

NAISYRITTÄJYYS TAHTONA, KYKYNÄ JA MAHDOLLISUUTENA

Jyväskylän yliopisto
Taloustieteiden tiedekunta
Pro gradu
Toukokuu 2000
Päivi Tyrväinen

Työn nimi: Naisyrittäjyys tahtona, kykynä ja mahdollisuutena
Laatija: Päivi Tyrväinen
Ohjaaja: Professori Paula Kyrö
Jyväskylän yliopisto
Taloustieteiden tiedekunta
Pro gradu -tutkielma (91 sivua + liitteitä 4)
Toukokuu 2000

TIIVISTELMÄ

Tutkielman tavoitteena on lisätä ymmärrystä naisyrittäjyydestä ja siitä, mikä motivoi naista ryhtymään yrittäjäksi ja toimimaan yrittäjänä. Toiseksi tavoitteena on kartoittaa millaisia heidän yrityksensä ovat. Kolmantena tavoitteena on kartoittaa naisyrittäjien suhtautumista yrittäjyyteen ja heidän sosiaaliseen toimintaympäristöönsä. Tutkielman avulla pyritään lisäämään ymmärrystä suomalaisesta naisyrittäjyydestä tahtona, kykynä ja mahdollisuutena.

Tutkimusalue on Etelä-Savon maakunta itäisessä Suomessa. Tutkimus toteutettiin survey menetelmällä. Kyselylomake lähetettiin alueen 459:lle naisyrittäjälle, joista 213 naisyrittäjää vastasi kyselyyn. Naisyrittäjien yhteystiedot kerättiin Finnvera Oyj:n rekisteristä, Etelä-Savon yrittäjät ry:n jäsenrekisteristä sekä Työvoima- ja elinkeinokeskuksen rekisteristä. Kyseessä on siis näyte. Lähestymistapa naisyrittäjyyteen on poikkitieteellinen. Naisyrittäjyyttä tarkastellaan talouden teorioiden, sosiologian teorioiden ja psykologian teorioiden avulla. Eri tieteenalojen näkökulmia yhdistelemällä halutaan saada syvempi ymmärrys naisyrittäjyydestä.

Tutkimustulokset osoittavat, että naisyrittäjille taloudelliset seikat eivät yrittäjyydessä ole tärkeimpiä. Heidän yritystoimintansa on pienimuotoista, työllistäen yleensä yrittäjän itsensä ja muutaman työntekijän. Naisyrittäjien toimialat noudattelevat perinteisiä naisten aloja. Heidän suhtautumisensa yrittäjyyteen on myönteistä, mutta yritystoiminnan kehittämiseen varovaista. Tutkimustulokset vahvistavat aikaisempia tutkimustuloksia naisyrittäjistä talouden toimijoina.

Naiset ovat lähteneet yrittäjiksi ja toimivat yrittäjinä yrittäjyyteen vetävien sosiaalisten ja psykologisten motiivien vuoksi. Tutkimustulokset osoittavat, että nainen ei ryhdy yrittäjäksi ja toimi yrittäjänä pakon edessä. Naisyrittäjille ovat tärkeitä henkisen kasvun motiivit ja yrittäjänä toimiessaan hän ottaa huomioon oman minänsä tarpeet. Tärkeimmiksi motiiveiksi yrittäjyydessä nousivat itsensä toteuttaminen, usko omiin kykyihin, hyvä ja kannattava liikeidea sekä työntöön vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus. Vähiten tärkeitä olivat vallan ja aseman saavuttaminen, perhetradition ylläpitäminen sekä mahdollisuus työllistää muita. Tutkimustulokset ovat yhteneväisiä aikaisempien tutkimustulosten kanssa naisyrittäjien yrittäjyydsmotiiveista.

Naisyrittäjien näkemykset yritys ympäristön suhtautumisesta naisyrittäjiin jakoi mielipiteitä väittämistä puolesta ja vastaan. Naisyrittäjien mielipiteissä korostuivat negatiivisesti elinkeinopolitiikan rooli naisyrittäjien toimintaedellytysten parantamisessa, rahoitustuen puute, liiketoiminnan neuvonnan ja ohjauksen puute sekä koulutuksen riittämättömyys. Naisyrittäjien kesken vallitsee hyvä yhteishenki ja alueen yrittäjyysilmasto koettiin myönteiseksi. Viranomaiset kohtelevat naisyrittäjiä tasapuolisesti miesyrittäjiin verrattuna.

Avainsanat: Yrittäjyys, naisyrittäjyys, motivaatio, suhtautuminen

Sisällys

1 JOHDANTO	4
1.1 Näkemyksiä yrittäjyydestä ja naisyrittäjyydestä	4
1.2 Tutkimusasetelma ja tutkimusote	6
1.2.1 Tutkimusasetelma tieteiden välisenä vuoropuheluna	6
1.2.2 Tutkimusote	10
1.3 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelmat	12
1.4 Raportin rakenne	13
2 NAISYRITTÄJYYS SUOMESSA JA ETELÄ-SAVOSSA	14
2.1 Etelä-Savon maakunta	14
2.2 Naiset ja yrittäjyys Suomessa tilastojen valossa	17
2.3 Naisyrittäjyyden erityispiirteitä	20
3 YRITTÄJYYS	22
3.1 Yrittäjyys käsitteenä	22
3.2 Yrittäjyys eri teorioiden näkökulmasta	24
3.2.1 Taloustiede	24
3.2.2 Sosiologia	26
3.2.3 Psykologia	27
3.2.4 Uusia näkökulmia yrittäjyyden teorioihin	28
4 MOTIVAATIO JA TOIMINTA	30
4.1 Yleistä motivaatiosta	30
4.2 Motivaatioteoriat ja yrittäjyys	32
4.2.1 Maslowin tarvehierarkia	32
4.2.2 Herzbergin kaksifaktoriteoria	33
4.2.3 McGregorin teoria	34
4.2.4 McClellandin suoritusarvoteoria	34
4.2.5 Vroomin odotusarvoteoria	35
5 NAISYRITTÄJIEN MOTIVAATIO	36
5.1 Näkökulmia eri tutkimusten valossa	36
5.2 Motivaatio työntö- ja vetotekijöiden näkökulmasta	38
5.3 Yrittäjyyteen vetävät tekijät	44
5.3.1 Itsenäisyys	44
5.3.2 Itsensä toteuttaminen	45
5.3.3 Yrittäjän ominaisuudet	45

5.3.4	Tulot.....	46
5.3.5	Sosiaalinen tilaus	46
5.3.6	Sosiaalinen arvo ja valta.....	46
5.4	Yrittäjyyteen työntävät tekijät	47
5.4.1	Riittämättömät perheen tulot	47
5.4.2	Tyytymättömyys palkkatyöhön	47
5.4.3	Vaikeus saada työtä/itsensä työllistäminen.....	48
5.4.4	Vaihtoehto työttömyydelle	48
5.4.5	Mahdollisuus määrätä omasta ajankäytöstä perhe huomioiden	48
5.5	Tutkimuksen teoreettinen viitekehys	50
6	<i>MALLIN OPERATIONALISOINTI JA TUTKIMUSMENETELMÄT</i>	51
6.1	Mallin operationalisointi.....	51
6.2	Tutkimusmenetelmät.....	54
7	<i>TUTKIMUSAINEISTO JA TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS</i>.....	58
7.1	Aineiston hankinta.....	58
7.2	Tutkimuksen luotettavuus	59
7.2.1	Tutkimuksen validiteetti.....	59
7.2.2	Tutkimuksen reliabiliteetti.....	60
8	<i>ETELÄ-SAVON NAISYRITTÄJÄT</i>	61
8.1	Naisyrittäjien taustat	61
8.2	Naisyrittäjien yritysten ominaisuudet	63
8.3	Yritystoiminnan taustatekijät	67
9	<i>NAISYRITTÄJIEN MOTIVAATIO</i>	69
9.1	Motivaation merkitys naisyrittäjille.....	69
9.2	Suhtautuminen yrittäjyyteen.....	75
10	<i>NAISYRITTÄJIEN SUHTAUTUMINEN YRITYSYMPÄRISTÖÖN</i>.....	77
10.1	Naisyrittäjien mielipiteet yritysympäristöstä.....	77
11	<i>YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET</i>.....	81
11.1	Tutkimuksen arviointia ja jatkotutkimusmahdollisuuksia	89

LÄHDELUETTELO

LIITTEET

KUVALUETTELO

- 1 Naisten yrittäjyyteen motivoituminen ja yrittäjänä toimiminen
- 2 Etelä-Savon maakunta
- 3 Koulutettu väestö koulutusaloittain 1996, %
- 4 Naisyrittäjien motiivit veto- ja työntekijöiden avulla kuvattuna
- 5 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys
- 6 Yrityksen ikä verrattuna yrittäjän ikään
- 7 Naisyrittäjien ammattikoulutuksen rakenne
- 8 Yritystoiminnan aloittaminen
- 9 Liikevaihto toimialoittain 1998
- 10 Liikevaihto toimialoittain 1999
- 11 Liikevaihdon arvio toimialoittain 2000
- 12 Avoimen kysymyksen vastaukset yrittäjyyteen vaikuttavista tekijöistä
- 13 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

TAULUKKOLUETTELO

- 1 Tutkimusparadigmojen vertailua
- 2 Yrittäjät sukupuolen ja toimialan mukaan Suomessa 1997
- 3 Yli 15-vuotias väestö koulustasteen mukaan 1996
- 4 Lähetetyt kyselylomakkeet ja vastanneet naisyrittäjien yritykset toimialoittain
- 5 Koko- ja osa-aikaisia työntekijöitä työllistävät yritykset toimialoittain vuosilta 1998, 1999 ja arvio vuodelle 2000
- 6 Naisyrittäjien arviot menestymisestä verrattuna saman toimialan yrityksiin %
- 7 Ammattikoulutuksen merkitys yrityksen menestymiseen %
- 8 Yritystoiminnan laajentumisnäkymät toimialoittain %
- 9 Naisyrittäjien motiivit yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa
- 10 Tärkeimmät yrittäjyyteen vetävät ja työntävät taloudelliset ja psyko-sosiaaliset motiivit ja niiden keskinäiset korrelaatiot yritystoiminnan alussa ja yrittäjänä toimiessa
- 11 Naisyrittäjien mielipiteet yritysympäristöstä

LIITTEET

- 1 Etelä-Savon naisyrittäjien kyselylomake
- 2 Taustamuuttujien rakenne
- 3 Naisyrittäjien motiivit korrelaatiomatriisina yritystoiminnan alussa ja yrittäjänä toimiessa
- 4 Naisyrittäjien motiivit %

1 JOHDANTO

1.1 Näkemyksiä yrittäjyydestä ja naisyrittäjyydestä

Tämän vuosikymmenen arvomaailmaan kuuluu yksilöllisyyden ja asiantuntemuksen arvostaminen sekä yrittäjyyden korostaminen. Itsensä työllistämistä yrittäjyyden avulla etsitään keinoja työttömyyden lieventämiseksi. Myös naisyrittäjyys on nostettu esiin tänä päivänä monella eri taholla. Tiedotusvälineet ja päättäjät ovat osoittaneet mielenkiintoa naisyrittäjyyttä kohtaan. Asenteet ovat muuttuneet myönteisimmiksi uudenlaisen ”näkyvän” naisyrittäjyyden myötä. Kovalainen (1993) on todennut, että tulevaisuuden kehitystrendinä onkin tällä hetkellä nähtävissä naisten taloudellisen toiminnan ”näkyvyys” yhteiskunnassa. Tämä ”näkyvyyden” kasvu on osaltaan merkki siitä, että yritystoiminta naisten taloudellisen toiminnan muotona on tullut tärkeämmäksi kuin aikaisemmin. Naisyrittäjyyden korostuminen ilmenee myös eri puolilla Suomea perustetuissa naisyrittäjyyden edistämisen- ja osaamiskeskusten lisääntyvänä kasvuna mm. naisjohtajainstituutti WoMan ry, naisyrittäjyyskeskus, mentoritoiminta sekä uudet perusteilla olevat alueelliset naisten resurssi- ja voimavarakeskukset. Naisyrittäjien merkityksen lisääntyminen heijastaa yhteiskunnan muutoksia, ei naisten ja miesten erilaisten taitojen tai motivaation muuttumista.

Suomen yrittäjistä kolmasosa on naisia. Se tarkoittaa noin 105 000 osin tai kokonaan naisten omistamaa ja johtamaa yritystä. Tutkimusten mukaan naisyrittäjille on luonteenomaista yritystoiminnan pienuus aloitusvaiheessa, työllistäen yleensä vain yrittäjän itsensä, hänen perheenjäsenensä tai muutaman ulkopuolisen työntekijän. Naisten yritykset myös tahtovat pysyä pieninä. Yritystoiminnan pienuudesta johtuen naisyrittäjät näyttävät jääneen talouden marginaaliin. Naisten yritystoiminnan aloja ovat myös hyvin perinteiset naisten palkkatyön alat (yleensä palvelualat), naisyrittäjiä ei juuri löydy miehensiltä aloilta. (mm. Kovalainen 1993; Muir 1999; Mankelow, Merrilees & Gardoll 1999). **Tässä tutkimuksessa pyritään saamaan lisäselvyyttä siihen millaisia naisten yritykset ovat.**

Mielenkiintoista on kuitenkin se, että työn ja työmarkkinoiden tutkimuksissa yritystoiminta on nähty mekanismina, joka voisi hajottaa työmarkkinoilla olevaa selvää kahtiajakautumista miesten ja naisten alueisiin. Tutkijat puhuvat isojen organisaatioiden ns. lasikatosta, jonka takia naisten ei ole helppo edetä urallaan palkkatyössä etenkin johtotehtäviin. Tänä päivänä yrittäjyyttä ja yritystoimintaa on tarjottu naisille keinoksi rikkoa tai ainakin ohittaa tuo isojen

organisaatioiden lasikatto. Metaforana lasikatolla tarkoitan sitä maskuliinista johtamisjärjestelmää, joka estää naista nousemasta sosiaalisen sukupuolen perusteella johtajistoon. Johtopäätöksenä edellisestä voikin olettaa, että yrittäjäksi ryhtyminen parantaisi naisten kohtaamia ongelmia työelämässä, olivatpa ne sitten uralla etenemiseen tai itsenäisyyden puutteeseen liittyviä. Käytännössä näin ei kuitenkaan aina tapahdu.

