

Itä-Uudenmaan nais- ja miesyrittäjien näkemyksiä yrityksen kasvusta

Maaria Vilén

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutusohjelma

2012



<p>Tekijä Maaria Vilén</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2010</p>
<p>Raportin nimi Itä-Uudenmaan nais- ja miesyrittäjien näkemyksiä yrityksen kasvusta</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 64 + 6</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Aarni Moisala</p>	
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimusmenetelmien avulla eroavatko Itä-Uusmaalaisen mies- ja naisyrittäjien näkemykset yrityksen kasvusta toisistaan. Tarkoituksena on selvittää yrittäjien kasvuhaluutta, sekä vertailla nais- ja miesyrittäjien eroja riskinottokyvyssä.</p> <p>Työn teoreettinen viitekehys muodostuu nais- ja miesyrittäjyyden ja yritystoiminnan kasvamisen teorioista, ja työn empiirinen osuus kvantitatiivisesta ja kvalitatiivisesta tutkimusmenetelmästä. Tutkimuksen pohjamateriaalina on käytetty HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulussa vuosina 2010-2012 tehtyä Elinkaari-tutkimusta, jossa tutkittiin Itä-Uusmaalaisia yrittäjiä. Elinkaari-tutkimuksen tulosten analyysin jälkeen vastaajien keskuudesta haastateltiin kahta mies- ja kahta naisyrittäjää. Haastateltavat valittiin sen perusteella mitä he olivat Elinkaari-tutkimuksessa vastanneet.</p> <p>Tutkimuksen avulla saatiin selville, että miehistä lähes 59 % ja naisista noin 44 % suunnitteli laajentavansa toimintaansa seuraavien vuosien aikana. Vastaajista oli miehiä noin 63 % ja naisia noin 37 %. Nais- ja miesyrittäjillä oli erilaisia kasvupyrkimyksiä, joihin vaikuttavat merkittävästi yrittäjien persoonallisuus, yrityksen ja toimialan luonne, kilpailu markkina-alueella, ja muut ulkoiset tekijät, kuten yhteiskunnan taloudellinen tilanne. Kolme neljästä yrittäjästä kertoi olevansa varovaisia tai kohtalaisia riskinottajia, riippumatta siitä ovatko he miehiä vai naisia. Tutkimusten mukaan miehet ovat riskinottohaluisempia kuin naiset, mutta haastatteluissa kävi ilmi että yrittäjät ovat tällä hetkellä varovaisia ottamaan riskejä, vaikka ne olisivatkin harkittuja.</p> <p>Koska haastattelut suoritettiin käyttäen laadullista tutkimusmenetelmää, ei niiden tutkimustuloksia voida yleistää koskemaan laajaa joukkoa, mutta tutkimus antaa tarkempaa tietoa alueen yrittäjistä ja heidän näkemyksistään opinnäytetyön toimeksiantajalle.</p>	
<p>Asiasanat Yrittäjyys, mies- ja naisyrittäjyys, kasvaminen, riskinotto</p>	

Degree programme in Business Management

<p>Authors Maaria Vilén</p>	<p>Group or year of entry 2010</p>
<p>The title of thesis Eastern Uusimaa Female and Male Entrepreneurs' Perceptions of Enterprise Growth</p>	<p>Number of pages and appendices 64 + 6</p>
<p>Supervisor Aarni Moisala</p>	
<p>The purpose of this thesis was to investigate, by means of both quantitative and qualitative research methods, how male and female entrepreneurs' opinions on enterprise growth differ from each other. The aim was to find out the entrepreneurs' willingness to expand and to compare differences between male and female entrepreneurs' risk taking abilities.</p> <p>The theoretical context is built up around theories on male and female entrepreneurship and theories on growth business. The base material was used in HAAGA-HELIA University of Applied Sciences during the years 2010-2012 in the Elinkaari research, in which Eastern Uusimaa entrepreneurs were examined. After the analysis of the results of the Elinkaari research, four respondents were interviewed; two male and two female entrepreneurs. The interviewees were selected based on what they had answered in the Elinkaari research.</p> <p>The study revealed that nearly 59 % of male and some 44 % female entrepreneurs were planning to expand their operations over the coming years. In the research, male respondents accounted for approximately 63 % and female respondents for 37 %. Male and female entrepreneurs had different kinds of growth ambitions. The ambitions were affected by the entrepreneurs' personality, nature of business and the field, competition in the market and other external factors, e.g. as the society's economic situation. Three of four entrepreneur said they were careful or medium risk-takers, regardless of gender. The research shows that men tend to be more risk-taking than women. However, the interviews show that entrepreneurs are careful when it comes to taking risks at the moment, although they consider doing so.</p> <p>As the interviews were conducted using qualitative research methods, the test results cannot be generalized. Nonetheless, the survey provides detailed information on the entrepreneurs in the area and their principles to the commissioner of the thesis.</p>	
<p>Key words Entrepreneurship, women and man entrepreneurship, growth, risk taking</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Aiheen valinta ja rajaus	1
1.2	Työn tavoitteet ja tutkimusongelma	2
1.3	Menetelmä ja aiempi Elinkaari-tutkimus.....	2
1.4	Työn rakenne	3
2	Nais- ja miesyrittäjäyys	4
2.1	Yrittäjäyys	5
2.1.1	Naisyrittäjäyys	7
2.2	Naisten ja miesten eroja yrittäjäydessä	9
3	Yritystoiminnan kasvaminen	13
3.1	Kasvuhalukkuus.....	15
3.2	Kasvuhaluttomuus	16
3.3	Riskinotto	18
3.3.1	Riskit.....	19
3.3.2	Yrittäjäyys ja riskit	21
3.3.3	Miesten ja naisten eroja.....	23
4	Tutkimus	25
4.1	Tutkimusongelma ja sen tavoitteet	25
4.2	Tutkimusmenetelmät	25
4.2.1	Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus.....	27
4.2.2	Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus.....	27
4.3	Aineiston käsittely	29
4.3.1	Kvantitatiivinen tutkimus	29
4.3.2	Kvalitatiivinen tutkimus.....	30
5	Aineiston analyysi.....	32
5.1	Elinkaari-tutkimus	32
5.1.1	Perustiedot.....	33
5.1.2	Laajenemissuunnitelmat	35
5.1.3	Kysyntä	37
5.1.4	Kilpailu.....	39

5.1.5	Liikevaihdon kehitys	40
5.2	Haastattelut	42
5.2.1	Haastateltavien käsityksiä kasvusta.....	44
6	Johtopäätökset.....	51
6.1	Tulokset suhteessa tutkimusongelmaan	51
6.2	Tutkimuksen luotettavuuden arviointia.....	54
6.3	Toimenpide- ja jatkotutkimusehdotukset	57
6.4	Oman oppimisen arviointia	58
	Lähteet.....	60
	Liitteet.....	65
	Liite 1. Haastattelu 1, miesyrittäjä A	65
	Liite 2. Haastattelu 2, miesyrittäjä B	67
	Liite 3. Haastattelu 3, naisyrittäjä C	68
	Liite 4. Haastattelu 4, naisyrittäjä D.....	70

1 Johdanto

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Posintra Oy, joka on Itä-Uudellamaalla toimiva kehitysyhtiö. Opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella mahdollisia eroavaisuuksia itä-uusmaalaisten nais- ja miesyrittäjien näkemyksissä koskien yrityksen toimintaa ja sen kasvuun liittyviä tekijöitä. Tavoitteena on tarkastella eroavatko miesten ja naisten näkemykset yrityksen kasvamisesta, ovatko suunnitelmat molemmilla sukupuolilla samantaisia, sekä eroaako riskinotto nais- ja miesyrittäjien välillä.

1.1 Aiheen valinta ja rajaus

Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen, koska yritysten kasvu ja laajeneminen on jatkuvaa. Opinnäytetyö aihe oli selvillä ennen kuin toimeksiantajaan otettiin yhteyttä.

Työ on rajattu käsittelemään itä-uusmaalaisten yritysten kasvuhaluutta, ja tämä opinnäytetyö rakentuu sen ympärille. Tutkimuksen kohderyhmää ovat itä-uusmaalaiset yrittäjät, jotka ovat vastanneet HAAGA-HELIA:n ensimmäisen vuoden suomenkielisten liiketalouden opiskelijoiden kyselytutkimukseen vuosina 2010-2012.

Porvooolaisyrietykset elinkaaren eri vaiheissa - tutkimukseen haastateltiin yhteensä 159 yritystä, joista tähän työhön valittiin 139 yrittäjää. Rajaus tehtiin, koska kyselyyn olivat vastanneet myös muut kuin yrityksen varsinaiset omistajat. Vastaajien asemat ovat: hallituksen puheenjohtaja, kauppias, johtaja, toimitusjohtaja, omistaja, osaomistaja, perustaja, toiminimi, toiminnanjohtaja, toimitusjohtaja, yksityinen elinkeinonharjoittaja ja yrittäjä. Näin tutkimukseen pyrittiin saamaan mukaan kaikki ne vastaajat, joilla on oma yritys. Rajaaminen oli tietoinen valinta, koska sen avulla pystyttiin keskittymään alueen varsinaisiin yrittäjiin. Aiheesta muodostuisi myös selkeä ja johdonmukainen kokonaisuus, ja opinnäytetyön sisältö ja prosessi täsmentyisivät ja tutkimuksen kohde rajautuisi mahdollisimman tarkaksi.

Työn toisessa vaiheessa selvitetään tarkemmin yrittäjien näkemyksiä kasvusta. Elinkaari-tutkimuksen avulla saatiin lähtökohta sille, miten yrittäjät näkevät kasvun yritystoiminnassaan. Koska työn tavoitteena on tarkastella asiaa tarkemmin, työn toisessa vaiheessa haastateltiin itä-uusmaalaisia yrittäjiä, ja näin saatiin tarkempi vastaus tutkimusongelmaan. Toiseen vaiheeseen 139 yrityksestä haastateltiin neljää yrittäjää. Haastatelta-

viksi valittiin yrittäjiä, jotka ovat kiinnostuneita, ja eivät ole kiinnostuneita yrityksensä laajentamisesta tulevaisuudessa. Työhön on haastateltu mies- ja naisyrittäjiä, ja he esiintyvät työssä anonyymeinä. Ajallisesti työ suoritettiin kevään 2012 aikana.

1.2 Työn tavoitteet ja tutkimusongelma

Työn tutkimusongelmana on, miten Itä-Uudenmaan nais- ja miesyrittäjien näkemykset yrityksen kasvusta eroavat. Tavoitteena on selvittää eroavatko nais- ja miesyrittäjien tulevaisuudennäkymät toisistaan, ja jos eroavat niin millä tavoin. Työn alakysymyksinä ovat, ovatko suunnitelmat yrityksen laajenemisesta samansuuntaisia, sekä miten mies- ja naisyrittäjien riskinotto-ero eroaa toisistaan.

Työn tavoitteena on selvittää onko itäuusmaalaisilla nais- ja miesyrittäjillä eroavaisuuksia koskien yrityksen toimintaa. Tarkoituksena on selvittää yrittäjien kasvuhaluutta, sekä vertailla nais- ja miesyrittäjien eroja riskinotto-eroissa.

1.3 Menetelmä ja aiempi Elinkaari-tutkimus

Opinnäytetyön tutkimusongelman selvittämiseksi käytetään kvantitatiivista, sekä kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimusongelman selvittämiseksi käytetään menetelmää, jossa kvantitatiivinen vaihe edeltää kvalitatiivista vaihetta. Työssä analysoidaan ensiksi Porvoolaisyritykset elinkaaren eri vaiheissa -tutkimuksesta saatuja tietoja, jonka jälkeen haastatellaan neljää yrittäjää; kahta miestä ja kahta naista. Tämä menetelmä valittiin, koska sen avulla saadaan mahdollisimman tarkasti vastaus tutkimusongelmaan. Tutkimuksessa yhdistetään myös kirjoituspöytätyöstä, jonka avulla kerättiin työn teoreettinen viitekehys.

Elinkaari-tutkimusta on tehty HAAGA-HELIAN Porvoon Campuksella lukuvuosina 2010-2011 ja 2011-2012. Suomenkielisen liiketalouden koulutusohjelman ensimmäisen vuoden opiskelijoiden projektina on ollut porvoolaisten yritysten parissa tehty kyselytutkimus. Tutkimuksen tavoitteena oli saada tietoa siitä, mitä samanlaisuuksia ja erilaisuuksia elinkaaren eri vaiheissa olevien yritysten arkipäivässä on, ja sen tuloksena saadaan peruskartoitus porvoolaisyritysten nykytilasta. (Vennonen, Jokinen & Olkanen

2010) Elinkaari-tutkimukseen on kahden lukuvuoden aikana haastateltu yhteensä 159 yritystä, joiden toimipaikka on Itä-Uudenmaan alueella.

1.4 Työn rakenne

Työn teoreettinen viitekehys muodostuu kahdesta kokonaisuudesta. Ensimmäiseksi tarkastellaan nais- ja miesyrittäjyyttä, jossa käsitellään yrittäjyyttä yleisesti, ja mies- ja naisyrittäjien eroja. Tämän jälkeen perehdytään liiketoiminnan kasvuun, jossa käsitellään kasvuhalukkuutta ja -haluttomuutta, sekä riskinottoa.

Työn tutkimus-osiossa käydään läpi kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen vaiheet. Tämän jälkeen siirrytään aineiston analyysiin, jossa saatuja tuloksia havainnollistetaan kuvioiden avulla. Tämän jälkeen kootaan yhteen keskeisimmät tulokset, joiden pohjalta tehdään johtopäätöksiä ja työn tavoitteisiin perustuvia toimenpide-ehdotuksia toimeksiantajalle, sekä kartoitetaan mahdollisia jatkotutkimuskohteita. Johtopäätökset-luvussa pohditaan työn luotettavuutta reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Viimeisenä arvioidaan kirjoittajan omaa oppimista opinnäytetyön aikana.

2 Nais- ja miesyrittäjyys

Vuonna 2009 Suomessa oli hieman yli 320 000 yritystä. Edelliseen vuoteen verrattuna yritysten lukumäärä jäi talouskriisin takia 700:aan. Viimeisten kymmenen vuoden aikana yritysten määrän vuosittainen nettokasvu on ollut keskimäärin 5 000. Alle 10 henkilöä työllistävien mikroyritysten osuus koko yrityskannasta oli vuonna 2009 lähes 95 prosenttia. Kaikkien pk-yritysten eli alle 250 henkilöä työllistävien yritysten osuus oli 99,8 prosenttia. (Pk-yritysbarometri 2011, 7.) Suomessa sanotaan vallitsevan niin kutsuttu yrittäjyysparadoksi, jolla tarkoitetaan sitä, että yrittäjyyteen suhtaudutaan yleisesti ottaen hyvin positiivisesti, mutta yrittäjyysaktiivisuus on muihin maihin verrattuna vähäistä. Paradoksiin kuuluu myös epätasa-arvo mies- ja naisyrittäjien välillä, koska suomalaisten miesten yrittäjäaktiivisuus on yleisesti ollut 2,5-kertainen verrattuna naisiin. Tutkimusten mukaan tämä on muuttumassa, koska uusyrittäjyyttä syntyy eniten palveluihin varsinakin naisten edustamille toimialoille, ja uusista yrityksistä naisten perustamia on noin 40 prosenttia. (Viitala & Jylhä 2010, 18.)

Vertailtaessa kaikkien maiden yrittäjiä huomataan, että naisia on yrittäjinä selvästi vähemmän kuin miehiä. Suomessa noin kolmannes yrittäjistä on miehiä, mikä on EU-vertailussa suhteellisen korkea osuus. Naisten yrittäjyysaste, eli yrittäjien osuus työllisistä, on lähes puolet alhaisempi kuin miesten. Naisyrittäjyyden edistäminen on ollut erityisessä roolissa hallituksen yrittäjyysohjelmassa. Naisyrittäjyyden edellytysten vahvistamista pohtineen työryhmän raportissa esitellään lukuisia edistämistoimenpiteitä, joita ovat muun muassa yrittäjyyden ja perhe-elämän yhteensovittaminen, sekä neuvontaan, valmennukseen ja tiedotukseen liittyvät toimenpiteet. Naisyrittäjyyden edistämisen taloudellisia perusteluja ovat yrittäjyyden kansantaloudellisen merkityksen ja työllisyysasteen nostaminen. (Tervo & Haapanen 2007, 28.)

Yrittäjyydellä on kaksi määritelmää. Ensimmäisen määritelmän mukaan yrittäjiä ovat 18-74-vuotiaat henkilöt, joilla on vuoden viimeisellä viikolla voimassa oleva yrittäjäeläkevakuutus, jotka eivät ole työttömiä vuoden viimeisenä työpäivänä, eivätkä varusmiehiä tai siviilipalvelusmiehiä vuoden viimeisellä viikolla. Yrittäjäksi määritellään myös henkilöt, joilla yrittäjätulot ylittävät määritellyn tulorajan, edellyttäen etteivät he ole eläkkeellä sillä viikolla kun tutkimusta tehdään. Toisen määritelmän mukaan yrittäjä on

henkilö, joka harjoittaa taloudellista toimintaa omaan laskuun ja omalla vastuulla. Yrittäjä voi olla työnantajayrittäjä tai yksinäisyrittäjä. Osakeyhtiössä toimiva henkilö, joka yksin tai yhdessä perheensä kanssa omistaa vähintään puolet yrityksestä, lasketaan yrittäjäksi. (Tilastokeskus a 2012.)

2.1 Yrittäjyys

Yrittäjä tarkoittaa kirjaimellisesti uuden yrityksen perustajaa ja yrityksen omistajajohtajaa, henkilöä tai henkilöitä, jotka voivat käyttää omistajan valtaa ja kantaa vastuuta yrityksessä. Yritysjohdolla on yrityksen päätöksenteossa kaksi perustehtävääaluetta, joista ensimmäinen on yrityksen strategian määrittely eli liiketoiminnan käsitteellisen perustan ja toimintalinjojen kuvaaminen. Toinen on strategian toteuttaminen eli toimintakykyisen organisaation rakentaminen yritykselle ja sen ohjaaminen. (Viitala & Jylhä 2010, 40.) Pyykön (2011, 47.) mukaan yrittäjällä on aina neljä erilaista roolia, joista yrittäjyys koostuu: yrittäjän tulee olla johtaja, sijoittaja, myyjä ja tekijä. Uusien asiakkaiden hankkiminen ja lisäkaupasta huolehtiminen kuuluu myyjärooliin, tekijän tehtävänä sen sijaan on toimia tuottajan ja toimittajan kentällä. Johtajan ominaisuudessa yrittäjän tulee pitää huolta siitä, että asiakas-, hankinta- ja toimittamisprosessit ovat kunnossa, ja sijoittajan tehtävä on katsoa voittoa.

Yrittäjän tehtäväkenttä on vaihteleva ja monitasoinen, hänen on usein siirryttävä strategiasta nopeasti käytännöllisten kysymysten toteuttamiseen. Yrittäminen on myös uuden oppimista, koska uusilta haasteilta ei voi koskaan välttyä. Yrittäjän itsensä työllistämisen lisäksi yrittäjyyteen liitetään vahvasti uuden luominen ja innovaatiot. Yrittäjän tehtäviin kuuluu myös muualla kehitettyjen menetelmien ja tuotteiden soveltaminen uusiin yrityksiin. (Viitala & Jylhä 2010, 40-42.) Yrittäjät ovat erilaisia, toiset uskovat että maailmaa pyörittävät ”pakko ja pelko”, kun toiset edustavat enemmän ”kateutta ja kiimaa”. Yrittäjät eroavat toistaan myös ohjausotteen suhteen, jolla tarkoitetaan lopputulosta muun muassa uskomuksista, motiiveista ja taipumuksista. Toinen voi olla luontaisesti kasvuun kiihdyttäjä ja mahdollisuuksiin tarttuja, kun toinen voi vastaavasti olla enemmän kannattavuuden vaalija ja riskien hallitsija. (Pyykkö 2011, 60.)

Talouden elvyttäjän rooli on ollut vahvasti esillä yrittäjyyttä koskevassa keskustelussa. Tyypillinen pienyritys ei ole työnantaja vaan ennemminkin työpanoksen ostaja. Todelli-

nen työnantaja pienyrittäjässä on aina asiakas. Pk-yritysten laajempi työllistävyys edellyttää sitä, että ne toimivat työvoimavaltaisilla aloilla ja ovat kasvuhaluista. Työllistävyyttä on kuitenkin myös itsensä ja kenties yhden tai kahden muun työllistäminen eli tyypillinen mikroyrittäjyys. (Viitala & Jylhä 2010, 43.)

Yrittäjän tavoitteet ovat monialaisia, esimerkiksi itsensä ja perheen työllistäminen, tasainen liikevaihto ja kohtuullinen voitto. Ne voivat liittyä myös innovatiivisuuteen, luovuuteen, kasvuun ja kehitykseen. Näiden tavoitteiden saavuttamiseen yrittäjä panostaa omalla osaamisellaan ja sen jatkuvalla kehittämisellä. Yrittäjä tarvitsee monenlaista osaamista, hänelle on esimerkiksi tärkeää solmia hyviä asiakassuhteita ja kehittää niitä, jotta yrityksellä olisi mahdollisuus pysyä tuottavana ja kilpailukykyisenä. Vuorovaikutusosaaminen on tärkeää sekä asiakassuhteissa, että yhteysverkostojen solmimisessa ja ylläpitämisessä. Tuotekehitys-, innovointi- ja tuotanto-osaaminen, sekä ideoiden kaupallistaminen kuuluvat merkittäviin osaamisalueisiin. Talousosaaminen, ajanhallinnan taidot, sekä kyky ennakoida ovat tärkeitä osaamisalueita, jotka muodostavat toimivan kokonaisuuden. (Viitala & Jylhä 2010, 43.)

Yksilöllisillä ominaisuuksilla tuotetaan yrittäjyyttä, kun taas tieto, taito ja kokemus karttuvat vuosien kuluessa. Näihin asioihin voi vaikuttaa oppimalla ja omaksumalla, mutta yksilölliset ominaisuudet eivät muutu yhtä helposti. Tällä tasolla vaikuttaminen ei ole uuden oppimista ja muuttamista, vaan enemmänkin tunnistamista, ennakoimista, hyväksymistä ja suhtautumista. Kaikilla yrittäjillä on sellaisia persoonallisuuden piirteitä, jotka selittävät yrittäjäksi ryhtymistä ja siinä suoriutumista. Suoriutuminen tai kunnianhimon yhteys yrittäjyyteen on tutkittu. Yrittäjillä suorittamisen tarve ja kunnianhimo on muita korkeampaa, ja näiden piirteiden yhteys menestymiseen on kirkas. (Pyykkö 2011, 61, 63, 65-66.) Kun toimivilta yrittäjiltä on kysytty yrittäjänä menestymisen edellytyksiä, tärkeimmiksi ovat kohonneet vastuunotto, usko itseensä, paineensietokyky ja sitkeys. Vähemmän tärkeinä on pidetty kovuutta, itsekkyyttä, sukurakkautta ja haluttomuutta työskennellä toisen palveluksessa. On mahdollista, että yritys perustetaan eri syistä, kuin mitä myöhemmin toiminnan aikana havaitaan menestymisen avaimiksi. (Köppä, Laukkanen & Santala 2000, 103.)

Yksilö tarvitsee henkistä kasvua tullakseen yrittäjäksi. Sen edellytykset tulevat yrittäjän oikeanlaisista asenteista, joihin vaikuttavat vahvasti hänen tietonsa, kokemuksensa ja uskomuksensa yrittävästä elämäntavasta. Näiden asioiden muokkautumisessa on yksilön ympäristöllä suuri rooli. Suvun, ystäväpiirin, työyhteisön, sekä median antamat myönteiset esimerkit ja positiivinen suhtautuminen yritteliäisyyteen ja yrittäjyyteen kannustavat yrittäjyydestä kiinnostunutta suunnitelmissaan ja tavoitteissaan. Kielteiset esimerkit sekä asenteet voivat vastaavasti vaikuttaa negatiivisesti yrittäjyshalukkuuteen. Myös yhteiskunnan lainsäädännöllä, arvoilla, asenteilla ja tuella on vaikutusta erityisesti siihen, miten ihmiset suhtautuvat yrittäjyyteen ammattina. Asenteet ovat sidoksissa myös yksilön tunteisiin, koska innostus, usko omaan osaamiseen, positiivisuus ja ilo voivat tukea oppimista ja henkistä kasvua yrittäjyyteen. (Kansikas 2007, 137-138.)

Yrittäjyyteen yhdistetään riskien ottaminen, ja usein ajatellaan että yrittäjät ovat hyvin riskihakuisia. Riskihakuisuus on hyvin yksilöllistä, eikä tämä yleistys siitä johtuen pidä aina paikkaansa. Voi olla että yrittäjät ovat muita riskinottohaluisempia, tai että halukkuus ottaa riskejä tulee vahvasta suoriutumismotivaatiosta. Myös innovatiivinen ajattelu, uusien yhteyksien löytäminen ja luovuus voivat olla yrittäjillä korkeampia kuin muilla. Sen sijaan kontrolli tai itsenäisyys on yrittäjillä muita ihmisiä korostuneempi. Myös kontrollikäsitys ja itseluottamus ovat piirteitä, jotka kuvaavat yrittäjän ominaisuuksia vahvasti. (Pyykkö 2011, 66.) Mitä pienemmästä yrityksestä on kysymys, sitä todennäköisemmin yrityksen menestys on yhdestä henkilöstä kiinni. Pienyrityksessä yrittäjä myy yrityksen ja koko toimintansa asiakkaille omalla persoonallaan, jolloin yritys personoituu yrittäjään. Käytännön yrittäjätyötä voidaan ajatella liikemiestaitona eli liiketoimintaosaamisena, joka merkitsee kykyä hahmottaa kokonaisuus ja erotella siinä olevia rakenteita. (Viitala & Jylhä 2010, 44.)

