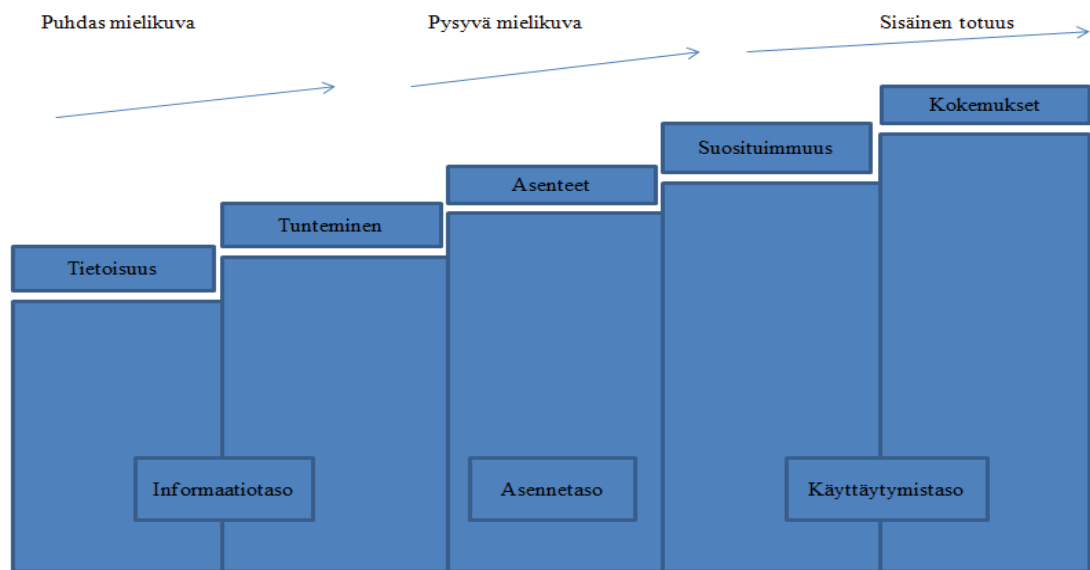
Lopuksi Karvonen toteaa mielikuvista, että mielikuva on moniulotteinen ja monisuhtainen eli monissa eri suhteissa muodostettu. Sanotaankin, että ihmisillä on monia eri mielikuvia asioista. (Karvonen 1999, 42.)

3.2 Mielikuvan muodostuminen

Mielikuvien muodostumisessa on Karvosen mukaan läsnä kaksi osapuolta. Se, josta kuva ja tai käsitys muodostetaan ja se, jolle kuva muodostuu. Kun nämä osapuolet kohtaavat tai ovat toistensa kanssa vuorovaikutuksessa jollakin tapaa niin, että henkilö saa informaatiota havainnointinsa pohjaksi, muodostuu mielikuvia. Näin mielikuvan muodostumiseen vaikuttaa kaikenlainen kohteesta saatu informaatio. Esimerkiksi kuuluu perusteella voi muodostua mielikuva kohteesta. (Karvonen 1999, 39,51.)

Ropen ja Vahvaselän mukaan mielikuva rakentuu portaittain. He kuvaavat prosessia mielikuvan syntyvaiheina, joka on kuvattu kuviossa 4. Sen mukaan mielikuvan syntyvaiheiden sisältöä voidaan selittää seuraavasti. Ensin on tietoisuusvaihe. Asia tunnetaan vain nimeltä. Tuntemisvaihe käynnistyy, kun henkilö tiedostaa asian, tapaa esimerkiksi jonkun henkilön ja tutustuu sitä kautta asiaan. Tässä vaiheessa henkilöllä ei

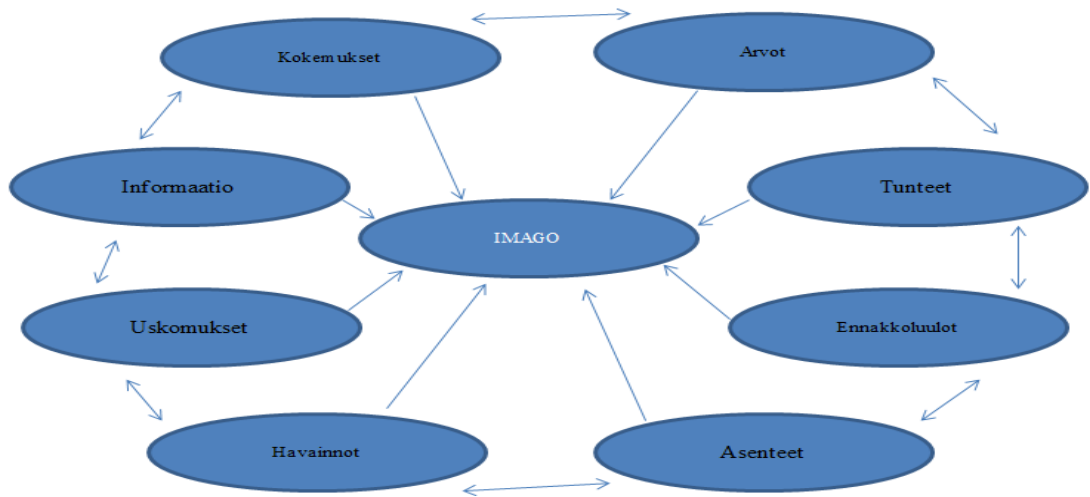
ole kuitenkin vielä ajatusmallia hyvä-huono, joten mielikuvaa voidaan vielä kutsua puhtaaksi mielikuvaksi. Asennevaihe sisältää negatiivisia, positiivisia ja neutraaleja arvolutauksia. Tässä kohdassa mielikuva muuttuu puhtaasta mielikuvasta pysyväksi mielikuvaksi. Suosituimmuusvaiheessa ihminen mieltää asian muita vaihtoehtoja paremmaksi. Kokemusvaiheessa puolestaan asia vastaa henkilön sen hetkistä totuutta eli uskoa niihin ominaisuuksiin, joita hänellä on asiasta. Tässä vaiheessa mielikuva kypsyy sisäiseksi totuudeksi, jonka muuttaminen on vaikeaa. (Rope & Vahvaselkä 1997, 70.)



Kuvio 4. Mielikuvan syntyminen tasoittain (Rope & Vahvaselkä 1997, 69).

Karvonen puolestaan toteaa edelleen, että mielikuvassa on kysymys siitä, miten ihmiset havaitsevat kohteen, eikä siitä, mikä on kohteen todellisuus. Kyseessä voi olla myös julkinen havainto eli median välittämä kuva. Karvonen huomauttaa kuitenkin tähän, että havaitseminen ei ole kohteen mutkatonta kuvautumista havaitsijan mieleen vaan enemmänkin henkilön tulkintaa ja päättelyä esiin tulevien vihjeiden pohjalta. (Karvonen 1999, 53.)

Mielikuvan rakentuminen voi pohjautua myös imagon muodostumiseen ihmisen mielessä. Kuviosta 5. nähdään, kuinka imagoon tai mielikuvaan vaikuttavat mm. asenteet, tunteet, arvot ja kokemukset. (Rope & Vahvaselkä 1997, 66–67.)



Kuvio 5. Imagon psykologiset vaikuttimet (Rope & Vahvaselkä 1997, 66).

Rope ja Vahvaselkä väittävät edellisen mukaisesti, että muodostunut mielikuva on näin ollen asenteellinen, tunnepohjainen, mahdollisesti ns. objektiivisesta totuudesta irtoava, henkilökohtainen ja vilpittömään omaan arvomaailmaan pohjautuva. (Rope & Vahvaselkä 1997, 66–67.)

Ihmisen käyttäytymisen ytimenä on Ropen ja Pyykön mukaan tarveperustasta, arvo- ja asennejärjestelmä sekä motiivit. Näitä he kutsuvat ihmisen psykosysteemiksi. Sen ensimmäisenä tasona on yksilön persoonallisuus, toisena tasona henkilökohtaiset taustat, johon kuuluu perhetausta ja siihen liittyvä tarvot ja arvostukset. Kolmantena tasona on yksilön kulttuuritausta, jossa hän on kasvanut. Se vaikuttaa yksilöön sekä välillisesti että suoraan niiden uskomusten, yleisten totuuksien ja ajatusperustojen kautta, joita kulttuurissa on vallalla. Neljäntenä tekijänä ovat yleiset markkinaperustat, joilla Rope ja Pyykkö tarkoittavat mm. yhteiskunnan kehittyneisyyttä, taloudellista tilannetta, infrastruktuuria ja lainsäädäntöä. Viides taso on yksilön elinvaihe eli esim. perheenperustaja-, lapsiperhe- tai keski-ikäisvaihe. Kuudes taso on sosioekonominen. Se liittyy yksilön koulutustaustaan, asemaan työmarkkinoilla ja tulotasoon. Näiden kaikkien tekijöiden lisäksi yksilön mielikuvien määräytymiseen vaikuttavat yhteiskunnan taloudellinen ja arvoperustainen tilanne. (Rope & Pyykkö 2003, 34–41.)

3.3 Mielikuvan kehittäminen

Edellä on todettu, että mielikuvien muodostumiseen vaikuttavat mm. arvot ja asenteet, tarpeet, tiedot, kokemukset ja ennakkoluulot. Ihmisellä voi olla mielikuvia, vaikkei hänellä olisi juuri kyseenomaisesta asiasta omia henkilökohtaisia kokemuksia. Näin ollen, onko yrittäjyydestä tullut asia, josta puhutaan paljolti mielikuvien värittämänä, joko hyvänä tai äärimmäisen pahana asiana? Onko esimerkiksi media esitellyt vain onnistuneita yrittäjä tarinoita ja toisena ääripäänä epäonnistumisia? Nämä vastakkainasettelut ovat saattaneet luoda mielikuvan siitä, että ei ole olemassa yrittäjää, joka menestyy ja välttää konkurssin ja vielä ehkä nauttii oman työnsä tuloksista.

Isohookanan mukaan, esimerkiksi yritys, ei voi vaikuttaa kaikkiin mielikuvatekijöihin, kuten huhuihin, juoruihin ja vaikka nettikirjoitteluun. Siksi sen tulisi säännöllisesti tutkia millaisia mielikuvia sidosryhmillä on sen toiminnasta ja vastaavatko muodostuneet, todelliset mielikuvat tavoitemielikuvia. (Isohookana 2011, 32.) Tämä liittyy myös mielikuviin yrittäjyydestä. Onko esimerkiksi median antama kuva yrittäjyydestä niin houkutteleva ja oikea, että se häivyttää huonot kertomukset, ja sen mainetta vahingoittavat jutut?

Ropen ja Vahvaselän mukaan mielikuvia voi kehittää kahdella vaihtoehtoisella strategisella tavalla. Ensimmäisessä vaihtoehdossa keskitytään nostamaan asian heikkoja ominaisuuksia ja toisessa vaihtoehdossa keskitytään vahvistamaan nykyisiä vahvuuksia. (Rope & Vahvaselkä 1997, 86.)

4 Arvot ja asenteet

Elämme muutoksen aikaa. Talous on lamassa. Yritykset irtisanovat henkilökuntaa. Työttömyys on suurta. Arvot puhuttavat ja niitä kyseenalaistetaan esimerkiksi isojen YT-tilanteiden tultua julki. Puohiniemi mainitseekin yhden merkin muutoksen syvyydestä olevan se, että arvokeskustelu on keskiössä. Arvojen sanotaan nousevan esiin aina muutostilanteissa. Kun asiat pysyvät ennallaan, ne hoituvat hyväksi havaittujen rutiiinien avulla. Arvoja aletaan kaivata, kun asiat eivät hoidukaan kuten ennen. (Puohiniemi 2006, 7.)

Työelämän murros, globaalin toimintakentän ja teknologian tuoma muutos sekä taloudellinen taantuma vaikuttavat yritysten toimintaan, työyhteisöjen käytäntöihin sekä yksi-

löiden asenteisiin ja arvoihin. Suomalaisen työn tulevaisuuden katsauksen mukaan suomalaiset nojaavat arvomaailmaltaan edelleen voimakkaasti protestanttiseen etiikkaan, jonka tunnusomaisina piirteinä ovat kova työn tekeminen ja uutteruus. (Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen 2014, 23.)

Miten arvot ja asenteet sitten näyttäytyvät suhtautumisessa yrittäjyyteen? Halttunen & Toivola uskovat, että ihmiset näkevät tilanteet eri tavoin. Yksi päättää ryhtyä yrittäjäksi ja toinen päättää hankkia elantonsa muulla tavalla. Tilanteen tulkintaan vaikuttavat henkilön arvot ja asenteet sekä uskomukset sekä henkilön persoonallisuuteen liittyvät ominaisuudet ja kyvyt. Lisäksi tilanteen tulkintaan vaikuttaa se, voiko henkilö ajatella samaistuvansa yrittäjyyteen. (Halttunen & Toivola & Tuomi & Varamäki 2006, 57.)

4.1 Arvojen ja asenteiden määrittely

Puohiniemi määrittelee arvot motiiveiksi eli valintoja ohjaaviksi päämääriksi. Hän myös kirjoittaa, että arvot ovat tekojen motiiveja, mutta kaikki motiivit eivät ole arvoja. Hänen mukaansa arvot ovat kuitenkin tietoisia motiiveja, joihin liittyy kulttuurillisesti hyväksyttävä, myönteinen tunnelataus. Lisäksi hän sanoo arvojen olevan sangen pysyviä. (Puohiniemi 2006, 8.)

Yhteiskuntatieteellinen määritelmä sanoo arvojen olevan ihmisen toiminnan abstrakteja, yleisluontoisia, toivottavia päämääriä, jotka ohjaavat yksilön havaitsemista ja valintoja. Niiden avulla voi myös perustella valintoja. Edelleen arvoiksi voidaan katsoa myös hyveiksi nimetyt asiat, sellaiset kuten ahkeruus, rohkeus ja kohteliaisuus. Arvot ovat tietoisemmin valittuja ja voivat muuttua ihmisen iän ja kokemusten karttuessa. (Helkama 2015, 8.)