Naisyrittäjyyden tutkimuksissa ovat korostuneet usein taloudelliset tekijät, naisyrittäjien sosiaalisten tarpeiden ja henkisen kasvun tarpeiden yrittäjäksi ryhtymisessä ja yrittäjänä toimiessa jäädessä vähemmälle huomiolle. Yrittäjätutkimuksessa ja yrittäjyyden teoreettisissa malleissa talouden toimija ollaan nähty innovatiivisena ja tutkivana sankarihahmona, jossa yrittäjä on riskejä pelkäämätön ja eteenpäin pyrkivä miespuolinen hahmo. Suomalaisen naisyrittäjän työ on yrittäjätutkimuksissa jäänyt vähemmälle huomiolle. Tutkittaessa mies- ja naisyrittäjien eroja ja yhtäläisyyksiä ollaan tutkittu yrittäjäominaisuuksia ja luonteenpiirteitä sekä näiden vaikutusta yrityksen kannattavuuteen ja kasvuun. Naisten erilaiset lähtökohdat ja motiivit yrittäjyydelle ovat olleet vähemmän huomion kohteena. Väitetään jopa, että alhainen motivaatiotaso ja se, että naisyrittäjät asettavat tavoitetason alemmaksi kuin miehet ja arvostavat yrittäjän työtä vähemmän vaikeuttavat naisyrittäjän asemaa. Uusimmat tutkimukset viittaavat kuitenkin siihen, että tieteen tekijät ovat saavuttaneet joltisenkin yhteisymmärryksen nais- ja miesyrittäjien erilaisista motiiveista yrittämiseen. Tutkimusten mukaan naisyrittäjän motiivit näyttävät lähtevän henkisen kasvun tarpeista. **Tässä tutkimuksessa päähuomio kiinnittyy naisyrittäjän sosiaalipsykologisiin motiiveihin yritystoiminnan alussa ja yrittäjänä toimiessa.**

Naisyrittäjän sosiaalisen ympäristön asenteet laajasti ajateltuna vaikuttavat naisyrittäjyyteen muokkaamalla naisyrittäjän itsensä että ympäristön suhtautumista yrittäjyyteen. Ympäristön asenteet ja arvot muokkaavat käsitystä siitä, millainen naisen rooli on yhteiskunnassa. Alueen elinkeinopolitiikka ja viranomaisten suhtautuminen naisiin yrittäjinä voivat muodostaa sekä psykologisia että sosiaalisia esteitä naisten yrittäjyydelle. Tämä voisi näkyä mm. naisyrittäjän uskottavuudessa, eri viranomaisten tuen ja avun puutteena sekä naisyrittäjille suunnatun koulutuksen vähäisyytenä. Jos näin on, pitääkö naisyrittäjien menestyäkseen muuttua miesten kaltaisiksi tai yritystoiminnan muuttua naisten erilaisen toimintatavan johdosta. **Tässä tutkimuksessa naisyrittäjien suhtautumista yrittäjyyteen ja ympäristöön lähestytään tutkimalla naisyrittäjien omia mielipiteitä yrittämisestä ja heidän sosiaalisesta ympäristöstään.**

Viime aikoina motivaatiosta ja yksilön käyttäytymisen ohjautumiseen vaikuttavista tekijöistä yrittäjyydessä ollaankin oltu tiedeyhteisössä lisääntyvästi kiinnostuneita ja pyritty luomaan entistä kokonaisvaltaisempia teorioita. Motivaatiotutkimuksen alueella ovat keskeisellä sijalla olleet yksilön konstruktiot ts. miten erilaiset käsitykset vaikuttavat ihmisen käyttäytymiseen ja millaiset käsitykset auttavat toimintaan ryhtymisessä. Konstruktiota tutkittaessa ei kysytä, mikä on objektiivinen totuus. Sellaista ei kenties olekaan. Ensisijainen kysymys vaikuttaa koskevan sitä, mikä on yksilön käyttäytymistä ohjaava totuus. (Kuusinen 1995, 199). Naisyrittäjyydessä on kysymys kokonaisvaltaisesta prosessista, johon vaikuttavat monet taloudelliset, psykologiset ja sosiologiset seikat. Eri yrittäjyysteorioita on kirjallisuudessa kuitenkin niin paljon, että yhden kaikenkattavan ja samalla ymmärrettävän teorian luominen näyttää mahdottomalta. Toisaalta onko siihen välttämättä tarvetta, koska jokainen yrittäjä kokee, tuntee ja tulkitsee asioita omasta arvomaailmastaan, käsityksistään ja asenteistaan käsin.

Ymmärtääksemme yrittäjyyden paradigmaa paremmin, olisiko meidän lähestyttävä yrittäjyyttä ymmärtämällä se kokonaisvaltaisena asenteena maailmaan joka on opittavissa sekä kokonaisvaltaisena näkemyksenä ihmisyyden kautta että näkemällä ihminen riskiottohaluise-
na, luovana, vapaana ulkoisista pakotteista, persoonallisena, oman vapaan tahdon toteuttajana ja vastuullisena toimijana. Vaikuttaakin siltä, että poikkitieteelliset ts. eri tieteenaloja yhdistävät teoriat ja lähestymistavat näyttäisivät selittävän yrittäjyyttä ja siten myös naisyrittäjyyttä yhden tieteenalan teorioita monipuolisemmin.

1.2 Tutkimusasetelma ja tutkimusote

1.2.1 Tutkimusasetelma tieteiden välisenä vuoropuheluna

Yrittäjäksi ryhtymistä ja yrittäjänä toimimista voidaan lähestyä tieteen eri näkökulmista. Tutkijat ovat selvittäneet naisyrittäjyyttä taloustieteen, sosiologian ja psykologian teorioiden näkökulmista (mm. Kovalainen 1993; Ducheneaut 1997; Lambing & Kuehl 1997; Cromie 1987; Ducheneaut & Orhan 1998). Yrittäjänä henkilö on psykologialle tyypillinen tutkimuskohde, hänen suhteensa sosiaaliseen ympäristöön sosiologinen tutkimuskohde ja toiminnan tapahtuminen taloudellisessa ympäristössä luonnollisesti taloustieteellinen kysymys. Eri tieteenalojen näkökulmia yhdistelemällä voidaan saada syvempi ymmärrys naisyrittäjyydestä. Tässä tutkimuksessa näkökulma naisyrittäjyyteen on lähinnä sosiaalipsykologinen, koska se tuntuisi selittävän taloudellisia teorioita monipuolisemmin naisten moninaisia syitä yrittäjyyteen. Tar-

koitus ei ole vertailla naisia ja miehiä yrittäjinä, vaikkakin vastakkainasettelua ei voi kokonaan välttää, sillä yrittäjäksi ryhtymisen taustalla näyttävät vaikuttavan työelämän roolien mukaiset käytännöt. Kovalainen ja Simonen (1996, 191) kirjoittavat kirjassaan ns. lasikatto – ilmiöstä, naisten matalapalkkaisuudesta ja sukupuolisesta epätasa-arvosta, jonka seurauksena naiset hakeutuvat yrittäjiksi.

Taloustieteissä pääpaino on yrityksen taloudellisessa ympäristössä ja siellä toimivassa yrityksessä. Taloudellinen ympäristö vaikuttaa naisyrittäjyyteen markkinoiden ja pääoman muodossa. Se luo ja tarjoaa käytännön mahdollisuuksia yritystoiminnalle. Talousteoria kuvaa lähinnä yrityksen taloudellista toimintaa käsittelemättä yrittäjää ympäröiviä arvoja (Marjosola 1979, 51). Talousteorian kautta ei saavuteta syvempää ymmärrystä yrittäjyyden erityisestä tarkoituksesta, koska talouden selitykset kattavat lähinnä yrittäjän taloudellisen ympäristön ja toiminta selittyy ulkoisesta ympäristöstä käsin. Talousteoriat antavat selityksen sille millaisia naisyrittäjien yritykset ovat. Ne eivät anna vastausta kysymykseen, millaiset motiivit ohjaavat naisia yrittäjiksi.

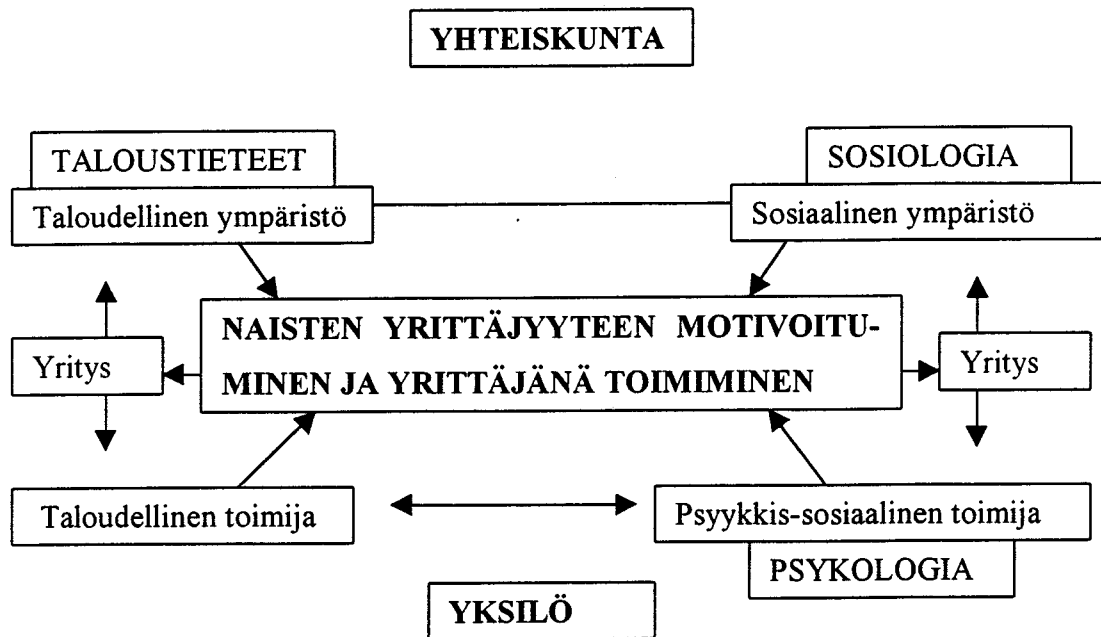
Sosiologia on tiede, joka tutkii ihmisen sosiaalista käyttäytymistä yhteiskunnan tai muun yhteisön jäsenenä. Alan kirjallisuudessa käytetään erilaisia sosiologian määritelmiä riippuen siitä, tutkitaanko yhteisön vai yksilön käyttäytymistä. (Sulkunen 1992, 255). Sosiologeja kiinnostavat esimerkiksi sukupuoleen liittyvät ominaisuudet, joihin kohdistuu sukupuolirooleja. Sukupuoliroolit myös vaihtelevat ympäristöstä toiseen. Sukupuolirooleihin liittyvä keskeinen kysymys näyttää koskevan juuri sukupuolten välistä työnjakoa ja tämän perusteella syntyneitä arvonantoa ja valtaa koskevia eroavaisuuksia. (Sulkunen 1992, 144). Vaikuttaa siltä, että tutkijat ovat epävarmoja työnjaon muodon yhtenäisestä kehityksestä miesten ja naisten välillä. Näyttääkin siltä, että riippuen kunkin aikansa yhteiskunnan arvojärjestelmästä mies on yleensä oletettu olevan perheen pää, naisten kantaessa enemmän vastuuta perheestä ja lapsista. Yhteiskunnan rakenteiden muuttuessa naiset ovat ottaneet vastuun miesten rinnalla myös perheen taloudellisesta hyvinvoinnista. Naisille työ ja perhe ovat perinteisesti kietoutuneet läheisesti toisiinsa. Perhe on ollut naisten päätehtävä ja koko heidän elämänsä ja työpanoksensa vaikuttaa keskittyneen sen ympärille siitä riippumatta, ovatko he olleet työssä kodin ulkopuolella vai eivät. (Eliasson & Carlsson 1993, 114).

Psykologia on tiede, joka tutkii ihmisen persoonallisuutta, tarpeita, ihmisen käyttäytymistä, sen syitä ja seurauksia. Ympäristö ja perintötekijät vaikuttavat osaltaan ihmisiä erilaistavana

ja ovat merkittäviä käyttäytymisen muodostajia. Persoonallisuus voitaisiin kuvata yksilön psykofyysis-sosiaaliseksi kokonaisuudeksi, jonka ominaisuudet määräävät hänen sopeutumisen sosiaaliseen ympäristöön. Ihmisen toiminta määräytyy osaltaan hänen sosiaalisesta ympäristöstään käsin ja toisaalta ihminen itse toiminnallaan vaikuttaa sosiaaliseen ympäristöön. (Ihanus & Fredriksson 1994, 6-28).

Sosiaalipsykologiassa pääpaino on persoonallisuuden ja sosiaalisen järjestelmän välisessä sekä persoonallisuuden ja kulttuurin välisessä vuorovaikutuksessa. Se on siis tavallaan psykologian, sosiologian ja antropologian eli kulttuureita tutkivan väliin sijoittuva rajatiede. (Lahikainen & Pirttilä-Backman 1996, 10). Asenteella on sosiaalipsykologiassa perinteisesti tarkoitettu yksilön kehittämää melko yhtenäistä ajattelu-, tuntemis- ja toimintatapumusta suhtautumisessa tiettyyn kohteeseen. Viimeaikaisissa tutkimuksissa asenne on kuitenkin pyritty näkemään jonkin sellaisen kohteen arvioinniksi, josta yksilöllä on joku käsitys ja mielipide. (Lahikainen & Pirttilä-Backman 1996, 79). Vaikuttaakin siltä, että jostain yksityisestä tutkimuksesta on usein mahdotonta sanoa, olisiko se luettava lähinnä psykologian, sosiaalipsykologian vai sosiologian piiriin. Tyypillisesti sosiaalipsykologisina tutkimuksina voitaisiin ehkä pitää sellaisia tutkimuksia, joissa tarkastellaan samanaikaisesti sekä yksilön että sosiaalisen strukturalismin vaikutusta toisiinsa tai niiden yhteisvaikutusta johonkin muuhun asiaan (Lahikainen & Pirttilä-Backman 1996, 60). Tutkitaan siis yksilön persoonallisuuden vaikutusta suhtautumisessa johonkin asiaan ja toisaalta muiden ihmisten käyttäytymisen vaikutusta yksilön persoonaan.

Tässä tutkimuksessa tutkimusasetelma naisten yrittäjyyteen motivoitumisessa ja yrittäjänä toimimisessa voidaan havainnollistaa tieteiden välisenä vuoropuheluna seuraavan sivun mallin avulla (kuva 1). Malli on yhdistetty sekä Peltosen ja Ruohotien (1987, 106), Huuskosen (1992, 164) että Ducheneaut'n (1997, 45) näkemyksistä yrittäjäksi ryhtymisestä ja yrittäjänä toimimisesta. Talousteorian näkökulmasta tarkastellaan naisyrittäjiä talouden toimijoina ja heidän yrityksään taloudellisessa ympäristössä. Sosiologian näkökulmasta tarkastellaan sekä sosiaalisen lähiympäristön että ympäröivän yhteiskunnan suhtautumista naisyrittäjiin. Sosiaalisen lähiympäristössä tärkeitä ovat esimerkiksi arvot ja lähiympäristön tuki. Ympäröivässä yhteiskunnassa ovat tärkeitä esimerkiksi eri viranomaisten ja elinkeinopolitiikan suhtautuminen naisyrittäjiin. Sosiaalinen ja taloudellinen ympäristö yhdessä tarjoaa ja luo käytännön mahdollisuuksia naisyrittäjien yritystoiminnalle.



KUVA 1. Naisten yrittäjyyteen motivoituminen ja yrittäjänä toimiminen

Psykologian kannalta naisyrittäjä nähdään psykofyysis-sosiaalisena talouden toimijana, jonka yksilölliset motiivit vaikuttavat yrittäjyysmotivaatioon ja yrittäjänä toimimiseen. Naisyrittäjien motiiveja, asenteita suhtautumisessa yrittäjyyteen ja ympäristöön lähestytään niistä lähtökohdista käsin, millaisena naisyrittäjät ne kokevat. Toisaalta naisyrittäjien yksilölliset näkemykset esimerkiksi ympäristön suhtautumisesta vaikuttavat hänen toimintaansa. Yrittäjä voidaan nähdä tavoitteellisesti toimivana henkilönä, joka kuitenkin sitoutuu toimintansa kautta ympäristöönsä. (Marjosola 1979, 53; Salo 1993, 80). Kuvassa viitotetut nuolet kuvaavat näitä taloudellisen ja sosiaalisen ympäristön sekä naisyrittäjien yksilöllisten tekijöiden suhdetta yrittäjäksi motivoitumiseen ja yrittäjänä toimimiseen.

Talouselämässä yrittäjyys on perinteisesti ollut hyvin mieskeskeistä. Toimijoiden on oletettu olevan miehiä ja vain miesten näkökulma on otettu huomioon. Sukupuolella oletetaan olevan merkitystä yritystoiminnassa ja monet yritystoiminnassa havaittavat erot ovat samalla sukupuolieroja. (mm. Kovalainen 1993). Yhteiskunnan valtarakenteissa sukupuolilla olevat roolit näyttävät myös jakavan miesten ja naisten työt erilleen toisistaan. Naisille ja miehille näytetään antavan perinteisesti eri työtehtäviä viittaamalla heidän psykologisiin taipumuksiinsa, jotka ovat sitten lähemmin tarkasteltuina osoittautuneet riippuvaisemmiksi sosiaalisista tekijöistä, kuten asemasta ja sijoittumisesta valtahierarkiaan. (Eliasson & Carlsson 1993, 135). Naisilla motiivit sekä suhtautuminen yrittäjyyteen oletetaan nousevan sosiaalipsykologista

tekijöistä, koska yhteiskunta yhdessä taloudellisen ja sosiaalisen ympäristön kanssa muokkaa naisen ja naisyrittäjän roolia ja suhtautumista. Sosiaalinen ympäristö voi motivoida naisia yrittäjyyteen parantamalla naisyrittäjien toimintaedellytyksiä sekä tekemällä yrittäjyytilman myönteiseksi yrittäjyydelle että lisäämällä sukupuolten välistä tasa-arvoa työn teossa ja yrittäjyydessä.