2.1.1 Naisyrittäjyys

Työ- ja elinkeinoministeriön (2005, 16) tekemän tutkimuksen mukaan naisyrittäjyydellä ei ole virallista määritelmää, jonka takia se määritellään eri tavalla eri yhteyksissä. Naisyrittäjyyden määrittely on tärkeää, koska sen avulla eri tahot voisivat omassa toiminnassaan tuoda esille naisyrittäjyyden kannalta olennaisia asioita. Naisyrittäjyyden tilanteesta voidaan sanoa tutkimuksen mukaan hyvin vähän, koska sitä on tutkittu vain noin 30 vuotta.

Yrittäjyys on yksi yhteiskunnan tapa tuottaa hyödykkeitä ja palveluita. Yrittäjyydestä puhuttaessa naisten merkitystä ja naisten yrittäjyyttä ei voida sulkea pois keskustelusta, koska kyse on myös tasa-arvosta ja väestöpoliittisista kysymyksistä. Naisyrittäjyydellä tarkoitetaan naisen tai naisten perustamaa yritystä ja/tai yritystä, jossa naisilla on yli 50 prosentin omistus ja/tai joissa nainen on johtajana. Naisyrittäjyyttä ja yrittäjyyttä naisvaltaisilla toimialoilla rasittavat monet tekijät, jotka lisäävät epävarmuutta naisten vakinaisesta työllistymisestä ja vähentävät naisten halua ja mahdollisuuksia perustaa oma yritys ja toimia yrittäjänä. Nämä epävarmuustekijät liittyvät useimmiten työn ja perheen yhdistämisen ongelmiin. Epävarmuustekijät liittyvät myös yrittäjien sosiaalipoliittisten etuuksien heikkouksiin, kuten esimerkiksi joidenkin sosiaalietuuksien puuttumiseen yrittäjältä, ja vanhemmuuden kustannusten epätasa-arvoiseen jakautumiseen nais- ja miesvaltaisten toimialojen kesken. (Naisyrittäjyys 2005, 17, 21.)

Työvoimatutkimuksen mukaan naisten osuus yrittäjistä on kasvanut Suomessa viime vuosina, kun alkutuotantoa ei huomioida: naisyrittäjien lukumäärä vuonna 2003 oli reilut 71 000 ja osuus kaikista yrittäjistä oli noussut jo 33 prosenttiin. Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen mukaan naiset toimivat Suomessa selvästi miehiä useammin yksinyrittäjinä, sillä naisten osuus yksinyrittäjistä on 38 prosenttia, kun työnantajista osuus on vain 27 prosenttia. Naiset toimivat miehiä useammin yrittäjinä nk. matalan tuottavuuden aloilla, jolloin lähtökohtana on useimmiten itsensä työllistäminen. (Naisyrittäjyys 2005, 22-23.)

Naisyrittäjien määrä on kasvanut 2000-luvulla, ja kaikista uusista yrittäjistä moni on nainen. Toimialoittain tarkasteltuna naisyrittäjien määrä on kasvanut vähittäiskaupassa, ja majoitus- ja ravitsemistoiminnassa, joissa naisten osuus kaikista yrittäjistä on jo yli puolet. Vuonna 2007 naisten yrityksistä noin 90 prosenttia toimi kaupan alalla ja muilla palvelualoilla. Naisyrittäjien suosittuja toimialoja ovat kauppa, sosiaali- ja terveyspalvelut ja henkilökohtaiset palvelut, joihin kuuluvat esimerkiksi kampaamot ja kotitalouspalvelut. Verrattuna miehiin, naiset perustavat enemmän yrityksiä luoville aloille, joihin luetaan muun muassa taide-, kulttuuri- ja käsityöalat, viestintä ja design. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 18.) Naisten yrittäjyys on yrittäjyyskatsauksen (2011, 117.) mukaan vahvassa kasvussa erilaisissa vapaa-ajan virkistyspalveluissa, jotka ovat kehittyneet

uusille urille. Esimerkkeinä kasvualoista tutkimus mainitsee erityyppiset liikunta- ja elämyspalvelut. Naisyrittäjiä toimii paljon myös liike-elämän palvelualoilla, muun muassa tilitoimistoissa ja kielenkääntäjinä.

Työ- ja elinkeinoministeriön (2010, 19) tekemän tutkimuksen mukaan uudet naisyrittäjät ovat keskimäärin paremmin koulutettuja kuin pitkään toimineet yrittäjät yleisesti. Koulutustason nousu ei tutkimusten mukaan ole vähentänyt naisten yrittäjyshalukkuutta, vaan koulutetut naiset näkevät yrittäjyyden kiinnostavana uramahdollisuutena. Yrittäjäksi ryhtyminen on yleisintä palvelualan koulutuksen saaneilla, ja naisten yritykset ovat usein palvelualoilla toimivia pieniä toiminimimuotoisia yrityksiä jotka eivät tarvitse perustamiseensa suurta alkupääomaa. Naisyrittäjillä on usein pitkä työura palkkatyöstä ennen yrittäjäksi ryhtymistä, ja monilla liikeidea liittyi koulutuksella hankittuun ammatitaitoon tai mahdollisesti aikaisempiin työtehtäviin.

Äältään naiset ovat jonkin verran nuorempia kuin miesyrittäjät. Lähes viidennen naisyrittäjästä on alle 35-vuotiaita. Kansainvälisten vertailujen mukaan Suomessa naisyrittäjät ovat hieman iäkkäämpiä kuin naisyrittäjien keskimääräinen ikä EU:n alueella. Vaikka naisilla on korkeakoulutus, he toimivat silti miehiä harvemmin työnantajina. Erot miesten ja naisten työnantajana toimimisessa kasvuyrittäjyydessä johtuvat muun muassa erilaisista toimialoista ja niiden taustalla olevista toimintaedellytyksistä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 19.)

2.2 Naisten ja miesten eroja yrittäjyydessä

Naisten matalampaa yrittäjyysaktiivisuutta on Suomessa selitetty naisten ja miesten erilaisella käyttäytymisellä. Naisia yrittäjyyteen kannustaa riittävä toimeentulo yhdistettynä muihin siitä seuraaviin positiivisiin asioihin. Tutkitusti puolisoilla ja perheellä on suhteellisesti suurempi vaikutus naisten kuin miesten yrittäjyyteen. Miehiä yrittäjyyteen kannustaa odotettavissa olevat korkeammat tulot, kuin mitä palkkatyöstä olisi mahdollisuus ansaita. Naisten on todettu pyrkivät yhdistämään perhe-elämä yrittäjyyden tarjoamaan ajankäytön joustavuuteen ja yrittäjän vapauteen. Yksinhuoltajuuden on huomattu vähentävän erityisesti naisten yrittäjyysaktiivisuutta. Naisten toimintaan liittyy piirteitä, jotka tehtyjen selvitysten mukaan poikkeavat merkittävästi miesten toiminnasta. Keskeistä naisille on paikallisuus ja yhteisöllinen yrittäjyys, missä naiset yhdistävät

sosiaalisuuden ja itsenäisen elämän, sekä minimoivat riskejä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 23.)

Tervon ja Haapalaisen (2007, 35.) tekemän tutkimuksen mukaan koulutuksen merkitys riippuu sukupuolesta. Koulutustason nousu vähentää selvästi miesten alttiutta, mutta sillä ei ole vaikutusta naisiin. Esimerkiksi korkeasti koulutetuilla miehillä todennäköisyys olla yrittäjä on alhaisempi kuin vain peruskoulun käyneillä miehillä. Naisilla koulutustasoerot eivät ole tilastollisesti merkittäviä. Suomessa naisyrittäjät ovat tutkitusti koulutetumpia verrattuna miesyrittäjiin. Naisyrittäjien korkeampi koulutustaso johtuu naisten paremmasta yleisestä koulutustasosta. Myös naisten toimialat edellyttävät muodollisesti korkeampaa koulutusta kuin perinteiset miesten toimialat. Perinteisillä miesten toimialoilla tarkoitetaan muun muassa rakentamisen toimialaa. Työllisyystilastoista voidaan huomata, että koulutus vähentää yksilöiden, sekä miesten, että naisten, yrittäjäalttiutta. Koulutustason nousu on pienentänyt naisten tilastollista yrittäjyyttä kuitenkin vähemmän kuin miesten yrittäjyyttä. (Yrittäjyyskatsaus 2011, 119.)

Alueella ja paikallisilla työmarkkinoilla on suurempi vaikutus miesten kuin naisten yrittäjyyteen. Alueen pienyritysvaltaisuus vaikuttaa positiivisesti yksilöiden yrittäjäalttiuteen, joka johtuu siitä, että pienyritysvaltaisilla alueilla väestön kosketus yrittäjyyteen ja sitä kautta saatava yrittäjyyden malli nousee merkittäväksi tekijäksi erityisesti miehillä. Miesten yrittäjäalttius on suurempi maaseutumaisilla seuduilla, erityisesti harvaan asutussa ympäristössä, kun naisten kohdalla tällaista vaikutusta ei ole huomattu. Miesten yrittäjäalttiuteen vaikuttaa jonkin verran myös se, jos hän asuu syntymäkunnassaan, mutta naisille ei myöskään tästä ole vaikutusta. Tästä voidaan päätellä, että miehet näkevät yrittäjyyden kautta itsensä työllistämisen houkuttelevampana vaihtoehtona poismuuton alueilla, joilla työnsaantimahdollisuudet ovat huonot, kuten haja-asutusalueet tai harvaan asutut seudut, kun naiset muuttavat mieluummin pois tällaisilta alueilta. (Tervo & Haapalainen 2007, 36-37.)

Henkilökohtaiset ominaisuudet ovat yrittäjänä menestymisen kannalta tärkeimpiä asioita. Naisyrittäjyyden kasvusta huolimatta edelleen moni henkilökohtaisilta ominaisuuksiltaan yrittäjäksi sopiva nainen valitsee yrittäjyyden miehiä harvemmin. Naisyrittäjyyden edistämisen ja lukumäärän kasvattamisen osalta nämä yrittäjyyspotentiaaliset naiset

ovat tärkeitä, mutta määrällisen kasvattamisen sijaan tärkeämpää on saada yhteiskuntaan kannattavaa yritystoimintaa. Tutkimusten mukaan koulutuksen kautta saadulla tiedolla on havaittu merkitystä naisten yritystoiminnan aloittamiseen, koska koulutuksen avulla pystytään havaitsemaan omien kykyjen sopivuus liiketoimintaosaamisessa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 23-24.)

Työn ja perheen yhteensovittamista on luonnehdittu nyky-yhteiskunnassa kehityksen solmukohdaksi. Siinä yhdistyvät ihmisen eri elämänalueet, kuten läheisistä ihmisistä huolehtiminen, työnteko, taloudellinen toimeentulo ja sukupuolten välinen työnjako. Sujuvalla työn ja perheen yhdistämisellä on taloudellisia vaikutuksia yhteiskunnassa, koska silloin työssäkävien miesten ja naisten osuus lisääntyy. Kun myös molempien sukupuolten sitoutuminen ja oikeudet perheeseen lisääntyvät, perhevapaat ja niiden kustannukset jakautuvat tasaisemmin. Suomessa työn ja perheen yhdistämiseen on kiinnitetty huomiota, mikä näkyy naisten työssäkäynnin yleisyytenä, sekä runsaana syntyvyytenä. Työn ja perheen yhteensovittamisella on taloudellisia vaikutuksia, koska siinä yhdistyvät työelämä ja talouspolitiikka, perhe-elämä ja perhepolitiikka, sekä sukupuolikiisymykset ja tasa-arvopolitiikka. (Moisio 2010, 180, 193.) Kansikkaan (2007, 103.) mukaan yrittäjyys ei ole geneettistä tai perinnöllistä, mutta yrittäjäperhe usein sosiaalista jälkikasvunsa siihen harjoittelun ja roolimallien kautta. Yrittäjäperheen lisäksi esimerkiksi yrittäjähenkilöä tukeva työyhteisö voi kannustaa omistajayrittäjäksi.

Perhetekijöistä erityisesti parisuhteella on merkitystä yrittäjälähtöisyydelle, avio- ja avoliiton myötä sekä miesten että naisten todennäköisyydet toimia yrittäjänä kasvavat. Naisilla avoliiton vaikutus on pienempi kuin avioliiton. Jos avoparilla on lapsia, jotka eivät ole yhteisiä, miehen todennäköisyys olla yrittäjänä kasvaa, mutta ei naisen. Yksinhuoltajuus vähentää yrittäjyyden todennäköisyyttä, negatiivisen vaikutuksen ollessa suurempi naiselle kuin miehelle. Perheessä olevilla lapsilla ei ole juurikaan vaikutusta yrittäjänä olemisen todennäköisyyteen. Naisten kohdalla alle 3-vuotiaiden lasten positiivinen vaikutus on kuitenkin tilastollisesti merkitsevä. Tervon ja Haapasen tekemän tutkimuksen tuloksen mukaan näyttää siltä, että naisten pyrkimykset liittää perhe ja pienet lapset yrittäjyyteen, tai pikemminkin itsensä työllistämiseen, merkitsee vapautta. (Tervo & Haapanen 2007, 35.)

Naisyrittäjiä tutkittaessa kiinnitetään yleensä erityistä huomiota perhesuhteisiin. Tämä johtuu siitä, että naisyrittäjien yhtenä ongelmana on tuotu esille se roolikonflikti, joka syntyy kotityövelvollisuuksien ja yrittäjävastuun välille. (Koskinen 1996, 171.) Naiset kantavat suurimman vastuun perheen arjen sujumisesta edelleen, joka ei ole vuoden 2004 tasa-arvobarometrin mukaan muuttunut vuosien 1998 ja 2004 välillä. Naiset ja miehet ovat kuitenkin asenteissaan varsin yksimielisiä vastuun jakamisesta perheen taloudellisen toimeentulon turvaamisessa, kodin arjen askareissa ja vanhemmuudessa. Vuonna 2004 miehistä ja naisista 89 prosenttia oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että miesten tulisi osallistua nykyistä enemmän lastensa hoitoon ja kasvatukseen. (Moisio 2010, 190.)

Puolison toiminta vaikuttaa yrittäjäalttiuteen sekä miehillä, että naisilla. Jos puoliso on yrittäjä, yksilön todennäköisyys olla myös yrittäjä kasvaa huomattavasti. Miehillä marginaalivaikutus on 17 ja naisille 4,5 prosenttiyksikköä. Erityisesti miesten yrittäjäalttiutus kasvaa huomattavasti, jos myös vaimo on yrittäjänä. Käytännössä kyse on yrittäjäperheistä tai siitä, että puoliso on avustavana perheenjäsenenä yrityksessä. Vahva yhteys osoittaa kuitenkin myös roolimallien merkitystä: yrittäjäksi ryhtyminen on helpompaa, jos läheltä nähdään mitä yrittäminen on, ja miten yritystä pyöritetään. Kummankin sukupuolen kohdalla todennäköisyys olla yrittäjä pienenee, jos puoliso on palkansaaja, opiskelija, eläkeläinen tai työtön verrattuna tilanteeseen, jossa puoliso on muutoin työvoiman ulkopuolella. (Tervo & Haapanen 2007, 36.)

3 Yritystoiminnan kasvaminen

Pk-yritykset edustavat valtaosaa olemassa olevista yrityksistä, ja niiden merkitys on laajalti tunnustettu taloudellisen kasvun moottoreina ja uusien merkittävien innovaatioiden kehittäjänä. Yrityksen strategian lisäksi kasvun hallinnasta on tullut merkittävä yrityksen kilpailuetu, jotta yritys voisi toimia ja kilpailla epävakaa liiketoimintaympäristössä. Yrityksen kasvuun liittyvät kysymykset ovat ajankohtaisia, koska yritysten tulee kohdistaa rajalliset taloudelliset ja muut resurssit parhaalla mahdollisella tavalla saavuttaakseen kilpailuetua ja varmistaakseen yrityksen kasvun lyhyellä ja pitkällä tähtäimellä. (Leminen & Westerlund 2008, 27.)

Yritysten kasvu on moniulotteinen ilmiö. Kaikki yritykset eivät kasva samalla tavalla tai samasta syystä. Kasvulla tarkoitetaan yrityksen liikevaihdon positiivista muutosta ajankohdasta toiseen. Muita kasvun mittareita ovat muun muassa henkilöstömäärän muutos, taseen loppusumman muutos ja voiton määrän muutos. Kasvuhakuisuudella tarkoitetaan yrityksen omistajien tietoista sitoutumista kasvuun ja yrityksen kehittämiseen. Useiden tutkimusten mukaan nuoret ja pienet yritykset kasvavat suurempia ja vanhempia nopeammin. Vanhempien yritysten kasvu on stabiilimpaa, joka tarkoittaa sitä, että niiden kasvu on hillitympää. Henkiinjäämisen todennäköisyys kasvaa yrityksen koon ja iän myötä. Kriittinen ennakkoehto yrityksen kasvulle on yrityksen selviytyminen eli henkiinjääminen. Kasvu on tärkeä edellytys, jotta yritys saavuttaa myös yrityksen taloudelliset tavoitteet. Ennakkoehdot yrityksen kasvulle ovat yrittäjän kasvuorientaatio, riittävät resurssit ja markkinoiden mahdollisuus kasvuun. (Lappalainen 2008, 53, 56.)

Innovatiiviset ja kasvavat yritykset ovat ratkaisevan tärkeitä kansantalouden kasvulle ja työllisyydelle. Yritysten kasvu on tärkeää paremman kannattavuuden ja kilpailuaseman saavuttamiseksi, jonka kautta tulevat myös työllistämismahdollisuudet. Lähes joka kymmenes pk-yritys ilmoittaa olevansa voimakkaasti kasvuhakuinen ja 42 prosenttia kasvavansa mahdollisuuksien mukaan. Talousnäkymien heikentymisen seurauksena kasvuhaluisuus on kääntynyt lievästi laskuun, ja aikaisempaa hieman useampi yritys pyrkii lähitulevaisuudessa vain säilyttämään asemaansa. Talouden epävarmuus siis vaikuttaa merkittävästi yritysten kasvuhaluuteen. (Pk-yritysbarometri 2011, 2.)

Kasvaakseen ja menestyäkseen yritykset tarvitsevat dynaamista kyvykkyyttä, joka tarkoittaa uusien yhdistelmien eli uusien ideoiden tuottamista, ennakoivaa ympäristön muutoksiin sopeutumista ja kykyä siirtää yrityksen ulkopuolinen tieto osaksi olemassa olevia kyvykkyyksiä. Mikäli yrityksessä on luottamusta kykyyn löytää ja hyödyntää kasvumahdollisuuksia ja uuden liiketoiminnan kehittämismahdollisuuksia, yritys kykenee dynaamiseen kasvuun. Ennen kaikkea kasvu vaatii uskallusta. yrityksen kasvun mahdollistajana on yrityksen ja henkilöstön muutosvalmius ja positiivinen suhtautuminen uuteen. Kasvu merkitsee aina muutosta tuoden mukanaan uudenlaisia haasteita. (Linnosuo & Tamminen 2008, 174-175.)

Yritykset tarvitsevat strategioita kasvamispyrkimyksiinsä, ja kasvustrategioita on olemassa useita erilaisia. Kasvustrategioilla tarkoitetaan sekä kasvun lähdettä (millä keinoin yritys saa lisättyä liikevaihtoaan), että millä keinoilla yritys hankkii resursseja kasvulleen. Kasvun lähteenä yrityksen sisäinen, eli orgaaninen kasvu, tarkoittaa sitä, että yritys myy uusia tai nykyisiä tuotteita joko nykyisille tai uusille asiakkaille. Orgaaniselle kasvulle vaihtoehto on ulkoinen kasvu eli esimerkiksi fuusio tai yritysosto. Resurssioinnin osalta sisäisellä kasvulla tarkoitetaan, että yritys kasvattaa omia resurssejaan, rekrytoi lisää henkilökuntaa tai investoi uusiin laitteisiin tai tiloihin. Tässä vaihtoehdossa yritys voi kasvusta huolimatta säilyttää sisäisen stabiliteetin, vaikka osaamisen ja resurssien onkin koko ajan kehityttävä. Toinen pk-yrityksen ulkoisen kasvun strategiavaihtoehto on, että yrittäjä perustaa uusia yrityksiä sen sijaan, että kasvattaisi jo olemassa olevaa yritystään. (Järvenpää & Länsiluoto 2008, 68.)

Yrittäjyystutkimuksissa on Viitalan ja Jylhän (2010, 333.) mukaan pienyrittäjien on havaittu usein pitävän yrityksensä koon pienenä kuin kasvattavansa sitä. Näin yrittäjä voi itse kontrolloida yrityksen toimintaa, mutta saada siitä kuitenkin itselleen ja perheelleen taloudellisen toimeentulon. Selvityksien mukaan vain kahdeksalla prosentilla pk-yrityksistä on halukkuutta kasvattaa yritystään. Yrittäjä ei välttämättä koe että yrityksen kasvattamisesta olisi hyötyä yritykselle tai yrittäjälle itselleen, jonka vuoksi kasvua ei nähdä tavoittelemisen arvoisena. Varovaisuuden perusteena voi myös olla tietoisuus siitä, että usein uusi, kasvava markkina-alue asettaa lisää vaatimuksia myös osaamiselle. Voidaan ajatella omien voimavarojen olevan riittämättömiä kasvusta aiheutuvien haas-

teiden voittamiseen. Pk-yrityksissä ongelmana ja haasteena on myös se, että yritykset eivät aina edes tunnista liiketoiminta- ja kasvumahdollisuuksiaan.

3.1 Kasvuhaluus

Pienten yritysten kasvuun vaikuttavat kolme eri tekijää: aloittavat ja pienen yrittäjän tausta ja resurssit, yrityksen ominaispiirteet sekä kasvuun liittyvät strategiat eli strategiset päätökset. Kriittinen ennakkoehto yrityksen kasvulle on yrityksen selviytyminen eli henkiinjääminen. Kasvu on tärkeä edellytys, jotta yritys saavuttaa myös yrityksen taloudelliset tavoitteet. Ennakkoehdot yrityksen kasvulle ovat yrittäjän kasvuorientaatio, riittävät resurssit yrityksen kasvulle, ja että markkinoilla on mahdollisuus kasvaa. (Lappalainen 2008, 56.) Kasvuhakuisuudella on totuttu tarkoittamaan yrityksen omistajien tietoista sitoutuneisuutta kasvuun ja yrityksen kehittämiseen. Kasvuhakuisella yrityksellä katsotaan olevan halua ja kykyä riskinottoon, sekä jo näyttöjä onnistuneesta kasvusta. Voidaan väittää että yrityksen menestyksellinen kasvu ei ole syntynyt sattumalta, vaan se on ollut tulosta tietoisesta kasvuhakuisesta strategiasta. (Mäki-Fränti 2006, 12-13.) Kasvuhaluuteen vaikuttaa myös yrittäjän tausta ja liiketoimintaympäristö. Kasvuhaluus vaikuttaa kasvuun keskimäärin enemmän korkeasti koulutetuilla ja pitkään toimineilla yrittäjillä. (Lappalainen 2008, 56.)

Kasvun tukemisen oletuksena on, että yritys kasvaa vasta sitten kun sillä on halu, kyky ja mahdollisuudet kasvaa. Nämä ovat kolme kasvun ehtoa, joita ilman yrityksen kasvu ei onnistu. Kasvuhalu liittyy yrittäjän subjektiivisiin piirteisiin, persoonallisuuteen ja psykologisiin tekijöihin. Yrittäjän persoonallisuudesta tai ominaisuuksista kumpuaa intentioita tai strategisia valintoja, jotka ilmentävät suorasti tai epäsuorasti asennetta yrityksen kasvuun. (Toivonen, Stenholm & Heinonen 2005, 119.) Perinteisesti kasvua on käsitelty osana yritysten normaalia elinkaarta luonnollisena kehityskulkuna, jossa yrittäjän omat arvostukset eivät ole merkittävässä roolissa. Kasvuhalun perimmäinen lähtökohta on se, kokeeko yrittäjä kasvusta aiheutuvan hänelle hyötyä, ja kokeeko hän selviävänsä olemassa olevista kasvun haasteista. (Linnossuo & Tamminen 2008, 175.)

Kasvukyky sen sijaan viittaa yrityksen resursseihin ja osaamiseen, koska ilman näitä osa-alueita yritys ei voi hyödyntää kasvumahdollisuuksia ja -halua. Kasvussa tulee korostaa yrittäjän osaamisen tärkeyttä, jota pidetään tärkeimpänä tekijänä kasvuprosessis-

sa. Kasvu voi tapahtua myös kriisien kautta, jolloin kasvun edellytys on ensisijaisesti liikkeenjohdon kyky selviytyä johtajuus-, autonomia-, kontrolli- tai luottamuskriisistä. (Toivonen jne. 2005, 119-120.)

Kolmantena kasvun ehtona on kasvumahdollisuus, joka mielletään erityisesti ulkoisen ympäristön ominaisuudeksi. Ympäristö voi tarjota tilaisuuksia kasvuun, ja yrityksen kasvu tapahtuu ainoastaan silloin, kun ympäristö on kasvulle otollinen. (Toivonen jne. 2005, 120.) Oppimiseen ja tiedon hankkimiseen liittyvät taidot ja prosessit ovat keskeisessä osassa, koska yrittäjällä tulee olla kasvumahdollisuuksien havaitsemiseksi ennakkotietoa, joka ohjaa havaitsemaan mahdollisuudet. Mahdollisuuksia ei havaita automaattisesti, vaan olemassa oleva tieto auttaa havaitsemaan niitä. Ongelmana on, että liiketoimintaympäristön muutosten ja teknologisen kehityksen tuomia mahdollisuuksia ei mielletä liiketoimintamahdollisuuksiksi. (Linnossuo & Tamminen 2008, 176.)