Rope ja Pyykkö jatkavat arvojen määrittelyä seuraavasti: arvot edustavat ihmisen näkemyksiä siitä, mikä on oikein, mikä väärin tai ainakin mikä on hyvä tai huono. Niiden mukaisesti ihmiset pitävät tiettyjä käyttäytymismalleja hyväksyttävänä ja joitain toisia ei hyväksyttävänä eli rajoittavina tai peräti kiellettyinä. (Rope & Pyykkö 2003, 132.) Arvot toimivat identiteetin välineenä eli ne vastaavat kysymyksiin keitä me olemme, keitä me emme ole. Ne voivat myös vastata kysymykseen keitä me haluaisimme olla. Näin tieto siitä, keitä me olemme, suuntaa toimintaa. (Pitkänen 2001, 92.)

Asenteet voidaan puolestaan määritellä tavoiksi, joilla yksilö suhtautuu ympäröivään maailmaan. Puohiniemen mukaan ne voivat olla myönteisiä, kielteisiä tai neutraaleja toimintavalmiuksia, jotka helpottavat yksilön päätöstä siitä, miten tulee toimia eri tilanteissa. (Puohiniemi 2006, viii.)

Samaan ovat päätyneet Rope ja Pyykkö. Heidän mielestään yksilö on asenteellinen olio. Hän suhtautuu erilaisiin asioihin aina niin, että taustalla ovat arvoperusteiset asenteet asioita kohtaan. (Rope & Pyykkö 2003, 135.)

Ropen ja Pyykön mielestä oleellista asenteissa on se, että jotkut asiat herättävät yksilöissä intohimoja suuntaan tai toiseen. Jotkut joissain ihmisissä vahvasti intohimoja herättävät asiat ovat jonkun toisen yksilön kohdalla puolestaan varsin vähän mitään intohimoja herättäviä. Rope ja Pyykkö väittävät tämän liittyvän siihen, että asenteeseen voidaan katsoa liittyvän aina tunneperusteinen suhtautuminen joltain asiaa kohtaan. He määrittelevät asenteet viisiportaisesti, esimerkiksi seuraavasti: erittäin positiivisesti ko. asiaan suhtautuva, myönteisenä asiaa pitävä, neutraalisti (ei puolesta eikä vastaan) asiaan suhtautuva, kielteisesti asiaan suhtautuva tai vahvasti kielteisesti (vastustaen) asiaan suhtautuva. (Rope & Pyykkö 2003, 136.)

Yrittäjyysmyönteisyydessä tai kielteisyydessä löytynee edellä mainittu tunneperäinen asenne asiaa kohtaan. Kielteisesti tai vahvasti kielteisesti yrittäjyyteen suhtautuva henkilö tuskin perustaa yrityksen, kun taas päinvastaisen asenteen omaava henkilö saattaa oikean hetken tullen ryhtyä yrittäjäksi.

Rope ja Pyykkö nostavat myös trendit oleellisiksi asenteissa. Heidän mukaansa trendit näkyvät muun muassa siinä, että asenteet saattavat olla nousussa tai laskussa riippuen julkisen sanan keskustelusta, jostain tapahtumista tai yleisestä virittäytymisestä. (Rope & Pyykkö 2003, 136.) Tässä voinee kysyä, onko tällä hetkellä trendinä yrittäjyysmyönteisyys, kun moni osaaja on menettänyt työpaikkansa ja ainoa tai lähes ainoa keino työllistyä uudelleen voi olla yrittäminen.

4.2 Arvojen ja asenteiden merkitys ja muotoutuminen

Klassinen arvojen luokittelumalli on Rokeachin arvojen jako kahteen luokkaan eli perus- ja välinearvoihin (Rokeach 1973, teoksessa Rope ja Pyykkö 2003, 132-133). Perusarvot ovat elinikäisten tavoitteiden ja toiveiden ilmentäjiä. Niihin kuuluu mm. viisaus,

mielihyvä ja onni. Välinearvot ovat keinoja päämäärien saavuttamiseksi. Nämä arvot sallivat käyttäytymisen, joka johtaa toivottuun lopputulokseen. Tämän klassisen arvokäsityksen pohjalta on syntynyt Shalom Schwartzin ns. arvoteoria. (Rope & Pyykkö 2003, 132 -133.)

Schwartzin arvoteoria määrittelee arvojen universaalin (yleismaailmallinen, kaikkialla pätevä) merkityksen ja rakenteen. Arvojen sanotaan joko täydentävän toisiaan tai olevan toisilleen vastakkaisia. Teorian kymmeneksi arvoksi mainitaan itseohjautuvuus, virikkeisyys, hedonismi, suoriutuminen, valta, turvallisuus, yhdenmukaisuus, perinteet, hyväntahtoisuus ja universalismi. (Puohiniemi 2006, 10–11.)

Puohiniemi sanoo arvojen olevan opittuja ja että ne ovat kulttuurisesti hyväksytyjä elämää ohjaavia päämääriä. Ne eivät ole synnynnäisiä, vaikka ovatkin melko pysyviä. Ne opitaan pitkän ajan kuluessa, elämän varrella. Puohiniemi jatkaa, että arvot ovat sellaisia, joihin ihmiset turvautuvat vaikeissa valintatilanteissa. Tilanteissa, joissa rutii-neista ei ole apua. Hän määrittelee myös sen, että arvoissa, kuten muissakin motiiveis-sa, on kaksi osatekijää eli tunne ja tieto. Tieto ohjaa ihmistä valitsemaan suunnan ja tunne virittää halun päästä perille. (Puohiniemi 2006, v, 9.)

Rope ja Pyykkö sanovat arvojen ja arvomuutosten liikkuvan ajassa, jolloin yksilön arvoperusta saattaa muuttua ympäristötapahtumista ja yleisestä ajattelumuutoksesta johtuen (Rope & Pyykkö 2003, 133). Myös kulttuuriympäristö muovaa ihmisen arvoja, uskomuksia, normeja ja käyttäytymistä. Se vaikuttaa maailmankuvaamme ja tapaamme elää. Kulttuuri vaikuttaa siihen millaisia tuotteita tai palveluja käytämme ja mitä asioita arvostamme. (Isohookana 2011, 19–20.)

5 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus on ongelmanratkaisua, joka pyrkii selvittämään tutkimuskohteensa lainalaisuuksia ja toimintaperiaatteita. Tutkimus voi olla teoreettista tutkimusta, jossa käytetään hyväksi valmiina olevaa tietomateriaalia tai empiiristä eli havainnoivaa tutkimusta. (Heikkilä 2014, 12.)

Tämän empiirisen tutkimuksen tavoitteena oli vastauksen saaminen tutkimusongelmaan eli siihen, ovatko Metropolian liiketalouden opiskelijat kiinnostuneita yrittäjyydestä ja mitkä ovat heidän mielikuvansa, arvonsa ja asenteensa yrittäjyyttä kohtaan.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen tutkimus. Sitä voidaan kutsua myös tilastolliseksi tai määrälliseksi tutkimukseksi. Sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. (Heikkilä 2014, 15.)

Kvantitatiivinen menetelmä edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineiston keräämiseen käytetään standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Kritiikkinä voisi esittää sen, että kvantitatiivisella tutkimuksella saadaan kyllä selville olemassa oleva tilanne, mutta sen avulla ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä. (Heikkilä 2014, 15.)

5.2 Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus

Aluksi oli idea. Oli mietittävä eri näkökantoja, jotka asiaan liittyisivät. Taustalle tarvitsi myös asiaan liittyvää teoriaa. Hakusanoilla löytyi kirjallisuutta ja aiheesta tehtyjä aiempia opinnäytetöitä. Muistiinpanot alkoivat muotoutua. Niiden pohjalta alkoi tiedon kirjoitus opinnäytetyöpohjalle.

Kyselylomakkeella oli 20 kysymystä. Taustatietokysymyksiä oli yhdeksän. Kysymystyyppinä käytettiin Likertin asteikollisia kysymyksiä ja monivalintakysymyksiä. Avoimia kysymyksiä oli muutama. Tutkimuskysymykset pyrittiin tekemään koko ongelman kattavaksi. Ensin ne kirjoitettiin Word-pohjalle, jossa niitä oli helppo muotoilla. Tässä vaiheessa työn ohjaaja antoi kommenttinsa lomakkeen sisällöstä. Seuraavassa vaiheessa kysymyksiä alettiin rakentaa oppilaitoksen e-lomakepohjalle. Ennen e-lomakkeen julkaisua oppilaitoksen tilastomatematiikan opettaja antoi näkemyksensä lomakkeesta, jonka jälkeen tehtiin lopulliset muutokset kyselyyn.

Kyselyn linkki lähetettiin koulun opintosihteerin toimesta sähköpostilla vastaajille. Vastausaika oli 20.3.–1.4.2015. Vastausajan jälkeen luokittelin aineiston tarkoituksenmukaisiksi muuttujiksi SPSS tilasto-ohjelman avulla. Analysoinnissa käytin hyväksi erilaisia frekvenssejä ja ristiintaulukointia. Puuttuvat vastaukset luokiteltiin muuttujiksi: ei tietoa. Avoimia vastauksia tuli vähän. Ne huomioitiin kussakin asiakohdassa ja tutkimuksen kannalta relevantit vastaukset kirjattiin tuloksiin.

5.3 Kohderyhmä ja otanta

Tutkimuksen perusjoukko on se tutkimuksenkohteena oleva joukko, josta tieto halutaan saada. Tutkimus voi olla joko kokonaistutkimus tai otantatutkimus. (Heikkilä 2014, 12.)

Kohderyhmäksi valikoituivat Metropolian Ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijat. Heidät valittiin sillä perusteella, että heillä ajateltiin olevan näkemystä yrittäjyyteen liittyen. Liiketalouden opintokokonaisuuteen kuuluu laskentatoimen opinnot, jotka antavat hyvän yleiskäsityksen yrityksen liiketoiminnasta ja sen mahdollisista riskeistä ja näin ollen ehkä myös pohjaa sille ajatukselle, voisiko opiskelija ajatella toimivansa yrittäjänä. Otanta rajoittui Myyrmäen kampuksen liiketalouden opiskelijoihin. Tutkittavia oli noin kolmesataa.

5.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen tulee mitata sitä, mitä oli tarkoituskin selvittää. Validius tarkoittaakin systemaattisen virheen puuttumista. Tutkimuslomakkeen kysymysten tulee mitata oikeita asioita yksiselitteisesti ja niiden tulee kattaa koko tutkimusongelma. Perusjoukon tarkka määrittely, edustavan otoksen saaminen ja korkea vastausprosentti edesauttavat validin tutkimuksen toteutumista. (Heikkilä 2014, 27.) Kyselytutkimuksen vastausprosenttia voidaan pitää vielä hyvänä, jos se on vähintään 30 prosenttia (Elo 2013).

Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten tarkkuutta. Ne eivät saa olla sattumanvaraisia eli kenen tahansa muun tekemänä vastaavan tutkimuksen tulee antaa samat tulokset. Mikäli otoskoko on kovin pieni, ovat tulokset sattumanvaraisia. Luotettavien tulosten saamiseksi on myös varmistettava, ettei kohderyhmä ole vino. Tämä tarkoittaa sitä, että otos edustaa koko tutkittavaa joukkoa, ei vain osaa siitä. (Heikkilä 2014, 28.)

Jotta tämän tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti täytyisi, määriteltiin tutkimuksen perusjoukko tarkasti. Kyselyn saivat vain oppilaitoksen liiketalouden opiskelijat. Edustava joukko arvioitiin saatavan rajaamalla tutkittava joukko Metropolia Ammattikorkeakoulun Myyrmäen kampuksella opiskeleviin liiketalouden opiskelijoihin.

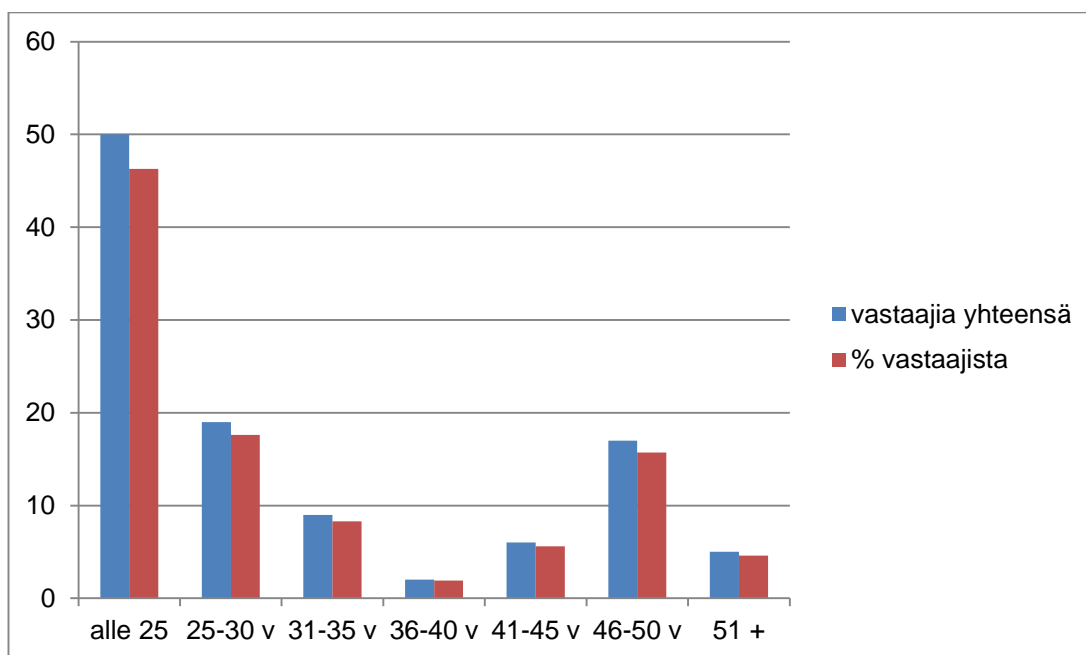
Tutkimuskysymyksillä pyrittiin kattamaan koko tutkittava ongelma. Tutkimuskysymyksistä pyrittiin tekemään mahdollisimman selkeitä ja joihinkin kysymyksiin liitettiin vastausohje.