Toisaalta nainen psykofyysis-sosiaalisena toimijana tekee valintansa siinä sosiaalisessa kontekstissa missä ja minkä ehdoilla hän toimii. Nainen myös muokkaa itse sosiaalisen ympäristön suhtautumista ja tekee omaan subjektiiviseen tai objektiiviseen todellisuuteensa pohjautuen valintansa yrittäjyyteen. Miesten lähtökohdat ja sosiaaliset tekijät yrittäjyydelle ovat edelleenkin erilaiset kuin naisilla, sillä naisten odotetaan yhdistävän sekä perheen että työn, huolehtivan kodista ja lapsista (Eliasson & Carlsson 1993, 135). Naisten yrittäjyysmotivaatioon sekä suhtautuminen yrittäjyyteen ja ympäristöön että siihen, millainen naisyrittäjän yritys todellisuudessa on, vaikuttavat taloudelliset sekä sosiaaliset että psykologiset seikat. Naisyrittäjä joutuukin pohtimaan miehiä kokonaisvaltaisemmin niitä taloudellisia ja sosiaalipsykologisia syitä, mitkä motiivit yrittäjyydessä ovat hänelle tärkeitä ja mitä tarpeita motiivien on tarkoitus tyydyttää.

1.2.2 Tutkimusote

Tässä tutkimuksessa tutkimusote on pääsääntöisesti kvantitatiivinen. Kuitenkin tutkimusotetta on vaikea yhdistää puhtaasti ns. empiiriseen tutkimusotteeseen, koska tutkimusasetelmassa 1.2.1 naisyrittäjyyden lähestymistapa on poikkitieteellinen tapahtuen tieteiden välisenä vuoropuheluna. Tutkimuksen tarkoitusta voisi luonnehtia enemmän hermeneuttiseksi ja ymmärtämään pyrkiväksi. Hermeneuttinen ihmiskäsitys ohjaa tutkijaa, koska tässä tutkimuksessa tutkimusasetelman mukaan ihminen nähdään kokonaisvaltaisena yksilönä, jonka näkemyksiin ja suhtautumiseen vaikuttavat moninaiset taloudelliset ja sosiaalipsykologiset tekijät. Tiedon intressinä toimii tekninen tiedonintressi. Tiedonintressi johtaa erilaiseen tiedekäsitykseen ja vastaavasti tutkimusotteeseen. Tekninen tiedonintressi hakee tietoa ympäristön ilmiöiden selittämiseen ja hallitsemiseen. Tiedon intressinä voi olla myös tulkinnallinen eli praktinen tiedonintressi. Tulkinnallinen tiedonintressi pyrkii ymmärtämään ihmistä hänen ympäristössään. Tiedonintressien pohjalta voidaan tarkastella näitä kahta erilaista tutkimusparadigmaa. (Anttila 1999; Suojanen 1999).

Paradigmalla tarkoitetaan tutkijan taustasitoumuksia, jotka vaikuttavat mm. käsityksiin tiedon ja tutkimuskohteen olemuksesta ja sitä kautta käsityksiin tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä ja sen tutkimiseen soveltuvasta metodologiasta. Taulukko 1 havainnollistaa tutkimusparadigmojen vertailua, joka perustuu Habermasin (1974) tiedonintresseihin ja on mukaeltu sekä Kemmisin (1985) että Lahdeksen (1991) tulkinnoista. (Suojanen 1999).

TAULUKKO1. Tutkimusparadigmojen vertailua (Suojanen 1999.)

Paradigma	Positivistinen, empiiris-analyyttinen, kvantitatiivinen	Tulkinnallinen, hermeneuttinen, kvalitatiivinen
Tiedon intressi	Tekninen	Praktinen, tulkinnallinen
Tutkimuksen tarkoitus	Syy-seuraus-suhteet, ennustaminen	Ymmärtäminen, tulkinta
Teorian ja käytännön suhde	Teoriasta käytäntöön, deduktiivinen	Käytännöstä teoriaan, induktiivinen
Ihmiskäsitys	Atomistinen, ulkoa ohjattu	Holistinen, humanistinen
Tutkijan rooli	Ulkopuolinen asiantuntija, tarkkailija	Ulkopuolinen tai osallistuja, ei pyri vaikuttamaan
Tutkijan ja osallistujien suhde	Riippumattomuus, kohde objektina	Yhteistyö, kohde objektina

Kvantitatiivinen tutkimusote yhdistetään tavallisimmin positivistiseen tiedekäsitykseen, johon yhdistetään myös ns. empiirinen tutkimusote. Tutkimuksen perusnäkemys on analyttinen eli erittelevä. Kvantitatiivisen tutkimusotteen keskeinen kysymys on, kuinka voidaan määrittää mitattaviksi tulevat tekijät. Tämän tutkimuksen lähtökohtana on löytää kirjallisuuden ja aikaisempien tutkimustulosten avulla naisryttäjäien ominaiset piirteet ja keskeiset mitattavissa olevat naisten yrittäjyyteen vaikuttavat tekijät. Tutkimuksessa korostuu siten deduktiivinen tutkimusmenetelmä, jossa teorian kautta edetään käytäntöön. Kun kvantitatiivinen tutkimusote yhdistyy positivistiseen tutkimusnäkemykseen on tiedon intressi tekninen.

Kvalitatiivinen tutkimusote yhdistyy tulkinnalliseen tiedon intressiin. Tulkinta ja ymmärtäminen hermeneutiikassa tarkoittavat jonkin ilmiön olennaisten piirteiden tavoittamista pyrkimällä näkemään ilmiötä "sisältä päin" ja omaksumalla sillä tavoin ilmiöön kuuluvia ydinasioita. Hermeneutiikka painottaa juuri sen tutkimista, mitä ihmiset itse pitävät todellisuutena pyrkimättä analysoimaan näkemysten "oikeutta" tai "vääryyttä". (Marjosola 1979, 32). Tiedon intressi on siten tulkinnallinen. Tämänkaltainen tiedonintressi on tärkeää silloin, kun halutaan arvioida henkilön asenteita, suhtautumista, mielipiteitä ja erilaisia tarpeisiin liittyviä tekijöitä.

Siksi naisyrittäjien todellisuutta tarkastellaan ja tulkitaan tässä tutkimuksessa niistä lähtökohdista käsin, miten he itse kokevat yrittäjyyden sekä miten he suhtautuvat siihen toimintaympäristöön missä ja minkä sääntöjen mukaan he toimivat ja elävät.

Vaikka tutkimuksessa on piirteitä sekä kvantitatiivisesta että kvalitatiivisesta otteesta, on sen tarkoitus olla positivistiseen paradigmaan kuuluva. Tutkimusotteita yhdistelemällä pyritään saavuttamaan syvempi ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä. Olennaisiksi osatekijöiksi oletetaan muun muassa perhe, eri tarpeet sekä asenteet ja suhtautuminen, jotka liittyvät yrittämiseen ja sukupuolten väliseen työnjakoon sekä rooleihin. Tässä tutkimuksessa tutkijan rooli on olla riippumaton, ulkopuolinen havaintojen tekijä, ei osallistuja.

Keskeisiksi käsitteiksi muodostuvat siten yrittäjyys, naisyrittäjyys, motivaatio ja suhtautuminen.

1.3 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelmat

Tutkimuksen ensisijaisena tavoitteena on lisätä ymmärrystä naisyrittäjästä, millainen hän on ja miksi hän on yrittäjä. Toiseksi tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa millaisia heidän yrityksensä ovat. Kolmanneksi tavoitteena on kartoittaa naisyrittäjien näkemyksiä yrittäjyydestä, miten he itse tuntevat ja kokevat ympäristön suhtautumisen naisiin yrittäjinä. Tutkimuksen avulla pyritään luomaan kuva suomalaisesta naisyrittäjyydestä tahtona, kykynä ja mahdollisuutena.

Tutkimuksen ongelmiksi muodostuvat siten:

Millainen on naisyrittäjän yritys ?

Mikä motivoi naisia ryhtymään yrittäjiksi ja toimimaan yrittäjinä ?

Miten naisyrittäjät suhtautuvat yritys ympäristöönsä ?

Osaongelmia ovat pääkysymyksiä täydentävät asiat, kuten asenteet suhtautumisessa yrittäjyyteen sekä yrityksen kasvu- ja menestysnäkömiin. Yrittäjyysasenteiden on tarkoitus selvittää mitä mieltä naisyrittäjät ovat ja miten he kokevat yrityksensä menestymis- ja kasvumah-

dollisuudet seuraavan kahden vuoden aikana sekä vaikuttaako motivaatiotekijät yrityksen menestymiseen ja kasvuhaluuteen. Vapaamuotoisten kysymysten tarkoituksena on tuoda lisäselvitystä tutkimuksen pääongelmiin ja osaongelmiin ja näin lisätä ymmärrystä naisryttäjien toiminnasta. Naisryttäjien yritystoiminta ja yritykset voidaan nähdä siten taloustieteellisenä kysymyksenä, yrittäjyyteen motivoituminen ja yrittäjänä toimiminen sosiaalipsykologisenä kysymyksenä ja suhtautuminen ympäristöön sosiologisenä kysymyksenä.

1.4 Raportin rakenne

Johdannossa naisryttäjyyttä lähestytään siitä näkökulmasta, mitä 1.2:ssa tarkoitetaan tutkimusasetelmalla ja tutkimusotteella. Seuraavassa luvussa numero 2 lähestytään naisryttäjyyttä empirian kautta pohdiskelemalla naisryttäjyyttä Suomessa ja Etelä-Savossa. Empirian on tarkoitus tutustuttaa lukija yleisellä tasolla ja antaa taustatietoa naisryttäjyydestä ja sen merkityksestä Suomessa ja Etelä-Savossa.

Osassa 3 ja 4 lähestytään yrittäjyyttä sekä motivaatiota ja toimintaa eri teorioiden kautta päätyen luvussa 5 naisryttäjien motivaatioon. Teorioiden avulla luvussa 5 syntyneen viitekehysten kautta lähdetään tutkimusongelmia selvittämään kyselytutkimuksella. Kyselytutkimuksen avulla on pyritty näkemään naisryttäjän toiminta tätä viitekehystä vasten ja löytämään vastaukset tutkimusongelmiin.

Luvussa 6 perehdytään tutkimusmenetelmään tutkimusongelmittain sekä luvussa 7 tutkimusaineistoon ja tutkimuksen luotettavuuteen. Edelleen luvuissa 9, 10 ja 11 selvitetään kyselytutkimuksen tulokset tutkimusongelmittain. Tutkimuksen loppuun lukuun 11 on kerätty tärkeimmät johtopäätökset tutkimusongelmittain ja verrattu niitä teoriassa esitettyyn viitekehukseen. Lisäksi arvioidaan tutkimusta kokonaisuudessaan ja pohditaan jatkotutkimusmahdollisuuksia.

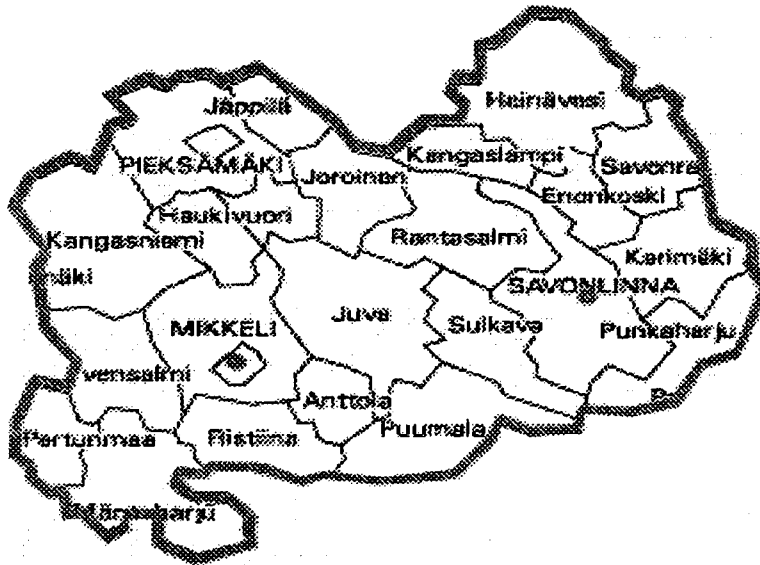
Tutkimuksen rakenne voi tuntua moni-ilmeiseltä, mutta moni-ilmeinen on tutkittava ilmiökin. Tutkimuksen lähestymistapa ja näkökulma on poikkitieteellinen ja ymmärtämään pyrkivä. Naisryttäjät ovat itse vastanneet kysymyksiin ja näin hahmottaneet omakuvansa.

2 NAISYRITTÄJYYS SUOMESSA JA ETELÄ-SAVOSSA

2.1 Etelä-Savon maakunta

Tutkimusalue on Etelä-Savon alue itäisessä Suomessa. Etelä-Savon alue käsittää 22 kuntaa (kuva 2). Maakunnassa asuu koko maan väestöstä 3,3 %. Etelä-Savon väestö on vuodesta 1992 vähentynyt runsaalla 4200 asukkaalla. Vuosien 1997/1998 vaihteessa Etelä-Savon asukasluku oli 171 827 henkeä. (Tilastokeskus 1998). Väestön ikärakenne on maan vanhusvoittoisampia. Nuorten ja koulutettujen muutto työn perässä eteläiseen Suomeen vinouttaa ikärakennetta entisestään.

Maakunnan nettomuutto ikä- ja koulutusryhmittäin tarkasteltuna on viime vuosina ollut voitollista yli 45-vuotiaiden, perus- tai alemman keskiasteen koulutuksen saaneiden ryhmässä. Selvintä muuttotappio on ollut 20-24 -vuotiaiden ylemmän keskiasteen koulutuksen saaneiden ryhmässä. (Tilastokeskus 1998).



KUVA 2. Etelä-Savon maakunta

Etelä-Savon maakunta valittiin tutkimusalueeksi, koska tutkijaa kiinnosti eteläsavolainen naisyrittäjyys ja alueen naisyrittäjistä oli osoiterekisterit saatavana maakunnan eri instansseilta. Toiseksi, tutkija on itsekkin maakunnasta kotoisin ja yrittäjäperheen jäsen. Lisäksi tämän tyyppistä naisyrittäjyystutkimusta ei tiettävästi ole aikaisemmin maakunnassa tehty.

Tutkimukseni palvelee siten niitä instansseja, jotka ovat tekemisissä yrittäjyyden kanssa. Lisäksi naisyrittäjän päätös aloittaa yrittäjätoiminta tulee paremmin ymmärrettäväksi, kun tutkimuksen avulla saatava naisyrittäjyyden kuva on monipuolisempi.

Etelä-Savon ennustetaan jatkossakin olevan selvästi muuttotappiomaakunta. Kiintoisaa olisi-kin laajentaa tutkimus tulevaisuudessa kartoittamaan syitä ja seurauksia siitä, miten muuttoliike vaikuttaa maakunnan tavallista kapeampaan yrityskantaan toimialoittain ja työllisyyteen. Muuttoliike muodostaa vakavan ongelman maakunnan kehityspotentialille pidemmällä aikavälillä, koska poismuutto on painottunut nuoriin ja korkeasti koulutettuihin. Työvoima pienee ennusteperiodilla 1998-2000 keskimäärin noin prosentilla vuodessa, joka merkitsee noin 6700 henkilöä. Työttömyysaste on vuosina 1998-2000 keskimäärin 9.1 %. (Työministeriö 1999).