Kasvuintentio pohjautuu erilaisiin eksogeeneihin eli ulkoisiin tekijöihin. Sen taustalla nähdään olevan henkilöön itseensä ja yrityksen toimintaympäristöön liittyviä muuttuvia tekijöitä. Ulkoisilla tekijöillä on merkitystä yrityksen kasvun kannalta silloin, kun koetut tekijät ja tapahtumat muuttavat yrittäjän asenteita. Tästä johtuen ulkoiset tekijät edustavat yrittäjien ominaisuuksia ja ympäröivää todellisuutta, jota yrittäjä tulkitsee omista lähtökohdistaan. (Heinonen & Pukkinen 2005, 79.)

Kasvu vaatii yrittäjältä ja yritykseltä kykyä oppia ja omaksua uutta. Yrittäjän on itse kyettävä visioimaan itse tulevaisuutta havaittujen mahdollisuuksien kautta, ja tarvittaessa kyettävä luopumaan perinteisistä totuuksista. (Linnossuo & Tamminen 2008, 177.) Yrityksen kasvu ei ole pelkästään sattumaa, vaan tulos yrittäjän tavoitteellisesta ja sitoutuneesta toiminnasta yrityksen kasvattamiseksi. Kasvuhakuisten yrittäjien joukosta yrittäjien halu ja mahdollisuudet ottaa riskiä ja panostaa lisää yritystoimintansa laajenemiseen selittävät yrityksen kasvua. (Lappalainen 2008, 57.)

3.2 Kasvuhaluttomuus

Kasvuhalua pidetään tärkeimpänä kasvun ehtona, koska kasvun välttämätön edellytys on yrityksen halu kasvattaa toimintaansa. Yrittäjän kasvumotivaatio, yrittäjän sisäinen kasvuorientaatio, edeltää yrityksen kasvua. Tästä on tehty johtopäätös, että kasvuyrityk-

siä olisi enemmän, jos yrityksillä olisi halua kasvaa. Voidaan myös väittää, että yritys ei voi kasvaa ilman kykyä kasvaa. Yrittäjällä pitääkin olla manageriaalista kapasiteettia toteuttaa kasvun edellyttämät tuote- ja kapasiteettimuutokset. Ilman kasvuun kyvykkäitä yrityksiä kasvu ei toteudu. Yrityksen on myös mahdotonta kasvaa, jos sen tuotteille tai palveluille ei löydy markkinoita. (Toivonen jne. 2005, 119.)

Kaikki pk-yritykset eivät tähtää kasvuun ja yrityksen voiton maksimointiin. Kasvaakseen pk-yrityksen johdolla tulee olla halu kasvaa. Liiketoiminnan supistaminen tarkoittaa tilannetta, jossa yrittäjä on haluton edistämään yrityksensä liiketoiminnan kasvua. Tällöin yrittäjä keskittyy olemassa olevaan liiketoimintaan ja vaimentaa yrityksen äkillistä kasvua. (Leminen & Westerlund 2008, 32.) Toivosen jne. (2005, 119.) mukaan kasvuhaluttomuus voidaan perinteisesti kuvata kunnianhimon puutteena, tietynlaisena yrittäjän arvorakenteena tai yrittäjyydsmotiivina.

Jokaisella yrittäjällä on strategia, jonka avulla yritys toimii. Yrittäjät jota eivät ole kiinnostuneita laajentamisesta, voivat käyttää strategianaan supistamisstrategiaa. Liiketoiminnan supistamisstrategia tarkoittaa sitä, että yritys ei ole halukas kasvattamaan liiketoimintaansa. Yritys on paikallaan pysyjä pienillä investoinneilla ja matalalla tuotolla. Paikallaan pysyjien tavoitteena on pitää liiketoiminta sellaisena kuin se on. Yritys voi joko välttää kasvua tai se on jo menettänyt aikaikkunan ollakseen liiketoiminnan uudelleen rakentaja. Voidaan sanoa yrityksen olevan jämähtänyt paikallaan pysyjien ryhmään, ja sen investoinnit eivät nosta enää voittoa, vaan enemmänkin pyrkivät ylläpitämään nykyistä jo saavutettua tasoa. Yrityksen liiketoiminta voi kuitenkin olla voitollista, jolloin sen vähenevät tuotot heijastavat enemmänkin yrityksen supistamisstrategiaa, kuin että se olisi merkki yrityksen alkavasta tappiokierteestä. (Leminen & Westerlund 2008, 35.)

Yritysalan koulutustoimikunnan (2005, 5) tekemässä tutkimuksessa käy ilmi että useat seikat hidastavat yrittäjyyden voimistumista. Näitä ovat alhainen yrittäjyydsmotivaatio, esimerkkien puute, liiketoimintaosaamisen puutteet, pienet kotimarkkinat, yrittäjyyteen ja työllistämiseen liittyvät riskit, sekä epäonnistumisen pelko. Nämä kaikki tekijät ovat selviä merkkejä kasvuhaluttomuudesta. Liiketoimintaosaamisen puutteet kuten kansainvälisten markkinoiden tuntemus, johtamistaidot, rahoitusosaaminen, verkosto-

osaaminen sekä asiakkaiden ja muuttuvien markkinoiden hallinta ovat yleisimmät kasvua rajoittavat tekijät suomalaisissa potentiaalisissa kasvuyrityksissä. Hyytinen ja Rouvinen (2005, 148.) ovat tutkineet, että suurin osa uudesta yrittäjyydestä ei ole erityisen kasvuhakuista, vaan ainakin yritystoiminnan alussa kyse on usein pienimuotoisemmasta itsensä työllistämistä ja paikallisesta palveluyrittäjyydestä. Esimerkiksi vuoden 2003 lopulla perustetuista yrityksistä noin 93 prosenttia kertoi aikovansa pysyä mikroyrityksinä, eli työllistää alle 10 henkilöä, ainakin kolme ensimmäistä perustamisen jälkeistä vuotta. Tutkimuksen mukaan vuositason Suomessa perustetaan väljästi tulkittuna vain muutamia satoja todellisia kasvuyrityksiä.

Kasvu-uralle pyrkivä yritys ja yrittäjä joutuvat moneen testiin. Erääksi keskeiseksi kysymykseksi muodostuvat kasvun mukanaan tuomat liikkeenjohdolliset, taloudelliset ja toiminnalliset riskit, sekä näiden riskien tunnistaminen ja hallinta. (Koskinen 1996, 55.) Kasvusta kiinnostuneille yrittäjille on olemassa erilaisia verkostoja, tukea ja neuvontaa, mutta kasvuhaluttomuus on usein merkki yrittäjän varovaisuudesta. Harkitessa kasvua on valittava riipeä kasvu tai riskit, tai tuttu ja turvallinen elämänmeno, johon kasvuhaluton yrittäjä päätyy. (Sormunen 2011, 37.)

Liiketoiminnan supistamisstrategiaa noudattavissa yrityksissä on tunnistettu useita motivaationaalaisia syitä. Yrittäjän tavoitteena voi esimerkiksi olla itsensä työllistäminen, ei niinkään voiton maksimointi tai yrityksen kasvattaminen investoimalla. Yritys voi myös olla kasvuhaluton, vaikka se tarvitsee investointeja ja tuloksen parantamista. Monet menestyneet yrittäjät kieltäytyvät kasvattamasta henkilöstön määrää yli tietyn rajan, joka voi johtua siitä, että yrittäjä pyrkii välttämään päätöksenteon konflikteja. Liiketoiminnan supistaminen voi olla luonnollinen seuraus yrityksen taloudellisesta ahdingosta, ja tätä strategiaa noudattavilla pk-yrityksillä kasvu ja investoinnit ovat luonnollisesti matalia. Valtaosa pk-yrityksistä kuuluu tähän joukkoon, eli niihin jotka eivät ole kiinnostuneita yritystoimintansa kasvattamisesta. (Leminen & Westerlund 2008, 32.)

3.3 Riskinotto

Kaikkeen toimintaan kuuluu epävarmuus, joka on tietämättömyyttä ja epätietoisuutta tapahtumista, joiden seuraukset voivat olla kielteisiä tai myönteisiä. Päivittäiseen päätöksentekoon liittyy aina riskejä, jotka voivat vaarantaa toimintojen jatkuvuutta ja uhata

niiden tuloksia. Yritystä uhkaavat onnettomuudet, markkinoiden yllättävät muutokset ja omien virhearviointien seuraukset. Yrityksille riskin ottaminen on kuitenkin välttämättömyyttä, koska yrityksen on menestyttävä kilpailussa. Sen on investoitava, panostettava henkilöstönsä, tuotteisiinsa ja niiden markkinointiin. (Kuusela & Ollikainen 2005, 15.) Riskin peruslähtökohtana pidetään toimintaan ja tapahtumaan liittyvää epävarmuutta. Jos tapahtuman, toimenpiteen tai muun vastaavan seuraus tai tulos on täydellisesti ennalta tiedetty, ei kyseessä tällöin ole riski. Toinen riskin tekijä on tapahtumaan liittyvät odotukset. Ne vaikuttavat omalta osaltaan siihen, millaisena riski ja sen mahdollinen toteutuminen koetaan. (Juvonen, Korhonen, Ojala, Salonen & Vuori 2005, 7.)

Yrityksen toimintaan liittyy monenlaisia riskejä, uhkia ja epävarmuustekijöitä. Näitä voivat olla esimerkiksi koneiden rikkoutuminen, avainhenkilön sairastuminen, varaston tuhoutuminen, tavarantoimittajan äkillinen konkurssi tai kysynnän nopea muuttuminen. Yritystoiminnan riskiä ei koskaan saada poistettua, mutta sitä on mahdollista pienentää päätöksentekoa tukevalla suunnittelulla, tavoitteiden ja päämäärien määrittelyllä, toiminnan ja tehokkuuden tarkkailulla, ja hyvällä johtamisella. (Viitala & Jylhä 2010, 342.)

3.3.1 Riskit

Riskinotossa on tärkeää ensin tunnistaa kaikki potentiaaliset riskit, jonka jälkeen ne arvioidaan, analysoidaan ja priorisoidaan. Tämän jälkeen selviää mitkä riskit ovat merkittäviä ja mihin on ensin syytä kohdistaa resursseja. (Ilmonen, Kallio, Koskinen & Rajamäki 2010, 70.) Vaaraksi kutsutaan tekijää, joka voi johtaa ei-toivottuun tapahtumaan. Se on olemassa, muttei vielä tapahtunut. Riski on vaaran suuruus, eli siinä ovat mukana sekä vaaran toteutumisen mahdollisuus ja todennäköisyys, että seurausten vakavuus. (Viitala & Jylhä 2010, 342.) Riskien hallitseminen edellyttää sitä, että ne havaitaan, koska vain tunnistettuun riskiin voidaan varautua. Riskien havaitseminen edellyttää sitä, että niiden alkuperä tunnistetaan. Riskeillä voi olla kolme alkuperää, jotka ovat kontrollin, tiedon ja ajan puute. Kun riskit ja mahdollisesti niiden alkuperä on tunnistettu, tulee riskit arvioida. Tätä arviointia kutsutaan riskianalyysiksi, jonka tehtävänä on tunnistaa riskit ja arvioida niiden suuruus ja sattumisen todennäköisyys. Analyysi ei milloinkaan poista tai vähennä riskejä, mutta siitä saadun tiedon avulla riskeihin voidaan varautua entistä paremmin. (Juvonen jne. 2005, 25.)

On olemassa useita tapoja luokitella riskejä eri lajeihin. Yksi vakiintuneimmista tavoista on neljän lajin luokitus: strategiset, operatiiviset, taloudelliset ja vahinkoriskit. Strategiset riskit tai liiketoimintariskit ovat riskejä, jotka liittyvät organisaation pitkän aikavälin tavoitteisiin. Strategiset riskit liittyvät strategisen päätöksenteon epävarmuustekijöihin, kun päätöksenteon kohteena ovat organisaation tavoitteet esimerkiksi seuraavan viiden vuoden ajanjaksolle. Näin pitkään aikaväliin liittyy useita sisäisiä ja ulkoisia epävarmuustekijöitä, jotka yksin tai yhdessä voivat aiheuttaa sen, ettei organisaatio saavuta tavoitetaan. (Ilmonen jne. 2010, 70-71.)

Operatiiviset riskit ovat yrityksen päivittäisiin toimintoihin liittyviä välittömien tai välillisten vahinkojen tai maineen riskejä, jotka voivat seurata yrityksen riittämättömistä tai epäonnistuneista sisäisistä prosesseista, henkilöstöstä, järjestelmistä tai ulkoisista tapahtumista. Niistä merkittävimpiä ovat usein liiketoiminnan keskeytysriskit, jotka voivat johtua minkä tahansa liiketoiminnassa tarvittavan resurssin varauksesta. Tällainen riski on käsillä työvoiman lakkoillessa, tietoliikenneyhteyden katketessa, tulipalon tuhotessa keskeisen tuotantolaitoksen tai tärkeimmän tavarantoimittajan tai palveluntoimittajan mennessä konkurssiin. Operatiivisille riskeille on myös tyypillistä, että riskien toteutumisesta voi seurata kriisitilanne. Jos yritys ei ole etukäteen suunnitellut, miten tällaiset kriisitilanteet hallitaan, seurauksena voi olla vaikutukseltaan alkuperäistä huomattavasti merkittävämpiä riskejä, esimerkiksi lisävahinkoja yrityksen ollessa kyvytön rajoittamaan niitä tai merkittäviä kolhuja yrityksen maineelle. (Ilmonen jne. 2010, 72-74.)

Taloudelliset riskit liittyvät monenlaisiin yrityksen rahaprosessia uhkaaviin riskeihin. Ne voivat liittyä yrityksen maksuvalmiuteen, korkoriskeihin, pitkäaikaisiin investointeihin, mahdollisiin valuuttariskeihin yrityksen toimiessa kansainvälisillä markkinoilla, sekä luottoriskeihin. Myös vastapuoliriskit ovat yleisiä. Ne liittyvät erilaisten yritysten tekemien sopimusten vastapuolen kykyyn ja haluun suorittaa velvollisuutensa sovitusti. Taloudelliset riskit voivat liittyä myös yrityksen ennakoimattomaan verokohteluun kotimaassa, pääomarakenteen riskeihin, kirjanpito vaatimusten ja taloudellisen raportoinnin riskeihin. (Ilmonen jne. 2010, 74-75.) Viitalan ja Jylhän (2010, 338.) mukaan etenkin yritystoiminnan kasvaminen edellyttää yleensä investointeja, jotka tehdään usein käyttämällä vierasta pääomaa. Kapasiteetin lisäykset tapahtuvat asteittain, ja voivat aiheuttaa

suuria kertainvestointeja, jotka tuottavat tuloa täysipainoisesti pidemmällä aikavälillä. Tästä johtuen yrityksen toimintakyky voi heikentyä esimerkiksi suhdanteiden heikentyessä. Nopea kasvu sitoo käyttöpääomaa nopeammassa tahdissa kuin kasvavat markkinat tuottavat uutta tulovirtaa. Yritys saattaa kasvaessaan palkata myös uutta henkilökuntaa, jotka tarvitsevat aikaa sopeutuakseen uusiin työtehtäviin, joka osaltaan lisää myös yrityksen haavoittuvuutta.

Vahinkoriskit ymmärretään yleensä riskeistä parhaiten. Tyypillisiä vahinkoriskejä ovat esimerkiksi henkilöstön työkyvyttömyyteen tai alentuneeseen työkykyyn ja tapaturmiin vaikuttavat riskit. Henkilöturvallisuuteen liittyviä vahinkoriskejä voivat olla esimerkiksi työvoiman puutteeseen liittyvät riskit, henkilöstön toistuvat poissaolot, sekä avainhenkilöiden menettäminen ja epälojalisuus työnantajaa kohtaan. Tähän riskiryhmään kuuluvat myös erilaiset ympäristöriskit. (Ilmonen jne. 2010, 75.)

Kun riskit on tunnistettu, niitä tulee hallita siten, että on mahdollista turvata yrityksen toiminnan jatkuvuuden (Viitala & Jylhä 2010, 342.). Eri ryhmiin kuuluvat riskit voivat olla lähellä toisiaan, raja riskien välillä on usein hyvin pieni. Monet riskit ovat usein myös saman ilmiön tai asian ilmenemismuotoja eri tasoilla, jolloin periaatteessa samaan asiaan liittyy sekä strateginen että operatiivinen taso. Riskien luokittelu siis helpottaa niiden analysointia ja riskien keskinäisten suhteiden löytämistä. (Ilmonen jne. 2010, 75.) Riskienhallinta on johtamistyötä, jolla pyritään varmistamaan yrityksen jatkuvuus, kannattavuus ja henkilöstön turvallisuus ja hyvinvointi yrityksessä. Sitä pidetään ennakkoivana, suunnitelmallisena, sekä järjestelmällisenä toimintana riskien ja niistä aiheutuvien vaarojen ja vahinkojen välttämiseksi. Vastuullisesti toimivassa yrityksessä riskienhallinta on järjestelmällistä toimintaa, ja siihen osallistuvat kaikki yrityksessä työskentelevät henkilöt. Riskienhallinta ei ole pelkästään yrittäjän omalla vastuulla, vaan se on yhteistyötä koko yrityksen kesken. (Viitala & Jylhä 2010, 342.)

3.3.2 Yrittäjyys ja riskit

Yrittäjien luodessa uusia ennustamattomia ideoita, eivät he voi olla varmoja niiden menestyksestä ja luonteesta. Riskeiltä ei voida välttyä yrittäjyyttä rajoittamalla, koska niin tehtäessä ihmiset joutuvat perinteisen ja siksi hyvin vajavaisen tiedon riskien armoille. Riskit ovat erottamaton ja eliminoimaton osa yrittäjyyttä, ja ihmisen rajallinen tietämi-

nen on olennainen osa yrittäjyyden ja riskien problematiikkaa. Riskien mittakaavaa ja kustannuksia on voitava minimoida, joille jokaisessa yrityksessä ja jokaisella tuotantotalalla on omat kehittyneet menettelytapansa vähentää haitallisten riskien todennäköisyyttä. Näitä ovat muun muassa huolellisuus päätöksenteossa, asioiden testaaminen ennen tuotannon aloittamista, asiantuntijoiden mielipiteiden kuuleminen ja tutkiminen. (Harisalo 2005, 66-67)

Riskien pienentämisen tarkoituksena on pienentää vahinkotapahtumaa tai sen seurauksia. Yrittäjä voi pienentää riskien mahdollisuutta esimerkiksi henkilöstön koulutuksella, työsuojelutoimenpiteillä, sekä erilaisilla varautumissuunnitelmilla. (Juvonen jne. 2005, 32.) Riskien kustannusten minimoimiseksi eri elämänalueilla on olemassa erilaisia instituutioita: vakuutuslaitoksia, pankkeja, sijoitusneuvoja ja takuujärjestelyjä. Riskejä syntyy toisinaan oletusten mukaan, toisinaan yllättäen ja niitä ennalta arvaamatta. (Harisalo 2005, 66-67.)

Riskinottohalulla tarkoitetaan sitä, kuinka paljon yritys on valmis ottamaan riskejä. Yrityksessä riskejä ottavat yrityksen omistaja ja muut sidosryhmät. He pohtivat miten paljon riskejä he ovat valmiita ottamaan, kuinka paljon taloudellista menetystä he voivat hyväksyä tavoitellessaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja lisää kassavirtaa. (Ilmonen jne. 2010, 14.) Riskejä käsitellessä tulee muistaa yrittäjyyden luonne. Yrittäjyys on prosessi korvata epätydyttävät asiatilat niitä paremmin tyydyttävillä asiatioilla, jonka vuoksi voidaan olettaa, että yrittäjät eivät vaaranna tietoisesti ja suunnitelmallisesti työntekijöidensä turvallisuutta. Samasta syystä he välttävät vaarantamasta tuotteidensa ostajien terveyttä ja turvallisuutta. Yrittäjät tietävät, että avoimilla markkinoilla he ovat vastuussa aiheuttamistaan vahingoista ja kilpailijat ottavat heidän paikkansa markkinoilla. (Harisalo 2005, 67.)

Yritystoimintaan liittyy aina riskejä, mutta toiminnan taitavalla johdolla niitä voidaan vähentää. Yrittäjältä tai yrityksen johdolta vaaditaan kykyä hakea tarpeen vaatiessa neuvoja, tukea ja apua yrityksen ulkopuolelta. Neuvontaorganisaatioita on useita sekä yksityisellä, että yhteisöllisellä puolella. (Viitala & Jylhä 2010, 341.) Riskejä ei voida eliminoida yhteiskunnasta ja taloudesta, koska ihmiset toimivat radikaalin tietämättömyyden olosuhteissa. Riskien mittakaavan ja taloudellisten vaikutusten minimointi ei tarkoita

että riskit vähenisivät. Uusia asioita kehittäessään yrittäjät synnyttävät uusia riskejä, joiden mittakaavaa ja kustannuksia ihmiset oppivat ajan kanssa minimoimaan, mutta eivät poistamaan tai kokonaan estämään uusien riskien syntymistä. (Harisalo 2005, 67.)

3.3.3 Miesten ja naisten eroja

Taloustieteen valintateorian mukaan ihmisten tekemät valinnat riippuvat heidän mieltymyksistään. Teoriassa ei oleteta mieltymysten olevan sidoksissa henkilön sukupuoleen, vaikka useiden tutkimustulosten valossa voidaan kuitenkin sanoa, että sukupuolella on merkitystä. Tämä johtuu siitä, että useissa valintatilanteissa naisten valinnat eroavat miesten valinnoista. Valintatilanne sisältää riskiä, jos valintojen lopulliset tulokset eivät ole varmoja, vaan ne toteutuvat vain jollain tietyllä todennäköisyydellä. Stereotyyppinen käsitys on, että naiset ovat haluttomampia riskinottoon kuin miehet. Jos käsitys pitää paikkansa, se saattaisi osaltaan selittää esimerkiksi naisten ja miesten palkkaeroja. Riskiä kaihtavat naiset valitsisivat työn sen mukaan, jossa palkka on pienempi mutta työllisyys turvatumpi kuin jollain muulla, paremmin palkatulla alalla. (Halko 2010, 38.)

Miehiä pidetään yleisesti kilpailuhaluisempina kuin naisia. Sukupuolten erilainen suhtautuminen kilpailuun voi olla yksi syy siihen, että naiset ja miehet työskentelevät eri ammateissa. Kilpailuhalukkuus voi esimerkiksi saada miehet pyrkimään esimiestehtäviin tai kilpailun välttäminen voi saada naiset karttamaan niitä. Kilpailuun suhtautuminen saattaa näkyä esimerkiksi siinä, kuinka innokkaasti henkilö osallistuu tilanteisiin, joihin liittyy kilpailua. (Halko 2010, 44-45.)

Evoluutioon pohjautuvan näkemyksen mukaan erot riskiin ja kilpailuun suhtautumisessa juontuvat miesten ja naisten erilaisesta lisääntymiskäyttäytymisestä. Sosiaalisuuteen pohjautuvan näkemyksen mukaan erot johtuvat ympäröivästä kulttuurista ja sen vaikutuksesta naisten ja miesten omaksumiin käyttäytymismalleihin. Eri kulttuurien riskiin ja kilpailuun suhtautumisesta ei ole olemassa kattavaa tutkimusta, mutta muutaman, melko suppean tutkimuksen mukaan riskiin saatetaan suhtautua eri tavalla eri kulttuureissa. Naisten ja miesten erot riskin kaihtamisessa eivät kuitenkaan näyttäisi olevan riippuvaisia kulttuurista, vaan niiden nähdään ennemminkin olevan synnynnäisiä. (Halko 2010, 46-47.)

Stereotyyppinen käsitys naisista riskin ja kilpailutilanteiden kaihtajina näyttäisi taloustieteen tutkimustulosten valossa pitävän paikkansa. Sukupuolten erilainen suhteutuminen riskiin ja kilpailuun selittää osaltaan sen, miksi naiset hakeutuvat eri ammatteihin kuin miehet ja etenevät urallaan hitaammin. Käsitys naisista miehiä sosiaalisempina ja empatteisempina ei puolestaan saa ristiriidatonta tukea: sosiaalisia mieltymyksiä, kuten epätietokkyttä tai vastavuoroisuutta, tarkastelevissa tutkimuksissa naisten käyttäytymisen näyttää olevan riippuvaisempaa valintatilanteesta kuin miesten. (Halko 2010, 51.)

4 Tutkimus

Opinnäytetyön empiirinen osuus koostuu kvantitatiivisesta ja kvalitatiivisesta tutkimuksesta. Kvantitatiivinen tutkimus koostuu aiemmin tehdystä Elinkaari-tutkimuksesta ja siinä käytetystä kyselylomakkeesta. Kvalitatiivinen tutkimus koostuu kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saatujen ilmiöiden tarkemmasta tutkimuksesta käyttämällä apuna teemoittain tehtyjä haastatteluja. Tässä luvussa käydään läpi kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen vaiheet.

4.1 Tutkimusongelma ja sen tavoitteet

Tutkimuksen pääongelma on yleisluontoinen kysymys, jossa koko tutkittava kokonaisuus hahmottuu. Alaongelmiin saadut vastaukset tekevät mahdolliseksi vastata myös pääongelmaan. Tutkimusongelmia esitettäessä selvitetään, miksi juuri näihin ongelmiin päädyttiin ja miksi ongelmat rajattiin ja täsmennettiin esitetyllä tavalla. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 128)

Opinnäytetyön tutkimusongelma on, miten itäuusmaalaisten nais- ja miesyrittäjien näkemykset yrityksen kasvusta eroavat. Tutkimuksen avulla selvitetään millä tavalla käsitykset eroavat toisistaan. Alaongelmia ovat, ovatko suunnitelmat laajentamisesta samansuuntaisia nais- ja miesyrittäjien välillä, sekä miten mies- ja naisyrittäjien riskinotto-kyky eroaa toisistaan.