6 Tutkimuksen tulokset

6.1 Vastaajien taustatiedot

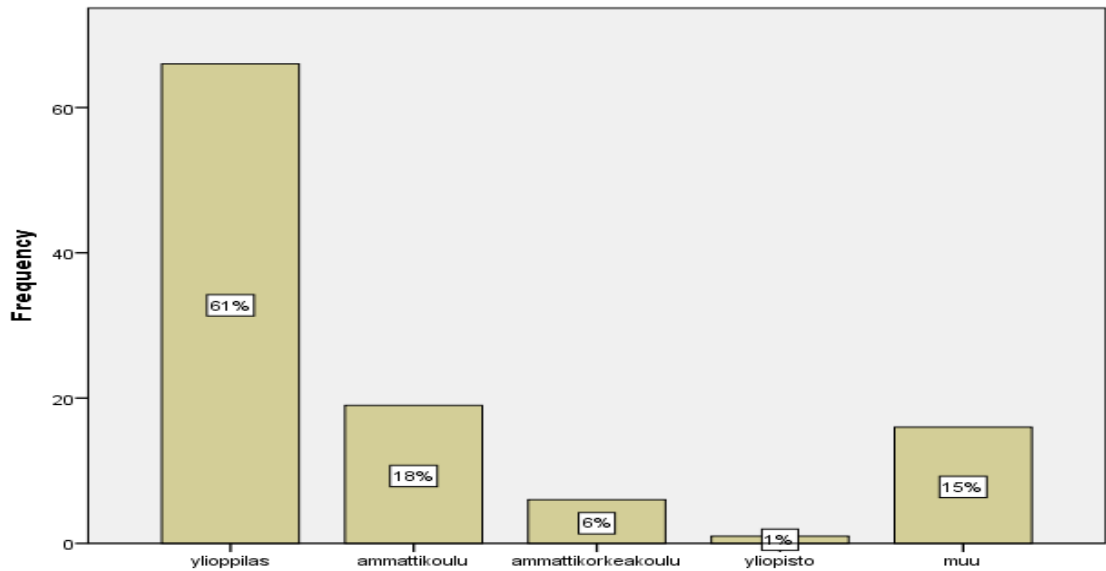
Tutkimuksen taustatietoina (kysymykset 1.-9.) selvitettiin vastaajan sukupuoli, ikä, aikaisempi koulutustausta, opiskelijastatus sekä arvioitu valmistumisaika. Lisäksi selvitettiin vastaajan yrittäjäperhetaustaa ja omaa mahdollista aiempaa yrittäjätaustaa. Myös sitä kysyttiin, toimiko vastaaja parhaillaan yrittäjänä. Kattavalla taustakysymysmäärällä haluttiin varmistaa se, että tuloksista voitiin tehdä monipuolisesti myös ristiintaulukointeja.

Tutkittaessa vastaajien ikää, voitiin todeta, kuvio 6, että suurin osa vastaajista oli alle 31-vuotiaita. Vähiten vastanneissa oli 36–40-vuotiaita. Vastaajista suurin osa, eli 70 %, oli naisia.



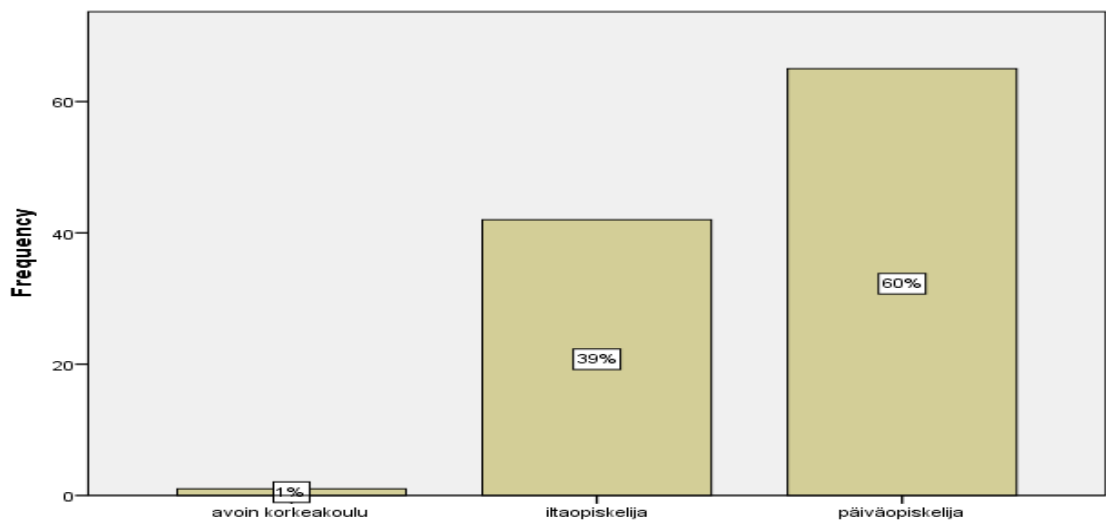
Kuvio 6. Vastaajien ikäjakauma.

Vastaajien aiempi koulutustausta nähdään kuvioista 7. Suurimmalla osalla, 61 %:lla vastaajista, oli taustakoulutuksena ylioppilastutkinto. 18% pohjakoulutuksena oli ammattikoulu. Muu koulutus, jonka laatua ei selvitetty tarkemmin, oli noin 15 % vastaajista. Viidellä prosentilla oli taustalla ammattikorkeakoulututkinto ja noin yhdellä prosentilla yliopistotutkinto. Tämä oli odotettu tulos, sillä ikäjakauma jo osin antoi viitteitä siihen, että koulutustausta lienee suurimmaksi osaksi ylioppilaspohjainen.



Kuvio 7. Koulutustausta.

Myös vastaajien opiskelijastatus selvitettiin, kuvio 8. Suurin osa vastaajista oli päiväopiskelijoita. Heidän osuutensa oli 60 % vastaajista. Iltaopiskelijoita vastaajista oli 39 %. Tämänkin tulos oli odotettava, kun oli nähnyt ikäjakauman ja koulutustaustan. Suurin osa päiväopiskelijoista on ”perinteisesti” nuoria.

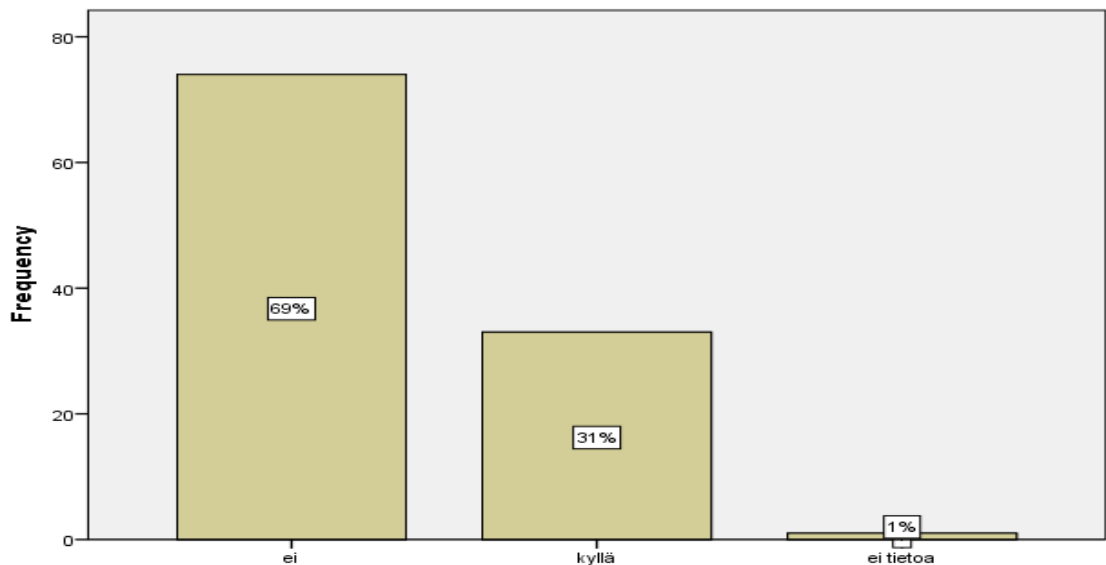


Kuvio 8. Opiskelijastatus.

Taustatiedoissa kysyttiin myös sitä, milloin vastaaja oli valmistumassa oppilaitoksesta. Lähes puolet vastaajista oli valmistumassa vuonna 2015. Keväällä 2016 arvioi valmistuvansa alle kymmenen prosenttia vastaajista ja syksyllä 2016 noin 25 prosenttia vas-

taajista. 17 prosenttia vastaajista ilmoitti valmistuvansa myöhemmin kuin 2016 syksyllä. Tämä kysymys ei ollut välttämättä relevantti tämän tutkimuksen kannalta.

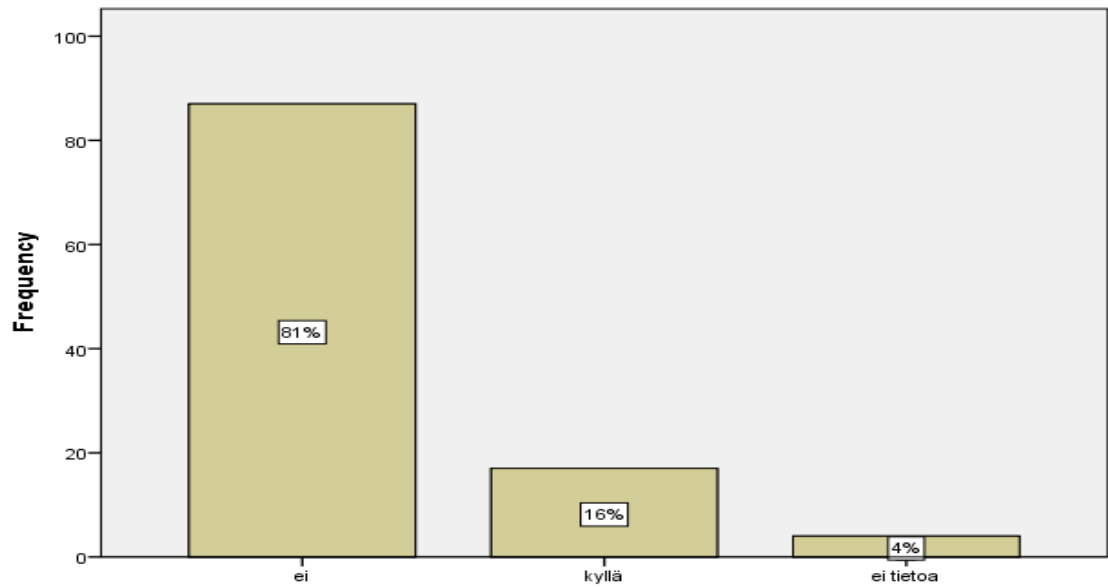
Kuudennella kysymyksellä kartoitettiin sitä, oliko vastaajilla yrittäjäperhetausta. Tarkennuksena kysymyksessä oli, että yrittäjiä oli jompikumpi tai kummatkin vanhemmat. Kuviosta 9. voidaan nähdä, että suurimmalla osalla vastaajista, 69 %:lla, ei ollut yrittäjäperhetaustaa.



Kuvio 9. Yrittäjäperhetausta.

Yrittäjäperhetaustan omaaville oli myös lisäkysymys, jolla haluttiin selvittää vastaajan suhde perheyriytykseen. Suurin osa, 25 vastaajaa, ei ollut missään tekemisissä perheyriytyksen kanssa. Yrityksen työntekijänä vastasi toimivansa neljä henkilöä. Kaksi henkilöä ilmoitti olevansa yrityksen osakkaita. Muita tehtäviä olivat mm. kirjanpidon tekijä ja markkinoinnissa auttaja.

Myös sitä kysyttiin, toimiko vastaaja parhaillaan itse yrittäjänä. Kuusi prosenttia vastaajista kertoi toimivansa parhaillaan yrittäjänä. Aiempaa yrittäjäkokemusta oli puolestaan 16 %:lla vastaajista, kuvio 10.



Kuvio 10. On toiminut aiemmin yrittäjänä.