Etelä-Savon toimialarakenne poikkeaa maakuntien keskitasosta erityisesti alkutuotantovaltaisuuksensa takia. Maakunnan yritykset ovat pääosin pienyrityksiä. Valtaosa työllistää alle viisi työntekijää per toimipaikka. Yli puolella yrityksistä liikevaihto jää alle miljoonan markan. Alueen toimialajakauma (taulukko 2) verrattuna koko maahan yhteiskunnallisten palvelujen osalta näyttäisi olevan maan keskimääräistä tasoa vähäisempi, samoin maatalouspalvelujen toimialalla. Muut toimialat näyttävät olevan Etelä-Savossa maan keskimäärää paremmin edustettuina. Palveluyrityksiä on Etelä-Savon alueella noin 1000, mikä on noin 2 % koko maassa toimivista palveluyrityksistä. (Tilastokeskus 1998).

Julkinen palveluvarustus on hyvä, mutta liike-elämää palvelevan yritystoiminnan sekä kotitalouksien ja henkilökohtaisten palvelujen lisäämiseen on hyvät mahdollisuudet. (TE-keskuksen raportti 1998). Yksityisen palveluyritystoiminnan kehittäminen liittyy läheisesti erikoisosaamiseen, teknologiseen kehitykseen sekä kansainvälistymiseen perustuvien elinkeinojen kasvuun. Tulevaisuudessa normaalin palkkatyön käsite murentuu, muuttuen yhä selvemmin pätkätyöllisyydeksi, osa-aikatyöllisyydeksi ja joustavaksi työksi. Uudenlaista palveluyritystoimintaa voidaan tällöin kehittää verkostoitumisen ja etätyön avulla sekä kotimaan että ulkomaan markkinoilla.

TAULUKKO 2. Yrittäjät sukupuolen ja toimialan mukaan Suomessa 1997 (Tilastokeskus 1998; Kyrö 1999, 6).

Toimiala	Naiset		Miehet		YHTEEN- SÄ			
YRITTÄJÄT	1000 hlöä	%	1000 hlöä	%	1000 HLÖÄ	%	%	E- Savo %
Maa-, riista-, metsä- ja kalatalous	37600	33	77700	67	115300	100	36	6
Teollisuus	7300	27	19600	73	26900	100	8	13
Rakentaminen	1200	5	24500	95	25700	100	8	13
Tukku- ja vähittäiskauppa	16900	32	36500	68	53400	100	17	23
Majoitus- ja ravitsemustoiminta	5700	59	3900	41	9600	100	3	6
Kuljetus, varastointi, tietoliikenne	1800	8	20700	92	22500	100	7	13
Rahoitus, kiinteistö ja muut liike-elämän palvelut	9600	31	21500	60	31100	100	10	14
Yhteiskunnalliset ja muut palvelut	24500	70	10300	30	34800	100	11	9
Toimiala tuntematon	400	19	1700	18	2100	100	0	3
YHTEENSÄ	105100	33	216400	67	321500	100	100	100

Yllä oleva toimialarakenne ei kerro etelä-savolaisten naisten ja miesten osuutta toimialajakaumasta, koska eriteltyä tilastoa Etelä-Savon osalta ei ole saatavilla. Etelä-Savon työvoima- ja elinkeinokeskuksen vuoden 1997 teettämän ennakointiprojektin (Etelä-Savon työmarkkinat ja koulutustarpeet) mukaan naisten selvästi suurempi osuus työvoimasta maakunnassa keskittyy 88 %:ti terveydenhuolto- ja sosiaalipalveluihin. Koulutuksen alalla työskentelee naisia 67 % ja muissa yhteiskunnallisissa ja henkilökohtaisten palvelujen alalla 62 %. Muut alat ovat miehisiä toimialoja, joten heidän osuutensa työvoimasta niillä aloilla on luonnollisesti suurempi. Etelä-Savon työmarkkinat ja koulutustarpeet -projekti oli Euroopan Sosiaalirahaston osittain rahoittama ja Etelä-Savon työvoima- ja elinkeinokeskuksen vuonna 1997 toteuttama ennakointiprojekti. Tutkimukseen osallistui yhteensä 10240 henkilöä maakunnan eri toimialoilta.

Pienyritysten merkitys työllistäjinä on kasvanut Suomessa viimeisen vuosikymmenen aikana. Koko yritystoiminnan henkilöstöstä pienyritysten osuus on lähes 60 %, kun se vielä 10 vuotta sitten oli hieman alle 50 %. Pienyritykset työllistävät noin 780 000 henkilöä, mikä on noin 40 % Suomen kaikista työpaikoista. Noin 60 % pienyritysten työpaikoista on kaupan ja muiden

palvelualojen yrityksissä. Erityisesti pienyritysten (alle 10 henkilöä) asema työllistäjinä on kasvanut merkittävästi viime vuosina. Alle 10 henkilön työllistävät yritykset työllistävät arviolta 340 000 henkilöä. Yli puolet kaikista pienyrityksistä on yhden hengen yrityksiä. (Valtioneuvoston elinkeinopoliittinen selonteko 1999).

Toimialat näyttäisivät antavan viitteitä siihen, että naisyrittäjien määrä on ollut kasvussa, koska kaupanala ja palvelualat ovat olleet melko naisvaltaisia toimialoja. Pienyritykset vaikuttavat olevan tärkeitä alueellisen kehittämisen näkökulmasta. Pienyritykset voivat perustaa toimintansa paikalliseen tai alueelliseen markkinaan. Lisäksi niiden sijoittuessa eri puolille maata yritykset tarjoavat työtilaisuuksia ja toimeentuloa myös heikoimminkin kehittyneillä alueilla. Esimerkiksi maaseudun työllisyyden parantamisedellytykset ovat keskeisesti sidoksissa pienyritystoiminnan kehittymiseen.

2.2 Naiset ja yrittäjyys Suomessa tilastojen valossa

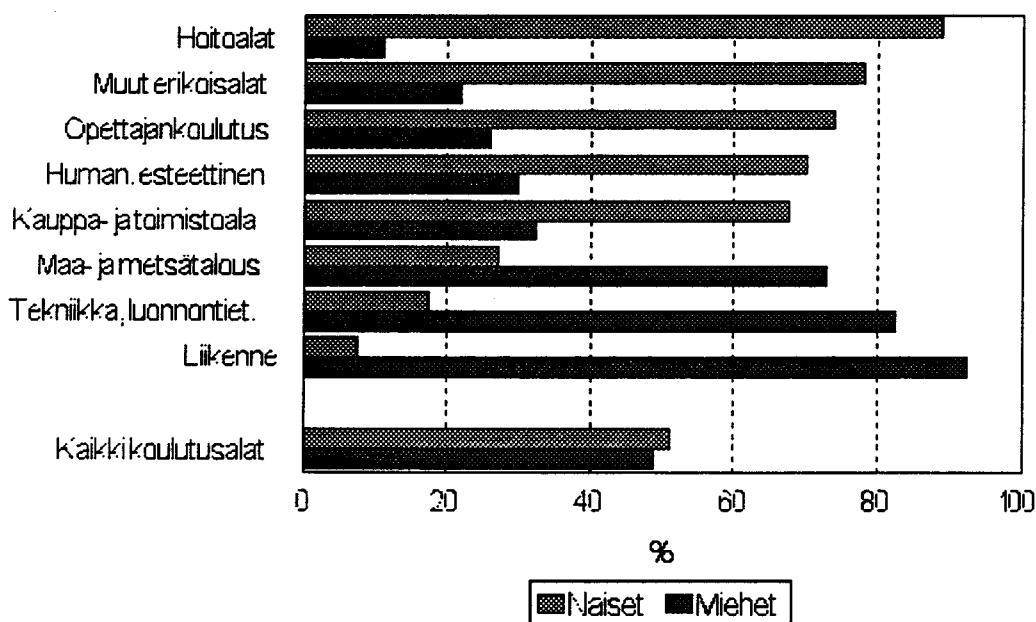
Naisyrittäjyyden roolia ja luonnetta voidaan tarkastella tilastojen valossa. Suomessa oli vuonna 1997 tilastokeskuksen mukaan noin 322 000 yritystä, joista naisyrittäjien osuus lukumääräisesti oli noin 105 000 eli 33 %. (kts. 2.1:sen taulukko 2). Tilastossa ovat mukana myös maatalousyrittäjät ja yrittäjäperheen jäsenet. Vastaavasti 1.85 miljoonasta palkansaajasta oli naisia työelämässä samaan aikaan 47 %. Naisten osuus eri toimialojen työllisistä vuonna 1997 painottui selvästi sosiaalipalveluihin 92 %, terveyspalveluihin 85 % ja majoitus- ja ravitsemustoimintaan 71 %.

Miehet hallitsivat eri toimialojen työllisistä samaan aikaan rakennusala 94 %, kuljetusala 79 % ja teollisuutta 71 %. (Tilastokeskus 1998). Työvoima- ja elinkeinokeskuksen (TE-keskuksen) yritysosaston tilastojen mukaan syyskuussa 1998 Etelä-Savossa toimi 7250 yritystä. Etelä-Savon alueen suhteellinen osuus koko maan yrityskannasta on siten noin kaksi prosenttia. Naisten omistamia yrityksiä Etelä-Savossa vuonna 1998-1999 alueen viranomaiset arvelivat olevan noin vajaat 2000 kappaletta. Etelä-Savon naisyrittäjien osuudeksi tästä yrittäjäkannasta tulisi siten noin kolme prosenttia. Etelä-Savon naisyrittäjien osuudet ovat vain suuntaa antavia, sillä vuoden 1995 tilastot perustuvat saman vuoden väestölaskentaan. Tiedot väestölaskentaan tilastokeskus on päätellyt hallinnollisista ja tilastollisista rekistereistä ja muista aineistoista ilman lomakekeruuta. (Tilastokeskus 1997). Väestölaskennan perusteena käytetään sosioekonomista luokitusta. Sosioekonomisen aseman tiedot on taas päätelty hen-

kilön pääasiallisesta toiminnasta, ammatista, ammattiasemasta, toimialasta sekä työnantajasektorista, jotka on saatu pääosin eri työsuhderekistereistä sekä verotuksen tiedoista.

Mielenkiintoista on kuitenkin huomioida se seikka, että vertailtaessa vuodesta 1991 vuoteen 1997 naisyrittäjien määrää valtakunnallisesti, on heidän määrä kasvanut tietyillä toimialoilla neljän vuoden aikana. Vertailtaessa tilastokeskuksen työvoimatutkimusta (Naiset ja miehet Suomessa 1998, 47) yrittäjien toimialoista vuodelta 1991, 1993, 1995 ja 1997 näyttää siltä, että naisyritysten toimialat ovat hieman kasvaneet lukumääräisesti julkisten ja muiden palveluiden alalla sekä majoitus- ja ravitsemustoiminnassa muiden toimialojen pysyessä suhteellisen vakiona. Arvella voi, mihin toimialoille kasvu suuntautuu vuoden 1998 tilastojen valmistuttua. Vaikuttaa siltä, että julkiset- ja muut palvelualat tulevat kasvattamaan osuuttaan naisten yritystoiminnan muotona.

Tilastot osoittavat että perinteisillä naisvaltaisilla aloilla työskentelee myös eniten naisia. Sukupuolella näyttäisi olevan merkitystä siihen, että naisten ja miesten toimialat ovat niin erilaiset. Tämä havainto taas johtaa pohtimaan naisten koulutustaustaa. Yrittäjyyden kannalta juuri koulutustaustat saattavat olla merkityksellisiä. Tilastokeskuksen (1998) teettämän tutkimuksen mukaan näyttää siltä, että koulutus on sukupuolijakautunutta (kuva 3). Naiset ovat koulutautuneet aloille, joiden on perinteisesti katsottu kuuluvan naisille.



KUVA 3. Koulutettu väestö koulutusaloittain 1996, % (Tilastokeskus 1998, 24)

Toisaalta tilanne saattaa tulevaisuudessa muuttua uuden naissukupolven paremman koulutuksen ja uudenlaisten liike-elämää palvelevien toimialojen esimerkiksi ns. business to business yrityspalvelujen myötä. Tämä johtunee siitä, että yritysmaailmassa ja taloudessa tapahtuu jatkuvaa verkostoitumista. Talouden verkostoituminen esimerkiksi pk-yritystasolla heijastanee sitä, että asiantuntija- ja erikoispalvelut ostetaan yhä useammin yritysten ulkopuolelta, pienistä, joustavista ja verkostoituneista sekä erikoispalveluja tarjoavista yrityksistä. (Kovalainen 1996, 152-153).

Niinpä esimerkiksi naisten yritysten vahvuutena voisi pitää erikoistumista juuri tällaisille naisten aloille, jotka ovat tyypillisesti yksinyrittäjyyden tai pienyrittäjyyden aloja. Naisten yleisesti korkea koulutustaso (taulukko 3) ja myös työkokemus saattavat tarjota erittäin hyvät mahdollisuudet juuri näitten palvelujen tarjoamiseen.

TAULUKKO 3. Yli 15-vuotias väestö koulutusasteen mukaan 1996 (Tilastokeskus 1998, 22)

Koulutusaste	Naiset %	Miehet %
Ei perusasteen jälkeistä tutkintoa	45,0	43,0
Tutkinnon suorittaneita **	55,0	57,0
Keskiasteen tutkinto	42,0	44,3
Alempi keskiaste	20,7	25,4
Ylempi keskiaste	21,3	18,9
Korkea-asteen tutkinto	13,0	12,7
Alin korkea-aste	5,8	4,8
Alempi kandidaattiaste	2,7	2,2
Ylempi kandidaattiaste	4,2	5,0
Tutkijakoulutus	0,3	0,8
Yhteensä	100,0	100,0
15 vuotta täyttäneet (1000)	2158	2006

** Tutkinnon suorittaneella väestöllä tarkoitetaan lukioissa, ammatillisissa oppilaitoksissa, ammattikorkeakouluissa ja yliopistoissa tutkintoon johtaneen koulutuksen suorittaneita.

Perusasteen jälkeisen tutkinnon oli suorittanut miehistä 57 % ja naisista 55 % vuonna 1996. Alle 55-vuotiaat naiset olivat koulutetumpia kuin miehet. (Tilastokeskus 1998, 22). Verrattaessa tutkimusasetelmaan naisia ja miehiä koulutusaloittain ja koulutusasteen mukaan, tilastot antavat vahvistusta sille, millaisia naisyrittäjät ovat talouden toimijoina. Naiset näyttävät suosivan koulutuksessa perinteisiä naisten aloja ja miehet miehisiä aloja. Naisten koulutusalat vahvistavat käsitystä siitä, miksi naisia on niin paljon palvelualan yrittäjinä. Palvelualat edustavat yleensä naisten pienyrittäjyyden ts. yksinyrittäjyyden aloja. Mielenkiintoista on se,

vaikuttaako sosiaalisen ja taloudellisen ympäristön toimet ja suhtautuminen naisyrittäjien toimialoilla edistävasti vai estävästi, koetaanko naisten yritystoiminnan pienimuotoisuus vähemmän tärkeäksi. Naisyrittäjyyttä estävästi vaikuttavat toimet voisivat siten osaltaan vaikuttaa siihen, miksi naisyrittäjät ovat jääneet talouden marginaaliin. Naisten hyvä koulutustaso, alihankintapalvelujen lisääntyminen ja verkostoituminen antaa kuitenkin mahdollisuuksia kehittyä juuri tällaisilla naisille perinteisillä pienyrittäjyyden toimialoilla.

2.3 Naisyrittäjyyden erityispiirteitä

Naisten itsensä työllistämistä näyttää tulleen osa suomalaista pienyrittäjyyttä, sillä yhteiskunnassa vallitsevan työttömyyden takia toisen palvelukseen ei enää hevin pääse. Tällainen uusyrittäjyys hakee nyt muotoaan suomalaisessa yhteiskunnassa kuten koko Euroopassa ja erityisesti naisten keskuudessa. Anne Kovalainen ja Leila Simonen kirjassaan ”sosiaali- ja terveysalan yrittäjyys” (1996, 186) kirjoittavat naisten muuttavan perinteisiä sankarimielikuvia yrittäjistä. Heidän mielestään naisten kannalta yrittäjyys tarjoaa enemmän yksilöllisiä ratkaisumahdollisuuksia kuin palkkatyölle perustuva työura ja organisaatiokulttuurin luomisessa yrittäjällä on mahdollisuuksia määritellä oma paikkansa ja toimintatapansa.