Työn tavoitteena on tarkastella mahdollisia eroavaisuuksia itäuusmaalaisten nais- ja miesyrittäjien näkemyksissä koskien yrityksen kasvua. Yrityksen kasvulla tarkoitetaan sitä, ovatko yrittäjät kiinnostuneita laajentamaan toimintaansa tulevaisuudessa. Tarkoituksena on löytää teoreettisen viitekehyksen avulla näkemyksiä ja ideoita tutkimuskysymyksiin, ja käsitellä aihetta teoriakirjallisuuden pohjalta.

4.2 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön tutkimusongelman selvittämiseksi käytetään kvantitatiivista, sekä kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Hirsjärven ym. (2009, 136-137.) mukaan nämä tutkimusmenetelmät ovat lähestymistapoja, joita on käytännössä vaikea tarkkarajaisesti erot-

taa toisistaan. Menetelmät nähdään toisiaan täydentäviksi lähestymistavoiksi, jotka voivat täydentää toisiaan muun muassa seuraavin tavoin:

- a) Kvalitatiivista käytetään kvantitatiivisen tutkimuksen esikokeena.
- b) Kvantitatiivista ja kvalitatiivista menetelmää käytetään rinnakkain.
- c) Kvantitatiivinen vaihe edeltää kvalitatiivista vaihetta.

Opinnäytetyössä käytetään tutkimustapaa, jossa kvantitatiivinen vaihe edeltää kvalitatiivista vaihetta. Tähän päädyttiin, koska työn ensimmäisessä vaiheessa käydään läpi Elinkaari-tutkimuksesta saatuja tuloksia. Näitä kyselylomakkeesta saatuja tuloksia pystytään käsittelemään parhaiten tilastollisin menetelmin, joten kvantitatiivinen tutkimus ja sen menetelmät sopivat parhaiten tämän vaiheen käsittelyyn. Elinkaari-tutkimuksen avulla saatiin lähtökohta sille, miten yrittäjät näkevät yritystoimintansa kasvun nykyhetkellä.

Koska työn tavoitteena on tarkastella yritystoiminnan kasvua ja nais- ja miesyrittäjyyttä tarkemmin, työn toisessa vaiheessa haastateltiin itäuusmaalaisia yrittäjiä. Näin saatiin tarkempi vastaus tutkimusongelmaan, ja aihetta pystyttiin analysoimaan entistä paremmin halutusta näkökulmasta katsoen. Työn toisessa vaiheessa tehtiin neljä teemahaastattelua käyttäen hyväksi niitä tietoja, mitä ensimmäisessä tutkimusvaiheessa oli ilmennyt. Kvalitatiivisen vaiheen tarkoituksena on päästä lähemmäs käsiteltävää ongelmaa, kun taas kvantitatiivisen menetelmän avulla voidaan tehdä tarkempia yleistyksiä tutkimuksen kohteesta. Haastateltavat on valittu harkinnanvaraisesti, eikä saatuja tuloksia lähdetä yleistämään koskemaan suurempaa joukkoa.

Näiden kahden tutkimusmenetelmän avulla saadaan kattava kokonaiskuva siitä, mitä mieltä alueen yrittäjät ajattelevat yritystoiminnan kasvusta. Työn ensimmäisessä vaiheessa kvantitatiivinen menetelmä on ainoa luotettava menetelmä tutkia näin suurta tilastollista aineistoa, mutta sitä ei voida käyttää haastattelututkimuksessa. Haastattelututkimuksen tavoitteena on päästä lähemmäs yrittäjiä ja heidän mielipiteitään, johon kvalitatiivinen menetelmä on hyvä vaihtoehto. Tämän vuoksi työhön valittiin kaksi eri tutkimusmenetelmää, joita käytettiin yhdessä tavoitteena saada kattava vastaus määritellyyn tutkimusongelmaan.

4.2.1 Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus

Kvantitatiivista tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Se edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta. Aineiston keruussa käytetään yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoiden ja kuvioiden avulla. Usein selvitetään myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. (Heikkilä 2008, 16.)

Aineistosta saatuja tuloksia pyritään yleistämään tutkittuja havaintoyksikköjä laajempaan joukkoon tilastollisen päättelyn keinoin. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne. (Heikkilä 2008, 16.) Kyselytutkimuksessa aineisto rakennetaan kyselylomakkeen pohjalta. Paperilomakkeen tapauksissa luodaan vastaavan rakenteinen havainnointitiedosto, annetaan osioita vastaaville muuttujille sopivat nimet ja tallennetaan tiedot. Kyselylomakkeesta saadun aineiston analyysiin käytetään apuna havaintomatriisia ja taulukoita. Tyypillisin kyselyaineiston muoto on havaintomatriisi, jonka vaakarivejä kutsutaan havainnoiksi. Ne koostuvat kyselyyn osallistuneiden henkilöiden vastauksista. Yleensä yhtä vastaajaa kohti on yksi havainto. Taulukot tarjoavat hyviä tapoja tutkia kahden muuttujan yhteyksiä, oli niiden mittataso mikä tahansa. Taulukoiden tekemistä kutsutaan ristiintaulukoinniksi. Hyvin laadittu taulukko on havainnollinen tapa esittää tietoja tiiviisti. (Vehkalahti 2008, 49, 51, 68.)

4.2.2 Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus

Kvalitatiivinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja selittämään sen käyttäytymisen ja päätösten syitä. Siinä rajoitutaan yleensä pieneen määrään tapauksia, mutta ne pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Tutkittavat valitaan usein harkinnanvaraisesti eikä pyritäkään tilastollisiin yleistyksiin. Tutkimuksessa hyödynnetään psykologian ja muiden käyttäytymistieteiden oppeja. Selvittämällä kohderyhmän arvot ja asenteet tai tarpeet ja odotukset, saadaan tarpeellista tietoa esimerkiksi markkinoinnin ja tuotekehittelyn pohjaksi. Voidaan selvittää miksi tehdään tiettyjä valintoja, tai reagoidaan tietyllä tavalla. Kvalitatiivinen tutkimus sopii toiminnan kehittämiseen, vaihtoehtojen etsimiseen ja sosiaalisten ongelmien tutkimiseen. (Heikkilä 2008, 16.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastattelu on ollut päämenetelmä. Haastattelun etuna muihin tiedonkeruumuotoihin on se, että siinä voidaan säädellä aineiston keruuta joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla ja vastaajaa myötäillen. (Hirsjärvi ym. 2009, 205.) Haastattelussa ei kysellä tai keskustella mistä tahansa, vaan haastattelun sisältö liittyy tutkimuksen tarkoitukseen ja ongelmanasetteluun tai tutkimustehtävään. Haastattelu on ilmiökeskeinen; tutkimuksen viitekehys ei määrää haastattelun suuntaa. Tutkimuksen viitekehys eli ilmiöstä jo tiedetty, helpottaa tutkijaa hahmottamaan ilmiötä jota hän on tutkimassa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 76.)

Haastattelun etu on joustavuus. Haastattelijalla on mahdollisuus toistaa kysymys, oikaista väärinkäsityksiä, selventää ilmausten sanamuotoa ja käydä keskustelua tiedonantajan kanssa. Joustavaa haastattelussa on myös se, että kysymykset voidaan esittää siinä järjestyksessä kuin tutkija katsoo aiheelliseksi. Haastattelussa tärkeintä on saada mahdollisimman paljon tietoa halutusta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73.) Haastatteluaineisto on konteksti- ja tilannesidonnaista. Tästä syntyy ongelma, että tutkittavat saattavat puhua haastattelutilanteessa toisin kuin jossain toisessa tilanteessa. Tämän voi ottaa huomioon siinä, että tulosten yleistämisessä ei tule liioitella. Haastattelussa on ratkaisevaa, miten haastatteliija osaa tulkita haastateltavansa vastauksia kulttuuristen merkitysten ja merkitysmaailmojen valossa. (Hirsjärvi ym. 2009, 207.)

Haastattelun teko edellyttää huolellista suunnittelua ja kouluttautumista haastattelijan rooliin ja tehtäviin. Haastatteluun katsotaan sisältyvän myös monia virhelähteitä, jotka aiheutuvat niin haastattelijasta kuin haastateltavastakin ja itse tilanteesta kokonaisuutena. Haastateltava voi esimerkiksi kokea haastattelun monella tavalla itseään uhkaavaksi tai pelottavaksi tilanteeksi. Haastattelun luotettavuutta saattaa heikentää se, että haastattelussa on taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2009, 206.) Haastattelumuodoista opinnäytetyöhön valittiin teemahaastattelu. Teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu on lähellä syvähaastattelua. Siinä edetään tiettyjen keskeisten etukäteen valittujen teemojen ja niihin liittyvien tarkentavien kysymysten varassa. Teemahaastattelussa pyritään löytämään merkityksellisiä vastauksia tutkimuksen tarkoituksen ja ongelmanasettelun tai tutkimustehtävän mukaisesti. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 75.)

Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin. Niissä pyritään mm. kuvaamaan jotain ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa, antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. Tämän vuoksi laadullisessa tutkimuksessa on periaatteessa tärkeää, että henkilöt, joilta tietoa kerätään, tietävät tutkittavasta ilmiöstä mieluusti mahdollisimman paljon tai heillä on kokemusta asiasta. Tässä mielessä tiedonantajien valinnan ei pidä olla sattumanvaraista vaan harkittua ja tarkoitukseen sopivaa. Tutkimusraportissa on kerrottava, miten tiedonantajien valinta on harkittu ja miten valinta täyttää tarkoitukseen sopivuuden kriteerin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85-86.)

4.3 Aineiston käsittely

Tutkimusongelma ja analyysi ovat yleensä rakenteeltaan yhteneväiset. Parhaimmillaan tutkijan kaikki valinnat tutkimusprosessin eri vaiheissa muodostavat kiinteän rakennelman. Kerätyn aineiston analyysi, tulkinta ja johtopäätösten teko on tutkimuksen ydinasia. (Hirsjärvi ym. 2009, 221.) Tutkimusongelma ja siihen liittyvän teorian pohjalta rakennettu viitekehys ohjaavat tutkimuksen empiiristä työtä. Viitekehys yhdistää teoreettisen ja empiirisen osan ehjäksi kokonaisuudeksi. (Heikkilä 2008, 143.)

Ensin aineisto tarkastetaan, jonka tarkoituksena on tarkistaa sisältyykö siihen virheellisyksiä ja puuttuuko tietoja. Seuraavaksi tietoja voidaan täydentää, jonka jälkeen aineisto järjestetään. Aineistoa järjestettäessä toimenpiteet riippuvat tutkimusstrategiasta. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineiston järjestely on suuri työ. Toimenpiteet ovat erilaisia kuin kvantitatiivisessa, aineiston tilastolliseen käsittelyyn tähtäävässä tutkimuksessa. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistosta muodostetaan muuttujia, ja aineisto koodataan laaditun muuttujaluokan mukaisesti. Koodaaminen tarkoittaa sitä, että jokaiselle havaintoyksikölle annetaan arvo jokaisella muuttujalla. (Hirsjärvi 2009, 221-222.)

4.3.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Tutkimuksen mittaamista on kaikki, missä voidaan nähdä eroja ja antaa tutkimusyksiköille jonkinlaisia symboleja eroja luonnehtimaan. mittauksen laajan ja epämääräisen luonteen vuoksi ei ole varmaa, että se toimii tarkoitettulla tavalla. Tutkimusraportissa

tulee pyrkiä selvittämään, miten ja kuinka luotettavasti tutkimuksessa käytettävät mittarit toimivat. (Heikkilä 2008, 183-184.)

Tilastollisten muuttujien mittaustason ilmaisukykyä kuvataan mitta-asteikon käsitteellä. Mitta-asteikkoja ovat luokittelu- eli nominaaliasteikko, järjestys- eli ordinaaliasteikko, välimatka- eli intervalliasteikko, sekä suhdanneasteikko eli absoluuttinen asteikko. Mittauksen tasosta riippuu se, millaiset tunnusluvut ja analyysimenetelmät ovat sallittuja, ja miten rohkeasti tuloksia voidaan tulkita. Suuri osa tilastollisista ns. voimakkaista menetelmistä on kehitetty korkean mittaustason (välimatka- tai suhdanneasteikko) edellytyksillä. Kuitenkin tutkimuksessa on paljon tietoa, joka on mitattavissa vain nominaaliasteikolla. (Heikkilä 2008, 81-82, 183-184.)

Monet asenne- yms. mittaukset tapahtuvat tarkkaan ottaen järjestysasteikon tasolla, esimerkiksi vastaaja ilmoittaa asteikolla 1-5, kuinka paljon samaa mieltä tai eri mieltä hän on asenneväittämän kanssa. On todettu, että tällaista tietoa voidaan käsitellä luotettavasti ikään kuin se olisi välimatka-asteikollista. Tällöin edellytetään että pisteytys on tasavälistä, esim. 1-5 tai -2 - +2. (Heikkilä 2008, 82, 184.) Ristiintaulukointi on perusmenetelmä tutkimusaineistojen käsittelyssä. Sen avulla voidaan kuvailla tuloksia ja kertoittaa muuttujien välisiä vaikutussuhteita. Taulukoituja tuloksia on yksinkertaista ymmärtää, eikä niiden tulkitsemiseen tarvita tarkkaa menetelmätuntemusta. Prosenttilukujen avulla on yksinkertaista selvittää jonkin asian muutosta tai kehityssuuntaa. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle 2008, 59.)

4.3.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä, on sisällönanalyysi. Sisällönanalyysia voi pitää yksittäisenä metodina, myös väljänä teoreettisena kehyksenä, jonka voi liittää erilaisiin analyysikokonaisuuksiin. Sisällönanalyysi on menettelytapa, jolla voidaan analysoida dokumentteja systemaattisesti ja objektiivisesti. Se sopii hyvin täysin strukturoimattomankin aineiston analyysiin. Tällä analyysimenetelmällä pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91, 103.)

Teemahaastatteluaineisto on perinteisesti analysoitu teemoittamalla ja tyypittelemällä. Ensimmäinen tarkoittaa aineiston jäsentämistä teemojen mukaisesti osittain pelkistäen aineistoa. Tyypittämisellä tarkoitetaan erilaisten tyyppikuvausten konstruoinnista aineistosta. (Eskola & Vastamäki 2010, 43.) Aineisto jaotellaan teemoihin, jossa painottuu se, mitä kustakin teemasta on sanottu. Lukumäärillä on tai ei ole merkitystä, joka perustuu laadullisen tutkimuksen perinteeseen. Kyse on laadullisen aineiston pilkkomisesta ja ryhmittelystä erilaisten aihepiirien mukaan. Näin on mahdollista vertailla tiettyjen teemojen esiintymistä aineistossa. Jos aineiston keruu on tapahtunut teemahaastattelulla, on aineiston pilkkominen suhteellisen helppoa, koska haastattelun teemat muodostuvat jo itsessään jäsennykseksi aineistoon. (Tuomi & Sarajarvi 2009, 93.)

Teemahaastattelun yksi vahvuus on siinä, että kynnyks aineiston analyysiin on matalampi, ja aineistoa voidaan järjestää litteroinnin jälkeen uudestaan teemoittain. Tämä tarkoittaa sitä, että ensin otetaan yksi teema ja sen sisältä kiinnostavammilta vaikuttavat vastaukset ja katsotaan mitä ne sisältävät. Aineistoa voidaan lukea myös toisella tavalla, jolloin käydään vastaukset läpi vastaaja kerrallaan, jonka jälkeen ne kytketään mahdollisuuksien mukaan toisiinsa. (Eskola & Vastamäki 2010, 43.)

5 Aineiston analyysi

Luvussa analysoidaan molempien tutkimusten tuloksia erillisinä kokonaisuuksina. Ensimmäisenä käydään läpi Elinkaari-tutkimuksen tuloksia ja analysoidaan niitä. Tutkimus tehtiin kyselytutkimuksena, alkuperäinen kyselylomake oli 21 sivuinen, ja siinä oli 85 kysymystä. Koska aiemman tutkimuksen materiaali on hyvin laaja, valittiin opinnäytetyöhön vain ne kysymykset, jotka ovat tutkimuksen kannalta informatiivisimmat. Valitut kysymykset koskevat laajenemissuunnitelmia, kysyntää, kilpailua ja liikevaihdon kehitystä. Elinkaari-tutkimuksen aineistoa on analysoitu käyttäen apuna Excel- taulukkolaskentaohjelmaa ja ristiintaulukointia.

Luvun toisessa osassa analysoidaan haastattelututkimuksen aineistoa. Työtä varten haastateltiin neljää yrittäjää, kahta miestä ja kahta naista. Haastatteluja varten tehtiin haastattelurunko, joka on jakautunut kolmeen teemaan; laajenemiseen, tilanteeseen markkina-alueella ja riskinottoon. Haastatteluissa tutkija teki muistiinpanoja, jotka hän kirjoitti myöhemmin puhtaaksi. Tämän jälkeen tehtiin sisällönanalyysia ja saatuja vastauksia on analysoitu suhteessa teoreettiseen viitekehykseen. Haastattelututkimuksen tuloksia ei pystytä yleistämään, tämän sijaan sen tarkoitus on kuvata itäuusmaalaisia yrittäjiä ja heidän näkemyksiään tutkimuksen aiheesta.

5.1 Elinkaari-tutkimus

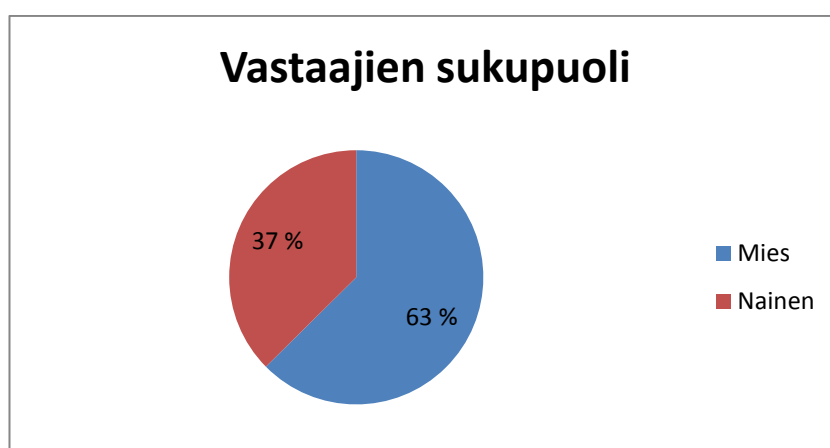
Haastattelut tehtiin syksyn aikana vuosina 2010 ja 2011, ja haastattelijoina toimivat HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun Porvoon yksikön ensimmäisen vuoden suomenkieliset liiketalouden opiskelijat. Haastattelut tehtiin suurimmaksi osin haastateltavien yritysten omissa tiloissa. Alueellisesti suurin osa yrityksistä toimii Itä-Uudenmaan alueella. Kaikkiaan Elinkaari-tutkimukseen haastateltiin 159 yritystä, joista tähän opinnäytetyöhön valittiin 139 yrittäjää. Rajaus tehtiin, koska haastatteluun vastanneista kaikki eivät olleet yrityksen varsinaisia omistajia, vaan heistä osa oli yrityksen työntekijöitä, kuten sihteeri ja assistentti.

139 yrityksen vastaajat ovat toimiltaan hallituksen puheenjohtaja, kauppias, johtaja, toimitusjohtaja, omistaja, osaomistaja, perustaja, toiminimi, toiminnanjohtaja, toimitusjohtaja, yksityinen elinkeinonharjoittaja ja yrittäjä. Näin tutkimukseen pyrittiin saamaan

mukaan kaikki ne vastaajat joilla on oma yritys, ja näin ollen tutkimukseen saatiin oikea kohderyhmä.

5.1.1 Perustiedot

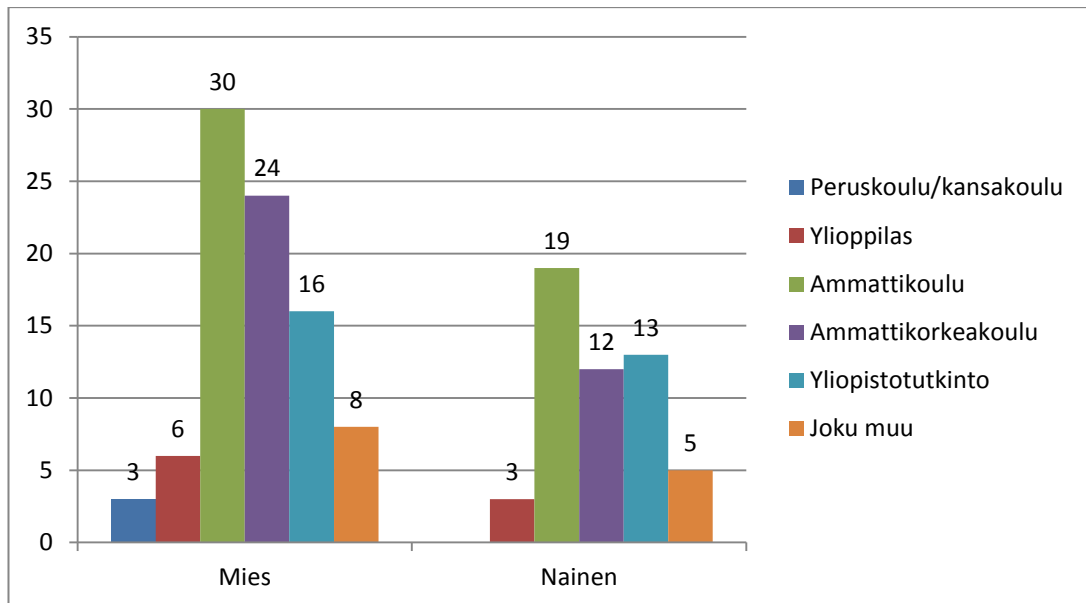
Ääritään yritykset ovat alle 2-vuodesta yli 20 vuoteen yritysmaailmassa toimineita. Kyselyyn vastanneet yrittäjät edustivat kaikkia ikäluokkia melko tasapuolisesti. Tuloksista oli huomattavissa, että naisyrittäjä olivat mukana nuoremmissa yrityksissä verrattuna miesyrittäjiin. Tästä voidaan päätellä että alueella naiset ovat olleet aktiivisempia perustamaan yrityksiä viime vuosien aikana. Miesyrittäjät sen sijaan olivat enemmän mukana jonkin verran vanhemmissa yrityksissä.



Kuvio 1. Miesten ja naisten osuudet vastaajista (n= 139)

Elinkaaritutkimukseen osallistuneista vastaajista 87 oli miesyrittäjiä ja 52 naisyrittäjiä. Prosentuaalisesti (kuviota 1) miesten osuus kaikista vastaajista oli noin 63 prosenttia ja naisten osuus noin 37 prosenttia. Grafiikka havainnollistaa selvästi sen, että alueen yrittäjistä miehiä on selvästi naisia enemmän.

Tilastokeskuksen (b, 2011) mukaan Suomessa noin joka kolmas yrittäjä on nainen, ja prosentuaalisesti naisten osuus on 34,5 prosenttia. Tutkimuksessa naisyrittäjien osuus vastaajista oli noin 37,5 prosenttia, jota voidaan pitää hyvänä suhteessa naisyrittäjien osuuteen koko Suomessa. Tämä luku kertoo että tutkimukseen osallistuneiden naisyrittäjien määrä on Suomen keskitasoa hieman korkeampi, joka on erittäin positiivinen asia muodostettaessa kokonaiskuvaa Itäuusmaalaisista yrittäjistä.

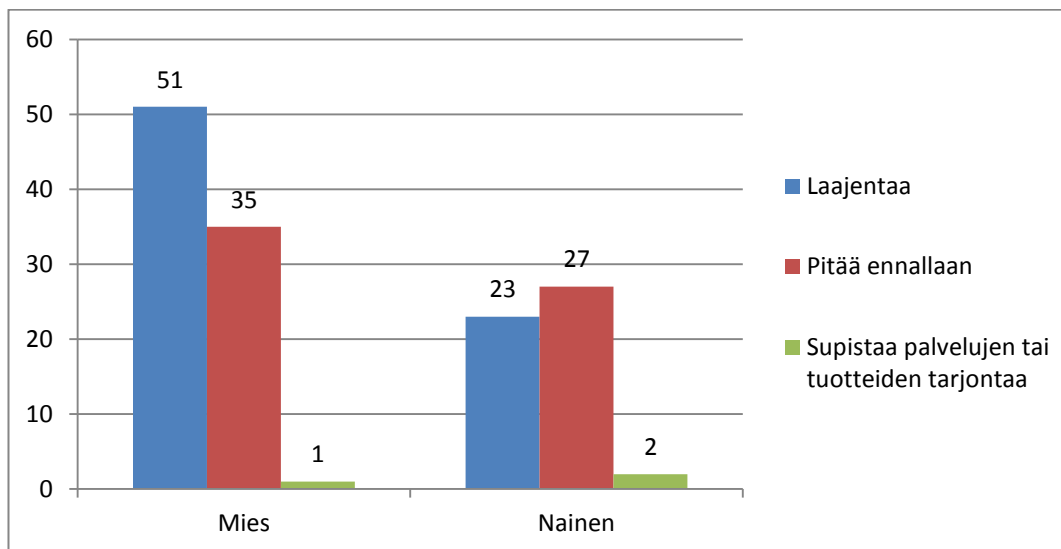


Kuvio 2. Vastaajien koulutus (miehet n= 87, naiset n= 52)

Vastaajien koulutuskuvioista voidaan huomata (kuvio 2), että miehillä ja naisilla suosituin koulutustausta oli ammattikoulu. Kaikista vastaajista 49:llä oli ammattikoulutausta yritystä perustettaessa. Tämän jälkeen yrittäjillä oli melko tasaisesti ammattikorkeakoulu- ja yliopistotaustaa. Naisista kenelläkään ei ollut pelkästään peruskoulu/kansakoulupohjaa, kun kolmella miesyrittäjällä oli pelkästään tämän tasoinen koulutus. 13 vastaajaa ilmoitti koulutuksensa olevan joku muu, joka voi tarkoittaa esimerkiksi erilaisten kurssien suorittamista ja koulutuksiin osallistumista.