6.2 Kiinnostus yrittäjyyttä kohtaan

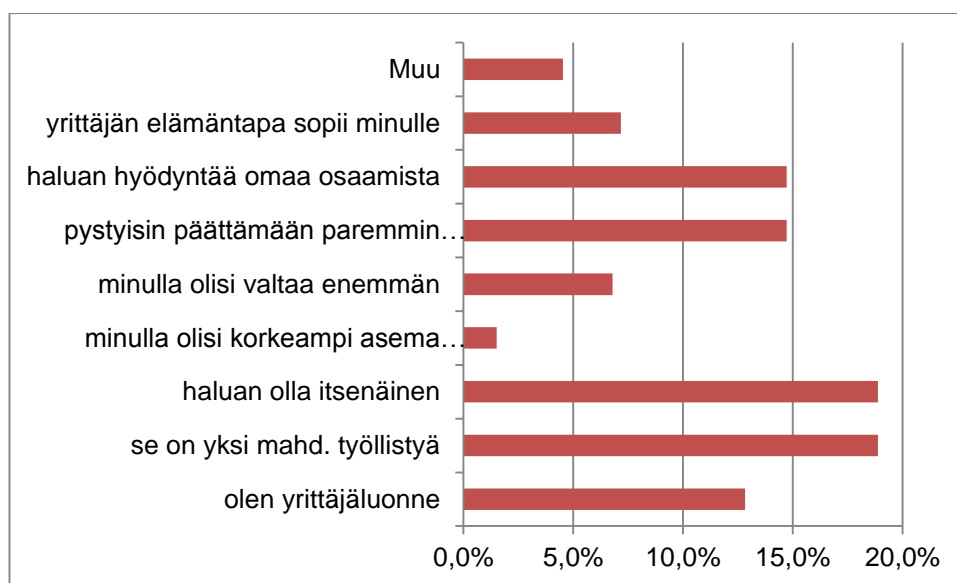
Taustakysymysten jälkeen tulivat kysymykset otsikolla sinä ja yrittäjyys, joissa selvitettiin vastaajan ajatuksia yrittäjyyden kiinnostavuudesta. Niillä kartoitettiin esimerkiksi sitä, voisiko vastaaja ajatella toimivansa yrittäjänä. 75 vastaajaa oli sitä mieltä (kuvio 11.), että yrittäjyys kiinnostaa heitä. Päinvastaista mieltä oli 33 vastaajaa.



Kuvio 11. Voisi toimia yrittäjänä.

Kysymykseen: miksi yrittäjyys kiinnosti hakijaa, pyydettiin vastaajaa valitsemaan vastausvaihtoehdoista ne asiat, jotka eniten vaikuttivat mielipiteeseen. Taulukosta 1. nähdään, että kaksi eniten vastaajien kiinnostukseen yrittäjyyttä kohtaan vaikuttavaa asiaa olivat: mahdollisuus työllistyä ja halu olla itsenäinen. Tämä tulos oli hyvin samansuuntainen Yrittäjyysilmapuntari 2013 tutkimuksen mukaan. Siinä mainittiin yrittäjyyteen eniten suomalaisia huokuttelevan vapaus tehdä niin kuin itse haluaa, itsenäisyys ja hyvät ansaintamahdollisuudet.

Taulukko 1. Yrittäjyys kiinnostaa, koska...



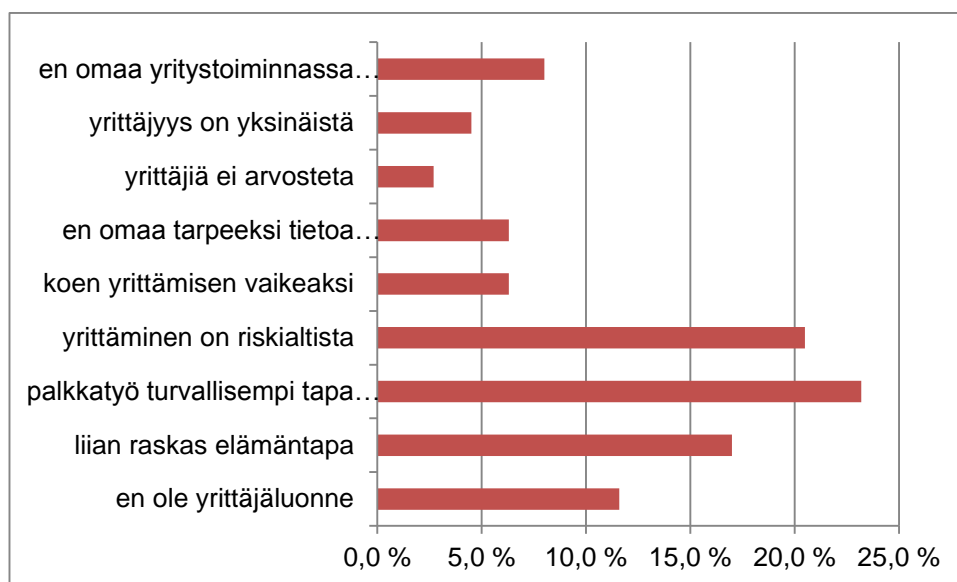
Edellisessä kysymyksessä oli myös vaihtoehto muu, johon vastattiin seuraavasti:

"mahdollisuus tehdä työtä jota rakastaa, Pystyisi ansaita lisätuloja työn ohella, tekemällä toiminimellä myös hommia, isän firman jatkaminen, Raha, saa tehdä mistä on oikeasti kiinnostunut ja omilla ehdoilla, Mahdollinen vaurastuminen, Mieluummin tienaisin itselleni, kuin kasvattaisin toisen omaisuutta, kannustavuus kun saa mielenkiintoisesta työstä ansaitsemansa palkkion, Olen konkurssin tehnyt yrittäjä ja nyt velkaj:ssä; haluan auttaa uusia yrittäjiä, vapaus".

Tarpeen oli myös selvittää syitä siihen, miksi yrittäjyys ei kiinnostanut vastaajaa. Vastaajaa pyydettiin valitsemaan vastausvaihtoehdoista ne syyt, jotka eniten vaikuttivat mielipiteeseen. Taulukosta 2. nähdään, että lähes puolet vastaajista piti yrittäjyyttä riskialttiina. Palkkatyön katsottiin olevan turvallisempi tapa työllistyä, 23 % vastauksista. Yrittäjyys on riskialtista, vastasi 24 % vastaajista. Tulos oli jälleen samansuuntainen Yrittäjyysilmapuntari 2013 tulosten kanssa. Niissä todettiin, että yrittäjyyttä vastaan

puhuvina seikkoina suomalaiset mainitsivat taloudellisen riskin ja oman jaksamisen sekä sen, että toisen palveluksessa on helpompaa. Tässä kohdassa voisi sanoa myös Maslow'n tarvehierarkian pitävän paikkansa. Ihmiset kaipaavat turvallisuutta elämäänsä ja yrittäjyys saatetaan katsoa perustarpeita horjuttavaksi ja ei siksi niin houkuttelevaksi vaihtoehdoksi työllistyä.

Taulukko 2. Yrittäjyys ei kiinnosta, koska...



Edellisessä kysymyksessä oli lisävastausvaihtoehto muu. Siihen vastasi vain yksi henkilö. Vastaus oli: ”ei ole liikeideaa”.

Kysymyksellä 13. kartoitettiin sitä, oliko vastaajalla lähipiirissään henkilöitä, jotka toimivat yrittäjinä. Lähipiiri oli määritelty kysymyksessä siten, että se tarkoittaa puolisoa, asuinkumppania, lähisukulaista tai ystävää. Kysymys haluttiin mukaan siksi, että sen ajateltiin antavan lisätietoa, kun muuttujaa käytetään esimerkiksi ristiintaulukoidessa yrittäjyyden arvostusta ja mielikuvia. Suurimmalla osalla vastaajista, 77 %:lla, oli lähipiirissään yrittäjä tai yrittäjiä.

6.3 Mielikuvat, arvot ja asenteet yrittäjyydestä

Seuraavilla kysymyksillä kartoitettiin vastaajien mielikuvia yrittäjyydestä. Ensiksi vastaajia pyydettiin valitsemaan ne vaihtoehdot, jotka parhaiten kuvaavat vastaajan mielikuvia yrittäjyydestä. Oheisesta taulukosta 3. käy selville, että yleisimmin yrittäjyys miel-

lettiin rohkeiden valinnaksi, 17 %, riskialttiiksi, 16 % sekä aliarvostetuksi 12 %. Vähiten sen katsottiin olevan helppoa.

Taulukko 3. Mielikuvat yrittäjyydestä.

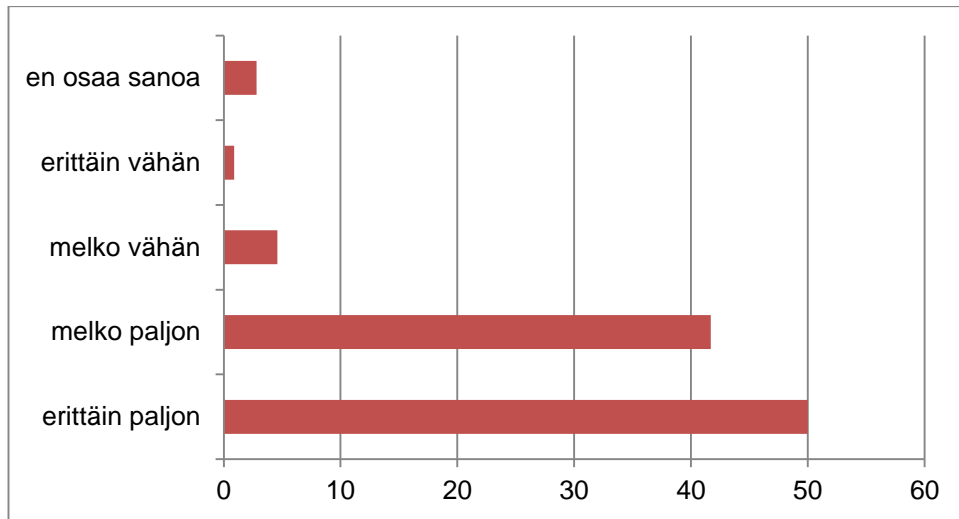


Edellisen kysymyksen vastausvaihtoehtoon muu, vastattiin seuraavasti: ”Yrittäjyys ei ole yksinkertaisille, Yrittäjänä hyvät ja huonot puolet ovat suuria, Yrittäjällä ei ole vapaa-aikaa, Yrittäjyys on nykyisin myös ”pakollista” itsensä työllistämistä, Pienyrittäjiä ei tueta; jäävät tukiverkoston ulkopuolelle, Yrittäjänä olemisen vaatii vuosien työn ennen kuin se kantaa hedelmää”.

Arvot ja asenteet kysymyksillä selvitettiin vastaajien mielikuvia siitä, miten yhteiskunta arvostaa yrittäjyyttä. Vastaajien enemmistö arvioi yhteiskunnan arvostavan yrittäjyyttä melko vähän. Tätä mieltä oli 47 % vastaajista. Toisaalta 33 % vastasi, että yhteiskunta arvosti yrittäjyyttä melko paljon. Kolme henkilöä ei vastannut tähän kysymykseen. Heidän kohdallaan on taulukossa maininta: ei tietoa.

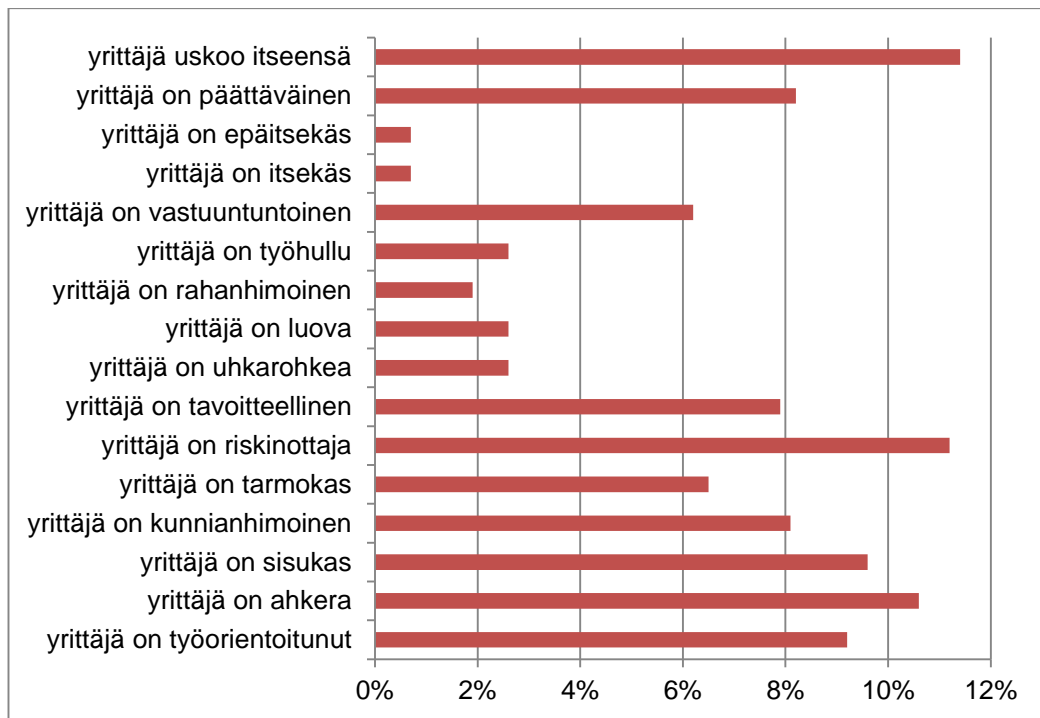
Kysymykseen kuinka vastaajat itse arvostivat yrittäjyyttä (taulukko 4.), yli puolet vastasi, että he arvostivat sitä erittäin paljon. Paljon yrittäjyyttä ilmoitti arvostavansa 42 % vastaajista.

Taulukko 4. Miten itse arvostaa yrittäjyyttä?



Kysymys 17. kartoitti vastaajien mielikuvia itse yrittäjistä henkilöinä. Vastaajia pyydettiin valitsemaan ne mielikuvat, jotka heidän mielestään parhaiten vastasivat heidän käsityksiään yrittäjistä. Taulukosta 5. käy ilmi, että yleisin mielikuva yrittäjistä oli: yrittäjä uskoo itseensä (11 %). Toiseksi yleisin mielikuva oli: yrittäjä on riskinottaja (11 %). Kolmanneksi yleisin mielikuva oli: yrittäjä on ahkera (11 %). Vähiten vastauksissa esiintyivät vaihtoehdot: yrittäjä on itsekäs, yrittäjä on epäitsekäs sekä yrittäjä on rahanhimoinen. Vastausten perusteella voisi yhtyä teoriaosuudessa oleviin Isohookan ajatukseen siitä, että mielikuvien muodostumiseen vaikuttavat mm. arvot ja asenteet, tarpeet, tiedot, kokemukset ja ennakkoluulot. Ihmisellä voi olla mielikuvia, vaikka hänellä olisi juuri kyseenomaisesta asiasta omia henkilökohtaisia kokemuksia.