Yrittäjyystutkimukset ovat käsitelleet taloustieteen näkökulmasta katsottuna yrittäjien motivaatiota ja yksilön persoonallisuutta koskevia tekijöitä, joissa yrittäjäksi ryhtymiseen korostuvat yhteiskunnan rakenteelliset muutokset taloudessa ja työllisyydessä. Naisten taloudelliset ja sosiaaliset muutokset taustatekijöissä näyttävät vaikuttavan yksilön motivaatiotekijöihin. Yksilöllisten motivaatiotekijöiden kietoutuminen yhteen rakenteellisella tasolla vaikuttavien tekijöiden kanssa voisi siten ilmentää niitä motiiveja, miksi naiset ryhtyvät yrittäjiksi. (Friberg 1996, 178; Kovalainen 1997, 166).

Tutkimusten (mm. Koskinen 1989 ja 1995; Taloustutkimus Oy 1997) mukaan Suomalainen naisyrittäjä perustaa yrityksensä 30-45 -vuotiaana, on yksinyrittäjä ja omaa hyvän ammatillisen koulutuksen sekä toimii tietyillä palvelusektorin toimialoilla. Nämä piirteet ovat pysyneet Suomessa ennallaan kolmenkymmenen vuoden ajan, vaikka suhteellinen jakautuminen toimialojen sisällä elinkeinorakenteen monipuolistuessa onkin muuttunut. (Kovalainen 1996, 147; Kovalainen & Simonen 1996, 192). Naiset näyttävät ryhtyneen yrittäjiksi vasta, kun ovat saaneet persoonallisuutensa kehityksen, koulutuksen ja työkokemuksen kautta sellaisen ammattitaidon, että ovat voineet punnita työhönsä liittyviä ratkaisuja suhteellisen vapaasti.

Tilastokeskuksen (1998) tekemän tulostarkastuksen mukaan naisten palkkojen säännönmukaisuutena voidaan pitää 70 prosentin sääntöä. Naisjohtajista 2/3 ansaitsee alle 200 000 markkaa vuodessa, kun miesjohtajista reilut 2/3 ansaitsee yli 200 000 markan vuositulot. Verrattaessa miesten ja naisten ansiotuloja vuosilta 1985, 1990, 1993 ja 1996 palkkaerot ovat olleet pysyviä vaikka hidasta kasvua naisten hyväksi on tapahtunutkin. Kun toimiala tai tehtävä naisistuu, vaikuttaa palkkataso laskevan ja sukupuolten väliset palkkaerot pienenevän. Tutkijoiden mielestä näyttää samalla myös ammatin arvostus laskevan (Kovalainen, Simonen 1996, 189; Due Billing 1996, 163). Toisaalta ammatin naisistuminen saattaa olla seurausta siitä, että toimiala on jo naisvaltainen ja miehet eivät tunne löytävänsä paikkaansa naisvaltaisella alalla tai ala ei kiinnosta heitä (Due Billing 1996, 160). Verrattaessa yrittäjien tuloja sukupuolen ja toimialojen mukaan myös yrittäjätulot ovat naisilla pienempiä kuin miehillä (Kyrö 1999, 8).

Tilastokeskuksen (1998) tutkimuksen mukaan Suomessa työmarkkinoilla toimivista johtajista naisia on vain noin 28 %, kun vastaava miesten luku on 72 %. Yksityisellä sektorilla toimivista johtajista naisia on 25 % ja miehiä 75 %. Julkisen sektorin johtajista naisia on 40 % ja miehiä 60 %. Johtopäätöksenä luvuista voidaankin havaita yritysympäristössä vallitseva käsitys siitä, että johtaja on sukupuoleltaan yleisimmin mies. Vaikuttaakin siltä, että organisaatiot näyttävät tuottavan sukupuolta ja johtajuutta. Tämä saattaa johtua siitä, että testit ja ominaisuudet joilla johtajuutta mitataan ovat miesten luomia. Tämä voi olla yksi syy siihen, miksi naiset eivät näissä vertailuissa ja testeissä pärjää. Taka-alalla voi myös olla väärä mielikuva tai johtopäätös testien tuloksista, jos naiset ovat olleet vähemmistönä testejä tehdessä. Tämä on vaikuttanut virheellisten johtopäätösten tekoon. Pientä naisjoukkoa koskevat tulokset ol- laan kenties yleistetty koskemaan kaikkia naisia. (Tilastokeskus 1998).

Monet naisyrittäjyyden tutkimukset (mm. Due Billing 1996, 165; Baude, Tyrkkö 1996, 208) osoittavat naisyrittäjien omaavan miehiä paremman taidon yhdistää yritys-elämän ja henkilökohtaisen elämän haasteet. Useimmat nykyaikana tulevaisuuden johtajille esitettävät vaatimukset näyttävätkin muistuttavan paljon niitä perinteisiä arvoja, joita naiset alkavat oppia syntymähetkestään alkaen. Pikkutyötkin opetetaan pitämään muista huolta. Myöhemmin he ottaessaan vastuun perheestä saavat kokemusta ryhmätyöstä, hallinnosta ja monesta muusta hyödyllisestä taidosta yritysmaailmassa.

Naisten kohtaama haaste näyttää olevan kuitenkin se, miten soveltaa kotona hankittua sosiaalista pätevyyttä yritysmaailmassa ja koko yhteiskunnan muodostamalla laajemmalla kentällä.

Tästä voisi vetää sen johtopäätöksen, että naiset eivät ole osanneet hyödyntää sosiaalista pätevyyttään tarpeeksi tai naisten sosiaalista pätevyyttä ei olla osattu hyödyntää tarpeeksi yrity maailmassa. Seurauksena edellisestä he tuntuvat olevan laiminlyöty voimavara yrityselämässä. (Baude, Tyrkkö 1996, 207-209; Due Billing 1996, 174-175). Kysymys ei ole siitä ovatko miehet vai naiset parempia yrittäjiä ja johtajia, vaan tasapainon luomisesta miesten ja naisellisten arvojen välille. Vaikuttaa siltä, että naisille on haaste kohdistaa enemmän ponnistuksiaan tavoitteisiinsa ja säilyttää samalla huolenpitonsa, lämpönsä ja tasa-arvoisuutensa.

3 YRITTÄJYYS

3.1 Yrittäjyys käsitteenä

Yrittäjyys käsitteenä ja ilmiönä sai alkunsa Ranskasta 1700-luvulta. (Kets De Vries 1977, 34; Drucker 1986, 31; Huuskonen 1992, 34; Kyrö 1998, 8) Yrittäjyyden syntykotina olivat Kyrön mukaan ”valistuksen aatteet, feodalismien ja ammattikuntalaitoksen murtuminen ja näitä seuraava teollistumisen aika. Teollistuminen ja teollistuneet maat muodostavat ympäristön, jossa yrittäjyyden merkitykset ovat rakentuneet. Sieltä löytyvät myös yrittäjyyden tieteen selittäjät ja kuvaajat”.

Kovalaisen (1993, 55) mielestä yrittämisen käsitteiden määrittely on hankalaa, koska yrittämistä ilmiönä voidaan lähestyä eri lähtökohdista. Määrittelyt voidaan jakaa psykologisiin, sosiologisiin ja taloudellisesti suuntautuneisiin määritelmiin. Useimmiten yrittäjyys liitetään pienyrityksen ja uuden yrityksen perustamiseen.

Paula Kyrö kirjassaan ”Yrittäjyyden tarinaa kertomassa” (1998, 48) kuvaa yrittäjyyttä seuraavasti. ”Yrittäjyys on ilmiö, joka kytkeytyy muutokseen. Tarve kuvata yrittäjyyttä syntyy, kun toiminnan tulokset eivät ole ennalta määrättävissä. Yrittäjyyden mallittajien tarinoissa siihen kytkeytyvät niin kansantalouden kuin yksilönkin tasolla innovatiivisuus, riskinotto ja kokonaisvaltainen, eri tuotannontekijöiden ja markkinoiden odotusten koordinointi uusissa olosuhteissa. Kun vastaan tuli muuttuva, tuntematon tai selittämätön, perinteisestä omistamisesta ja työnteosta poikkeava ilmiö, se sai yrittäjyyden nimen”.

Peltosen (1985, 31-33) mielestä termi yrittäjyys on yläkäsite, joka pitää sisällään sekä ulkoisen yrittäjyyden (toimiminen itsenäisenä omistavana yrittäjänä) että sisäisen yrittäjyyden

(toimiminen yritteliäästi yrityksen palveluksessa) sekä yrityksen perustamisen tai jo olemassa olevan yrityksen hoitamiseen liittyvän yrittäjyyden. Näin yrittäjyys voi olla hieman toisin sanottuna itsensä motivoimista ja/tai toisten motivoimista. Matti Koiranen ja Matti Peltonen kirjassaan ” Yrittäjyyskasvatus” (1995, 9) sekä Peltonen kirjassaan ”Yrittäjyys” (1985, 32) kuvaavat yrittäjyyttä tavoitteelliseksi ja omavastuiseksi ajattelu-, suhtautumis-, ja toimintata- vaksi, joka saa omat ja yhteisön voimavarat toimimaan. Määritelmä ei rajaa käsitettä vain suhtautumisen alueelle. Usein kuitenkin yrittäjyyden ajatellaan olevan lähellä suhtautumisen aluetta, joka pitää sisällään motivaation ja asenteet.

Yrittäjyys on siten yksilön tai yksilöiden luovuutta ja työteliäisyyttä, joka näkyy taloudellise- na ja yleisenä aktiivisuutena. Yrittäjyys ja yritteliäisyys parantaa omaa elintaso- a luomalla työtä, tuottamalla tavaroita tai palveluita ja joka näin edistää yhteiskunnan hyvinvointia.

Druckerin (1986, 31), Huuskosen (1992, 34) ja Lambing & Kuehl (1997, 10-12) mukaan esi- merkiksi Yhdysvalloissa *entreprenööri* eli yrittäjä määritellään usein henkilöksi, joka panee alulle oman, uuden ja pienen liikeyrityksen. Myös *entrepreneurship* yhdistetään usein yksilön ominaisuuksiin, kuten aloitteellisuus, luovuus, korkea suoritusmotivaatio, innostus, kilpailu- henkisyys, kekseliäisyys ja halu hyväksyä riskejä. Yrittäjyys on siis tästä näkökulmasta kat- sottuna persoonallisuuden piirre. Persoonallisuuspiirteet eivät kuitenkaan yksin riitä selittä- mään yrittäjyyttä, sillä piirteet eivät erota menestyviä yrittäjiä epäonnistujista.

Jokainen uusi pieni liikeyritys ei kuitenkaan ole *entreprenöörinen* tai edusta yrittäjyyttä. Huuskosen (1992, 35) mukaan yrittäjä voidaan nähdä myös henkilöksi, joka koettaa onnean monenlaisissa hankkeissa. Näitä ”hankkeita” ovat mm. rahan ansaitseminen epärehellisin kei- noin tai saita kaupankäynti. Englanninkieliset asiantuntijat samaistavat yrittäjyyden uusiin pieniin liikeyrityksiin, kun saksalaiset samaistavat sen valtaan ja omaisuuteen. *Unternehmer* – suora saksalainen käänös termistä *entrepreneur* – on henkilö, joka sekä omistaa että johtaa liikeyritystä. Englanninkielinen termi olisi omistaja-johtaja. Sanaa käytetään ensisijaisesti erottamaan ”pomo”, joka myös omistaa yrityksen, ”ammattijohtajasta” ja yleensä ”palkkalaisesta”. *Entrepreneurial* puolestaan tarkoittaa innovatiivista, joustavaa, kasvusuun- tautunutta, riskejä ottavaa ja luovaa. (Kets De Vries 1977, 37-38; Drucker 1986, 34).

Drucker (1986, 156) kuvaa yrittäjähenkistä ihmistä ”*rerum novarum cupidus*”, joka tarkoittaa ”ahne uusille asioille”. Huuskosen (1992, 32) mukaan yrittäjyyteen kuuluva yrittäjähengi on

nähtävä laajana käsitteenä, joka on lähellä termiä ”luovuus”, koska tietojen ja taitojen ohella yrittäjyyteen kuuluu arvaamattomuutta, vaistonvaraisuutta, uteliaisuutta ja itsenäisyyttä.

Edellä kuvattujen perusteella on selvää, että yhtä oikeaa ja täysin tarkkaa yrittäjyyden määritelmää ei ole olemassa. Yrittäjyyden merkitys näyttää vaihtelevan sitä mukaa mistä näkökulmasta sitä katsoo, kuka katsoo ja miten katsoo. Eri näkökulmat kuitenkin lisäävät tietoa yrittäjyydestä, sen luonteesta ja vaikutuksesta. Seuraavat kappaleet johdattavat yrittäjyyteen eri teorioiden näkökulmista.

3.2 Yrittäjyys eri teorioiden näkökulmasta

3.2.1 Taloustiede

Yrittäjyyden talouden teoriat voidaan jäljittää 1700-luvun Ranskaan Richard Cantilloniin. Cantillonin mukaan yrittäjän toimintaa säätelivät markkinat. Pääoma ja omistajuus eivät olleet yrittäjyyden tunnusmerkkejä. Keskeisin kriteeri oli markkinoiden tarjoamat mahdollisuudet sekä talouden ennakointi. (Kyrö 1998, 40). Klassisen talousteorian luoja Adam Smith (1776) oli ennen kaikkea vapaan kaupan kannattaja. Häntä kiehtoivat mm. elinkeinovapaus ja innovatiivisuus. Smith lähti pohtimaan kansalaisen ja valtion hyvinvoinnin näkökulmasta kansainvälisen kaupan ja laajenevien markkinoiden merkitystä. Hänen kuuluisa tähän päivään asti elänyt metafora, mielikuva on "näkymätön käsi" kysynnän ja tarjonnan ohjaajana. Adam Smithin talousteoria muuntui kuitenkin yrittäjyyden paradigmalle vastaiseksi. Smithin teoriassa talouden oletettiin toimivan rationaalisesti. Naista ei tuolloin pidetty ylipäättään taloudellisena toimijana ja taloudellisen tutkimuksen kohteina. (Kovalainen 1993, 57; Kyrö 1998, 46).

Joseph Schumpeter (1883) oli itävaltalaisen koulukunnan keskeisiä vaikuttajia, joka toi innovatiivisuuden pienyritysympäristöön. Schumpeter kyseenalaisti talouden tasapainoteorian ja painotti muutosta. Yrittäjän tehtävä oli kehittää uusia tuotteita, tuotanto- ja toimintatapoja sekä löytää markkinoita. Yrittäjyys ei ollut ulkoisen paineen määräämää, vaan se syntyi yrittäjän sisäisestä tarpeesta luoda uutta. Yrittäjä oli siten innovatiivinen, joustava, riskejä ottava ja luova talouden toimija. (Kovalainen 1993, 59; Kyrö 1998, 52).

Kovalainen (1993, 61-65) kritisoi tutkijoiden näkökulmia siitä, että yrittäjyyttä on tutkittu ja tarkasteltu olennaisesti miehisistä motiiveista ja lähtökohdista. Tutkittavat yritykset ovat myös olleet hyvin miehisiä toimialoja. Naisten yrittäjyys taloudellisen toiminnan muotona on ollut vähemmän kiinnostuksen kohteena. Tämä on johtunut Kovalaisen mielestä luultavasti siitä, että tutkijat eivät ole kiinnittäneet huomiota sukupuoleen yrittäessään kuvata taloutta ja yhteiskuntaa laajemmalla teoreettisella tasolla. He näyttävät keskittyneen kuvaamaan talouden ja yhteiskunnan rakenteita ja kehitystä. Tehdessään näin he toisaalta näyttävät jättäneen taloudessa toimivat yrittäjät, itse toimijat, yksilötasolla tavallaan ”kasvottomiksi” ja huomiotta. Kuitenkin tämä kasvoton ”myyttinen sankarihahmo”, talouden teorioiden toimija, yrittäjä, on kuvattu oleellisesti maskuliiniseksi. Vaikuttaa siltä, että naiset on suljettu pois, koska naisten työ työmarkkinoilla tai yrittäjänä ja kotona ei ole koettu niin tärkeäksi kuin miesten työllisyys ja yrittäjyys. (Kovalainen 1993, 63).