Yritysalan koulutustoimikunnan (2005, 12) mukaan yrittäjien suosituin koulutustausta on opistotasoinen koulutus, joka voidaan huomata myös tästä tutkimuksesta, ammattikoulutausta on noin 35 prosentilla vastaajista. Yritysalan koulutustoimikunnan tutkimuksen mukaan on havaittavissa ammattikorkeakoulutuksen lisääntyneen 2000-luvulta lähtien, koska koulutusmuoto perustettiin vasta 1990-luvun lopulla. Tutkimuksen mukaan yrittäjien koulutuksen taso on uusimmissa yrityksissä huomattavasti parempi kuin vanhemmissa yrityksissä. Tulee kuitenkin huomata että koulutuksesta puhuttaessa tarkastellaan pelkästään muodollista koulutus pohjaa, ja käytännössä kaikki yrittäjät ovat parantaneet koulutustaan käymällä muun muassa erilaisia kursseja ja yksittäisiä koulutuksia. Myöskään käytännön mukanaan tuomaa kokemusta ei saa unohtaa.

5.1.2 Laajenemissuunnitelmat



Kuvio 3. Suunnitelmat toiminnalle seuraavien vuosien aikana (miehet n= 87, naiset n= 52)

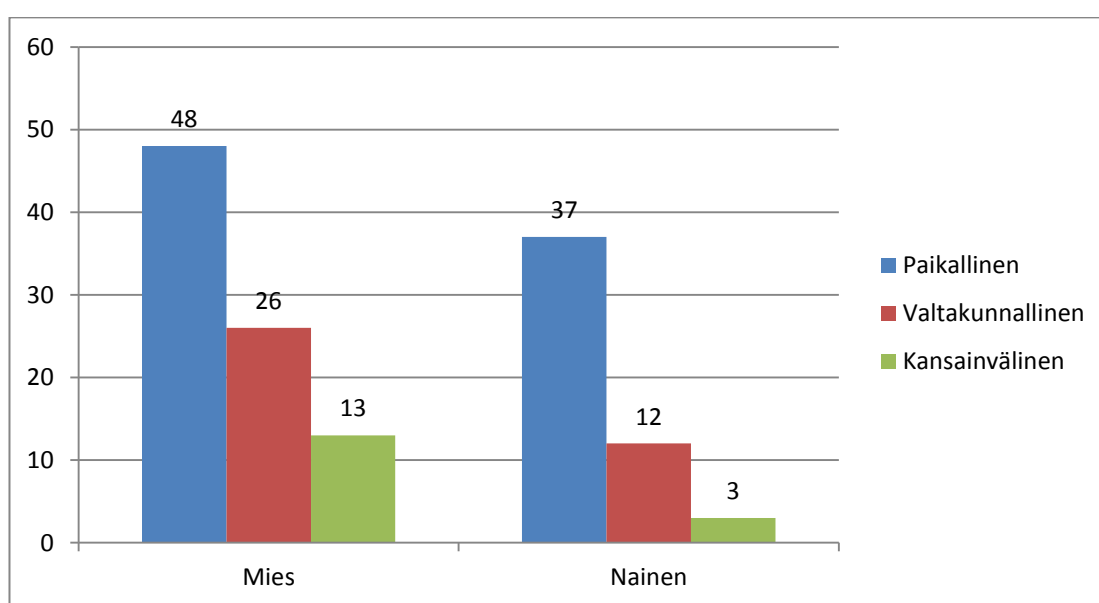
Miehistä lähes 59 prosenttia kertoo suunnittelevansa liiketoimintansa laajentamista seuraavien 2-3 vuoden aikana. Naisista laajenemista suunnittelee 44 % eli 23 vastaajaa. 51 % naisvastaajista kertoivat pitävänsä toimintansa ennallaan, kun miehistä taas näin ajatteli noin 40 prosenttia. Vain kolme vastaajaa, yksi mies ja kaksi naista, kertoivat aikovansa supistaa palveluiden tai tuotteidensa tarjontaa.

Kuten kuviosta 3 voidaan huomata, miehet suunnittelevat yritystoimintansa laajenemista naisia enemmän. Ero miesten ja naisten välillä ei kuitenkaan ole hälyttävän korkea, vaikka naisista enemmistö kertookin aikovansa pitää liiketoimintansa ennallaan seuraavien vuosien aikana. Naisista 27 vastaajaa kertoi aikovansa pitää toimintansa ennallaan, ja 23 vastaajaa kertoi suunnittelevansa laajentamista. Tästä voidaan päätellä että ero näiden kahden suunnan välillä on hyvin pieni.

Tuloksia analysoitaessa on myös otettava huomioon useita ulkoisia tekijöitä, kuten valitseva taloudellinen tilanne, jotka osaltaan vaikuttaa laajenemispäätöksiin. Ulkoiset tekijät vaikuttavat merkittävästi suunnitelmiin yrityksen kasvattamisesta, koska laajentuminen on riippuvainen useasta seikasta. Laajentamista suunnittelevan yrittäjän on otettava huomioon taloudelliset ja henkiset resurssit, toimitilat, kilpailijat, markkina-alue, sekä

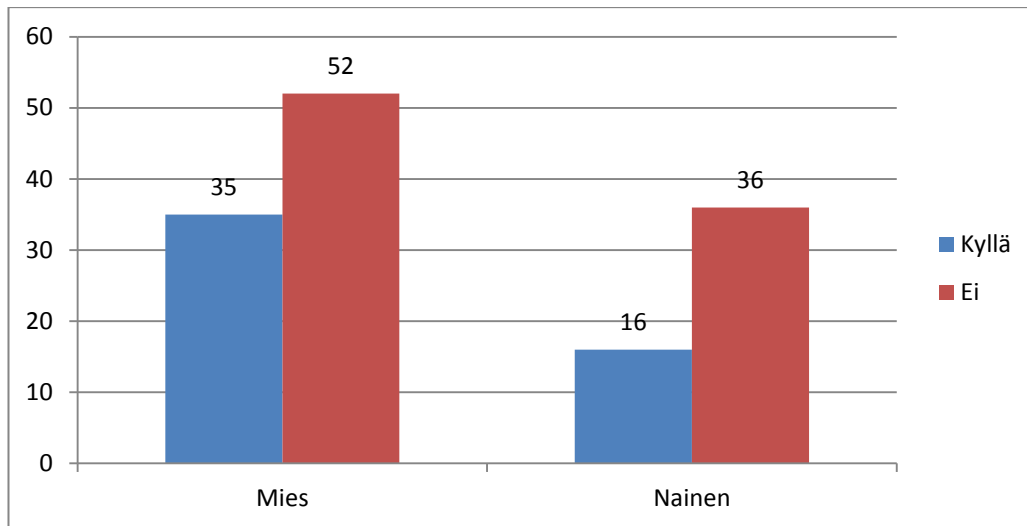
mahdolliset henkilökohtaiset seikat, jotka yhdessä muodostavat kokonaisuuden, josta liiketoimintaa voidaan lähteä kasvattamaan haluttuun suuntaan.

Yrityksen markkina-alue vaikuttaa osaltaan yrityksen kiinnostukseen laajentaa toimintaansa. Yritys voi laajentua esimerkiksi paikalliselta markkina-alueelta valtakunnalliseksi tai jopa kansainväliseksi toimijaksi. Yritys voi myös laajentaa toimintaansa kasvattamalla henkilökunnan määrää, laajentamalla tai kehittämällä tuotteitaan ja/tai palveluitaan, verkostoitumalla, hankkimalla suuremmat toimitilat tai esimerkiksi perustamalla verkko-kaupan.



Kuvio 4. Yritysten päämarkkina-alue (miehet n= 87, naiset n= 52)

Suurimmaksi osaksi sekä miesten että naisten yritysten päämarkkina-alue on paikallinen. 139 vastaajasta 85 päämarkkina-alue on paikallinen, joka on 61,2 % kaikista vastaajista (kuvio 4). Kuten kuviosta voidaan huomata, miesyrittäjien yritysten markkina-alue on laajempi kuin naisten, ja jopa 13 miesyrittäjää kertoo markkina-alueensa olevan kansainvälinen, kun samaa kertoo vain kolme naisvastaajaa. Tästä voidaan päätellä, että miehet ovat kiinnostuneempia laajemmista markkinoista, ja ovat valmiimpia ottamaan riskejä ja kehittämään toimintaansa suhteessa naisyrittäjien päämarkkina-alueeseen.



Kuvio 5. Markkina-alueen laajentamissuunnitelmat seuraavien 2-3 vuoden aikana (miehet n= 87, naiset n= 52)

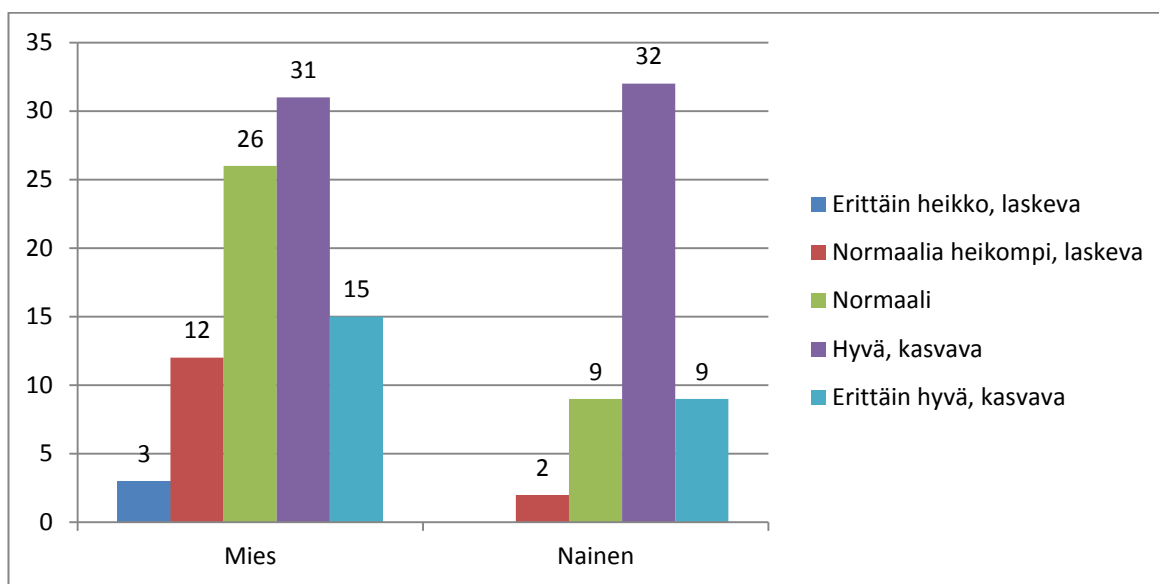
Kuvio 5 havainnollistaa sen, että suurin osa vastaajista ei aio laajentaa markkina-alueettaan seuraavien 2-3 vuoden aikana. Miehillä kyllä ja ei - vastausten ero on pienempi vertailtaessa sitä naisten vastaaviin lukuihin. Naiset ovat kielteisempiä markkina-alueen laajentamisaikaisissa kuin miehet, joka kertoo myös siitä, etteivät naiset olleet yhtä kiinnostuneita laajentamisesta (kuvio 1) kuin miehet. Vain noin 30 % naisista kertoo suunnittelevansa markkina-alueen laajentamista, kun miesyrittäjillä vastaava luku on noin 40 %.

5.1.3 Kysyntä

Kysynnällä tarkoitetaan sitä, miten paljon asiakkaat ostavat yrityksen tuotteita ja/tai palveluita tietyllä markkina-alueella. Kysyntä säätelee yrityksen toimintaa paljon, koska ilman sitä yritys voi joutua taistelemaan paikastaan markkina-alueella. Kysyntä voi vaihdella markkina-alueella nopealla aikavälillä, ja siihen vaikuttaa merkittävästi asiakkaiden kuluttajakäyttäytyminen ja kilpailijat.

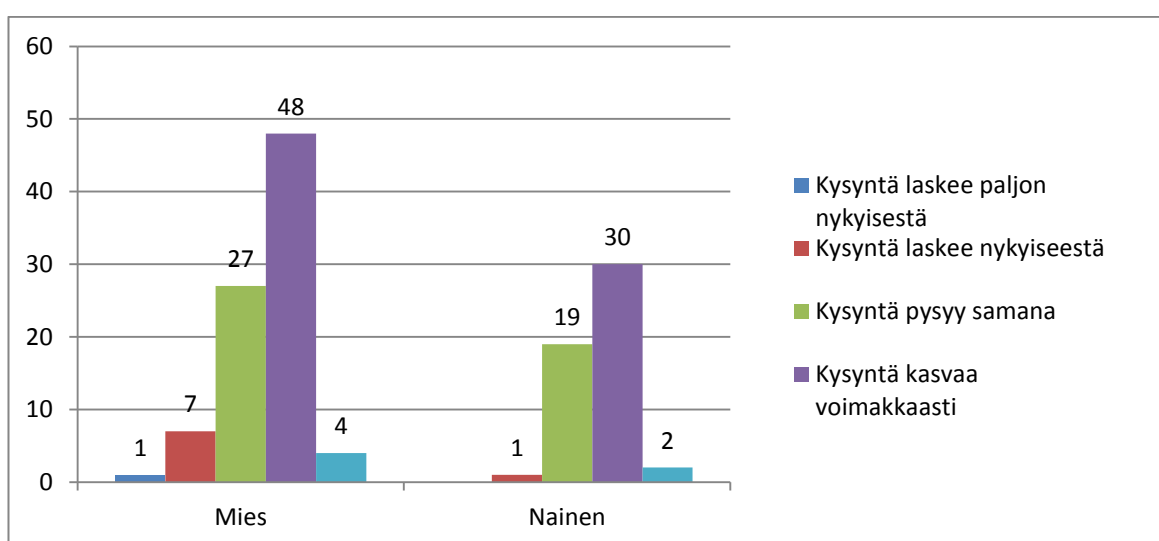
Itäuusmaalaisten yritysten tuotteiden ja palvelujen kysyntä tällä hetkellä (kuvio 6) on suurimmaksi osaksi normaali tai hyvä, kasvava. 139 yrityksestä 122 näkee että tuotteiden ja palvelujen kysyntä on normaali, hyvä tai kasvava. 87,7 % näkee yrityksen tuotteiden ja palvelujen kysynnän hyvänä, joka tarkoittaa sitä, että yritykset ovat kilpailuky-

kyisiä. Naisyrittäjistä kenelläkään ei ole tilannetta, jossa kysyntä olisi tällä hetkellä heikkoa tai laskevaa, kun kolme miesyrittäjää kertoo kysynnän olevan tällaista.



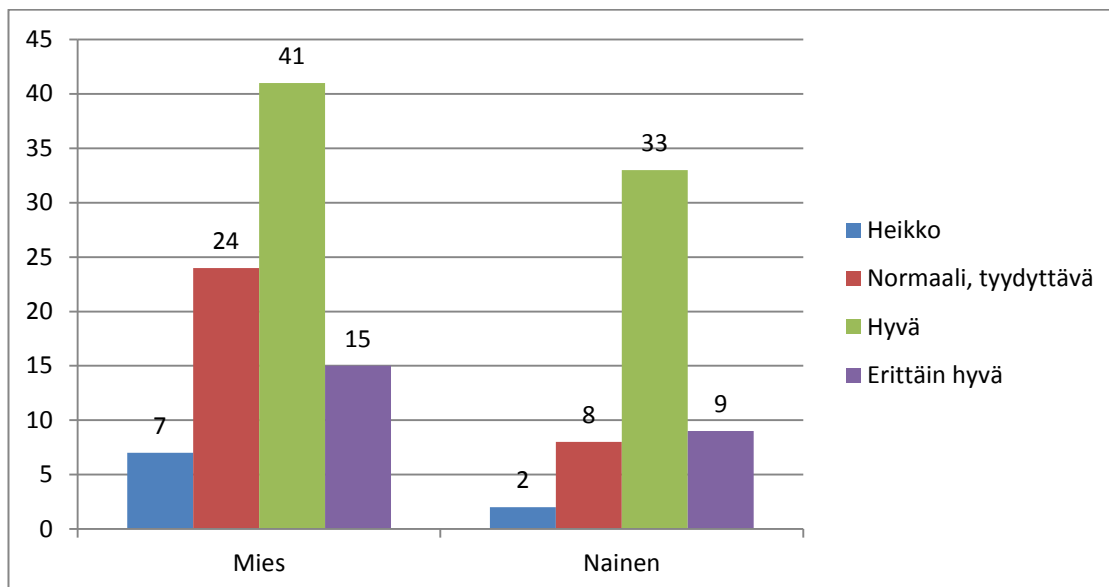
Kuvio 6. Tuotteiden ja palvelujen kysyntä tällä hetkellä (miehet n= 87, naiset n= 52)

Miehet ja naiset arvioivat kysynnän pysyvän samana tai kehittyvän seuraavien 2-3 vuoden aikana (kuvio 7). Miehet arvioivat naisia enemmän, että kysyntä pysyy samana tai kasvaa voimakkaasti. Kahdeksan miesvastaajaa kertoo kysynnän laskevan nykyisestä, tai että kysyntä laskee paljon nykyisestä, kun arvioidusta kysynnän laskusta kertoo vain yksi naisvastaaja.



Kuvio 7. Kysynnän arvioitu kehitys seuraavien 2-3 vuoden aikana (miehet n= 87, naiset n= 52)

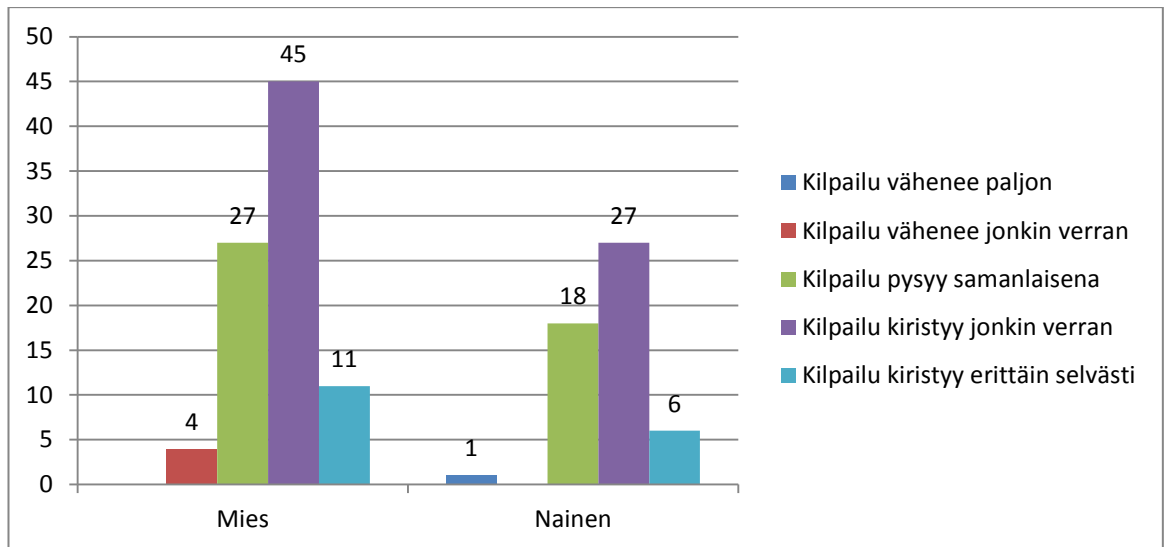
5.1.4 Kilpailu



Kuvio 8. Yrityksen kilpailuasema päämarkkina-alueella tällä hetkellä (miehet n= 87, naiset n= 52)

Grafiikasta voidaan huomata, että sekä miehet että naiset pitävät kilpailutilannettaan hyvänä päämarkkina-alueella (kuviota 8). Naisyrittäjillä kysyntä on vain kahdella vastaajalla heikkoa, kun miehistä seitsemän kokee kilpailutilanteensa heikoksi. Vain noin 6 % kokee kilpailuasemansa heikoksi, joka voidaan nähdä hyvin positiivisena asiana. Vastusten perusteella naisyrittäjien voidaan nähdä olevan hieman positiivisempia yrityksen kilpailuasemasta. Miesten vastausvaihtoehdoista ”hyvä” ja ”erittäin hyvä” ovat 64 % kaikista miesyrittäjien vastauksista, kun naisista kilpailuaseman näki hyvänä tai erittäin hyvänä 79 %.

Kilpailu vaikuttaa merkittävästi yrityksen tilanteeseen, koska sen tulee kilpailla asiakkaista muiden toimijoiden kanssa. Yrittäjän tulee selvittää yrityksen kilpailutilanne jo perustamisvaiheessa ja tarkkailla sitä koko toiminnan ajan. Näin yritys pystyy kehittämään itseään ja toimintaansa haluttuun suuntaan. Kuten kilpailusta usein sanotaan, kilpailu pitää toimijat virkeinä ja valppaina, ja se auttaa sekä yrittäjiä että asiakkaita saamaan mahdollisimman hyviä tuotteita ja palveluita.

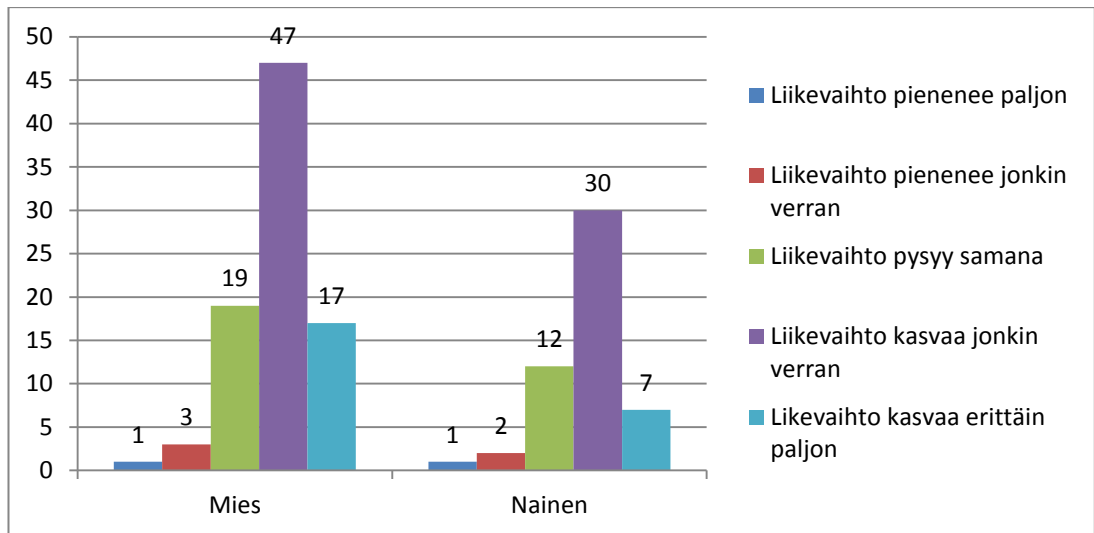


Kuvio 9. Yritysten kilpailuaseman kehittyminen seuraavien 2-3 vuoden aikana (miehet n= 87, naiset n= 52)

Suurin osa yrittäjistä kokee kilpailuasemansa kiristyvän jonkin verran seuraavien 2-3 vuoden aikana. Kuten kuvio 9 voidaan huomata, toiseksi eniten vastaajat kertoivat kilpailun pysyvän myös tulevaisuudessa samanlaisena. Noin 12 % vastaajista kertoi kilpailun kiristyvän erittäin selvästi tulevaisuudessa.

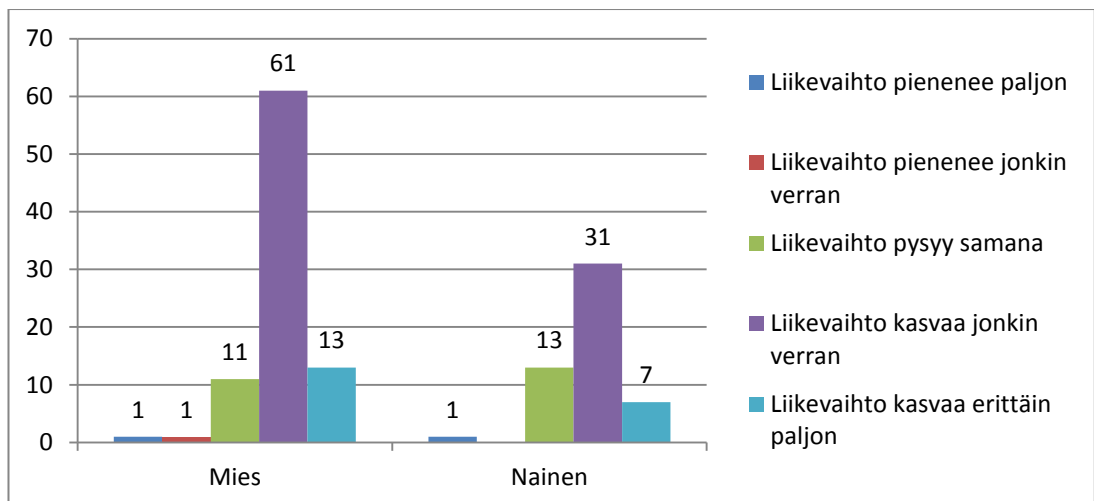
5.1.5 Liikevaihdon kehitys

Kuvio 10 havainnollistaa, että sekä mies- että naisyrittäjät arvioivat liikevaihdon kehittyvän vuodessa jonkin verran. Seuraavaksi eniten vastaajat kokivat että liikevaihto pysyy samana tai kasvaa erittäin paljon. Miehet olivat optimistisempia yrityksensä kasvusta seuraavan vuoden aikana. Ainoastaan kaksi vastaajaa kertoi liikevaihtonsa pienenevän paljon verrattaessa sitä edellisvuoden vastaaviin lukuihin.