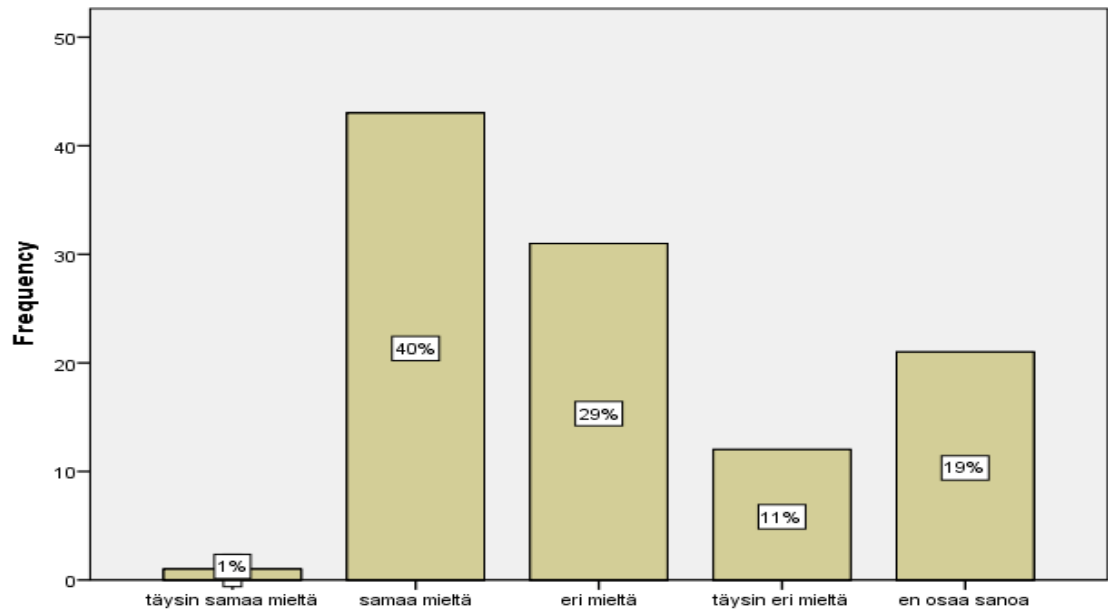
Taulukko 5. Mielikuvat yrittäjistä.



Edellisessä kysymyksessä lisänä olleeseen vaihtoehtoon muu, saatiin vastauksia seuraavasti: ” *Ehkä alansa taitaja, mutta liikkeen talouden suunnittelu ja hoito jää heikoksi, kelvoton löytämään töitä, Päämäärätietoinen, tasapainoinen, joustava, sitoutunut, korkeasti motivoitunut, Yrittäjä on jatkuvasti stressaantunut!* ”

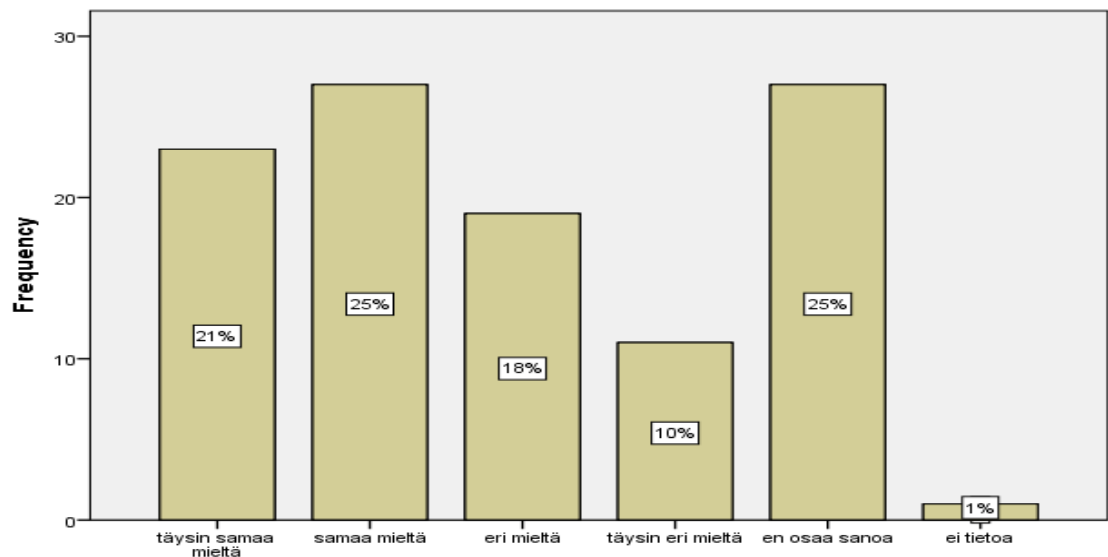
6.4 Oppilaitoksen yrittäjyyskasvatus

Kyselyssä kartoitettiin kolmella kysymyksellä Metropolia Ammattikorkeakoulun yrittäjyyskasvatuksen liittyviä asioita. Ensiksi kysyttiin, antaako Metropolian opintotarjonta eväitä yrittäjyyteen. Kuvio 12. havainnollistaa vastauksia. Tämä kysymys jakoi mielipiteet tasan. 40 % vastanneista oli joko samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että oppilaitos antaa eväitä yrittäjyyteen. Toisaalta noin 40 % vastanneista oli eri mieltä tai täysin eri mieltä väitteestä. Parikymmentä prosenttia vastanneista ei osannut sanoa mielipidettä asiaan.



Kuvio 12. Metropolia ammattikoulu antaa eväitä yrittäjyyteen.

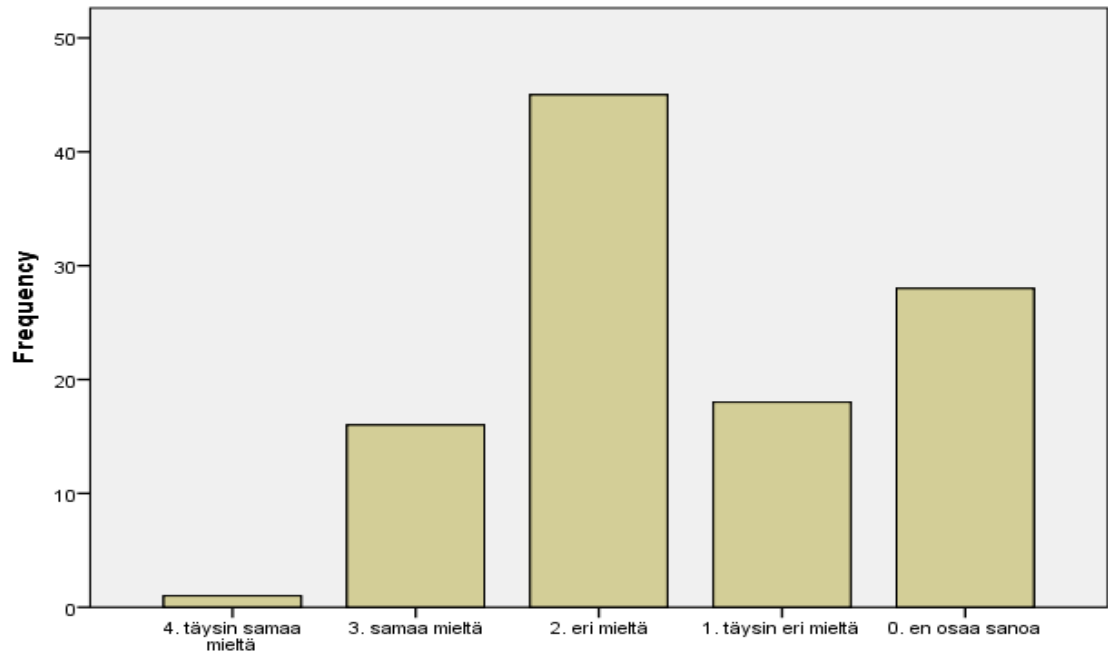
Toinen kysymys kartoitti sitä, olisiko opiskelija valmis valitsemaan yrittäjyysopintojakson opintoihinsa. Kuviossa 13. nähdään, että lähes puolet oli valmis valitsemaan yrittäjyysopintojakson. Vajaa 30 % vastaajista ei valitsisi yrittäjyysopintoja. 25 % vastaajista ei osannut sanoa, valitsisiko sellaisen.



Kuvio 13. Valitsisi yrittäjyysopintojakson.

Tutkimuksen viimeinen kysymys koostui väittämistä, joilla selvitettiin vastaajan mielipidettä oppilaitoksen yrittäjyyskasvatuksen riittävydestä. (Kuvio 14.) Noin 60 % vastaa-

jista oli eri mieltä tai täysin eri mieltä siitä, että tarjonta on riittävää. Noin 15 % oli sitä mieltä, että se on riittävää. 26 % ei osannut sanoa mielipidettä. Kritiikkinä tähän kysymyksenasetteluun kuuluu se, että kysymyksessä olisi pitänyt määritellä, mitä yrittäjyyskasvatuksella tarkoitetaan, sillä se on käsitteenä monitahoinen.



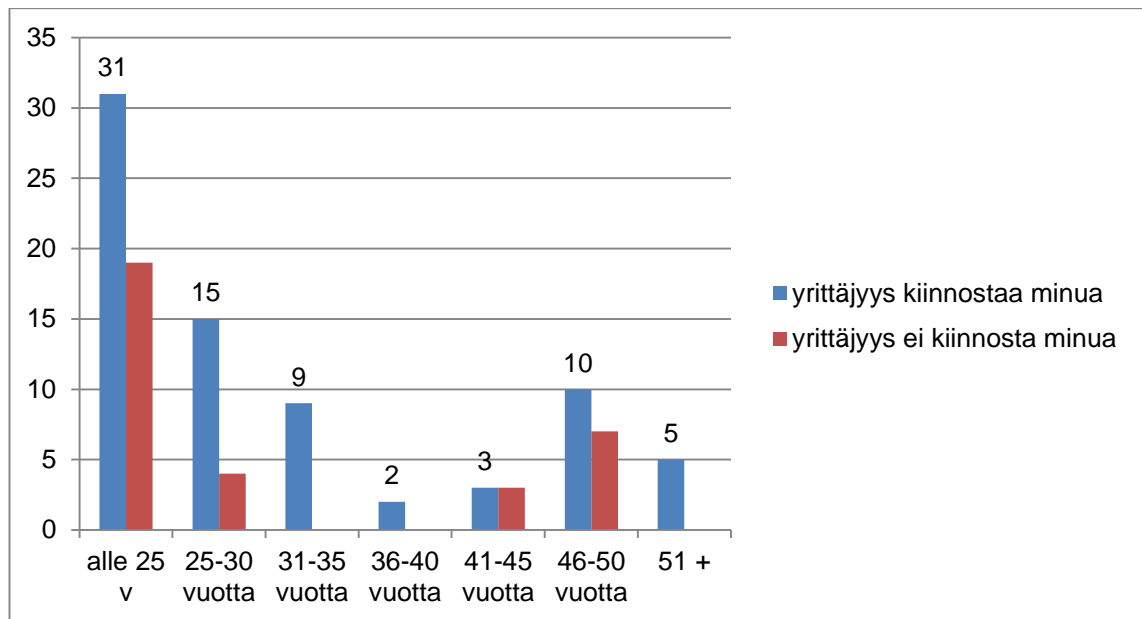
Kuvio 14. Metropolia Ammattikorkeakoulu tarjoaa riittävästi yrittäjyyskasvatusta.

Lopuksi kysymyslomakkeella oli vapaa sana yrittäjyydestä. Tekstikenttä jäi määrittelemättä vahingossa sellaiseksi, että siihen olisi voinut kirjoittaa tekstiä. Toimiva tekstikenttä saatiin kyselyyn vasta siinä vaiheessa, kun vastauksia oli tullut jo yli 90. Loppujen lopuksi vastauksia saatiin yksi kappale: ”*yrittäminen on vastuineen ja veloitteineen paljon vaikeampaa kuin ulkopuolelta katsottuna mm. työntekijänä voisi luulla...*”

6.5 Ristiintaulukoinnit eri muuttujilla

Ristiintaulukoinnilla haluttiin selvittää eri taustamuuttujien vaikutusta esimerkiksi yrittäjyyshalukkuuteen ja mielikuviin. Ensimmäisenä tutkittiin iän vaikutusta yrittäjyyshalukkuuteen. Taulukosta 6. nähdään, että eniten yrittäjyys kiinnosti 31–40-vuotiaita ja yli 51-vuotiaita. Toisaalta heidän lukumääränsä kokonaisvastaajamäärästä oli alhainen. 31–40-vuotiaita vastaajia oli 11 ja 51+-vuotiaita vain viisi eli yhteensä 16 henkilöä, joten he eivät edusta hyvin ikäluokkansa mielipiteitä. Lukumääräisesti eniten vastaajissa oli alle 25-vuotiaita, (50 vastaajaa), joista 62 % (31 henkilöä) oli kiinnostuneita yrittäjyydestä.

Taulukko 6. Iän vaikutus halukkuuteen toimia yrittäjänä.



Sukupuolen vaikutusta yrittäjyshalukkuuteen selvitettiin myös ristiintaulukoinnilla. Sen tuloksena voitiin todeta, että miehistä 89 % oli kiinnostuneita yrittäjyydestä ja naisista 58 %. Tämä tulos ei varsinaisesti yllättänyt, sillä valtaosa yksinyrittäjistä on miehiä. Itsensäyöllistäjät 2013 tutkimuksessa todettiin, että itsensäyöllistäjän voi määritellä siten, että hän on mies, iältään 40–50-vuotias ja suorittanut keskiasteen tutkinnon.