Näyttääkin siltä, että talousteorioissa ei ole ollut yhteneväistä käsitystä yrittäjästä ja yrittäjyydestä. Kunkin aikakauden määrittelyt mukautuivat omaan aikaansa ja saivat vaikutteita oman aikansa ihmiskäsityksestä ja taloudellisesta ajattelusta. Yrittäjyyden painopistealueet ovat seuranneet ja seuraavat edelleen yhteiskunnallista kehitystä ja muutosta ja siinä näkyvät myös kunkin aikakauden arvot. Talouselämän ja yrittäjyyden teorit vaikuttavat olleen hyvin mieskeskeisiä. Talouden toimijoiden on oletettu olevan miehiä, joten näkökulma yrittäjyyteen on miehinen. Nykypäivän talouden selityksissä naisten rooli, heidän osuutensa työvoimasta ja osuus muista talouden aktiviteeteista näytetään usein piilotettavan yleisten talousteorioiden käsitteisiin. Ne taloudelliset mittarit joilla yrittäjien menestystä mitataan eivät näytä pätevän naisten kohdalla.

Vaikuttaa siltä, että naisten pienyritykset ovat perustuneet ja perustuvat edelleen lähinnä yrittäjien ja heidän perheensä elämän ansaitsemisen motiiveille. Kilpailu- ja voittomotiivit jäävät taustalle ja yritystoiminta nähdään tapana ansaita riittävä ja turvallinen toimeentulo perheelle. Sosiologinen ja psykologinen lähestymistapa suo siten paremman mahdollisuuden tarkastella asiaa naisyrittäjyyden kannalta. (mm. Kovalainen 1993, 60; Cromie 1987, 251; Sung, Sullivan, Halbrecht & Wang 1998, 60).

3.2.2 Sosiologia

Sosiologiset teorit ovat vaikuttaneet yrittäjyyden näkemykseen vähemmän kuin talousteoriat. Sosiologiassa huomio on yhteiskunnallisissa ja ennen kaikkea kulttuurisissa tekijöissä sekä yksilön sosiaalisessa lähiympäristössä ja näiden suhteesta yrittäjyyteen. Sosiaalinen ympäristö vaihtelee eri kulttuureissa, koska ihmiset käyttäytyvät eri kulttuureissa eri tavalla kielen, uskonnon ja erilaisen arvojen vuoksi. Oman aikansa tunnetuimpia yrittäjyyden selittäjiä sosiologiassa on ollut Max Weber 1800-luvun lopulla. Weber uskoi, että voidakseen kuvata taloudellista kehitystä on tutkittava ihmisten käyttäytymistä ja motiiveja unohtamatta kuitenkaan talouden rationaalisuutta. Weberille yrittäjyys, yritys ja yrittäjä olivat kulttuurinen oman aikansa kapitalismin tuote. Yrittäjä saavutti omalla työllään voittoa yritystoimintansa kautta ja pyrki muutoksien kautta rakentamaan kokonaisvaltaista kuvaa talouden toimijoiden suhteista. Weberin mukaan yrittäjyys oli siis seurausta yksilön omista motiiveista, toiminnasta ja käyttäytymisestä. Weber hyväksyi talouden aktiviteetit myös psykologian näkökulmasta selitettäviksi. Psykologinen näkökulma korostaa toimintaan motivoivia yksilön sisäisiä tekijöitä. (Kovalainen 1993, 60-65; Kyrö 1998, 54-56).

Stanworth ja Curran 1973 ovat soveltaneet sosiaalisen marginaalisuuden teoriaa, joka painottaa ristiriitaista tilannetta yksilön henkilökohtaisten ominaisuuksien ja hänen yhteiskunnassa olevan roolinsa välillä. (Leskinen 1999, 59). Sosiaalisesti marginaalisessa asemassa vaikuttaa siten olevan henkilö, joka on tyytymätön senhetkiseen sosiaaliseen asemaansa ja haluaa kohota ylöspäin. Silloin kun muut kohoamisen kannalta välttämättömät tiet ovat suljetut, saattaa henkilö ryhtyä yrittäjäksi. Esimerkiksi puutteellinen koulutus voi olla sosiaalisen kohoamisen este. (Marjosola 1979, 55; Huuskonen 1992, 48-50; Kovalainen 1993, 73-74; Mallette & Guinness 1999).

Kun monia vaihtoehtoisia toimintamalleja ei ole tarjolla ja jos ympärillä on esimerkkejä yrittäjyydestä keinona sosiaaliseen nousuun, voidaan oman yrityksen perustaminen kokea yhdeksi keinoksi saavuttaa taloudellista tai henkistä itsenäisyyttä ja arvonantoa. Marginaalisia ryhmiä ovat uskonnolliset ja etniset vähemmistöt sekä naiset. Sosiaalinen marginalisoituminen on kuitenkin vain yksi vaikutustekijä. Taloudellisen ympäristön ohella yrittäjä tekee päätöksensä arvoympäristössä. Hän omaksuu yhteiskunnasta koulutuksen, perheen ja muiden instituutioiden välityksellä arvoja, joiden varassa hän saattaa perustaa yrityksen. Naiset näyttävätkin hakeutuvan yrittäjiksi eniten sellaisille toimialoille jotka on perinteisesti katsottu kuuluvan

naisille mm. hoiva- ja palvelualat. Naisilla on näistä toimialoista jo ennestään työkokemusta, ammattitaitoa ja koulutusta. (Kovalainen 1993, 73-74; Mallette & McGuinness 1999). Toisaalta marginaalisuuden teoria vaikuttaa rajaavan yrittäjyyden melko kapealle arvosektorille silloin kun yrittäjyyden pyrkimys on kohota sosiaalisessa asteikossa ylöspäin. (Marjosola 1979, 57).

Esimerkiksi henkilön jäädessä pienten lasten hoito-ongelmien vuoksi normaalista palkkatyöstään pois saattaa johtaa sosiaalisten kontaktien vähenemiseen. Tästä seurauksena hän saattaa syrjäytyä työelämästä ja joutua työttömäksi. Säilyttääkseen henkisen hyvinvointinsa ja arvonannon muiden silmissä, hän saattaa työllistää itse itsensä. Yrittäjyys on silloin keino marginalisoitumista vastaan. Sosiaalinen marginaalisuus soveltuisi siten myös naisyrittäjien luonnehdintaan, koska he ovat vähemmistönä yritysmaailmassa. Naisten marginaalisuuden yrittäjinä voidaan siten tulkita aiheutuvan siitä, että heidän asemansa yrittäjänä on vaikeampi yhteiskunnassa vallitsevien ja hitaasti muuttuvien arvojen vuoksi. Vaikuttaa siltä, että sukupuoleen, roolimalliin ja siitä seuraavan sosiaalisen sukupuolen (statuksen) vuoksi naisyrittäjiä syrjittäisiin yritysmaailmassa.

Vaikuttaakin siltä, että naiselta vaaditaan yhä suurta rohkeutta naisyrittäjän roolimallien murtamisessa, jotta hän voisi astua tasavertaisena toimijana yritysmaailmaan. Sosiaaliset ja taloudelliset tekijät eivät kuitenkaan yksin riitä kuvaamaan yrittäjyyttä ja pienyrittäjän motiiveja. Kuitenkin sosiologiset teoriat näyttävät laajentavan ymmärrystä naisyrittäjien motiiveista, sillä taloudellisen ympäristön lisäksi voidaan nyt nähdä naisyrittäjä tekemässä päätöstään yhteiskunnan arvojärjestelmän sisällä.

3.2.3 Psykologia

Teoriat jotka perustuvat **psykologiseen lähestymistapaan** yrittäjyydessä tarkastelevat yrittäjää yksilötasolla motivaatiotekijöiden avulla. Motivaation on katsottu vaikuttavan yrittäjänä menestymiseen tai epäonnistumiseen. Psykologisten mallien selitykset voidaan jakaa kahteen kategoriaan, joita usein kuvataan nimillä piirreteoreettinen malli ja psyko-dynaaminen malli. Psykodynaaminen malli olettaa lapsuuden kokemusten vaikuttavan yrittäjien käyttäytymismalliin. Perhetausta ei kuitenkaan selitä kaikkea käyttäytymistä, vaan muut ympäristötekijät yhdessä yksilön käyttäytymisen kanssa muokkaavat persoonallisuutta. Piirreteoriat painottavat yksilön tiettyä piirrettä tai piirreyhdistelmää, jotka ennustaisivat yrittäjämäistä käyttäyty-

mistä ja menestystä. Persoonallisuuden piirteet vaikuttaisivat yrittäjyyteen ympäristötekijöiden ja toisaalta tilannetekijöiden ja motivaation sekä arvojen ja asenteiden kautta. Pyrkimyksenä on ollut personalisoida motivaatio ja korostaa yksilöllistä ainutkertaisuutta. Dynaamisemmissä minäteorioissa motivaatiot ymmärretään yksilön minäkokemuksen ilmentäjinä. (Kovalainen 1993, 65-68). Toisaalta kun perinteinen yrittäjäominaisuuksien tarkastelu korostaa piirteiden sisäsyntyistä tai perittyä luonnetta, unohdetaan usein ympäristön vaikutus. Ihminen muuttuu koko elämänsä ajan ja toimintatavat muotoutuvat sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Siirtyminen palkkatyöstä yrittäjäksi ja yrittäjyyden merkitys yksilölle voisi olla siten sidoksissa myös siihen, missä elämänvaiheessa päätös tapahtuu.

Sosiaalipsykologiassa keskeisimpiä teorioita yrittäjyydessä ovat olleet Maslowin tarvehierarkia ja Herzbergin kaksifaktoriteoria. Kummassakin lähtökohtana on yksilö ja hänen persoonansa. Tunnetuin yksittäinen psykologinen teoria on McClellandin teoria suoritustarpeen ja yrittäjyyden suhteesta. *Näitä motivaatioteorioita tarkastellaan enemmän luvussa 4.2 Yrittäjyys ja motivaatioteoriat.*

3.2.4 Uusia näkökulmia yrittäjyyden teorioihin

Uusia tuulia yrittäjyystutkimukseen ovat tuoneet eri organisaatioteoriat sekä kasvatustieteet. Yrittäjyys suuntautuu myös yhä enemmän kohti yrittäjyyden prosessimaista ja poikkitieteellistä näkemystä. (Kts. Huuskonen 1989 ja 1992; Kovalainen 1993; Kyrö 1998). Kasvatustieteilijät erottavat motivaatioselitykset mekanistisiin ja organistisiin selityksiin. Mekanistiselle selitykselle on ominaista, että yksilö nähdään passiivisena ulkoisten ja fysiologisten tekijöiden vuorovaikutuksen reagoijana, esimerkiksi ympäristö vaikuttaa siihen, miten ihminen tyydyttää huomion- ja rakkauden tarvetta ja tätä kautta vahvistaa tietynlaista käyttäytymistä. Eli kaikki ne keinot joilla yksilö saa vaikkapa huomiota osakseen, näyttäisivät vahvistavan hänen käyttäytymistä. (Kuusinen 1995, 198).

Yrittäjäksi ryhtyvällä tai yrittäjänä toimivalla tämä voisi ilmetä siten, että huomattessaan ympäristön arvostavan yrittäjyyttä hän toimisi siten, että hänen arvostuksensa yrittäjänä kasvaisi ja tämä vahvistaisi tietynlaista käyttäytymistä. Näin hän voisi tyydyttää esimerkiksi omaa suoritustarvettaan.

Organistinen selitys korostaa yksilön aktiivisuutta. Käyttäytymisen energia on peräisin sisäisistä tarpeista ja fysiologisista vieteistä. Yksilö on aktiivinen suhteessa ympäristöön, ei pelkästään mekaanisesti reagoiva yksilö. Hän luo itse oman ympäristönsä ja maailmansa ratkaisemalla, mitkä ärsykkeet ovat merkityksellisiä ja antamalla itse yksilöllisiä merkityksiä ulkoisille tekijöille. Tällaista lähestymistapaa, joka korostaa yksilön antamia merkityksiä ja näkee jokaisen yksilön luovan oman ainutkertaisen maailmansa, kutsutaan konstruktivismiksi. (Kuusinen 1995, 199).

Yrittäjyyden ollessa kyseessä voitaisiin tutkia, mitä käsityksiä yksilöllä on yrittäjyydestä ja toisaalta miten hän näkee tilanteen yrittäjänä toimiessaan. Näille tulkinnoille näyttäisi olevan ominaista syysuhteiden arviointi. Yksilön antamat selitykset syistä vaikuttaisivat siten käyttäytymiseen ja tunteisiin. Pystyäksemme ymmärtämään ja ennustamaan yksilön käyttäytymistä meidän olisi tunnettava yksilön käyttämät selitykset syistä. Motivaatiotutkimuksen alueellakin yksilön konstruktiot, käsitykset ympäröivästä maailmasta, ovat olleet keskeisellä sijalla. On haluttu selvittää, miten erilaiset käsitykset vaikuttavat käyttäytymiseen ja millaiset käsitykset auttavat toimintaan ryhtymisessä. Konstruktiota tutkittaessa ei kysytä, mikä on objektiivinen totuus. Sellaista ei kenties olekaan. Ensisijainen kysymys vaikuttaa koskevan sitä, mikä on yksilön käyttäytymistä ohjaava totuus. (Kuusinen 1995, 199).

Ymmärtääksemme yrittäjyyden paradigmaa paremmin, olisiko meidän lähestyttävä yrittäjyyttä ymmärtämällä se kokonaisvaltaisena asenteena maailmaan joka on opittavissa. Olisiko yrittäjyys nähtävä kokonaisvaltaisena näkemyksenä ihmisyyden kautta, näkemällä ihminen riskinottohaluisena, luovana, vapaana ulkoisista pakotteista, persoonallisena, oman vapaan tahdon toteuttajana ja yhteiskunnan vastuullisena toimijana. Vaikuttaakin siltä, että (mm. Hajba 1985; Kovalainen 1993; Koskinen 1995; Koiranen & Peltonen 1995; Ducheneaut 1997) poikkitieteelliset ts. eri tieteenaloja yhdistävät teoriat ja lähestymistavat näyttäisivät selittävän yrittäjyyttä ja siten myös naisyrittäjyyttä yhden tieteenalan teorioita monipuolisemmin. **Edellä kuvatut yrittäjyyden teoriat eri näkökulmista vahvistavat sitä käsitystä, että naisyrittäjyyden syvällisemmäksi ymmärtämiseksi ilmiötä on tarpeen lähestyä tutkimusasetelmassa luvun 1.2.1, kuvassa 1 esitetyn poikkitieteellisen mallin mukaisesti.**

4 MOTIVAATIO JA TOIMINTA

4.1 Yleistä motivaatiosta

Motivaatio on monimutkainen, käsitteellinen prosessijärjestelmä, jonka toimintaa on kuvattu erilaisten oppirakennelmien avulla. Kaiken **toiminnan edellytyksenä** sanotaan olevan motivaatio. Yrittäjäksi ryhtymisen ja yrittäjänä toimimisen edellytyksenä on siten yrittäjämotivaatio, johon liittyvät läheisesti yrittäjäasenteet. Erilaisia motivaatioteorioita ja asenteita, arvoja ja persoonallisuutta tarkastelemalla voidaan saada käsitys ja kuva siitä, minkälaisin edellytyksin yksilöstä tulee yrittäjä tai minkälainen yrittäjä hän on. *Motivaatioteoriat antavat selityspuustaa yrittäjäksi ryhtymisen ja yrittäjänä toimimisen taloudellisille, sosiologisille ja psykologisille tekijöille myös naisyrittäjyydessä.* Eri näkökulmat sisältävät myös tausta-, henkilö- ja tilannetekijät sisältäen ympäristön vaikutuksen. Nämä kaikki tekijät ovat toisiinsa kietoutuneita. Jos jokin tekijä ei ole sopuossuussa muiden kanssa, sitä sopeutetaan helposti muuttuneeseen tilanteeseen sopivaksi. (Huuskonen 1989, 91).