Kuvio 10. Liikevaihdon kehitysennuste edelliseen vuoteen verrattuna (miehet n= 87, naiset n= 52)

Kuviosta voidaan päätellä että yritysten taloudellinen tilanne vaikuttaa suurimmaksi osin positiiviselta, koska sekä miesten että naisten keskuudessa liikevaihdon arvioidaan kasvavan verrattuna edellisvuoden tilanteeseen. Tästä voidaan päätellä että lähes 73 % vastanneista yrityksistä kokevat yrityksensä tilanteen hyväksi.



Kuvio 11. Liikevaihdon kehitysennuste 2-3 vuoden ajanjaksolle (miehet n= 87, naiset n= 52)

Havainnollistavasta grafiikasta (kuvio 11) nähdään, että suurin osa mies- ja naisvastaajista kokevat liikevaihdon kasvavan jonkin verran seuraavien vuosien aikana. Vain kaksi vastaajaa ennusti liikevaihtonsa pienenevän paljon tulevaisuudessa. Melko tasaisesti vastaajat kertoivat liikevaihdon pysyvän samana tai kasvavan jonkin verran. Tämä ker-

too siitä, että suurin osa yrittäjistä näkee yrityksensä tilanteen tulevaisuudessa hyvänä tai kasvavana.

5.2 Haastattelut

Haastateltavat yrittäjät valittiin Elinkaari-tutkimuksen vastausten perusteella. Tarkoituksena oli haastatella neljää yrittäjää, kahta jotka eivät olleet kiinnostuneet yrityksensä laajentamisesta ja kahta jotka olivat siitä kiinnostuneita. Tutkija valitsi yrittäjät jo olemassa olevien vastausten perusteella ja soitti yrittäjille kysyen kiinnostusta osallistua tutkimukseen. Puhelussa tutkija kertoi tutkimuksen lähtökohdat, että kyseessä on liike-talouden opinnäytetyö johon haastattelua pyydetään, sekä teemat, joista kysymykset tulisivat. Tämän lisäksi tutkija kertoi kuinka kauan haastattelu kestäisi, ja että kaikki haastattelut tehtäisiin täysin anonymisti. Tutkija soitti neljälle yrittäjälle, joista kaikki olivat halukkaita osallistumaan tutkimukseen. Haastateltavat yrittäjät saatiin hyvin mukaan, ja heidän kanssaan sovittiin tapaaminen yrityksen omiin tiloihin silloin kun yrittäjän aikatauluun parhaiten sopi. Kaikki neljä haastattelua tehtiin kahtena päivänä viikolla 12, ja ne kestivät noin 20-30 minuuttia.

Tutkija oli tehnyt valmiiksi haastattelu/kysymysrunгон, jonka perusteella kyseli yrittäjiltä kysymyksiä. Jokaiselta yrittäjältä kysyttiin samat kysymykset, joiden lisäksi kysyttiin joitakin muita tarkentavia kysymyksiä, joita ei ole puhtaaksi kirjoitettuihin haastatteluihin merkitty. Näiden tarkentavien kysymysten avulla päästiin takaisin keskusteltavaan aiheeseen, saatiin jostain vastauksesta tarkempi vastaus, tai keskustelun aikana nousseesta aiheesta lisää tietoa.

Haastattelu rakentui kolmen pääteeman ympärille, jotka olivat laajentuminen, tilanne markkina-alueella ja riskinotto. Ensimmäisenä kysyttiin laajentamisesta. Yrittäjiltä kysyttiin aikovatko he laajentaa yritystään tulevaisuudessa, miksi, miksi ei. Mitkä asiat vaikuttavat tähän päätökseen, miten aikoo laajentaa/kehittää toimintaa ja kokeeko yrittäjä tarvitsevansa apua laajenemisessa. Seuraavat kysymykset käsittelivät tilannetta markkina-alueella. Tämän teeman kysymykset olivat, millaiseksi koet yrityksen kilpailutilanteen markkina-alueella tällä hetkellä, sekä miten paljon kilpailijat vaikuttavat toimintaan. Lopuksi yrittäjiltä kysyttiin riskinotosta seuraavien kysymysten avulla: millainen olet riskinottajana ja otatko paljon vai vähän riskejä yrittäjänä. Yrittäjiltä kysyttiin myös kuinka

paljon riskinottoykysi vaikuttaa yritystoimintaan, mitä mieltä olet, jos ottaisit enemmän/vähemmän riskejä, ja miten se vaikuttaisi yrityksesi toimintaan.

Tutkija kävi kysymykset läpi työn toimeksiantajan kanssa, joka halusi että haastateltavilta kysyttäisiin tutkijan kehittämien kysymysten lisäksi sitä, kokevatko yrittäjät tarvitsevana apua laajentamisessa. Tämän lisäksi kysymykset testattiin testihaastattelussa, jonka tarkoituksena oli varmistaa kysymysten selkeys ja ymmärrettävyys, sekä selvittää kuinka kauan aikaa haastatteluun keskimäärin menisi. Haastattelukysymysten ennalta testaaminen oli erittäin tärkeää, koska näin pystyttiin selvittämään miten haastateltava ymmärtää kysymykset. Testaamisen avulla voitiin puuttua mahdollisiin epäkohtiin ja muuttaa kysymyksiä tarpeen vaatiessa. Haastattelurunko ei muuttunut tutkijan alkupe-
räisestä rungosta kuin yhdellä lisäkysymyksellä toimeksiantajan toimesta, eikä testihaastattelussa käynyt ilmi mitään sellaista, jonka takia haastattelurunkoa ja -kysymyksiä olisi ollut syytä muuttaa.

Haastattelut tehtiin haastateltaville yrittäjille sopivana ajankohtana yrityksen omissa tiloissa. Tutkija oli kahden haastateltavan kanssa, eikä missään haastattelussa ollut suurempia häiritseviä tekijöitä. Haastattelutilanteen alussa tutkija vielä kertoi jokaiselle haastateltavalle että tutkimus tehdään ammattikorkeakoulun liiketalouden opinnäyte-
työhön, sekä kerrottiin tutkimuksen lähtökohdasta, eli että työn tarkoituksena on selvittää eroavatko itäuusmaalaisten mies- ja naisyrittäjien näkemykset yrityksen kasvusta, ja siitä, että jokainen haastattelu tehdään täysin anonymisti. Haastateltaville kerrottiin myös että tutkimuksen toimeksiantajana toimii Posintra Oy, jonka jokainen yrittäjä tunsi. Haastattelun lopuksi jokaisen yrittäjän kanssa sovittiin, että tutkija lähettää valmiin työn haastatelluille sähköpostitse.

Jokainen haastattelu tehtiin täysin anonymisti, ainoastaan tutkija tietää keitä työhön on haastateltu. Tämä oli tietoinen päätös, ja täysin selvä jo tutkimuksen alussa. Näin haluttiin säilyttää haastateltavien anonymiteetti, ja se myös vaikutti ehkä joidenkin yrittäjien kiinnostukseen osallistua tutkimukseen. Jokaiselle haastateltavalle asiasta kerrottiin ensin puhelimesta, ja vielä itse haastattelutilanteessa. Toiset olivat mielissään asiasta, mutta toiset olisivat osallistuneet tutkimukseen myös omalla nimellään. Vaikka osalle yrittäjästä oman nimen ja yrityksen nimen kertominen julkisesti olisi käynyt, ei missään vai-

heessa edes harkittu anonymiteetin jättämistä pois tutkimuksesta. Haastateltavat on nimetty aakkosjärjestyksessä, ja analyysissä heistä käytetään nimityksiä miesyrittäjä A ja B, sekä naisyrittäjä C ja D.

Kaikki neljä haastattelua sujuivat hyvin. Haastateltavilla oli aikaa ja kiinnostusta vastata kysymyksiin, ja jokaiselta saatiin vastaukset kaikkien teemojen kysymyksiin. Jokainen haastateltava ymmärsi kysymykset samalla tavalla, ja viimeistään lisäkysymysten avulla saatiin vastaus kysytyyn kysymykseen. Toiset haastateltavat puhuivat asioista enemmän kuin toiset, joka on täysin luonnollista ja kertoo haastateltavan persoonallisuudesta ja siitä, että toiset ovat puheliaampia kuin toiset. Haastattelutilanne oli jokaisessa tilanteeseen nähden luonnollinen, eikä konflikteja tai epäymmärrystä syntynyt. Haastattelut menivät hyvin, ja kysymysten avulla saatiin arvokasta tietoa tutkimuksen kannalta.

Tutkija oli valinnut haastateltavat harkinnanvaraisesti sen mukaan, mitä he olivat Elinkaari-tutkimuksessa kysytyihin kysymyksiin vastanneet. Työtä varten haastateltiin neljää yrittäjää, kahta miestä ja kahta naista. Yrittäjät valittiin sen mukaan, että kaksi (yksi mies ja yksi nainen) oli kiinnostunut laajentamisesta ja kaksi (yksi mies ja yksi nainen) ei ollut siitä kiinnostunut. Ennakkoasetelmat olivat selvillä haastatteluihin mennessä, mutta haastattelussa kävi ilmi että yksi yrittäjä joka oli aiemmin vastannut olevansa kiinnostunut laajentamisesta, ei enää ollutkaan siitä kiinnostunut. Tämä ei kuitenkaan vaikuttanut haastatteluun, vaan se vietiin loppuun suunnitelmien mukaan. Yrittäjiä oli Elinkaari-tutkimuksessa haastateltu vuonna 2010 ja 2011, ja kun opinnäytetyö tehtiin vuonna 2012, olivat tilanteet, suunnitelmat sekä ajatukset vaihtuneet ja muuttuneet ajan ja yhteiskunnan taloudellisen tilanteen vuoksi.

5.2.1 Haastateltavien käsityksiä kasvusta

Haastateltavat valittiin tutkimukseen sen perusteella, mitä he olivat vastanneet laajentamisyrittäjäkysymyksiä koskevaan kysymykseen. Kaksi mies- ja kaksi naisyrittäjää olivat vastanneet aikovansa laajentaa, ja muut olivat ilmoittaneet aikovansa pitää toiminnan ennallaan. Haastattelussa kävi ilmi että miesyrittäjä B (liite 2), joka oli aiemmin ilmoittanut aikovansa laajentaa, kertoi nyt että yleisestä taloustilanteesta johtuen yritystoimintaa ei tulla laajentamaan seuraavien 2-3 vuoden aikana. Miesyrittäjä B kertoi että pitkän tähtäimen suunnitelmia on tässä taloustilanteessa vaikea tehdä, ja liiketoiminnassa eletään

tällä hetkellä viikko kerrallaan. Myös naisyrittäjä D (liite 4) kertoi yhteiskunnan taloudellisen tilanteen vaikuttavan toimintaan, mutta se ei vaikuta hänen laajenemishalukkuuteensa. Naisyrittäjä D ei ole kiinnostunut laajentamisesta, koska hänen mukaansa toiminta toimii tällä hetkellä niin, ettei tarvetta muutokselle ole.

Taloudellinen tilanne on yksi merkittävä syy yrityksen kasvuhalukkuuteen, josta kertoo myös vuosittain tehty Pk-yritysbarometri. Taloudellinen tilanne vaikuttaa yrittäjiin, mutta myös asiakkaisiin, koska taloudellisen tilanteen ollessa epävarma, mahdollisesti jopa huono, vaikuttaa se merkittävästi kuluttajakäyttäytymiseen. Yritykset ovat riippuvaisia asiakkaista, ja ilman asiakkaita koko yrityksen toiminta on vaakalaudalla. Naisyrittäjä D kertoi viime talven olleen ensimmäinen kerta kun oli joutunut miettimään pitäisikö seuraavan talven varalle hankkia lisätyö, koska asiakkaita kävi vähän verrattuna aiempien talvien asiakasmääriin. Yrittäjä oli huomannut kuinka selvästi taloudellinen tilanne vaikuttaa asiakkaisiin, joka taas vaikuttaa yrityksen tilanteeseen välittömästi. Yhteiskunnan taloudellisen tilanteen vaikutusta ei voida millään poissulkea yritysten kasvuhalukkuutta tarkasteltaessa, koska sillä on merkittävä vaikutus koko yritystoimintaan.

Miesyrittäjä A (liite 1) kertoo että ei aio laajentaa yritystoimintaansa, mutta olosuhteiden muuttuessa tätä vaihtoehtoa voisi harkita. Laajeneminen miesyrittäjä A:n tapauksessa tarkoittaisi liiketoiminnan siirtämistä seuraavan sukupolven jatkajalle. Hän on seuraavien 5-8 vuoden kuluessa jäämässä eläkkeelle, jonka takia haluaisi löytää yritykselleen jatkajan. Naisyrittäjä C (liite 3) kertoo että yritystoiminnan laajenemista ei ole suunniteltu palkkaamalla lisää henkilöstöä, vaan laajeneminen tarkoittaisi lähinnä toiminnan aktivoimista. Toimiala ja työn luonne vaikuttaa merkittävästi päätökseen laajentamisesta. Hänen mukaansa olisi mahdollista laajentaa toimintaa niin, että mukaan tulisi yhteistyökumppaneita ja heidän kanssaan toimittaisiin tasavertaisina kumppaneina. Tässä tapauksessa naisyrittäjä C:n yritys ei laajenisi radikaalisti, mutta yrityksen tarjoamat palvelut kasvaisivat ja kehittyisivät merkittävästi. Yrittäjä kertoo että toimintaa olisi mahdollista laajentaa myös niin, että se koskisi laajempaa asiakaskuntaa. Yrittäjällä on yhteistyökumppaneiden hankinnasta visio ja laajenemissuunnitelmat ovat suunnitelmien tasolla.

Naisyrittäjä D kertoo, ettei toiminnan laajentaminen ole suunnitelmassa. Jos laajentamista ajattelee, tarkoittaisi se käytännössä sitä, että toimintaa pitäisi siirtää toiselle paik-

kakunnalle perustamalla uusi toimipiste. Tällä hetkellä tarvetta tällaiselle ei ole, joten siksi laajentamista ei harkita. Miesyrittäjä B kertoo, että jos laajentamista suunniteltaisiin, tarkoittaisi se käytännössä lisähenkilöstön palkkaamista.

Jokainen yrittäjä kertoo erilaisen vision laajentamisesta. Lisähenkilön palkkaus, uuden toimipisteen perustaminen toiselle paikkakunnalle, toiminnan aktivoiminen ja yhteistyökumppanin hankkiminen, sekä toiminnan siirtäminen uudelle sukupolvelle mainittiin mahdollisena laajenemisväylänä. Kuten kirjallisuuskin (mm. Järvenpää & Lämsiluoto 2008, 68.) kertoo, yrityksen laajentamiseen on useita erilaisia vaihtoehtoja, eivätkä kaikki kasvustrategiat toimi kaikissa yrityksissä. Vastajat kertoivat melko erilaisia kasvumahdollisuuksia, joka tarkoittaa sitä, että asiaa on tarkkaan harkittu, vaikka pyrkimyksiä kasvulle ei tällä hetkellä olekaan. Myös toimialan luonne ja kysyntä vaikuttavat kasvupyrkimyksiin, koska mikä sopii toiselle, ei välttämättä sovi toiselle. Laajentamista suunnitellessaan yrittäjän tulisi pohtia erilaisia mahdollisuuksia useista lähtökohdista, ja siten pyrkiä valitsemaan yritykselleen oikea toimintatapa.

Haastateltavista oli selvästi nähtävillä sekä kasvuhalukkuutta, että kasvuhaluttomuutta. Kasvuhalukkuus tuli etenkin näkyville naisyrittäjä C:stä, mutta osaltaan myös miesyrittäjä A:sta, vaikka hän ei suunnittelekaan varsinaisesti yrityksensä kasvattamista. Miesyrittäjä A:n tapauksessa hän haluaisi löytää toiminnalleen uuden sukupolven jatkajan, ja haastattelussa kävi ilmi että hän ajattelee asiasta positiivisesti. Miesyrittäjä A kertoi että hänellä oli ollut potentiaalinen jatkajakollega, mutta yhteistyö ei loppupelissä toiminut niin, että yrityksen siirto olisi viety loppuun. Koska yrityksen jatkosuunnitelmat ovat olleet hyvin pitkällä, voidaan suurella todennäköisyydellä olettaa että hän löytää yritykselleen jatkajan seuraavien 5-8 vuoden aikana. Tätä kasvustrategiaa kutsutaan sisäiseksi, eli orgaaniseksi kasvuksi.

Naisyrittäjä C:stä kasvuhalukkuus kävi ilmi hyvin selkeästi, hänellä oli jo konkreettisia suunnitelmia toiminnan laajentamiseen, mutta niitä ei vielä ollut laitettu käytäntöön. Kasvuhalukkuuden yksi tärkeä piirre on ehdottomasti suunnitelmallisuus ja kasvustrategian tekeminen, oli se tietoista tai tiedostamatonta. Strategia ohjaa vahvasti yrityksen toimintaa, ja yrittäjä on vastuussa sen suunnittelusta ja toteutuksesta.

Kaikki yrittäjät kertoivat, etteivät tarvitse apua laajentamissuunnitelmissa, koska kaikilla on takanaan pitkä työhistoria ja sen seurauksena kokemusta, jonka lisäksi osa heistä on mukana erilaisissa verkostoissa ja yhteisöissä. Naisyrittäjä D kertoo että hänelle on tarjottu apua yhteistyökumppaneiden taholta, joten jos halua laajenemiseen ilmenee, apua on varmasti saatavilla. Ainoastaan naisyrittäjä C kertoi että jos suunniteltaisiin asiakaskunnan laajentamista, siihen ulkopuolinen apu olisi hyvää, koska hän ei itse ole tehnyt vastaavaa ennen. Haastatelluista yrittäjistä kukaan ei varsinaisesti kaivannut apua toimintansa laajentamisessa. Tästä voidaan päätellä että he ovat tietoisia siitä tekevät ja mahdollisesti tulevat tekemään tulevaisuudessa. Haastateltavista ei ollut nähtävissä negatiivista suhtautumista ulkopuoliseen apuun, joten todennäköisesti avun hankkiminen tarpeen vaatiessa ei ole poissuljettua. Jokainen yrittäjä myös tiesi/tunsi paikallisia tahoja joiden puoleen kääntyä, joten tilanne avun hankkimisen kannalta on varsin positiivinen.

Miesyrittäjä B kertoo kilpailutilanteen markkina-alueella olevan kireä ja tiukka, koska toimijoita on paljon ja kysyntää asiakkaisiin nähden liikaa. Nykyisin taloudellisen tilanteen vuoksi asiakkaat harkitsevat investointejaan tarkemmin, jonka vuoksi asiakkaiden koetaan olevan varovaisia. Yrittäjän mukaan kilpailijat eivät kuitenkaan vaikuta yrityksen toimintaan kovin paljon. Miesyrittäjä A:n mukaan kilpailutilanne on hyvä, koska markkinat ovat segmentoituneet, joka osaltaan rajaa työtilaisuuksia joita yrittäjä ei halua tehdä. Yrittäjä kertoo, että kilpailua markkina-alueella on, koska Porvooseen on tullut jonkin verran toimijoita muualta, lähinnä Helsingistä. Segmentoinnin takia kilpailijoita mahtuu markkina-alueelle paljon, koska kaikki eivät tee samanlaisia töitä. Asiakkaat valikoituvat sen perusteella mitä he tietävät yrityksestä, esimerkiksi sen mukaan millaisia töitä yritys tekee ja mistä se on kiinnostunut.

Naisyrittäjä D kertoo että markkina-alueella on yrityksen lisäksi vain yksi varsinainen kilpailija, jonka hän näkee ainoastaan hyvänä asiana. Alueella on myös muita toimijoita, jotka tarjoavat osittain samoja tuotteita, mutta eivät kilpaile palveluiden tarjonnasta yrityksen kanssa. Yrittäjä kokee yrityksen tilanteen alueella hyvänä. Tähän vaikutta osaltaan myös se että alueella on kilpailija, koska pieni kilpailutilanne on aina hyvä. Naisyrittäjä C:n yritys tarjoaa useita erilaisia palveluita, joten kilpailutilanne markkina-alueella saattaa vaihdella riippuen siitä mitä palvelua katsotaan. Yksilöille tarjotuissa palveluissa kilpailu ei ole suurta, kunhan ihmiset löytävät yrityksen ja sen palvelut. Yhteisöille tarjo-

tuissa palveluissa kilpailua sen sijaan on paljon. Yrittäjän mukaan mitä enemmän markkina-alueella on tekijöitä, sitä enemmän joidenkin palveluiden osalta on kilpailua. Yrittäjä kertoo, että kilpailijat vaikuttavat omalta osaltaan toimintaan. Yrityksen markkinointi on vasta alkuvaiheessa, ja hänen mukaansa siihen pitäisi panostaa enemmän ja löytää se juttu, millä erottua muista toimijoista.

Yrityksen tilanne markkina-alueella on merkittävä ajateltaessa yrityksen kasvua, koska jos tarvetta yrityksen tuotteille ja/tai palveluille ei ole, laajenemiselle ei myöskään ole realistisia mahdollisuuksia. Markkina-alue voi olla paikallinen, valtakunnallinen tai jopa kansainvälinen. Kaikkien neljän yrittäjän yrityksen markkina-alue oli tällä hetkellä paikallinen, ja ainoastaan yksi yrittäjä näki alueen laajentamisen mahdollisena. Muut yrittäjät kokivat tämänhetkisen alueen riittävät yritykselle nyt ja lähitulevaisuudessa.

Naisyrittäjä C kertoo olevansa asteikolla 1-5 riskinottajana keskivaiheilla. Hän ei ole tolkuton riskinottaja, joka näkyy siinä, ettei yritystoiminnassa ole otettu isoja lainoja. Hän ei myöskään pelaa varman päälle, joka näkyy osaltaan riskinotossa. Yrityksen toimiala on sellainen, jossa riskinotto ei näy selvästi, joten ne eivät myöskään vaikuta yritystoimintaan. Yrittäjällä ei ole toimitiloja tai rahoitusvirtoja, jotka ovat harkittuja päätöksiä. Naisyrittäjä D kertoo, ettei halua ottaa taloudellisia riskejä, koska koskaan ei voi tietää millainen tilanne yrityksellä on seuraavana talvena. Taloudellinen tilanne vaikuttaa myös asiakkaisiin, heidän osto- ja maksukykyynsä, joka vaikuttaa suoraan yrityksen toimintaan. Yrittäjä kertoo että luottoa ja vakuuksia löytyy, mutta riskinottajana hän on varovainen, eikä halua ottaa suuria riskejä. Hän ei usko että riskien ottamisella olisi vaikutusta yrityksen toimintaan.

Miesyrittäjä B kuvailee itseään varovaiseksi riskinottajaksi. Hänellä on rahoitusalan tausta, joka osaltaan vaikuttaa yrityksen toimintaan. Hän harkitsee asioita pitkään, vaikka päätöksiä pitäisi tehdä nopeasti. Yrittäjä kokee riskinoton vaikuttavan toimintaan. Yrittäjä kertoo että on tyytyväinen ettei muutamia vuosia sitten tehnyt isoja muutoksia toimintaan, koska silloin yritystä ei todennäköisesti tänä päivänä enää olisi. Hän toteaa että on kiitollinen siitä ettei isoja riskejä silloin harkinnasta huolimatta otettu, vaan säilytettiin toiminta ennallaan. Tämä voidaan nähdä osoituksena harkitusta riskinotosta, päätettiin että riskit jätetään ottamatta ja jatketaan toimintaa vanhalla mallilla. Miesyrit-

täjä A kertoo ottavansa vähän riskejä, johon vaikuttaa yrittäjän persoona. Riskinottoon vaikutta myös hänen valitsemaansa yritysstrategia, eli se että hän on elämäntapayrittäjä. Yrittäjä kertoo riskinoton vaikuttavan toimintaan, koska yrityksellä ei ole aktiivista asiakashankintaa, vaan yritystoiminnassa tyydytään kontakteihin, joiden avulla asiakkaat löytävät yrityksen.

Jos naisyrittäjä C ottaisi toiminnassaan vähemmän riskejä, hän hakeutuisi muualle töihin. Palkkatöihin meneminen takaisi sen, että tulon saaminen ei olisi niin kiinni siitä kuinka paljon asiakkaita hänellä on. Jos hän ottaisi enemmän riskejä, hän hankkisi yritykselle isommat toimitilat, suuntautuisi töissään enemmän ryhmiin ja panostaisi enemmän markkinointiin. Yrittäjä kertoo että isompia tiloja tarvitessaan hän mieluummin vuokraa niitä, koska tällä hetkellä suurempien tilojen pysyvä hankkiminen on iso riski. Naisyrittäjä C kertoo, että jos toiminnassa ottaisi enemmän riskejä, voisi siinä käydä huonosti. Tämä johtuu toimialan luonteesta ja pienestä kaupungista jossa yritys toimii. Yrittäjä kertoo että yrityksen liikevaihto on noussut vähäisellä riskillä, jota hän pitää hyvänä asiana.