Ristiintaulukointi tehtiin myös koulutustaustasta ja kiinnostuksesta yrittäjyyttä kohtaan. Taulukosta 7. voidaan todeta, että ammattikoulutaustan omaavista jopa 84 % oli kiinnostunut yrittäjyydestä. Ylioppilaspohjaisista 68 % ilmoitti olevansa kiinnostunut yrittäjyydestä. Tämä näyttäisi olevan samansuuntainen tulos ammattikoululaisten yrittäjyysinnostusta tutkittaessa vuonna 2014. Amis-dialogi tutkimuksen mukaan yli 43 % ammattiin opiskelevista vastaajista oli ilmoittanut olevansa kiinnostuneita toimimaan yrittäjänä. Osuus oli yli kaksinkertainen korkeakouluopiskelijoihin verrattuna.

Taulukko 7. Koulutustaustan vaikutus yrittäjähaluun

	voisiko toimia yrittäjänä?		Total
	ei	kyllä	
ammattikoulu	3 16 %	16 84 %	19 100,0 %
ylioppilas	21 32 %	45 68 %	66 100,0 %
ammattikorkeakoulu	2 33 %	4 67 %	6 100,0 %
yliopisto	0 0 %	1 100 %	1 100,0 %
muu	7 44 %	9 56 %	16 100,0 %
Total	33 31 %	75 70 %	108 100,0 %

Myös sitä vertailtiin, miten eri opiskelijastatuksella olevat ovat kiinnostuneita yrittäjyydestä. Suurin osa iltaopiskelijoista, 71 %, voisi ajatella toimivansa yrittäjänä, päiväopiskelijoista 68 %.

Seuraavaksi tehtiin ristiintaulukointi valmistumisajankohdasta ja kiinnostuksesta yrittäjyyttä kohtaan. Taulukosta 8. käy ilmi, että keväällä 2015 oli valmistumassa 29 opiskelijaa, joista 72,4 % oli kiinnostuneita yrittäjyydestä. Toiseksi eniten yrittäjyydestä olivat kiinnostuneet keväällä 2016 valmistuvat opiskelijat. Heistä jopa 80 % oli kiinnostuneita yrittäjyydestä. Voidaankin todeta, että kaikissa valmistumisryhmissä yrittäjyys kiinnosti vastaajia.

Taulukko 8. Valmistuminen ja kiinnostus toimia yrittäjänä.

		voisiko ajatella toimivansa yrittäjänä?		Total
		ei	kyllä	
keväällä 2015	Count	8 28 %	21 72 %	29 100,0 %
syksyllä 2015	Count	8 35 %	15 65 %	23 100,0 %
keväällä 2016	Count	2 20 %	8 80 %	10 100,0 %
syksyllä 2016	Count	9 33 %	18 67 %	27 100,0 %
5. myöhemmin	Count	6 32 %	13 68 %	19 100,0 %
Total	Count	33 31 %	75 69 %	108 100,0 %

Yrittäjähalukkuutta vertailtiin tekemällä ristiintaulukointi yrittäjäperhetaustaisista ja ei yrittäjäperhetaustaisista henkilöistä. Taulukosta 9. voi nähdä, että yrittäjähalukkuus oli samansuuruista kummassakin ryhmässä (70 %).

Taulukko 9. Yrittäjäperhetaustan vaikutus yrittäjyshalukkuuteen.

		voisitko ajatella toimivasi yrittäjänä?		Total
		ei	kyllä	
kyllä	yrittäjäperhetausta	10 30 %	23 70 %	33 100,0 %
ei	yrittäjäperhetausta	23 31 %	51 69 %	74 100,0 %
ei tietoa	yrittäjäperhetausta	0 0 %	1 100 %	1 100,0 %
Total	yrittäjäperhetausta	33 31 %	75 69 %	108 100,0 %

Aiemmin yrittäjänä toimineita oli vastaajissa 17. Heistä 82 % vastasi (taulukko 10.), että voisi toimia yrittäjänä. Tämä on mielestäni ymmärrettävää siinä valossa, että yrittäjänä

toiminut tietää varmaan jotakin yrittäjän arjesta ja omasta osaamisesta sekä kyvyistään yrittäjänä. Myös arvot ovat saattaneet muuttua yrittäjänä toimimisen jälkeen, kun ikää on karttunut ja kokemuksia on tullut lisää. Yrittäjyyttä arvostaa eritavalla ja se näkyy positiivisena asenteena uudelleen yrittämistä kohtaan.

Taulukko 10. Aiempi yrittäjyystausta ja yrittäjyshalukkuus nyt.

		voisiko toimia yrittäjänä?		Total
		ei	kyllä	
ollut yrittäjä	ei tietoa	0 0 %	4 100 %	4 100,0 %
	en	30 35 %	57 66 %	87 100,0 %
	kyllä	3 18 %	14 82 %	17 100,0 %
Total		33 31 %	75 69 %	108 100,0 %

län ja yrittäjyyden arvostuksen ristiintaulukointi näkyy taulukossa 11. Alle 25-vuotiaat arvostivat joko melko tai erittäin paljon yrittäjyyttä ja 51+-vuotiasta jokainen ilmoitti arvostavansa sitä erittäin paljon. Vastaajia oli kuitenkin tässä ikäryhmässä vain viisi, joten yleistyksiä ei voi tehdä.

Taulukko 11. Ikä ja yrittäjyyden arvostus.

		miten sinä arvostat yrittäjyyttä?					Total
		0. en osaa sanoa	1. erittäin vähän	2. melko vähän	3. melko paljon	4. erittäin paljon	
ikäjakauma	alle25	1	0	3	20	26	50
	25-30	1	0	0	12	6	19
	31-35	0	0	1	4	4	9
	36-40	0	0	0	1	1	2
	41-45	0	1	0	2	3	6
	46-50	1	0	1	6	9	17
	51+	0	0	0	0	5	5
Total		3	1	5	45	54	108

Taulukko 12. kuvaa sitä, miten vastaaja arvostaa yrittäjyyttä, jos hänellä on lähipiirissään yrittäjiä. Ne vastaajista, jotka arvostavat yrittäjyyttä melko paljon tai erittäin paljon, omaavat lähipiirissään yrittäjän tai yrittäjiä. Ne, joilla ei ollut yrittäjiä lähipiirissä, arvostivat yrittäjyyttä vähemmän.

Taulukko 12. Lähipiirissä yrittäjiä ja miten itse arvostaa yrittäjyyttä.

	onko lähipiirissä yrittäjiä		Total
	ei	kyllä	
0. en osaa sanoa	0	3	3
	0 %	100 %	100,0 %
1. erittäin vähän	0	1	1
	0 %	100 %	100,0 %
2. melko vähän	2	3	5
	40 %	60 %	100,0 %
3. melko paljon	13	32	45
	29 %	71 %	100,0 %
4. erittäin paljon	9	45	54
	17 %	83 %	100,0 %
Total	24	84	108
	22 %	78 %	100,0 %

Ristiintaulukointi tehtiin myös siitä, miten yrittäjäperhetausta vaikuttaa vastaajan yrittäjyyden arvostukseen. Taulukosta 13. nähdään, että enemmistö yrittäjyyttä melko paljon arvostavista, 80 % vastaajista, tai erittäin paljon arvostavista, 60 % vastaajista, olivat ei yrittäjätaustaisia henkilöitä. Yrittäjäperhetaustaisista vastaajista melko paljon yrittäjyyttä arvosti 21 % vastaajista ja erittäin paljon 41 %.

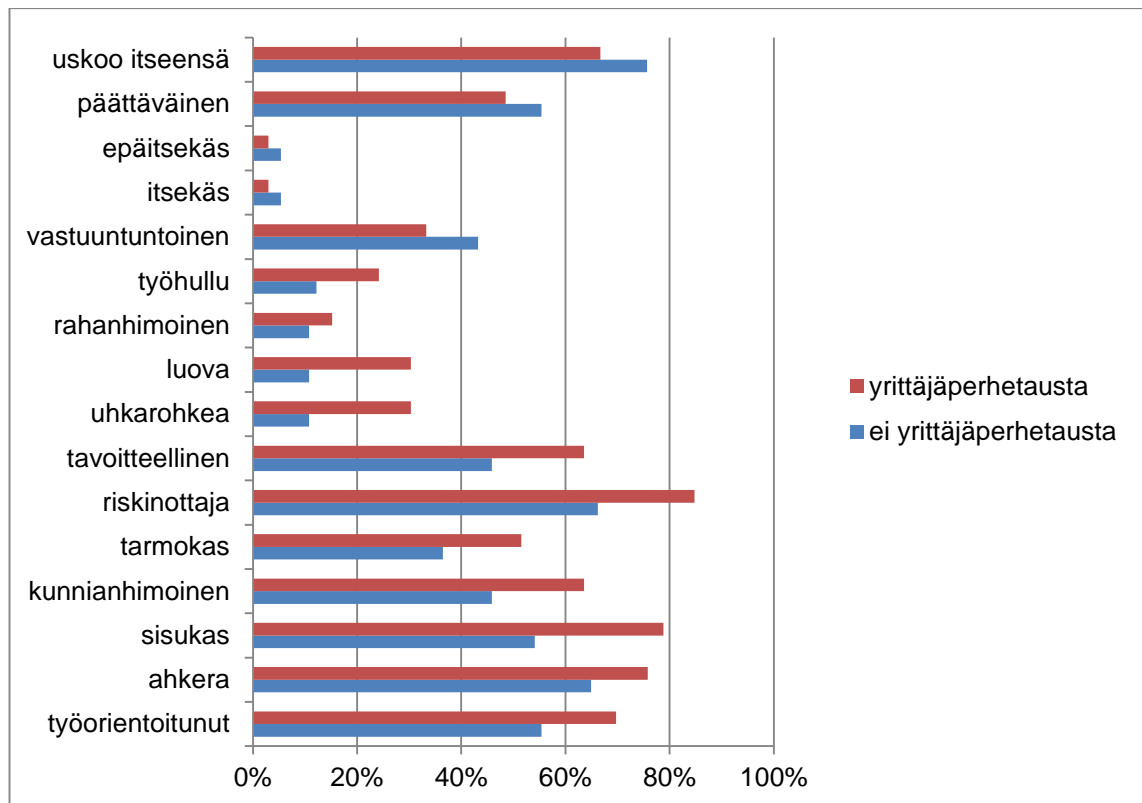
Taulukko 13. Yrittäjäperhetausta ja miten itse arvostaa yrittäjyyttä.

kysymys 16.	yrittäjäperhetausta		Total
	ei	kyllä	
0. en osaa sanoa	2 67 %	1 33 %	3 100,0 %
1. erittäin vähän	0 0,0 %	1 100,0 %	1 100,0 %
2. melko vähän	5 100,0 %	0 0,0 %	5 100,0 %
3. melko paljon	35 80 %	9 21 %	44 100,0 %
4. erittäin paljon	32 60 %	22 41 %	54 100,0 %
Total	74 70 %	33 31 %	107 100,0 %

Vastaajien mielikuvat yrittäjistä ristiintaulukoitiin yrittäjäperhetaustakysymyksen kanssa. Yrittäjäperhetaustaisia oli 33, ei yrittäjäperhetaustaisia 74. Taulukosta 14. nähdään, ei yrittäjäperhetaustaisten yleisin mielikuva yrittäjistä oli: yrittäjä uskoo itseensä, 76 % vastauksista. Yrittäjäperhetaustaisista näin vastasi 67 %. Eroja tuli myös toiseksi eniten vastattuun vaihtoehtoon: yrittäjä on riskinottaja. Mielikuva oli yleisempi yrittäjäperhetaustaisilla (85 %) kuin ei yrittäjäperhetaustaisilla (66 %). Kolmanneksi yleisin mielikuva oli: yrittäjä on ahkera. Tämä mielikuva oli enemmistönä yrittäjäperhetaustaisissa vastauksissa (76 %), kun ei yrittäjäperhetaustaisten vastauksissa sen osuus oli 65 %.

Vähän yli puolet ei yrittäjäperhetaustaisista vastasi yrittäjän olevan sisukas. Yrittäjäperhetaustaisista näin vastasi lähes 79 %. Loppujen lopuksi voi sanoa, että yrittäjäperhetaustaisten yleisin mielikuva yrittäjästä oli riskinottaja, 85 % vastauksista. Ei yrittäjäperhetaustaisilla yleisin mielikuva oli: yrittäjä uskoo itseensä, 76 % vastauksista. Tuloksesta voisi todeta, että ne, joilla ei ole omakohtaista kokemusta yrittäjäperheestä, saattavat suhtautua intohimoisemmin yrittäjyyteen, kuin ne, jotka ovat nähneet yrittäjän "arjen". Rope ja Pyykkö määrittelivät, että jotkut asiat herättävät ihmisissä intohimoja ja voimakkaan arvostuksen takana saattaa olla, että yrittäjyys on juuri sellainen asia, joka koetaan hyvin voimakkaasti puolesta tai vastaan.

Taulukko 14. Yrittäjäperhetausta ja mielikuvat yrittäjistä.