Peltosen ja Ruohotien (1987, 100) mukaan yrittäjyysmotivaatio kuuluisi seuraavaan henkiseen hierarkiaan.

Elämäkatsomus
Arvot
Asenteet ja uskomukset
Motiivit
Toiminta

Motivaatio voidaan määritellä tiettyyn tilanteeseen liittyväksi, yksilön muuttuvaksi henkiseksi tilaksi, joka määrää millä vireydellä ja mihin suuntautuneena hän toimii. Motivaation kantana on motiivi. **Motiivit** eli sisäiset yllykkeet ovat yksilön sisältä nousevia virikkeitä, jotka pyrkivät toimintaan. Tarkastellessamme motiiveja ja motivaatiota etsimme syitä ihmisen käyttäytymiseen. Kysymme, "miksi" ihminen käyttäytyy tai toimii tietyllä tavalla. Vastaus näyttää riippuvan tieteenalasta, koulukunnasta ja yhteiskunnassa vallitsevista arvoista. Vastaukset kysymykseen "miksi" saattavat vaihdella paljonkin ja olla jopa ristiriidassa keskenään. Motivaatio voi koostua useista yksittäisistä motiiveista. Useiden motiivien yhdistelmät voivat olla saman toiminnan käyttövoimina, esimerkiksi yrittäjyyden kannustimena voi olla yhtä

aikaa suoritusmotiivi, liittymismotiivi ja vallanhalu. (Peltonen 1985, 198; Ruohotie 1998, 36-38). Motiivi voi olla tiedostettu tai tiedostamaton, ulkoinen tai sisäinen, biologinen tai sosiaalinen. Peltosen ja Ruohotien (1987, 102) mukaan useat tutkimukset viittaavat siihen, että ihmisen motiivien pääosa on jäsennettävissä instrumentaalsiin motiiveihin (yrittäminen on keino ansaita elantonsa), ekspressiivisiin motiiveihin (yrittäminen ruokkii tunteita, viihdyttää, antaa arvostusta) ja henkisen kasvun motiiveihin (ammattitaito paranee, yrittäjä tuntee kehittyvänsä ihmisenä).

Ihmisen tarpeet voivat olla motiivien heräämisen taustalla, mutta motiivien lähtökohdat voivat olla muuallakin. Motiivina voi toimia esimerkiksi, sosiaalinen normi, ulkopuolelta tullut yllyke, palkkio tai tilannemuutos. (Peltonen 1985, 105-108). Tarpeet ovat ryhmä motiiveja eli sisäisiä yllykkeitä, jotka ovat aiheuttaneet sisäisen tasapainon häiriintymisen. Tämä epätasapaino pyrkii virittämään toimintaa, jolla tarve tulisi tyydytetyksi ja tasapaino palaisi. (Peltonen 1985, 108). Tarpeet voidaan jakaa kolmeen tasoon; toimeentulotarpeisiin, liittymistarpeisiin ja kasvutarpeisiin. Toimeentulotarpeet käsittävät yksilölle välttämättömät perustarpeet, kuten nälän ja janon tyydyttämisen, itsensäilytystarpeen ja sukupuoliset tarpeet sekä turvallisuuden tarpeen. Liittymistarpeet käsittävät ne tarpeet, jotka liittyvät yksilön ja hänen merkittäviksi kokemiensa henkilöiden välisiin suhteisiin ja näihin sisältyvät liittymismotiivi (toveruus, yhteenkuuluvuus, rakkaus, henkisen tuen saaminen), valtamotiivi (halu auttaa ja hoivata muita ja vaikuttaa muihin) sekä kilpailumotiivi (halu kilpailla vertaistensa tai parempiensa kanssa). Kasvutarpeet ovat yksilöön itseensä liittyviä tarpeita, kuten pätemisen, riippumattomuuden tarve, suoritustarve ja itsensä toteuttamisen tarve. Inhimillisissä tarpeissa esiintyvä vaihtelu ja tarpeiden suhteellinen voimakkuus ohjaavat tärkeällä tavalla yksilön yrittämishalua ja suoriutumista tehtävistä. (Ruohotie 1998, 51).

Havainnot ympäristöstä ja sen syy-seuraussuhteista saavat yksilön muodostamaan asenteita ja uskomuksia. Ne puolestaan määrittävät, minkälainen kuva yrittäjällä on yrittäjyydestä. Myönteiset **uskomukset** näyttävät johtavan myönteiseen asenteeseen ja päinvastoin. Uskomusten lähteinä voivat toimia myös omien havaintojen perusteella muodostuneet käsitykset, omat mielikuvat ja ulkopuoliset ärsykkeet. (Huuskonen 1989, 89). Toisaalta uskomukset ovat yksilön melko subjektiivisia tulkintoja ja käsityksiä ja ovat erilaisia eri yksilöillä.

Asenteet eroavat motivaatiosta siinä, että motivaation on katsottu olevan tilannesidonnainen, kun taas asenteet ovat suhteellisen pysyviä, sisäistettyjä ja hitaasti muuttuvia. Motivaatio on

sen sijaan nähty olevan melko lyhytaikainen ja liittyvän yleensä yhteen tilanteeseen kerrallaan. Asenne näyttäisi vaikuttavan enemmän toiminnan laatuun ja merkitsevän yksilön taipumusta tuntea, ajatella ja toimia tietyllä tavalla. Se olisi siten yksilön tapa käsittää ja arvioida ympäristön asioita. Asenteet siis ilmaisevat joko avoimesti tai peiteltysti yksilön positiivisesti tai negatiivisesti arvostavia reaktioita johonkin objektiin, henkilöön tai tilanteeseen. Asenteiden laatu ja voimakkuus näyttäisivät olevan riippuvaisia asioiden sisäistämisasteesta sekä yksilön kokemuksista ja taipumuksista. Jos yksilö kokee onnistumisen tunteen jollakin alalla, hän todennäköisesti asennoituu siihen entistä myönteisemmin, lisää ponnistelujaan ja kehittää alalla tarvittavia suoritusvalmiuksia. (Ruohotie 1998, 42).

Yksilön **elämäkatsomus** saattaa sisältää aineksia, jotka viittaavat yrittäjyyteen. Elämäkatsomus osaltaan säätelee yksilön arvomaailmaa. **Arvot** kuvastavat toiminnan tavoiteltuja päämääriä. Ne kytkeytyvät elämäkentän konkreettisia kohteita - kuten työtä, yrittäjyyttä, perhettä, koulutusta ja vapaa-aikaa koskeviin suunnitelmiin ja tavoitteisiin. Arvojen ja tavoitteiden välillä on kiinteä vuorovaikutus: tavoitteet kuvastavat arvoja ja kun tavoitteet muuttuvat toiminnasta saadun palautteen tuloksena, muutospaineet kohdistuvat myös arvoihin. Toisaalta sama arvo eri yksilöillä tai samalla yksilöllä voi ilmetä eri lailla ulkoisessa toiminnassa (vrt. McClellandin suoritusarvoteoria). Arvot vaikuttavat osaltaan ihmisen asenteisiin ja asenteet osaltaan motivoitumiseen tietyssä tilanteessa. (Peltonen 1985, 33; Ruohotie 1998, 53). Seuraavissa luvuissa perehdytään tarkastelemaan motivaatioteorioita tarkemmin yrittäjyyden näkökulmasta.

4.2 Motivaatioteoriat ja yrittäjyys

4.2.1 Maslowin tarvehierarkia

Ihmisen voi pakottaa tekemään jotain, mutta häntä ei voi koskaan pakottaa tahtomaan sen tekemistä. Tahto syntyy ihmisen sisällä ja motivaatio on se sisäinen käyttövoima, joka saa yksilön toimimaan. Tunnetuimpia motivaatioon liittyviä teorioita ovat Maslowin tarvehierarkiateoria. Maslow ryhmittää tarpeet hierarkkiseen suhteeseen. Tarpeet ovat fysiologiset, turvallisuuden, sosiaaliset, arvostuksen ja itsensä toteuttamisen tarpeet. Tarveluokka aktivoituu vasta, kun alemman tason tarpeet on tyydytetty. Hierarkian alimmalla tasolla ovat fysiologiset tarpeet ja ylimmällä tasolla itsensä toteuttamisen, tietämisen ja ymmärtämisen tarpeet. (Timpe 1986, 25-34, Peltonen & Ruohotie 1987, 97-103).

Maslowin teoria edustaa humanistista psykologista ajattelua. Se korostaa siis yksilössä luonnostaan olevia kasvun ja kehittymisen tarpeita, halua pyrkiä itsensä toteuttamiseen, halu tietää ja halua saada kokemuksia, mikäli perustarpeet on tyydytetty. Toisaalta jokaisen tarvetason asioiden sisältö muuttuu ajasta ja kulttuurista toiseen. Maslowin teoriaa on kritisoitu siitä, että tarvehierarkia ei välttämättä pidä paikkaansa kaikissa yrittäjyyden olosuhteissa ja tilanteissa. Tietyn tarpeen tyydyttämisestä ei näyttäisi aina luonnostaan seuraavan pyrkimys ylevämpiin päämääriin. Jotkut motiivit näyttävät nostavan päätään oloissa, joissa perustarpeita ei ole tyydytetty. (Kuusinen 1995, 196). Esimerkkinä tästä voisi mainita lukuisien taiteilijoiden elämäntilanteet. Puute ja kurjuus ei näy estävän ihmistä haluamasta tietä, toteuttaa itseään tai tuottaa kauneutta. Tietyissä tilanteissa esimerkiksi politiikassa kansanedustaja voi olla valmis kestämään lehdistön lööppikirjoitukset ja kritiikin omien periaatteidensa eteenpäin viemiseksi. Toisena esimerkkinä voisi ajatella riskiyrittäjää, jota yrityksen konkurssiin meno ei estä uudestaan toteuttamasta itseään perustamalla jälleen uuden riskialttiin yrityksen. Joka tapauksessa Maslowin teorian ansiona voidaan pitää sitä, että hän osoitti ihmisen toimintaa ohjaavan muutkin kuin biologiset tarpeet.

4.2.2 Herzbergin kaksifaktoriteoria

Herzbergin kaksifaktoriteoria käsittelee ns. olosuhde- ja motivaatiotekijöitä. Herzbergin kaksifaktoriteoria kytkee Maslowta selkeämmin toisiinsa tietyt tarpeet ja työn tekemisen määrittelemällä ne tarpeet, jotka voidaan tyydyttää hyvällä työsuorituksella. Herzbergin esittämän kaksifaktoriteorian päähypoteesin mukaan tyytyväisyyttä aiheuttavat tekijät motivoivat tehokkaiseen suoritukseen, kun taas tyytymättömyyttä aiheuttavat tekijät eivät motivoi. Kaksifaktoriteoria määrittelee työlle kaksi perusulottuvuutta jotka ovat työn ulkoiset olosuhteet ja työ itse. Yrittäjä voi olla tyytymätön työn ulkoisiin olosuhteisiin, esimerkiksi hierarkkisiin rakenteisiin, mutta tyytyväinen itse työhön. Toisaalta yksilö voi olla tyytyväinen työpaikkansa olosuhteisiin ja ilmapiiriin, mutta työhalu ja tulokset voivat olla mitättömiä. (Peltonen 1985, 34).

Tyytyväisyyttä aiheuttavia motivaatiotekijöitä voivat olla saavutukset, tunnustus, vastuu, edistyminen ja henkilökohtainen kasvu. Tyytymättömyyttä aiheuttavia tekijöitä työympäristössä voivat olla ohjauksen ja valvonnan puute, status ja turvallisuus. Herzbergin ryhmittelyssä motivaatiotekijät näyttäisivät vetoavan ylimpiin tarpeisiin. Päinvastoin kuin alimmat tar-

peet, jotka toimivat sisäisen tasapainomekanismin mukaan, ylimmät tarpeet, esimerkiksi itsensä toteuttamisen tarpeet, saattavat voimistua miellyttävien kokemusten seurauksena. Niinpä haasteellinen, vaihteleva, mielenkiintoinen ja luova työ motivoi tehokkaasti tekijäänsä. (Kuusinen 1995, 69). Herzberg sovelsi kaksifaktoriteoriaa nimenomaan työyhteisössä työntekijöiden työmotivaation tutkimiseen, joten teoria ei tuntuisi soveltuvan suoraan selittämään yrittäjyyteen motivoitumista.

4.2.3 McGregorin teoria

McGregorin teoria jakaa ihmiset karkeasti kahteen ryhmään. McGregorin X- ja Y-teoria lähtevät ihmiskäsityksistä. Teoria olettaa ihmisten olevan perusluonteeltaan joko patalaiskoja tekemään työtä tai sitten heillä on luonnostaan halu tehdä työtä ja yrittää. Ihmisen saa siis toisen käsityksen mukaan työhön vain pakko tai suuri puute tai hänen käsityksensä työstä ja motiivit työhön kumpuavat omasta halusta puuhata ja yrittää. Motiivit ovat Peltosen ja Ruohotien (1987, 102) mukaan jaettavissa instrumentaalsiin eli välinemotiiveihin, ekspressiivisiin eli tunnemotiiveihin ja henkisen kasvun motiiveihin. Yrittäjillä näyttäisivät korostuvan tunneperäiset motiivit, joita ovat esimerkiksi, riippumattomuus, itsenäisyys, työviihtyvyys, saavuttamisen tunne ja yksilöllisyys. Toiselle sijalle nousevat henkisen kasvun motiivit, joita ovat esimerkiksi toiveet kehittää omia ideoita, tunne siitä, että kehitytään myös ihmisenä, innovatiivisuus ja pyrkimys luovuuteen. Välinemotiivit näyttäisivät toimivan harvemmin päämotiiveina. Sellaisia ovat esimerkiksi raha ja työn tarve. Samansuuntaisia tuloksia erilaisilla yrittäjyysaineistoilla ovat saaneet mm., Marjosola 1979, Cromie 1987, Huuskonen 1989, Niittykangas & Tervo 1996 ja Mallette & McGuinness 1999.

4.2.4 McClellandin suoritusarvoteoria

Ihmisen arvot kytkeytyvät elämän konkreettisia kohteita (työ, koulutus, perhe jne.) koskeviin suunnitelmiin ja tavoitteisiin. Tavoitteet kuvastavat arvoja ja kun tavoitteet muuttuvat toiminnasta saadun palautteen tuloksena, muutospaineet kohdistuvat myös arvoihin. McClellandin suoritusarvoteoria kiinnittää huomiota arvokompleksiin, jolla näyttäisi olevan selvät yhteydet menestykselliseen yrittäjyyteen. McClellandin mukaan korkea suoritustarve näyttäisi olevan yrittäjille tyypillinen luonteenpiirre. Sen ilmenemismuotoja on halu toteuttaa itseään, menestyä ja halu kantaa vastuuta omista tekemisistä. Riskinotto on punnittua. Tuloksista tahdotaan saada välitöntä ja konkreettista palautetta. Raha ei näyttäisi lisäävän heidän työintoaan vaan

tärkeintä on hyvä suoritus. He työskentelevät mieluummin asiantuntijoiden kanssa kuin henkilökohtaisten ystävien kanssa. Luonteenomaista on pyrkimys asettaa toiminnalle kohtuullisen tiukkoja aikatauluja ja rohkeus ryhtyä innovatiiviseen toimintaan. (Peltonen 1985, 34; Peltonen & Ruohotie 1987, 101; Kovalainen 1993, 68-69). McClelland sitoo yhteen omatoimisuuteen kasvattamisen, persoonallisuuden kehittymisen ja siinä ilmenevän voimakkaan suoritusmotiivin (Ruohotie 1998, 53).