Miesyrittäjä B:n mukaan hänelle ei tule eteen tilannetta jossa pitäisi ottaa enemmän riskejä, koska hän ei ole suostuvainen niitä ottamaan. Jotta tällainen tilanne olisi mahdollinen, yrityksen tilanteen tulisi olla hyvä. Hänen mukaansa tulisi ottaa laskelmoituja riskejä oikeaan aikaan. Miesyrittäjä A:n yrityksellä ei ole laajenemisyhkymiä, eivätkä he tee suuria mainoskampanjoita. Kaikesta voi huomata, ettei yrittäjällä ole halua laajentamiseen. Sukupolvenvaihdostilanteessa jossa varmistetaan yrityksen jatko, yrittäjä voisi ottaa enemmän riskejä. Tämä näkyisi siinä, että hän opastaisi uutta toimijaa niin, ettei jatkaja tekisi ja kohtaisi samoja asioita mitä yrittäjä on yrittäjyydessään kohdannut. Jos yrittäjällä olisi liiketoiminnasta seuraavaa riskinottotarvetta, hän ottaisi riskejä, mutta kun tällaista ei ole, ei hänellä ole halua riskinottoon. Vanhemmiten yrittäjällä saattaisi olla enemmän uskallusta hallittuihin riskeihin.

Naisyrittäjä C:n mukaan elämäkokemuksen myötä riskinottokyky on muuttunut enemmän ja vähemmän. Ennen lapsia hän kertoo ottaneensa enemmän riskejä. Tällä hetkellä kun on perhe, lapset, yrittäjyys ja yksityisvelka, hän ikään kuin pelaa varman päälle riskien ottamisessa. Jättäessään palkkatyön hän ajatteli elämän olevan tässä ja nyt.

Jossittelu ja sitten kun - elämä on iän myötä jäänyt, ja nykyisin hän ajattelee että aina pääsee johonkin töihin jos sellainen tilanne tulee vastaan. Myös naisyrittäjä D kertoo että elämäkokemus vaikuttaa riskien ottamiseen, oma tausta ja tieto asioista vaikuttavat ja auttavat suuresti yrityksen toiminnassa. Hänen mukaansa perhe ei vaikuta riskinottoon, koska lapset ovat isoja, ja kyseessä on perheyritys.

Miesyrittäjä B kertoo että elämäkokemus vaikuttaa riskinottoon, kuten myös taloudellinen tilanne. Varsinkin talouden kehitys vaikuttaa päätöksiin, koska pitää taistella että pysyy hengissä. Aina on olemassa riskejä, niistä ei pääse eroon. Yrittäjänä hän on varovainen riskinottaja, mutta jos tilannetta katsottaisiin tavallisen ihmisen näkökulmasta, hän olisi iso riskinottaja. Yrittäjä kertoo että riskinotossa olisi kovempi ero, jos hänellä ei olisi perhettä. Perheen mukana tulee vaikutus monen ihmisen toimeentulosta, joka vaikuttaa siihen että tehdään selkeitä, varmoja päätöksiä, joissa on vähemmän riskejä.

Neljästä yrittäjästä kaksi kertoi että perheellä on iso vaikutus riskinotossa. Koska yrittäjällä on vastuu myös perheen taloudellisesta tilanteesta, vaikuttaa se merkittävästi kasvusuunnitelmiin tällä hetkellä. Kuten kirjallisuudessa ja muissa tutkimuksissa myös todetaan, perheellä on vaikutusta yrityksen toimintaan. Toinen naisyrittäjä kertoi, ettei perheellä ole vahvaa merkitystä hänen riskinottoonsa, koska lapset ovat jo isoja. Naisyrittäjä D:n riskinottoon vaikutti myös se, että yritys on perheyritys, jossa mies ottaa suurempia riskejä. Tässä tapauksessa perheyrityksessä mies ottaa enemmän riskejä kuin nainen, joka osaltaan vahvistaa käsitystä riskien ottamisen eroista naisten ja miesten välillä.

Viitala & Jylhä (2010, 333.) mainitsevat että pk-yrityksiltä usein jää huomaamatta liiketoiminnan kasvumahdollisuudet. Neljä haastateltavaa yrittäjää kumosivat tämän väittämän, koska vaikka kasvuhaluutta ei kaikilla ollutkaan, olivat he miettineet omia kasvumahdollisuuksiaan ja tarkastelleet realistisia mahdollisuuksia kasvuille. Tämä osoittaa suunnitelmallisuutta ja erilaisten mahdollisuuksien avarakatseisuutta, vaikka kasvaminen ei olisikaan kiinnostava tai realistinen vaihtoehto omassa yritystoiminnassa tällä hetkellä tai tulevaisuudessa.

6 Johtopäätökset

Luvussa käsitellään ensin opinnäytetyön tuloksia, ja niitä vertaillaan työn teoreettiseen viitekehykseen. Tämän jälkeen arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta ja tuloksista muodostuneiden johtopäätösten perusteella tehdään muutamia toimenpide-ehdotuksia toimeksiantajalle. Viimeiseksi työn tekijä arvioi omaa oppimistaan opinnäytetyön tekemisen aikana.

6.1 Tulokset suhteessa tutkimusongelmaan

Opinnäytetyön tutkimusongelmana on, miten Itä-Uudenmaan nais- ja miesyrittäjien näkemykset yrityksen kasvusta eroavat. Tavoitteena on selvittää eroavatko nais- ja miesyrittäjien tulevaisuudennäkymät toisistaan, ja jos eroavat, niin millä tavoin. Asiaa tutkimalla pyrittiin saamaan ajantasaista tietoa itäuusmaalaisista yrittäjistä toimeksiantajalle, ja selvittää yleisesti nais- ja miesyrittäjien eroavaisuuksia yrityksen kasvussa. Kuten Aalto, Kyrö ja Sundin (2008, 14-15.) toteavat, tutkimus miesten ja naisten välillä on nykypäivää. Mies- ja naisyrittäjillä kaikilla on omat ominaispiirteensä, mutta tärkeintä on että jokaista yrittäjää ajatellaan yksilönä. Nais- ja miesyrittäjien erottelu vaikuttaa koko toimialaan.

Eri tutkimuksissa pyritään selvittämään kasvua, ja niissä lähdetään liikkeelle usein siitä virheellisestä perusolettamuksesta, että yrittäjä haluaa kasvattaa yritystään, mutta ulkoiset tekijät estävät yrityksen kasvun. Yrityksen kasvuhalukkuus on ilmiö, jota on totuttu pitämään itsestänselvyytenä liiketoiminnassa. Yleisesti pidetään luonnollisena että jokainen ”vakavasti otettava” yritys pyrkii laajentamaan toimintaansa ja maksimoimaan toiminnastaan saatavan voiton. (Heinonen & Pukkinen 2005, 77.)

Aineistoista käy ilmi, että kasvuhalukkuutta on kummankin sukupuolen keskuudessa, Elinkaari-tutkimuksesta saatujen tulosten mukaan miehillä jonkin verran enemmän, kun haastatteluista kävi ilmi että ainoastaan yksi neljästä haastatellusta suunnittelee laajentamista lähitulevaisuudessa. Kuitenkaan kukaan vastaajista ei tyrmännyt ideaa laajentamisesta, vaan kaikki olivat sitä miettineet ja tarpeen vaatiessa suunnitelmat kasvupyrkimyksille olivat jokseenkin valmiina. Ainoastaan yksi yritys lähtisi laajentamaan yritystään toiselle paikkakunnalle, kun loput vastaajista näkivät kasvun tapahtuvan entisellä

markkina-alueella uuden työntekijän palkkaamisella, toiminnan laajentamisella ja yhteistyökumppaneiden hankkimisella, sekä uuden sukupolven jatkajalla. Vastaajilla oli erilaiset näkemykset yrityksensä laajentamisesta, joka on ositus siitä, että yrittäjillä on suunnitelmallisuutta ja näkemyksiä yritystoimintansa laajentamiseen, vaikka tarvetta, halua tai mahdollisuutta kasvuun ei täällä hetkellä olisi. Yrittäjät olivat ottaneet myös toimialan ja kilpailun huomioon, jotka ovat merkittäviä tekijöitä laajentamisaikomuksissa.

Miesten ja naisten laajenemispyrkimykset eroavat jonkin verran toisistaan, mutta tässä on huomioitava se seikka, että kaikki kasvutavat eivät sovi kaikille. Miesyrittäjät kertoivat mahdollisen laajenemisen tapahtuvan uuden työntekijän palkkaamisella ja toisen yrittäjän jäädessä eläkkeelle, löytämällä yritykselleen uuden sukupolven jatkajan. Naisyrittäjät vastaavasti kertoivat että yritystoiminnan kasvamisella tarkoitetaan lähinnä toiminnan aktivointia ja mahdollisesti yhteistyökumppaneiden hankkimista, sekä yritystoiminnan laajentamista uuden toimipisteen avulla uudelle markkina-alueelle. Kasvupyrkimyksissä on tärkeintä muistaa suunnitelmallisuus ja strategia. Kuten McGrath ja MacMillan (2009, 31.) toteavat, kaiken menestyksen takana on kunnollinen ja toimiva strategia. Kasvustrategia antaa tarkan kuvan sille suunnalle johon ollaan pyrkimässä, auttaa kaikkia yrityksessä toimivia ja työskenteleviä ymmärtämään tavoitteet, sekä antaa valmiuksia kohtaamaan haasteita ja riskejä, mitä yrityksen kasvussa saattaa tulla eteen.

Elämäkokemus nousi yhdeksi tekijäksi riskinotossa. Jokainen yrittäjä oli sitä mieltä että elämäkokemus vaikuttaa merkittävästi riskien ottamiseen. Miesyrittäjä A kiteytti asian niin, että iän tuoman kokemuksen myötä valmius ottaa hallittuja riskejä kasvaa. Jokainen haastateltu oli sitä mieltä että riskinotto jollain tavalla vaikuttaa yritystoimintaan, koska yritystä on vaikea saada toimivaksi ja kannattavaksi ilman riskinottoa. Jo se että perustaa yrityksen, voidaan nähdä ensimmäisenä suurena ja merkittävänä riskinä koko yritystoiminnassa. Jokainen yrittäjä on jossain elämän vaiheessa ottanut riskejä, toiset paremmalla menestyksellä kuin toiset.

Vaikka miesten ja naisten välistä riskinottokykyä on tutkittu ja siitä on kirjoitettu jonkin verran, tärkeintä on tässäkin asiassa muistaa että ihmisiä tulee ajatella yksilöinä, ei ainoastaan mies- tai naisyrittäjänä. Vaikka on olemassa vahvoja stereotyyppioita siitä, millainen on naisyrittäjä tai millainen on perinteinen miesyrittäjä, on muistettava että jokai-

sella on omat syynsä toimia ja tehdä valintoja. Esimerkiksi miesyrittäjä A oli vahvasti elämäntapayrittäjä, joka ei tavoitellut toiminnallaan liiketaloudellista voittoa. Hän oli valinnut yritykselleen tämän suunnan riippumatta ulkopuolelta tulevista voiton tavoittelamisen paineista.

Kummatkin naisyrittäjät kertoivat olevansa varovaisia tai keskivaiheilla olevia riskinottajia. Tämä on melko yleistä naisille ja naisyrittäjille yleensäkin, koska naisten nähdään olevan varovaisia ja suunnitelmallisempia toiminnassaan verrattuna miehiin. Ainoastaan toisella naisyrittäjällä perheen merkitys korostui riskien ottamisessa, jota on yrittäjäkentällä tutkittu melko paljon. Toisen naisyrittäjän yritys oli perheyritys, jossa mies otti yritystoiminnassa naista jonkin verran enemmän riskejä. Tästä voidaan päätellä että perheellä on merkitystä riskien ottamiseen. Jos yritys toimii perheessä, vastuu riskien ottamisesta jakautuu jokseenkin tasaisesti kummankin puolison kesken, ja riskinottoon voi olla jopa matalampi kynnyksen, mitä se olisi jos yrittäjä toimisi yksin.

Molemmat miesyrittäjät kertoivat ottavansa vähän riskejä, joka ei allekirjoita sitä väittämää että naiset olisivat miehiä varovaisempia riskinottajia. Tästä voidaan päätellä että riskinotto on hyvin yksilökohtaisista, huolimatta vallitsevista yhteiskunnallisista stereotyyppioista tai näkemyksistä millaisia mies- ja naisyrittäjien pitäisi olla. Kuitenkaan haastattelututkimuksen pohjalta ei voida tehdä yleistyksiä koskemaan laajempaa joukkoa, mutta tämä tutkimustulos kertoo näiden haastateltujen näkemyksistä. Ennakkolettamukset ovat riskinotossa suuret, mutta tämä tutkimus osoittaa että myös riskinotto on yksilöllistä, ja siihen vaikuttavat merkittävästi ulkoiset tekijät. Tällä hetkellä suurin ulkoinen tekijä on huono taloudellinen tilanne, joka tekee sekä yrittäjistä että kuluttajista varovaisia. Kuten miesyrittäjä B totesi, hänellä olisi enemmän kiinnostusta ottaa riskejä ja kasvattaa toimintaansa, jos taloudellinen tilanne olisi parempi mitä se tällä hetkellä on.

Kaikissa neljässä haastattelussa kävi ilmi kuinka yhteiskunnan taloudellinen tilanne vaikuttaa yritystoimintaan. Toisille taloudellinen tilanne vaikutti enemmän kuin toisille, johon vaikuttaa muun muassa yrityksen toimialan luonne, kilpailutilanne ja asiakaskunta. Yhteiskunnan taloudellisen tilanteen vaikutusta ei voida unohtaa tai väheksyä, koska se aiheuttaa yritystoiminnassa suurempia riskien mahdollisuuksia.

Tutkimuksen tulokset antavat toimeksiantajalle tietoa alueella toimivista yrittäjistä. Vaikka haastattelututkimuksen tulokset eivät ole yleistettävissä koskemaan laajempaa joukkoa, antavat ne silti kuvan missä tilanteessa yrittäjien laajenemisaikeet Itä-Uudenmaan alueella ovat. Aiheena kasvaminen on aina ajankohtainen, mutta tällä hetkellä yleinen taloudellinen tilanne on niin vaihteleva ja heikko, että se vaikuttaa merkittävästi yrittäjien mielipiteisiin. Elinkaari-tutkimuksen haastattelut tehtiin vuosien 2010 ja 2011 syksyllä, jolloin talouden tilanne oli vaihteleva. Vaikka taantuma onkin ollut pitkäaikainen, ei se kuitenkaan merkittävästi ole laskenut tai lisännyt yrittäjien kasvuhaluutta.

6.2 Tutkimuksen luotettavuuden arviointia

Tutkimuksessa pyritään välttämään virheiden syntymistä, mutta silti tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa voidaan käyttää monia erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.) Opinnäytetyön luotettavuuteen vaikuttaa merkittävästi myös valitut tutkimusmenetelmät, joita opinnäytetyössä oli kaksi, kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen. Tutkimusmenetelmien tulee olla sellaiset, joilla on realistiset mahdollisuudet löytää vastaus tutkimusongelmaan.

Heikkilän (2008, 185.) mukaan ensimmäinen edellytys luotettavuudelle on, että tutkimus on tehty tieteelliselle tutkimukselle asetettujen kriteerien mukaan. Mittauksen hyvyttä tai luotettavuutta kuvataan kahdella käsitteellä: validiteetti ja reliabiliteetti, jotka muodostavat yhdessä mittarin kokonaisluotettavuuden. Luotettavuutta alentavat erilaiset virheet, joita syntyy aineistoa hankittaessa. Mittaus ei kyselytutkimuksessa ole täysin suoraviivaista, koska sen luotettavuuteen ja laatuun vaikuttavat niin sisällölliset, tilastolliset, kulttuuriset, kuin teknisetkin seikat. Mittaus on ainutkertaista, eikä huonosti mitattuja osioita voi jälkikäteen parantaa millään menetelmällä. (Vehkalahti 2008, 40.)

Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta, eli sen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia (Hirsjärvi ym. 2009, 231.). Tutkimuksen tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia, eikä niitä saa yleistää tutkimusalueen ulkopuolelle. Tutkijan on oltava koko tutkimuksen ajan tarkka ja kriittinen. Virheitä voi sattua tietoja kerätessä, syötettäessä ohjelmaan, käsitellessä ja tuloksia tulkitessa. Tutkijalle on erittäin tärkeää

että hän tulkitsee tulokset oikein ja käyttää vain sellaisia analyysimenetelmiä jotka hän hallitsee. Luotettavien tulosten saamiseksi tulee varmistua siitä, ettei kohderyhmässä ole vinoutta, vaan otos edustaa koko tutkittavaa perusjoukkoa. Tutkimus ei anna tietoa koko perusjoukosta, jos tutkitaan vain joitain siihen kuuluvia ryhmiä. (Heikkilä 2008, 30-31.)

Opinnäytetyössä käytettiin pohjamateriaalina aiemmin tehtyä Elinkaari-tutkimusta, jonka olivat suunnitelleet HAAGA-HELIA Porvoon opettajat, ja se toteutettiin opettajien ohjauksella ensimmäisen vuoden opiskelijoiden toimesta. Opinnäytetyön tekijä ei ole voinut vaikuttaa kyselylomakkeen tekemiseen, mutta se on tehty asiantuntevasti ja tarkkaan harkiten yhdessä tutkimukseen osallistuneiden tahojen kanssa. Lomake on kokonaisuudessaan toimiva, siinä olevat kysymykset ovat selkeitä ja ymmärrettäviä monivalintakysymyksiä. Vaikka tutkimuksen aineiston keräämiseen on osallistunut useita opiskelijoita, ei se vaikuta tutkimuksen luotettavuuteen, koska aineiston keräämisessä on noudatettu molempina vuosina samaa kaavaa.

Elinkaari-tutkimuksessa käytettiin ajantasaista listaa itäuusmaalaisista yrittäjistä. Opiskelijaryhmät ottivat yhteyttä yrittäjiin ja kysyivät kiinnostusta lähteä mukaan haastatteluun. Haastattelut tehtiin haastateltavissa yrityksissä ja vastaukset merkittiin kyselylomakkeeseen niille varatuille paikoille. Tämän jälkeen kerätty aineisto syötettiin Excel-matriisiin, josta sitä pystyttiin luotettavasti analysoimaan käyttämällä apuna muun muassa ristiintaulukointia.

Tutkimuksen validiteetilla eli pätevyydellä mitataan sitä, että tutkimus mittaa sitä, mitä sen oli tarkoitus mitata. Sen arviointi kohdistuu siihen, kuinka hyvin tutkimusmenetelmä ja siihen käytetyt mittarit vastaavat tutkittavaa ilmiötä. Pyrittäessä korkeaan validiteettiin, tutkimusprosessi tulee kuvata mahdollisimman tarkkaan raportoinnin yhteydessä. Tutkimuksen valinnat tulee perustella huolellisesti ja painottamalla tulosten tulkinnan ja ymmärtämisen suhteuttamista teoreettiseen viitekehykseen. (Mäntyneva jne. 2008, 34.) Työssä on pyritty määrittelemään asiat tarkasti ja kertomaan tutkimusprosessista mahdollisimman yksityiskohtaisesti, jotta tutkimus täyttäisi luotettavuuden kriteerit.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen luotettavuutta kohentaa tutkijan tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta. Tarkkuus koskee tutkimuksen kaikkia vaiheita. Aineiston tuottamisen olosuhteet olisi kerrottava selvästi ja totuudenmukaisesti. Esimerkiksi haastattelututkimuksessa kerrotaan olosuhteista ja paikoista, joissa aineistot kerättiin, sekä haastatteluihin käytetty aika, mahdolliset häiriötekijät, virhetulkinnat haastattelussa, sekä tutkijan oma itsearviointi tilanteesta. Laadullisen aineiston analyysissä keskeistä on luokittelujen tekeminen. (Hirsjärvi jne. 2009, 227.)

Opinnäytetyössä on kerrottu tarkasti prosessin etenemisestä, varsinkin haastattelututkimuksen osalta tutkimuksen kulku on tarkasti raportoitu. Jotta tutkimuksen haastattelusuudesta saataisiin mahdollisimman paljon irti, tutkija kävi haastattelu/kyselyrungan läpi toimeksiantajan kanssa, jolta tuli haastatteluun yksi tarkentava lisäkysymys. Haastattelu/kyselyrunkoa testattiin koehaastateltavalla, joka vaikutti haastattelun onnistumiseen ja siitä saatavien tulosten luotettavuuteen. Ilman rungon testaamista ei olisi voitu varmistaa haastatteluun kuluvaa aikaa, tai sitä miten haastateltava ymmärtää kysymykset. Kaikki haastatellut, myös koehaastateltu, ymmärsivät kysymykset samalla tavalla, ja vastauksista käy ilmi niiden olevan samansuuntaisia. Tutkija teki haastattelut ilman ennako-olettamuksia tai -odotuksia, jokaisella haastateltavalla oli mahdollisuus kertoa niin paljon aiheesta kuin halusi, ilman että haastattelutilanne olisi ollut painostava ja tutkija olisi antanut kuvan että odottaa tietynlaisia vastauksia kysymyksiin. Jokainen haastattelutilanne oli melko rento, mutta koska haastattelu kesti vain lyhyen ajan, ei siinä kysytty ja keskusteltu muista kuin teemojen mukaisista aiheista.

Tutkijan objektiivisuus eli puolueettomuus on tärkeä tekijä luotettavuutta arvioitaessa. Heikkilän (2008, 31) mukaan jokaiseen tutkimukseen sisältyy tutkijan subjektiivisia valintoja tutkimusmenetelmästä, kysymysten muotoilusta, analysointimenetelmistä ja raportoinnista. Tutkimustulokset eivät saa riippua tutkijasta millään tavalla, vaan tutkijan täytyy toimia tutkijan roolissa koko tutkimusprosessin ajan. Tutkija ei saa antaa omien vakaumustensa tai mielipiteidensä vaikuttaa tutkimukseen, ja varsinkin haastattelututkimuksessa puolueettomuuteen on panostettava. Haastattelutilanteessa kaikille haastateltaville on esitettävä kysymykset samoilla tavoilla, eikä tutkija saa johdatella vastaajia heidän vastausvaihtoehtoihinsa.

6.3 Toimenpide- ja jatkotutkimusehdotukset

Itäuusmaalaiset yrittäjät tuntevat jokseenkin hyvin paikallisia tahoja, joiden puoleen voi tarvittaessa kääntyä jos yritystoiminnassa on haasteita, ongelmia tai muita mietityttäviä asioita. Kun Elinkaari-tutkimusta tehtiin, yrityksiltä kysyttiin miten yrittäjät tunsivat julkisen rahoituksen lähteitä ja muita toimijoita yritysmaailmassa. Vastausten perusteella yrittäjät tunsivat rahoitus- ja neuvontapalveluita melko hyvin tai kohtalaisesti. Vaikka kaikki haastatellut yrittäjät tunsivat ja olivat tietoisia Posintrasta, voisi sen näkyvyyttä lisätä Itä-Uudenmaan alueella, etenkin nuorten yritysten keskuudessa. Posintra tekee tiivistä yhteistyötä myös muiden alueella toimivien tahojen kanssa, mainostaa toimintaansa ja palveluitaan jne., mutta lisätunnettuus ei koskaan ole haitaksi. Lisänäkyvyys ja helposti lähestyttävyyys voisi pienentää myös niiden yrittäjien lähestymistä, jotka ovat sitä mieltä että eivät apua tai neuvoa tarvitse.

Tutkimuksissa puhutaan paljon koulutuksen merkityksestä, ja on huomattu että vaikka opistotasoinen koulutus on yrittäjien keskuudessa vielä yleisin koulutusmuoto, on ammattikorkeakoulun osuus koulutustasossa kasvamassa. Yrittäjinä toimiville voitaisiin järjestää esimerkiksi koulutuksia, seminaareja, tietoiskuja jne., jotka lisäisivät heidän tietouttaan liiketoiminnan kasvattamisesta. Usein laajenemisesta ajatellaan sen olevan pelkästään esimerkiksi toimitilojen kasvattamista tai uusien työntekijöiden palkkaamista. Yrityksen kasvattaminen ja laajeneminen on myös paljon muuta kuin näitä asioita, ja vaihtoehtoista enemmän kertomalla voisi yrittäjä saada lisäpotkua omalle kasvamishalukkuudelleen. Myös toisten yrittäjien ja neuvonantajien tuki ja kannustus voisi auttaa yrittäjiä löytämään rohkeutta kasvuhaluudelleen.

Työn näkökulma aiheeseen on mies- ja naisyrittäjiä vertaileva, eikä sitä ole tutkittu vain jommankumman sukupuolen näkökulmasta. Toimeksiantaja oli alussa kiinnostunut vahvan naisnäkökulman esille tuomisesta, mutta tähän työhön valittiin vertaileva ote sukupuolten välillä. Tulevaisuudessa voitaisiin tutkia pelkästään naisyrittäjiä, miksei myös miesyrittäjiä, ja sillä tavoin saada tutkimus vain yhden sukupuolen näkemyksistä, esimerkiksi yrityksen laajenemiseen tai siihen vaikuttavista esteistä.

Koska Elinkaari-tutkimuksen aineisto on laaja, voitaisiin sitä käyttää enemmän esimerkiksi opinnäytetöiden pohjamateriaalina. Tutkimuksen otos on laaja, 159 kappaletta,

joka takaisi kohtuullisen otoskoon, ja antaisi tutkimukselle hyvä pohjan. Aineistoa voitaisiin käyttää pohjana esimerkiksi tutkittaessa yrittäjien taloudellista tilannetta, ja miten suuri vaikutus sillä on yrityksiä kasvuhallitukseen varsinkin tämän hetkessä yhteiskunnan vaihtelevassa taloustilanteessa, joka heijastuu väistämättä yrittäjien arkeen ja yritystoimintaan.