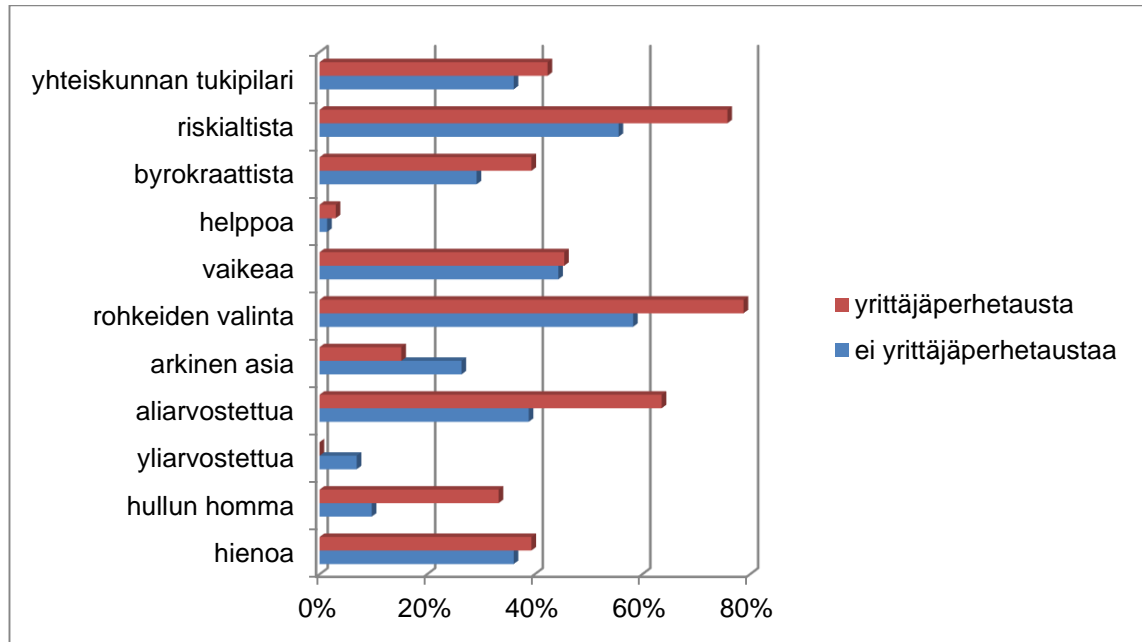
Myös vastaajien mielikuvat yrittäjyydestä ristiintaulukoitiin. Muuttujana oli yrittäjäperhetausta. Yrittäjäperhetaustaisia henkilöitä tähän kysymykseen vastasi 33 henkilöä ja ei yrittäjäperhetaustaisia 72. Yrittäjäperhetaustaisilla yleisin mielikuva yrittäjyydestä oli (Taulukko 15.) rohkeiden valinta, 79 % vastauksista. Toiseksi yleisimpinä mielikuvana he vastasivat: riskialtista, 76 % ja kolmanneksi aliarvostettua, 64 %.

Ei yrittäjätaustaisten vastaajien yleisin mielikuva yrittäjyydestä ei eronnut yrittäjätaustaisten yleisimmästä ja toiseksi yleisimmästä mielikuvasta. Isoin ero vastauksissa oli väittämässä yrittäjyys on hullun hommaa, jonka yrittäjäperhetaustaisista valitsi 33 %, kun taas ei yrittäjäperhetaustaisista sen valitsi alle 10 %. Tässä ilmeisesti astuu kuvaan jonkinlainen hirtehisuumori ja toisaalta se yrittäjyyden rankkuus, joka on varmasti käänttöpuoli hyvälle asioille ja sen tietää vain sellainen, jolla on taustaa yrittäjäperheestä.

Mielikuvat yrittäjyys on byrokraattista ja yrittäjyys on yhteiskunnan tukipilari olivat enemmän yrittäjäperhetaustaisten kuin ei yrittäjäperhetaustaisten vastaajien mielikuvia. Eron selittänee kokemus, jonka tietää vain yrittäjäperhetaustainen. Hän on nähnyt esimerkiksi verotuksellisen byrokratian. Tässä näkyy myös mielestäni yrittäjyyden arvos-

tus, kun yrittäjyyttä pidetään yhteiskunnan tukipilarina. Yrittäjäperhetaustaiset ovat yleisiä tekemisestään ja arvostavat itseään yrittäjinä ja yhteiskunnan veronmaksajina, ihmisten työllistäjinä ja tuotteiden tai palvelujen tuottajina.

Taulukko 15. Yrittäjäperhetausta ja mielikuvat yrittäjyydestä.



7 Tutkimuksen johtopäätökset ja pohdinta

7.1 Yhteenveto

Tällä tutkimuksella pyrittiin saamaan selville, kiinnostaako yrittäjyys liiketalouden opiskelijoita ja mitkä ovat heidän mielikuvansa, arvonsa ja asenteensa yrittäjyyttä kohtaan. Viitekehyksessä käsiteltiin työmarkkinoiden muutosta, yrittäjyyttä sekä yrittäjyyteen vetäviä ja työntäviä tekijöitä. Teoriaosuus sisälsi mielikuvien, arvojen ja asenteiden määrittelyä ja muotoutumista. Tutkimusvastausten perusteella saatiin käsitys siitä, olisiko yrittäjyys liiketalouden opiskelijoiden relevantti vaihtoehto työllistyä ja millaisia mielikuvia, arvoja ja asenteita yrittäjyyteen heidän mielestään liittyy.

Tämän tutkimuksen reliabiliteetti täyttyy. Perusjoukko oli tarkkaan määritelty. Kyselyn saivat vain Metropolia Ammattikorkeakoulun Myyrmäen kampuksen liiketalouden opiskelijat. Heitä oli Myyrmäen kampuksella noin kolme sataa. Vastauksia saatiin 108. Se on 36 prosenttia perusjoukosta.

Tutkimuskysymykset pyrittiin laatimaan sellaisiksi, että ne kattavat koko tutkimusongelman. Niistä pyrittiin tekemään myös mahdollisimman selkeitä. Joihinkin kysymyksiin liitettiin vastausohje. Kysymyslomakkeen yrittäjyyskasvatusosiossa validiteetti kuitenkin kärsi jonkin verran, sillä siellä jäi määrittelemättä se, mitä yrittäjyyskasvatuksella kysymyksessä tarkoitettiin. Yrittäjyyskasvatus on käsitteenä monitahoinen.

Validiteetti kärsi myös siitä, että lomakkeella ollut kenttä: vapaa sana yrittäjyydestä, jäi vahingossa määrittelemättä sellaiseksi, että siihen olisi voinut kirjoittaa. Kun korjaus saatiin tehtyä, oli vastauksia saatu jo yli 90. Loppujen lopuksi vapaa sana-osioon saatiin vain yksi vastaus. Vastaukset olisivat ehkä tuoneet lisää tietoa vastaajien mielikuvista, arvoista ja asenteista.

Yksi henkilö oli täyttänyt lomakkeen puutteellisesti. Tilanne ratkaistiin siten, että hänen puuttuvien vastauksiensa kohdalla tehtiin SPSS tilasto-ohjelmassa muuttuja, joka nimettiin: ei tietoa. Näin hakijan puuttuvat vastaukset olivat tuloksissa "ei tietoa"-merkinnällä.

Tutkimusvastausten analysoinnin pohjalta voi todeta, että liiketalouden opiskelijat asennoituvat myönteisesti yrittäjyyteen. Lähes 70 % vastaajista ilmoitti olevansa kiinnostuneita yrittäjyydestä siten, että voisi toimia yrittäjänä. Yleisimmät mainitut syyt, miksi yrittäjyys kiinnosti vastaajia, olivat: se on mahdollisuus työllistyä, halu olla itsenäinen, halu hyödyntää omaa osaamista ja pystyisi päättämään paremmin työajoista. Ne, jotka eivät olleet kiinnostuneita yrittäjyydestä, kallistuivat yrittäjyyden riskeihin. Heidän mielestään palkkatyö oli turvallisempi vaihtoehto työllistyä eli yrittäjyys miellettiin riskialttiiksi. He pitivät myös yrittäjän elämäntapaa liian raskaana.

Yleisin mielikuva yrittäjistä oli, että he uskovat itseensä. Toiseksi eniten yrittäjien katsottiin olevan riskinottajia ja ahkeria. Yrittäjyys puolestaan miellettiin rohkeiden valinnaksi ja riskialttiiksi sekä aliarvostetuksi. Yrittäjyyttä arvostettiin erittäin paljon.

Mietin, mistä tämä vastaajien positiivisuus yrittäjyyttä kohtaan voi johtua. Onko niin, että yrittäjyysasiat ovat pinnalla taloudellisen taantuman takia ja yrittäjyys koetaan yhtenä luonnollisena vaihtoehtona työllistyä, iästä ja koulutustaustasta huolimatta? Työtä nähdään työtä olevan, mutta se on yrittäjämäisessä työsuhteessa tehtävää. Uskotaan omaan osaamiseen ja siihen, että yrittäjyys voisi kantaa. Mikäli näin on, se tietänee hyvää Suomen taloudelle ja sen kasvavalle tarpeelle saada uusia yrittäjiä.

Vaikuttaa siis siltä, että nuoret ovat innokkaita tarttumaan uuteen ja mielikuvat yrittäjyydestä ovat positiivisia. He uskaltavat heittäytyä eivätkä häpeä epäonnistumista. Iän karttuessa ja pesän tyhjentyessä, mahdollisesti työttömyyden uhatessa, saattaa yrittäjyys houkuttaa yhtenä vaihtoehtona työllistymiselle. Näkyisikö nykyinen työelämän murros ja runsaat YT-tilanteiden määrät pienenä yrittäjyysinnostuksena 41–50-vuotiailla ja varsinkin yli 51-vuotiailla vastaajilla? Onhan varsinkin yli 50-vuotiaiden hankalampaa löytää uutta palkkatyötä ja silloin yrittäjyys voi olla ainoa keino työllistyä uudelleen. Ollaan ikään kuin pakosta kiinnostuneita yrittäjyydestä.

Yrittäjäperhetaustan vaikutusta vertailtiin yrittäjyyshalukkuuteen, yrittäjyyden arvostukseen ja mielikuviin. Näytti siltä, että yrittäjyyshalukkuus oli lähes yhtä suurta niin yrittäjäperhetaustaisilla kuin ei yrittäjäperhetaustaisilla vastaajilla.

Vertailtaessa yrittäjäperhetaustaa ja vastaajien yrittäjyyden arvostusta voidaan sanoa, että yrittäjäperhetausta ei nostanut yrittäjyyden arvostusta. Yrittäjyyttä arvostivat todella korkealle ne vastaajat, joilla ei ollut yrittäjäperhetaustaa. Tässä päädyin siihen oletta-
maan, että yrittäjäperhetaustaiset ovat ehkä realistisempia tämän arvostuksen kanssa kuin ei-yrittäjäperhetaustaiset. Ne, joilla ei ole omakohtaista kokemusta yrittäjäperheestä, saattavat suhtautua intohimoisemmin yrittäjyyteen, kuin ne, jotka ovat nähneet ”arjen”.

Lisäksi ne, joilla on lähipiirissä yrittäjyyttä, tuntuvat arvostavan yrittäjyyttä huomattavasti enemmän kuin ne, joilla lähipiirissä yrittäjiä ei ole. Tämä arvostus ja myönteinen asenne yrittäjyyttä kohtaan nousee ehkä juuri siitä, että vastaaja on nähnyt yrittäjänä toimivan arkea ja kovaa työntekoa. Tähän liittyy myös protestanttinen etiikka, jonka tunnusomaisina piirteinä ovat kova työn tekeminen ja utteruus. Ne ominaisuudet liitetään yrittäjyyteen ja yrittäjiin ja niitä arvostetaan.

Lopuksi voisi sanoa että mielikuvat yrittäjistä ja yrittäjyydestä olivat aika samanlaisia niin yrittäjäperhetaustaisilla kuin ei yrittäjäperhetaustaisilla vastaajilla. Riskinottaja oli yleisimmin mainittu mielikuva yrittäjäperhetaustaisilla kun taas ei yrittäjäperhetaustaisilla yleisin mielikuva oli vaihtoehto: yrittäjä uskoo itseensä. Tässä näkyy ehkä se, että ei yrittäjäperhetaustaisilla on kaikenlaisia mielikuvia, arvoja ja asenteita, jotka eivät pohjautu kokemukseen. He eivät voi peilata mielikuviaan todellisuuteen, kuten yrittäjäperhetaustaiset henkilöt. Yhdyn siis teoriaosuudessa oleviin ajatuksiin siitä, että mielikuvien muodostumiseen vaikuttavat mm. arvot ja asenteet, tarpeet, tiedot, kokemukset ja

ennakkoluulot. Ihmisellä voi olla mielikuvia, vaikkei hänellä olisi juuri kyseenomaisesta asiasta omia henkilökohtaisia kokemuksia.

7.2 Kritiikki

Työn ongelmakohdiksi voisi mainita seuraavat asiat. Teoriataustana oleva arvot ja asenteet oli hieman haastava teoria tämän tutkimuksen kannalta. Jäi tunne, ettei tutkimuskysymyksillä päästy vastaajien arvojen ja asenteiden ”sisälle”. Arvo ja asennekysymykset olisi ehkä pitänyt tehdä Likertin asteikollisina. Kun ne tehtiin monivalintavaihtoehtoina, ne jäivät hieman irrallisiksi.

Toisena ongelmakohta tulosten yleistettävyyden kannalta on se, että lähes puolet kaikista tutkimukseen vastaajista oli alle 25-vuotiaita. Kun ikäjakaumaa vertaa opiskelijastatukseen, huomataan, että päiväopiskelijat olivat suurin vastanneiden ryhmä. Mietinkin sitä, tekikö se vastausjakaumasta vinon? Näin ollen yleistyksiä ei voine tehdä tämän tutkimuksen pohjalta.

Kyselylomake olisi pitänyt rakentaa niin, ettei yhtään kohtaa voi jättää täyttämättä. Vastausvaihtoehtoja ”en osaa sanoa” olisi siis pitänyt olla enemmän. Vastauksissa oli muutama täyttämätön kohta. Se johtui ehkä kuitenkin enemmän vastaajan huolimattomuudesta kuin halusta vastata kysymykseen.

Kyselyn olisi voinut rakentaa monipuolisemmaksi. Kytkeä esimerkiksi viitekehysten työmarkkinoiden muutoksiin jäi hyvin löyhäksi. Myös taustakysymyksiä oli liikaa. Ne kaikki eivät olleet relevantteja tutkimuksen kannalta, kuten esimerkiksi kysymys valmistusajankohdasta tai vastaajan aiemmasta yrittäjyystaustasta.

Teoriaan olisi voinut liittää motivaation käsitteen, jolloin tutkimus olisi pureutunut niihin syihin, miksi yrittäjyys kiinnostaa työllistymisvaihtoehtona. Hyvä lähestymistapa aiheeseen olisi ollut myös se, että olisin voinut ottaa suurempaan rooliin yrittäjyyskasvatuksen merkityksen.

7.3 Kehittämisehdotukset

Yrittäjyyskasvatuksen osion ottaisin jatkokehittelyn kohteeksi. Näyttää siltä, että yrittäjyysopinnot voivat olla haluttuja, sillä tutkimukseen vastanneista lähes puolet olisi va-

linnut niitä. Jo opintojen alkuvaiheessa opiskelijoilta voisi selvittää kyselytutkimuksella, mitä ajatuksia heillä on yrittäjyydestä ja aikovatko he yrittäjiksi valmistuttuaan. Näin saatavan tiedon pohjalta voisi sitten tarjota halukkaille yrittäjyysopintoja tai vaikka yrityksen perustamisneuvontaa yhteistyössä yrittäjäjärjestön yritysneuvojen kanssa. Yrittäjyydestä voisi pitää myös tietoiskuja opiskelijoille yhteistyössä yrittäjäjärjestön kanssa.

Uutena opinnäytetyön aiheena voisi tutkia opiskelijoiden motivaatiota yrittäjyyteen ja kytkeä se työmarkkinoiden muutokseen.

Lähteet

Aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten lukumäärät vuodesta 2013 kunnittain ja toimialaluokituksen TOL2008 mukaisesti. <http://tilastokeskus.fi>. Luettu 1.2.2015.

Amikset luottavat työllistymiseensä. <http://www.ellunkanat.fi/dialogi-selvitys-amikset-luottavat-tyollistymiseensa>. Luettu 1.12.2014.

Ammattikorkeakoulut kasvun moottoreina
<http://www.uasjournal.fi/index.php/uasj/article/view/1350/1273>: Luettu 13.10.2014.

Elo, Pirjo 2013. Markkinointitutkimus. Luento. Metropolia Ammattikorkeakoulu, Vantaa.

Halttunen, Jussi & Toivola, Tuija & Tuomi, Lauri & Varamäki, Elina 2006. Tulevaisuuden yrittäjä, tutkittuja näkökulmia kasvuun ja menestykseen. Helian julkaisusarja A 24 2006. Edita, Helsinki.

Helkama, Klaus 2015. Suomalaisten arvot. Mikä meille on oikeasti tärkeää? Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki.

Hokkanen, Simo & Skyttä, Osmo & Strömberg, Oiva 1995. Johtamistaito. Opetushallitus, Helsinki.

Isohookana, Heli 2011. Yrityksen markkinointiviestintä. 2.painos. Sanoma Pro Oy, Helsinki.

Itsensätyöllistäjät 2013. <http://www.tilastokeskus.fi>, 2013 Itsensätyöllistäjät 2013-tutkimus. Luettu 1.12.2014.

Jättimäinen murros: Suomi tarvitsee 70 000 yrittäjää, <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/a/?announcementId=d814aee8-ffec-43b7-87de-b17d92b4dce1 & groupId=b0404538-fc86-4c4f-838f-7a20d9db0b13>. Luettu 1.12.2014.

Karvonen, Erkki 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Gaudeamus, Helsinki.

Kasvuyrityskatsaus 2011. Työ- ja elinkeinoministeriö.
http://www.tem.fi/files/32926/TEMjul_20_2012_web.pdf. Luettu 1.12.2014

Kasvuyrittäjyys. <http://www.tem.fi/innovaatiot/kasvuyrittajyys>. Luettu 1.2.2015

Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen. <http://www.tem.fi/julkaisut>. Luettu 31.10.2014.

Kolme polkua yrittäjyyteen
http://www.tilastokeskus.fi/ajk/tiedotteet/2014/uutinen_032_2014-10-29.html. kolme polkua yrittäjyyteen. Luettu 31.10.2014.

Luukkainen, Olli & Wuorinen, Jarkko 2002. Yrittävä elämänsäsenne. PS kustannus, Jyväskylä.

Opas yrittäjyyteen 2013. <http://www.YritysSuomi.fi>, Yritys Helsinki.

PK-yritysten uusi määritelmä
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_fi.pdf
Euroopan komissio, Yritys- ja teollisuustoiminnan julkaisut. Luettu 1.10.2014.

Pitkänen, Kati Pauliina 2001. Yrityskuva ja maine menestystekijöinä. I.painoksen korjattu lisäpainos. Edita, Helsinki.

Puohiniemi, Martti 2006. Täsmäelämän ja uusyhteisöllisyyden aika. Linor Kustannus, Vantaa.

Rope, Timo & Vahvaselkä, Irma 1997. Nykyaikainen markkinointi. 1-2. painos. WSOY, Porvoo.

Rope, Timo & Pyykkö, Manne 2003. Markkinointipsykologia. Talentum, Jyväskylä.

Stenholm, Pekka & Suomalainen, Sanna & Kovalainen, Anne & Heinonen, Jarna & Pukkinen Tommi 2013. Global Entrepreneurship Monitor – Finnish 2013 Report. Turun Yliopiston Kauppakorkeakoulu, sarja A tutkimusraportteja, A 1 2014. Turku.

Suikkanen, Virva 2014. Tervetuloa toimistonomadiit.
<http://www.kokoma.fi/2014/08/toimistonomadiit-tulevat/> luettu 31.10.2014.

Työ muuttuu mutta ei häviä.
<http://ek.fi/ajankohtaista/uutiset/2014/09/05/tem-tyo-muuttuu-mutta-ei-havia/>
Luettu 31.10.2014.

Yrityskatsaus 2014, murroksia ja uudistumista, TEM julkaisut 39/2014.

Yrittäjyysilmapuntari 2013. <http://www.yrittajat.fi/File/009021cf-3156-439e-8149-2b5396ab9300/10952%20Yritt%c3%a4jyysilmapuntari%202013.pdf>. Luettu 15.1.2015.

Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat. Opetusministeriön julkaisut 2009:7.
<http://www.minedu.fi/OPM/julkaisut>. Luettu 18.12.2014.

Yrittäjyys Suomessa. <http://www.yrittajat.fi/yrittajyys Suomessa>, sivu päivitetty 21.1.2015, luettu 10.2.2015.

Kyselylomake

Yrittäjyys työllistymisvaihtoehtona

Mitä hyönteihin näistä? Löydätkö työtä, kun valmistat? Mistä uusi työpaikka, jos joudut irtisanotuksi? Voinko hyödyntää omaa osaamistani ja työllistää itseni yrittäjänä? Mää on pakko yrittäjyys, voinko ajautua sellaiseen? Tutkimus kartoittaa liikelauden opistekoloiden mielikuvia ja asenteita yrittäjyyttä kohtaan. Kyselyyn vastaaminen vie aikaa noin viisi minuuttia. Tuet vastaamalla työn onnistumista.

taustatiedot

-1. Ika

- alle 25 vuotta
 25-30 vuotta
 31-35 vuotta
 36-40 vuotta
 41-45 vuotta
 46-50 vuotta
 51 vuotta tai yli

-2. Sukupuoli

- Nainen Mies

-3. Aikaisempi koulutus

- kansakoulupenuskoulu
 yliopisto
 ammattikoulu
 ammattikorkeakoulu
 yliopisto
 muu

-4. Opiskelijajaksot: Metropolissa

1. pääopiskelija
 2. #taopiskelija
 3. avoimen korkeakoulun opiskelija

-5. Milloin valmistut?

- Ankloitu valmistusajankohhta 1. kevsällä 2015
 2. syksyllä 2015
 3. kevsällä 2016
 4. syksyllä 2016
 5. myöhemmin

-6. Oletko yrittäjäperheestä? (ohje)

- Kyllä Ei

-7. Jos vastaisit edelliseen kysymykseen kyllä

- mikä on suhteesi perheyritykseen 1. yrityksen työntekijä
 2. yrityksen osakas
 3. en ole missään suhteessa yritykseen
 4. muu, mikä?

7.1 Jos vastaisit edelliseen kysymykseen muu, mikä, vastaa tähän, mikä?

-8. Toimiko itse parhaallaan yrittäjänä?

- Kyllä En

-9. Oletko joskus toiminut yrittäjänä?

- Kyllä En

Sinä ja yrittäjyys

-10. Voisiko ajatella toimivaksi yrittäjänä?

1. Kyllä, yrittäjyys kiinnostaa minua
 2. Ei, yrittäjyys ei kiinnosta minua

-11. Jos vastaisit, että yrittäjyys kiinnostaa sinua, valitse ne syyt, jotka vaikuttavat eniten mielipiteeseesi:

- Olen yrittäjäkuonno
 Pidän yrittäjyydenä yhtenä mahdollisuutena työllistyä
 Haluan olla itsenäinen
 Minulla olisi konkreettinen osaaminen yhteiskunnassa
 Minulla olisi enemmän vaihtoa
 Pystyisin paremmin päättämään työajostani
 Haluan hyödyntää ammattillista osaamistani
 Yrittäjän elämäntapa sopii minulle
 Muu, mikä?

11.1 Jos vastaisit edelliseen muu, mikä, vastaa tähän, mikä?

-12. Jos vastaisit, ettei yrittäjyys kiinnosta sinua, valitse ne syyt, jotka vaikuttavat eniten mielipiteeseesi:

- En ole yrittäjäkuonno
 Yrittäjän elämäntapa on liian raskas
 Pidän paikkatyötä turvallisempana tapana työllistyä
 Yrittäminen on riskialtista
 Koen yrittämisen vaikeaksi
 Minulla ei ole tarpeeksi tietoa yrittäjyydestä päätöksen pohjaksi
 Yrittäjä ei arvosteta tarpeeksi
 Yrittäjyys on yksinäistä
 Minulla ei ole tarpeeksi osaamista, jota voisin hyödyntää yrittäjänä
 Muu, mikä?

12.1 Jos vastaisit edelliseen muu, mikä, vastaa tähän, mikä?

Arvot, asenteet ja mielikuvat yrittäjyydestä

-13. Onko sinulla nyt lähimpinä henkilöitä, jotka toimivat yrittäjinä (ohje)

1. kyllä
 2. ei

-14. Minkälainen mielikuva sinulla on yrittäjyydestä? (ohje)

- Yrittäjyys on hienoa
 Yrittäjyys on "huilujen hommaa"
 Yrittäjyys on tilanostetta
 Yrittäjyys on alanostetta
 Yrittäjyys on arkinen asia
 Yrittäjyys on rohkeiden valinta
 Yrittäjyys on vaikeaa
 Yrittäjyys on helppoa
 Yrittäjyys on liian byrokrattista
 Yrittäjyys on riskialtista
 Yrittäjyys on yhteiskunnan tukipilari
 Muu, mikä?

14.1 Jos vastaisit edelliseen muu, mikä, vastaa tähän, mikä?

15. Miten yhteiskunta arvostaa mielestäsi yrittäjyyttä? 4. erittäin paljon 3. melko paljon 2. melko vähän 1. erittäin vähän 0. en osaa sanoa

4. erittäin paljon 3. melko paljon 2. melko vähän 1. erittäin vähän 0. en osaa sanoa

16. Miten sinä arvostat yrittäjyyttä?

17. Millainen mieleksiä sinulta on yrittäjästä? [\(ohje\)](#)

- Yrittäjä on työorientoitunut
- Yrittäjä on ahkera
- Yrittäjä on sisukas
- Yrittäjä on kunnianhimoisin
- Yrittäjä on tarmokas
- Yrittäjä on riskinottaja
- Yrittäjä on tavoitteellinen
- Yrittäjä on uhkarohkea
- Yrittäjä on luova
- Yrittäjä on rahanhimoisin
- Yrittäjä on tyhuhu
- Yrittäjä on vastuuntuntoinen
- Yrittäjä on itsekes
- Yrittäjä on epäilevä
- Yrittäjä on päättäväinen
- Yrittäjä uskoo itseensä
- Muu, mikä?

17.1 Jos vastaat edelliseen muu, mikä vastaa tähän, mikä?

Oppilaitoksen yrittäjyyskasvatus

18. Metropolian opintotarjonta antaa eväitä yrittäjyyteen?

4. täysin samaa mieltä 3. samaa mieltä 2. eri mieltä 1. täysin eri mieltä 0. en osaa sanoa

19. Valitset mielelläni yrittäjyystalon opintoihin?

4. täysin samaa mieltä 3. samaa mieltä 2. eri mieltä 1. täysin eri mieltä 0. en osaa sanoa

20. Metropolian liiketalouden opintolinjat tarjoaa riittävästi yrittäjyyskasvatusta?

4. täysin samaa mieltä 3. samaa mieltä 2. eri mieltä 1. täysin eri mieltä 0. en osaa sanoa

Vapaa sana yrittäjyydestä

Tietojen lähetykset

Kiitos vastauksestasi.

Järjestelmästä EduX E-tomake 3.1. www.e-tomake.fi

Saatekirje

Arvoisa Metropolia Ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelija,

tämä tutkimus liittyy opinnäytetyöhöni, jossa selvitän Metropolia Ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijoiden kiinnostusta yrittäjyyttä kohtaan. Pyydän sinua ystävällisesti vastaamaan kyselyyn 31.3.2015 mennessä. Vastauksellasi on suuri merkitys tutkimuksen onnistumisen kannalta.

Avaa kyselylomake seuraavasta linkistä:

Täytettyäsi lomakkeen lähetä se painamalla ”lähetä” painiketta. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä vastaajaa voi tunnistaa.

Kiitän sinua jo etukäteen vastauksestasi.

Eija Lappalainen
tradenomiopiskelija
Metropolia Ammattikorkeakoulu, Myyrmäki