6.4 Oman oppimisen arviointia

Opinnäytetyön tekeminen on haastava, mutta mielenkiintoinen prosessi, joka on kiinni tutkijasta itsestään. Työprosessin aikana vastaan tulee väistämättä haastavia tilanteita ja ongelmia, joiden ratkaiseminen ja käsittely ovat tutkijan omalla vastuulla. Prosessi on opettanut ongelmaratkaisu- ja organisointikykyä, itsenäistä päätöksentekoa ja ennen kaikkea omaan tekemiseen uskomista ja luottamista.

Tein työn melko nopealla aikataululla samaan aikaan viimeisten kurssien kanssa. Vaikka en opiskellut enää kokopäiväisesti, oli aikataulutus välillä haastavaa, mutta täysin oma valintani. Kevään aikana olen oppinut priorisoimaan asioita aivan uudella tavalla, joka on tärkeä taito, ja koen että olen kehittynyt tässä ominaisuudessa opinnäytetyötä tehdessäni. Aikataulukysymykset olivat työn suurin haaste, mutta tavoitteiden asettaminen ja niitä kohti pyrkiminen oli suurin kannustin koko prosessin aikana. Tutkimusprosessin aikana ilmeni erilaisia ongelmia, jotka eivät kuitenkaan vaikuttaneet tutkimuksen lopputulokseen. Ongelmia aiheutti sopivan kirjallisuuden löytäminen teoreettisen viitekehyksen tueksi, ja ikuiset tietotekniset ongelmat, joita kohtasin varsinkin taulukoita tehdessäni.

Mielestäni se, että tutkimusta tehdessä unohtaa kaikki ennako-olettamukset ja -odotukset, auttaa paljon koko tutkimusprosessissa ja tulosten aikaan saamisessa. Jos tutkija tietää jo etukäteen mitä tuloksien tulisi olla, ei se tee tutkimuksesta luotettavaa ja objektiivista. Tutkijan tulee ennen kaikkea olla objektiivinen ja katsoa mitä tuloksia saadaan aikaan, ja unohtaa ulkopuolelta tulevat paineet ja odotukset. Hyvää tutkimusta ei voi tehdä jos tulokset tietää jo ennen koko tutkimuksen aloittamista. Mielestäni tämän sisäistäminen auttaa tutkimuksen tekemisessä ja mahdollisten vaikeuksien selvittämisessä.

Aiemmista opinnoista oli hyötyä tutkimusta tehdessä. Ilman liike-elämän tietouden ja erityisesti tutkimuskurssien oppeja ei työstä välttämättä olisi tullut tällainen. Yhtenä tärkeimmistä seikoista pidän kuitenkin omaa kiinnostusta ja aitoa mielenkiintoa aihetta kohtaan, joka toimi parhaana motivaation lähteenä. Myös ajan tuoma kokemus ja erilaiset näkemykset muokkasivat työn lopulliseen muotoonsa. Aito kiinnostus aihetta ja tutkimuksen tekemistä kohtaan olivat tärkeitä tekijöitä tutkimuksen valmistumisen kannalta. Myös työprosessista keskusteleminen ja muiden kannustus auttoivat prosessissa, ja omaan tekemiseen ja työn valmistumiseen uskomisessa. Opinnäytetyön tekeminen on opettanut uusia asioita ja teorioita, sekä antanut uutta tietoa aiheesta, joista uskon olevan hyötyä tulevaisuudessa.

Lähteet

Aalto, I., Kyrö, P. & Sundin, E. 2008. Women & Entrepreneurship and Social Capital - a Dialogue and Construction. Copenhagen Business School Press. Copenhagen.

Eskola, J. & Vastamäki, J. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I - metodin valinta ja aineistonkeruu: vinkkejä aloittelevalle tutkijalle, s. 26-44. 3. uudistettu ja täydennetty painos. PS-kustannus. Jyväskylä.

Halko M-L. 2010. Riskiä kaihtavat naiset ja kilpailuhaluiset miehet. Teoksessa Halko, M-L., Mikkola, A. & Ruuskanen O-P. (toim.) Naiset, miehet ja talous, s. 36-52. Gaudeamus. Helsinki.

Harisalo, R. 2005. Riskit yhteiskunnassa ja markkinoilla: Itävaltalaisen teorian näkökulma. Teoksessa Kuusela, H. & Ollikainen, R. (toim.) Riskit ja riskienhallinta, s. 55-71. Tampereen yliopistopaino Oy. Tampere.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uudistettu painos. Edita. Helsinki.

Heinonen, J. & Pukkinen, T. 2005. Yrittäjien mielikuvat kasvusta. Teoksessa Heinonen, J. (toim.) Kasvun olemus ja reitit - fokuksessa suomalaiset pk-yritykset, s. 77-102. Turun Kauppakorkeakoulu. PK-Instituutti. Turku.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Tammi. Helsinki.

Hyytinen, A. & Rouvinen, P. 2005. Onko talouskasvua ilman yrittäjiä? Etlä. Verkkojulkaisu. Luettavissa: http://staff.etla.fi/hyytinen/_pdf/B214_luku_07.pdf. Luettu: 15.4.2012.

Ilmonen, I., Kallio, J., Koskinen, J. & Rajamäki, M. 2010. Johda riskejä – käytännön opas yrityksen riskienhallintaan. Tammi. Helsinki.

Juvonen, M., Korhonen, H., Ojala V. M., Salonen, T. & Vuori. H. 2005. Yrityksen riskienhallinta. Suomen vakuutusalan koulutus ja kustannus Oy. Helsinki.

Järvenpää, M. & Länsiluoto, A. 2008. Pk-kasvuyritysten taloudellisen ohjauksen haasteet ja vaihtoehdot – kvalitatiivinen kenttätutkimus. Teoksessa Toivola, T., Tornikoski, E., Tuomi, L. & Varamäki, E. (toim.) Rohkeasti kasvuun - näkökulmia yrityksen kasvuun ja kehittymiseen, s. 67-80. Edita. Helsinki.

Kansikas, J. 2007. Kasva yrittäjyyteen. Talentum. Helsinki.

Koskinen, A. Pienyritysten kehityskaaret ja areenat. 1996. Helsinki School of Economics and Business Administration. Helsinki.

Kuusela, H. & Ollikainen, R. 2005. Riskit ja riskienhallinta-ajattelu. Teoksessa Kuusela, H. & Ollikainen, R. (toim.) Riskit ja riskienhallinta, s. 15-54. Tampereen yliopistopaino Oy. Tampere.

Köppä, T., Laukkanen, J., & Santala, J. 2000. Enemmän kuin yritys - yhteisöllisen yrittämisen menestystekijät. Edita. Helsinki.

Lappalainen, J. 2008. Pk-yritysten kasvu ja kasvuhakuisuus - case kainuulaiset pk-yritykset. Teoksessa Toivola, T., Tornikoski, E., Tuomi, L. & Varamäki, E. (toim.) Rohkeasti kasvuun – näkökulmia yrityksen kasvuun ja kehittymiseen, s. 53-64. Edita. Helsinki.

Leminen, S. & Westerlund, M. 2008. Pk-yritysten kasvustrategiat. Teoksessa Toivola, T., Tornikoski, E., Tuomi, L. & Varamäki, E. (toim.) Rohkeasti kasvuun – näkökulmia yrityksen kasvuun ja kehittymiseen, s. 27-40. Edita. Helsinki.

Linnossuo, T. & Tamminen, M. 2008. Kasvun tukeminen suomalaisissa pk-yrityksissä. Teoksessa Toivola, T., Tornikoski, E., Tuomi, L. & Varamäki, E. (toim.) Rohkeasti kasvuun – näkökulmia yrityksen kasvuun ja kehittymiseen, s. 173-183. Edita. Helsinki.

McGrath, R. G. & MacMillan, I. C. 2009. Discovery - driven growth: a breakthrough process to reduce risk and seize opportunity. Harvard Business Press. Boston.

Miesyrittäjä A. 21.3.2012. Haastattelu. Porvoo.

Miesyrittäjä B. 21.3.2012. Haastattelu. Porvoo

Moisio, E. 2010. Perheen ja työn yhteensovittaminen. Teoksessa Halko, M-L., Mikkola, A. & Ruuskanen O-P. (toim.) Naiset, miehet ja talous, s. 180-193. Gaudeamus. Helsinki.

Mäki-Fränti, P. 2006. Pk-yritysten kasvu ja kasvuhakuisuus. KTM Julkaisuja 41/2006. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Helsinki.

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. WSOY oppimateriaalit Oy. Helsinki.

Naisyrittäjäyys: nykytilanne ja toimenpide-ehdotuksia. 2005. KTM Julkaisuja 11/2005. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Helsinki.

Naisyrittäjä C. 21.3.2012. Haastattelu. Porvoo.

Naisyrittäjä D. 22.3.2012. Haastattelu. Porvoo.

Pk-yritysbarometri 1/2011. 2011. Suomen yrittäjät, Finnvera Oy & Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettavissa: http://www.yrittajat.fi/File/7c4034d1-a837-41c9-b036-536950be287f/SY_pkbarometri_kevat_2011.pdf. Luettu: 19.3.2012.

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä? WSOYpro Oy. Helsinki.

Sormunen, T. 2011. Kymppitonilla kasvu-uralle. Lehtiartikkeli. Prima. 5/2011, s. 34-36. Elinkeinoelämän keskusliitto.

Tervo, H. & Haapanen, M. 2007. Miksi naisia on vain vähän yrittäjänä. Kansantalouden aikakauskirja 1/2007, s. 28-43. Luettavissa: <http://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/images/stories/kak/kak12007/kak12007tervo.pdf>. Luettu: 19.3.2012.

Tilastokeskus a. 2012. Yrittäjä. Suomen virallinen tilasto. Helsinki. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/yritlkm.html>. Luettu: 16.4.2012.

Tilastokeskus b. 2011. Yrittäjistä noin joka kolmas oli nainen. Suomen virallinen tilasto. Helsinki. Luettavissa: http://tilastokeskus.fi/til/tyokay/2009/01/tyokay_2009_01_2011-04-04_tie_002_fi.html. Luettu: 15.4.2012.

Toivonen, J., Stenholm, P. & Heinonen, J. 2005. Kasvun erilaiset ehdot. Teoksessa Heinonen, J. (toim.) Kasvun olemus ja reitit - fokuksessa suomalaiset pk-yritykset, s. 119-134. Turun Kauppakorkeakoulu. PK-Instituutti. Turku.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 6. uudistettu laitos. Tammi. Helsinki.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2010. MoniNainen ja Uudistuva Naisyrittäjäyys – naisyrittäjyyden edistämistyöryhmän loppuraportti. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 4/2010. Luettavissa: http://www.tem.fi/files/25810/TEM_4_2010.pdf. Luettu: 16.4.2012.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Tammi. Helsinki.

Vennonen, H., Jokinen, T. & Olkanen, J. 2010. Porvoolaisyrietykset elinkaaren eri vaiheissa - ensimmäisen vuoden opiskelijoiden haastattelututkimus. Moniste. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Porvoo.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2010. Liiketoimintaosaaminen - menestyvän yritystoiminnan perusta. 1-4. painos. Edita. Helsinki.

Yrittäjyyskatsaus 2011. 2011. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 34/2011. Luettavissa: http://www.tem.fi/files/31001/TEMjul_34_2011_netti.pdf. Luettu: 16.4.2012.

Yritysalan koulutustoimikunta. 2005. Selvitys yrittäjien koulutustaustasta Suomessa. Luettavissa: <http://www.yrittajat.fi/File/29616ee2-3332-4670-a6ca-6b40bd83e788/Koulutusprofiili2005.pdf>. Luettu: 15.4.2012.

Liitteet

Liite 1. Haastattelu 1, miesyrittäjä A

Aiotko laajentaa yritystäsi tulevaisuudessa? Miksi, miksi ei? Mitkä asiat vaikuttavat päätökseen? Miten aiot laajentaa/kehittää toimintaa? Koetko tarvitsevasi apua?

Ei aio laajentaa, olosuhteiden muuttuessa asiaa voisi harkita.

Tavoitteena on löytää työlle jatkaja, yksi potentiaalinen jatkajakollega oli, mutta yhteistyö ei natsannut. Tarkoitus olisi ollut tehdä muodollinen kauppa, jossa asiakkuudet siirrettäisiin jatkavalle yrittäjälle. Tällöin hyödyttäisiin yrittäjän työpanoksesta. Yrityksellä on vakiintunut asiakaskunta, haluaa olla kuten Brunberg -> ei tarvitsisi mainostaa, koska tyytyväinen asiakas on paras mainos. ¼ osa asiakkaista on nettikontakteja, eli tulevat netin kautta, ¾ vanhojen asiakkaiden kautta. Yrityksen verkosto on siis varsin laaja.

Jos olisi edellytyksiä saada seuraavan sukupolven jatkaja mukaan, sitten mahdollisuus laajentaa. Yrittäjä jää 5-8 vuoden kuluessa eläkkeelle. Hän on elämäntapayrittäjä -> voi itse säätää työaikaa ja työpanosta, voi olla oman itsensä herra. Yritystoiminnan fokusena on tehdä mielenkiintoisia töitä, ei rahan ansaitsemista.

Ei koe tarvitsevasi apua, pitkä työhistoria, jonka vuoksi kokemusta löytyy. Yrittäjä olettaa pystyvänsä neuvottelemaan asioista ilman ulkopuolista apua.

Millaiseksi koet yrityksen kilpailutilanteen markkina-alueella tällä hetkellä? Miten paljon kilpailijat vaikuttavat toimintaasi?

Kilpailua markkina-alueella on, Porvooseen tullut jonkin verran toimijoita muualta. Markkinat ovat segmentoituneet, jotka rajanneet työtilanteita, joita yrittäjä ei halua tehdä. Asiakkaat valikoituvat sen perusteella mitä he tietävät yrityksestä (millaisia töitä yritys tekee, mistä se on kiinnostunut). Koska segmentointia -> kilpailijoita markkina-alueelle mahtuu paljon.

Millainen olet riskinottajana? Otatko paljon vai vähän riskejä yrittäjänä? Kuinka paljon riskinotto kykyisi vaikuttaa yritystoimintaan? Mitä mieltä olet, jos ottaisit enemmän/vähemmän riskejä, miten se vaikuttaisi yrityksesi toimintaan?

Yrittäjä ottaa vähän riskejä, johon vaikuttaa se, millainen persoona on. Riskinottoon vaikuttaa myös se, että hän on valinnut strategiaksi elintavan, joka on hänen tapansa yrittää.

Riskinotto vaikuttaa toimintaan, koska ei aktiivista asiakashankintaa, vaan tyydytään kontakteihin jotka löytää yritykseen. Yrityksellä ei ole laajenemispyrkimyksiä, eivät tee suuria kampanjoita -> kaikesta voi huomata ettei yrittäjällä ole laajenemishalukkuutta. Sukupolvenvaihdostilanteessa, kun varmistetaan yrityksen jatko, yrittäjä voisi ottaa enemmän riskejä. Tämä näkyisi siinä, että yrittäjä opastaisi uutta toimijaa niin, ettei jatkaja tekisi ja kohtaisi samoja asioita mitä yrittäjä.

Jos olisi liiketoiminnasta seuraavaa riskinottotarvetta, yrittäjä ottaisi riskejä, mutta kun tällaista ei ole, ei ole riskinottohalua. Vanhemmiten yrittäjällä saattaisi olla enemmän uskallusta hallittuihin riskeihin.

Aiotko laajentaa yritystäsi tulevaisuudessa? Miksi, miksi ei? Mitkä asiat vaikuttavat päätökseen? Miten aiot laajentaa/kehittää toimintaa? Koetko tarvitsevasi apua?

Yleisestä taloustilanteesta johtuen ei suunnittele laajentavansa yritystoimintaansa tulevaisuudessa, aikajänteellä 2-3 vuotta. Eletään viikko kerrallaan, pitkän tähtäimen suunnitelmia on tässä taloustilanteessa vaikea tehdä.

Ei koe tarvitsevasi apua laajentamissuunnitelmissa. Laajentamisella yrittäjä tarkoittaa lähenkilöstön palkkaamista.

Millaiseksi koet yrityksen kilpailutilanteen markkina-alueella tällä hetkellä? Miten paljon kilpailijat vaikuttavat toimintaasi?

Kilpailutilanne markkina-alueella on kireä ja tiukka, koska toimijoita on paljon. Kysyntää asiakkaisiin nähden on liikaa. Nykyisin taloudellisen tilanteen vuoksi asiakkaat harkitsevat investointejaan tarkemmin, jonka vuoksi he ovat varovaisia. Yrittäjän mukaan kilpailijat eivät vaikuta yrityksen toimintaan kovin paljon.

Millainen olet riskinottajana? Otatko paljon vai vähän riskejä yrittäjänä? Kuinka paljon riskinotto kykyisi vaikuttaa yritystoimintaan? Mitä mieltä olet, jos ottaisit enemmän/vähemmän riskejä, miten se vaikuttaisi yrityksesi toimintaan?

Yrittäjä on riskinottajana varovainen. Hänellä on rahoitusalan tausta, joka osaltaan vaikuttaa yrityksen toimintaan. Harkitsee asioita pitkään, vaikka pitäisi tehdä päätöksiä nopeasti. Riskinotto vaikuttaa toimintaan. Yrittäjä kertoo että jälkiviisas on hyvä olla, kiitos ettei ottanut riskejä silloin kun niitä harkittiin, koska jos riskejä tällöin olisi otettu, ei yritystä enää olisi.

Ei tule tilannetta jossa pitäisi ottaa enemmän riskejä, koska yrittäjä ei suostu niitä ottamaan. Jotta tällainen tilanne olisi mahdollinen (ottaa enemmän riskejä) yrityksen tilanne pitäisi olla hyvä. Tulisi ottaa laskelmoituja riskejä oikeaan aikaan.

Elämäkokemus vaikuttaa riskinottoon, kuten myös talouden kehitys. Varsinkin talouden kehitys vaikuttaa päätöksiin, koska pitää taistella että pysyy hengissä. Aina on olemassa riskejä, yrittäjänä hän on varovainen riskinottaja, mutta jos katsottaisiin tilannetta tavallisen ihmisen näkökulmasta, yrittäjä olisi iso riskinottaja. Riskinotossa olisi kovempi ero, jos hänellä ei olisi perhettä. Perheen mukana tulee vaikutus monen ihmisen toimentulosta, joka vaikuttaa siihen että tehdään selkeitä, varmoja päätöksiä, joissa on vähemmän riskejä.

Aiotko laajentaa yritystäsi tulevaisuudessa? Miksi, miksi ei? Mitkä asiat vaikuttavat päätökseen? Miten aiot laajentaa/kehittää toimintaa? Koetko tarvitsevasi apua?

Laajentamista ei ole suunniteltu palkkaamalla lisää henkilöstöä, vaan laajentaminen tarkoittaisi lähinnä toiminnan aktivoimista. Toimiala ja työn luonne vaikuttavat päätökseen laajentamisesta. Mahdollista olisi laajentaa toimintaa koskemaan laajempaa asiakaskuntaa tai yhteistyökumppaneiden kautta. Yrittäjä on ajatellut yhteistyökumppaneiden hankkimista niin, että yritykset toimisivat tasavertaisina kumppaneina ja järjestäisivät yhdessä erilaisia kursseja jne.

Yhteistyökumppaneiden hankinnasta yrittäjällä on visio, laajentamissuunnitelmat ovat suunnitelmien tasolla. Yhteistyökumppaneiden hankinnassa ei koe tarvitsevasi apua, koska siitä on jo kokemusta. Sen sijaan jos suunniteltaisiin asiakaskunnan laajentamista (palveluita yrityksille), siihen ulkopuolinen apu olisi hyvää, koska ei ole tehnyt sellaista ennen.

Millaiseksi koet yrityksen kilpailutilanteen markkina-alueella tällä hetkellä? Miten paljon kilpailijat vaikuttavat toimintaasi?

Yritys tarjoaa useita erilaisia palveluita, joten kilpailutilanne markkina-alueella saattaa vaihdella riippuen mistä palvelusta puhutaan. Yksilöille tarjotuissa palveluissa kilpailu ei ole suurta, kunhan ihmiset löytävät yrityksen. Yhteisöille tarjotuissa palveluissa kilpailua on paljon. Mitä enemmän markkina-alueella on tekijöitä, sitä enemmän kilpailua joidenkin palveluiden osalta on.

Kilpailijat vaikuttavat toimintaan. Yrityksen markkinointi on alkuvaiheessa, yrittäjän mukaan siihen pitäisi panostaa enemmän ja löytää se juttu millä erottuu muista toimijoista.

Millainen olet riskinottajana? Otatko paljon vai vähän riskejä yrittäjänä? Kuinka paljon riskinotto kykyysi vaikuttaa yritystoimintaan? Mitä mieltä olet, jos ottaisit enemmän/vähemmän riskejä, miten se vaikuttaisi yrityksesi toimintaan?

Yrittäjä kertoo asteikolla 1-10 olevansa riskinottajana keskivaiheilla. Hän ei ole tolkuton riskinottaja, joka näkyy siinä, ettei yritystoiminnassa ole otettu isoja lainoja. Hän ei myöskään pelaa varman päälle.

Yrityksen toiminta/ala on sellainen, jossa riskinotto ei näy selvästi, joten ne eivät myöskään vaikuta yritystoimintaan. Yrittäjällä ei ole isoja toimitiloja tai rahoitusvirtoja, jotka ovat harkittuja päätöksiä.

Jos yrittäjä ottaisi toiminnassaan vähemmän riskejä, hän hakeutuisi muualle töihin, palkkatöihin, jolloin tulon saanti ei olisi siitä kiinni kuinka paljon asiakkaita hänellä on. Jos ottaisi enemmän riskejä, hän hankkisi isommat toimitilat, suuntautuisi töissään enemmän ryhmiin ja panostaisi enemmän markkinointiin. Yrittäjä kertoo että isompia tiloja tarvitessaan hän mieluummin vuokraa niitä, koska tällä hetkellä isompien tilojen pysyvä hankkiminen on iso riski. Yrittäjä kertoo haluavansa isomman työtilan, mutta se

ei tunnu tällä hetkellä realistiselta. Kun isompia tiloja vuokraa yksittäin ja tarpeen mukaan, riski on siinä pienempi, mitä se olisi, jos tilat hankkisi pysyvästi.

Elämäkokemuksen myötä riskinotto kyky on muuttunut enemmän ja vähemmän. Ennen lapsia hän otti enemmän riskejä. Tällä hetkellä kun on perhe, lapset, yrittäjä ja yksityisvelka, hän ikään kuin pelaa hieman varman päälle riskien ottamisessa. Jättäessään palkkatyön hän ajatteli ”elämä on tässä ja nyt”. Jossittelu, sitten kun-elämä on iän myötä jäänyt, aina pääsee johonkin töihin jos sellainen tilanne tulee.

Aiotko laajentaa yritystäsi tulevaisuudessa? Miksi, miksi ei? Mitkä asiat vaikuttavat päätökseen? Miten aiot laajentaa/kehittää toimintaa? Koetko tarvitsevasi apua?

Lähitulevaisuudessa ei aikomusta laajentaa, vaan pysyä siinä missä nyt on. Päätökseen vaikuttaa se, että yrittäjästä tuntuu että toiminta toimii täällä. Jos ajattelee laajentamista, toimintaa pitäisi siirtää toiselle paikkakunnalle perustamalla uusi toimipiste. Tarvetta tällaiselle ei ole, joten siksi laajentamista ei harkita.

Yrittäjä ei koe tarvitsevasi apua laajentamisessa, yhteistyökumppaneiden (maahan-tuoja) puolesta apua on tarjottu. Sitä on siis saatavilla jos tarvetta ilmenee.

Millaiseksi koet yrityksen kilpailutilanteen markkina-alueella tällä hetkellä? Miten paljon kilpailijat vaikuttavat toimintaasi?

Markkina-alueella on yksi varsinainen kilpailija, jonka yrittäjä näkee ainoastaan hyvänä asiana. Alueella on myös muita toimijoita jotka tarjoavat osittain samoja tuotteita. Yrittäjä kokee yrityksen tilanteen hyvänä, koska on hyvä että kilpailua on.

Millainen olet riskinottajana? Otatko paljon vai vähän riskejä yrittäjänä? Kuinka paljon riskinotto kykyysi vaikuttaa yritystoimintaan? Mitä mieltä olet, jos ottaisit enemmän/vähemmän riskejä, miten se vaikuttaisi yrityksesi toimintaan?

Taloudellisia riskejä ei halua ottaa, koska ei voi tietää millainen ensi talvi tulee olemaan. Taloudellinen tilanne vaikuttaa ihmisiin, heidän maksu- ja ostokykyynsä, joka näkyy myös yrityksen toiminnassa.

Yrittäjältä löytyy luottoa ja vakuuksia, mutta riskinottajana varovainen, eikä halua ottaa suuria riskejä. Hän ei usko että riskien ottamisella olisi vaikutusta yritystoimintaan. Elämänkokemus vaikuttaa riskien ottamiseen, oma tausta ja tieto asioista auttaa suuresti toiminnassa. Perhe ei vaikuta riskinottoon, koska lapset ovat isoja ja kyseessä on perheyrittäjä.

Jos toiminnassa ottaisi enemmän riskejä, siinä voisi käydä huonosti. Tämä johtuu toimialan luonteesta ja pienestä kaupungista jossa yritys toimii. Jos laajentamista haluaisi, tulisi siirtyä pääkaupunkiseudulle ja perustaa sinne toimipiste. Yrittäjä kertoo että yrityksen liikevaihto on noussut vähäisellä riskillä, joka on hyvä asia.