4.2.5 Vroomin odotusarvoteoria

Vroomin odotusarvoteoria edustaa paljon yleisluonteisempaa arvoteoriaa kuin McClellandin teoria. Odotusarvoteoria on tilannesidonnainen. Jotta se voisi ennustaa pätevästi toimintaa, mittauksen on ulotuttava kaikkiin niihin arvoihin, jotka ihmisten mielestä ovat mahdollisia tietyssä tilanteessa. Teoria siis rajoittuu tietoisien motivaation alueeseen. (Ruohotie 1998, 54). Vroomin odotusarvoteoria lähtee ihmiskäsityksistä. Ihmiset havaitsevat ja tulkitsevat tilanteita eri tavoin ja heille muodostuu erilaisia odotuksia näiden tulkintojen pohjalta. Vroomin odotusarvoteoria määrittelee kolme motivaation osatekijää, jotka on otettava huomioon teoriaa sovellettaessa. Näitä ovat ponnistuksen ja suorituksen välinen yhteys, suorituksen ja palkinnon välinen yhteys ja palkintojen arvo. (Huuskonen 1989, 69-77; Peltonen & Ruohotie 1987, 97-103). Ihminen motivoituu tehtävän suorittamiseen, jos hän tulkitsee tehtävän sopivaksi (= odotusarvo) - ja uskoo, että tehtävästä suoriutuminen tuottaa hänelle toivotun palkkion tai hyödyn (= välinearvo). Jos hän arvostaa palkkiota, sisältyy siihen myös yllykearvo. Yrittäjän motivaatio olisi Peltosen (1985, 34) mielestä korkea silloin, kun nämä kolme odotusarvoa toteutuvat.

Odotusarvoteorian voidaan sanoa pitävän sisällään sen millaisena ihminen näkee tulevaisuuden yleensä, millaiseksi ihminen arvioi omat mahdollisuutensa tulevaisuudessa ja millaiseksi ihminen arvioi ne henkiset ja aineelliset palkkiot, joita hän onnistuessaan saa. *Peltosen ajatuksia (1985, 35) mukaillen odotusarvoteoriaa voisi soveltaa käytäntöön siten, että jos suomalainen yrittäjä uskoo nykyisen yhteiskuntamuodon jatkumiseen ja yrittäjän mahdollisuuksiin, motivaatio yrittäjäksi ryhtymiselle on olemassa. Jos hän lisäksi arvioi oman alansa, oman yrityksensä ja itsensä menestyvän vastaisuudessa ja yrittäjyyden tyydyttävän hänelle tärkeitä tarpeita ja arvoja, sitä todennäköisemmin yrittäjyyden vahvistuminen jatkuu. Jos hän lisäksi uskoo saavansa kohtuullisen osan työnsä tuloksista itselleen, hänellä on pohjaa kestäväan yrittäjyyteen. Sosialisoinnilla uhkaaminen, byrokratialla kuristaminen ja kohtuuttomalla ve-*

rotuksella rankaiseminen johtavat yrittäjyyden katoamiseen ja yhteiskunnan kurjistumiseen. Tähän odotusarvoteoriat näyttävät viittaavan. Vaikuttaa siltä, että edellinen ajatuskuvio perustuu subjektiiviseen käsitykseen yrittäjän motivaatiosta, sillä yrittäjyysmotivaatio voi olla erilainen eri yksilöillä johtuen heidän erilaisista käsityksistään yrittäjyydestä.

Odotusarvoteoriat ovat paljon käytettyjä organisaatiokäyttäytymisen selittäjiä, koska ne tuntuvat ottavat huomioon ihmisen aikomuksellisuuden eli ns. intentionaalisuuden toisin kuin behavioristiset teoriat eli ns. käyttäytymistä tutkivat teoriat. (Huuskonen 1989, 74). Huuskosen mukaan odotusarvoteoriassa yksilö tietoisesti tai intuitiivisesti arvioi yrittäjyyden kustannus-hyötysuhdetta ja maksimoi odotettua kokonaisuutta. Kyseessä ovat koko ajan tulevaisuuteen kohdistuvat mielikuvat ja odotukset, eivät objektiiviset tiedot. Tilanneteorioina odotusarvoteoria ottaa huomioon, ettei ole universaalialia motivaation selittäjää, vaan motivaatio määrittyy tilanteiden ja tarpeiden mukaan. (Huuskonen 1989, 76). Huuskosen mielestä tutkimukset antavat odotusarvoteorialle melko hyvin empiiristä tukea ja näyttääkin siltä, että se on melko hyvä työkäyttäytymisen selittäjä. Vroomin odotusarvoteoriaa on käytetty yrittäjyyttä tutkittaessa ja se tuntuisi soveltuvan myös naisyrittäjien tutkimiseen, koska teoria lähtee ihmiskäsityksestä ottaen huomioon erilaiset tilanteet ja yksilön omat tarpeen.

5 NAISYRITTÄJIEN MOTIVAATIO

5.1 Näkökulmia eri tutkimusten valossa

Olen käsitellyt motivaatiota eri teorioiden näkökulmista aikaisemmissa luvuissa, koska motivaatioteoriat olivat tutkimuksen eräs lähtökohta. Tässä syvennyn pohtimaan eri tutkimusten valossa, mitä naisyrittäjien motivaatiosta on kerrottu sekä mitkä tekijät näyttäisivät vaikuttavan yrittäjyyspäätökseen että miten naiset kokevat yrittäjyyden. Tutkimukset viittaavat siihen, että naisyrittäjyydessä on kyse taloustieteen sekä sosiologian että psykologian teorioiden näkökulmien yhdistelmästä. Taloudelliset tekijät näyttäisivät olevan vähemmän merkittäviä naisyrittäjien motivaatioissa verrattuna sosiaaliin ja psykologisiin tekijöihin. (mm. Kovalainen 1993; Ducheneaut 1998; Muir 1999).

Tutkijoiden mukaan naiset eivät perusta yrityksiään teollisille ts. miehille toimialoille. (Kovalainen & Simonen 1996, 186; Kovalainen 1993, 139). Naisyrittäjät eivät näytä olevan yritystoiminnassaan myöskään kasvuhalukkaita ja suuria taloudellisia riskejä ottavia. Naiset pe-

rustavat yrityksensä feminiinisille aloille kuten palvelusektori ja sellaisille aloille, joiden on perinteisesti katsottu olevan naisten aloja. Naisyrittäjät usein jättävät entisen ammattinsa työhön turhauduttuaan ja enemmän innostuksesta uuteen yritykseen kuin kokemuksesta, mikä tekee siirtymisen heille vaikeammaksi kuin miesyrittäjille. Toisaalta tutkimustulokset ovat tältä osin ristiriitaisia, sillä naiset näyttävät perustavan yrityksensä sille toimialalle, mistä heillä on kokemusta ja ammattitaitoa. (Cromie 1987; Ducheneaut & Orhan 1998; Muir 1999; Mallette & McGuinness 1999).

Tutkijat ovat löytäneet selityksiä myös naisyritysten menestymiselle tai epäonnistumiselle. Tutkijoiden mukaan naisyrittäjät aloittavat keskimäärin pienemmällä yrityskoolla, yritykset tahtovat myös pysyä pieninä, riskinottohalu on vähäistä, liikeidea on toiminnan alussa epäselvempi kuin miehillä ja heillä on vähemmän johtamiskokemusta kuin miehillä. Naisyrittäjillä on todettu olevan enemmän hallinnollista kokemusta, jonka he ovat hankkineet keskijohdon tehtävissä ja vielä useammin palvelualoilla. Kasvuhaluttomuus ja riskinottohaluttomuus voivat johtua yhtä paljon sekä yrityksen koosta, toimialasta että yrittäjän sukupuolesta. Lisäksi miesyrittäjien väitetään käyttävän useampia rahoituslähteitä, kun naisyrittäjät turvautuvat pääasiassa omiin pääomiinsa ja säästöihinsä tai henkilökohtaisiin lainoihin. Myös mies- ja naisyrittäjien tukiryhmät poikkeavat toisistaan. Miesyrittäjät hakevat tukea ensisijaisesti ulkopuolisilta asiantuntijoilta kun taas naisyrittäjät korostavat puolisonsa, perheen ja ystävien tuen merkitystä. (Cromie 1987; Ducheneaut, Orhan 1998, Muir 1999; Mallette, McGuinness 1999).

Naiset yrittäjinä eivät ole mikään homogeeninen joukko ja tietämys heidän motivaatiosta, heidän kokemastaan todellisuudesta ja käyttäytymisestä pitäisi voida yhdistää. Näin voisimme saavuttaa paremman ymmärryksen naisyrittäjyydestä, heidän motiiveistaan ja siitä todellisuudesta, jotka vaikuttavat yrityksen luomiseen ja yrittäjänä toimimiseen. (mm. Ducheneaut 1997; Muir 1999). Kirjallisuudessa ei ole riittävästi tällaista fokuoitetua tietoa naisista, heidän yrityksistään ja heidän yrittäjyyteen vaikuttavista motivaatiotekijöistä, koska yrittäjyystutkimukset on yleensä tehty miehisestä näkökulmasta ja tutkimusten kohteena ovat usein olleet itse jo yrittäjinä toimivat. Yrittäjysteoriat ovat lisäksi olleet hyvin maskuliinisesti määritellyjä motivaatioiltaan ja yrittäjän luonteenpiirteiltään ts. ominaisuuksiltaan. Tutkimustulokset mies- ja naisyrittäjien piirteiden eroista näyttävät olevan ristiriitaisia. Jotkut tutkimukset osoittavat, että miesten ja naisten luonteenpiirteillä ei ole juurikaan eroja yrittäjyydessä, kun

taas joidenkin tutkimusten mukaan eroja on selvästi tai korkeintaan vähän. (kts. Hajba 1985; Carland & Carland 1994).

Tutkimusten olisi lähdettävä naisten omista kokemuksista ja käsityksistä sekä siitä sosiaalisesta kontekstista missä naiset toimivat, millainen heidän asemansa siinä on. (mm. Ducheneaut 1997; Muir 1999). Ristiriitaiset tutkimustulokset näyttävätkin johtuvan alueellisista sekä kulttuurellisista eroista ja siitä minkä ikäisiä naisyrittäjiä tutkii, miltä toimialalta ja onko tutkimuskohteena ollut pelkkiä naisia vai miehiä että naisia.

Naisyrittäjäystutkimus edellyttää uusien paradigmojen luomista varsinkin niistä lähtökohdista käsin, mitkä tausta- ja tilannetekijät vaikuttavat ennen yrittäjäksi ryhtymistä. Tutkimukset ovat osoittaneet, että aika ja syyt ennen yrittäjäksi ryhtymistä vaikuttavat enemmän kuin on luultu. Tässä tutkimuksessa keskitytään sosiaalipsykologisiin motivaatiotekijöihin työntö- ja vetotekijöiden näkökulmasta, koska empiiriset tulokset viittaavat niiden olevan tärkeitä tekijöitä naisten yrittäjäksi ryhtymiseen ja yrittäjänä toimimiseen. (vrt. Kovalainen 1993; Ducheneaut 1997; Muir 1999; Pihkala, Vesalainen & Viitala 2000).

5.2 Motivaatio työntö- ja vetotekijöiden näkökulmasta

Huuskosen (1992, 73-80) tutkimuksen perusasetelmassa esiintyvät yrittäjyyden edellytykset jaetaan taustatekijöihin, henkilötekijöihin ja tilannetekijöihin. Naisyrittäjien motivaatio yrittäjäksi ryhtymiseen ja yrittäjänä toimimiseen pohditaan suhteessa Huuskosen esittämiin tekijöihin. Näistä tekijöistä tuodaan esiin sellaisia tausta-, henkilö- ja tilannetekijöitä, jotka soveltuvat myös naisyrittäjyyteen. Huuskosen tutkimuksen esittämät tilannetekijät ovat moni-ilmeisiä, mutta ne voidaan jakaa yksilön objektiiviseen ja subjektiiviseen todellisuuteen. Subjektiivinen todellisuus tarkoittaa sitä ympäristökuvaa, joka kaikilla ihmisillä on omasta elintilastaan ja toimintapiiristään. Subjektiivisen tason päätöksiin vaikuttaa vallitseva asenneilmasto ja henkilön oma asenne yrittäjyyttä kohtaan. Jos omaiset ja ystävät suhtautuvat kielteisesti ja epäillen yrittäjyyteen, se vaikuttaa todennäköisesti yrittäjyyttä harkitsevan päätöksentekoon. Objektiivinen todellisuus on se välitön ympäristö, missä yksilö elää ja toimii.

Tilannetekijöissä Huuskonen tarkastelee niitä välittömän ympäristön prosesseja, joiden kautta yrittäjä sopeuttaa käyttäytymistään ympäristöön. Yrittäjä ja sellaiseksi aikova toimii tietyssä taloudellisessa, sosiaalisessa ja kulttuurisessa ympäristössä ja sen puitteissa. Nais-

yrittäjyyteen vaikuttavia tekijöitä voidaan tarkastella työntö (push) ja veto (pull) -tekijöiden näkökulmasta. Toinen tapa käsitellä asiaa on jako objektiiviseen ja subjektiiviseen todellisuuteen. Työntötekijät ja vetotekijät Huuskonen sisällyttää yksilön objektiiviseen todellisuuteen ja sen vaikutukseen yrittäjäksi ryhtymisessä. Huuskonen luokittelee vetotekijät myönteisesti vaikuttaviksi tekijöiksi yrittäjyyteen. Näitä ovat mm. halu itsenäisyyteen, mahdollisuus hallita omaa ajankäyttöä, riippumattomuus ja muut itsensä toteuttamiseen liittyvät seikat. Tyytyväiset itsensä toteuttajat ovat yrittäjiä vetotekijöiden vaikutuksesta. Työntötekijät vaikuttavat kielteisesti yrittäjyyttä kohti vaikuttavina tekijöinä. Näitä ovat mm. työttömyys tai sen uhka, ulkoisten tekijöiden aiheuttama tyytymättömyys nykyiseen työhön, etenemismahdollisuuksien puute, sosiaalinen marginaalisuus ja huono sopeutuminen alaiseksi. Työntötekijöiden kautta yrittäjyyden valinneet ovat olleet tyytymättömiä nykyiseen elämäntilanteeseen ja etsineet parempaa ratkaisua tilanteeseen yrittäjyyden avulla. (Huuskonen 1992, 80).

Yrittäjäksi ryhtymisen yleisillä **taustatekijöillä** Huuskonen (1992, 55) tarkoittaa henkilön sosiaalista taustaa ja aikaisempia elämäkokemuksia. Nämä seikat vaikuttavat henkilön persoonallisuuteen ja tapaan nähdä maailmaa ja toisaalta realistisiin mahdollisuuksiin tehdä erilaisia ratkaisuja. Taustatekijöistä tärkeitä naisyrittäjyyttä ajatellen ovat mm. työkokemus, ammattitaito, sosiaaliset lähtökohdat, aikaisempi yrittäjäkokemus, taloudelliset resurssit, ympäristön roolimallit ja koulutus. Edellä mainitut tekijät voivat toimia joko vetävänä tai työntävänä tekijänä yrittäjyyteen. Muillakin seikoilla on todennäköisesti merkitystä, mutta ne eivät vaikuta olevan koko ilmiötä ajatellen yhtä merkittäviä.

Henkilötekijöillä Huuskonen (1992, 57) tarkoittaa persoonallisuuden eri ilmenemistapoja ts. ulottuvuuksia. Persoonallisuustekijät näyttävät vaikuttavan siihen, miten yksilö käyttäytyy joutuessaan tekemään valinnan palkkatyön ja yrittäjäksi ryhtymisen välillä. Yrittäjäpersoonallisuuden kuvaukset voidaankin karkeasti jakaa yrittäjiä ja yrittäjyyttä ihannoivaan yhteiskuntaan ja toisaalta sopeutumattomaan persoonaan, joka ei sopeudu normaalien työyhteisöjen sääntöihin. Tämän seurauksena nainen todennäköisesti hakeutuisi tilanteeseen, joissa voisi itse määrätä ja tehdä säännöt itselleen. (Huuskonen 1992, 69). Edellä mainittu syy näyttäisi siten toimivan naisilla psykososiaalisesti työntävänä tekijänä yrittäjyyteen.

Persoonallisuuden piirteitä tarkasteltaessa esille näyttää nousevan joukko seikkoja, joiden merkityksestä yrittäjyydelle vaikuttaisi vallitsevan tieteellisessä yhteisössä joltinenkin yksimielisyys. Oman elämän hallinta vaikuttaa yrittäjäksi ryhtyvillä naisilla ja miehillä olevan

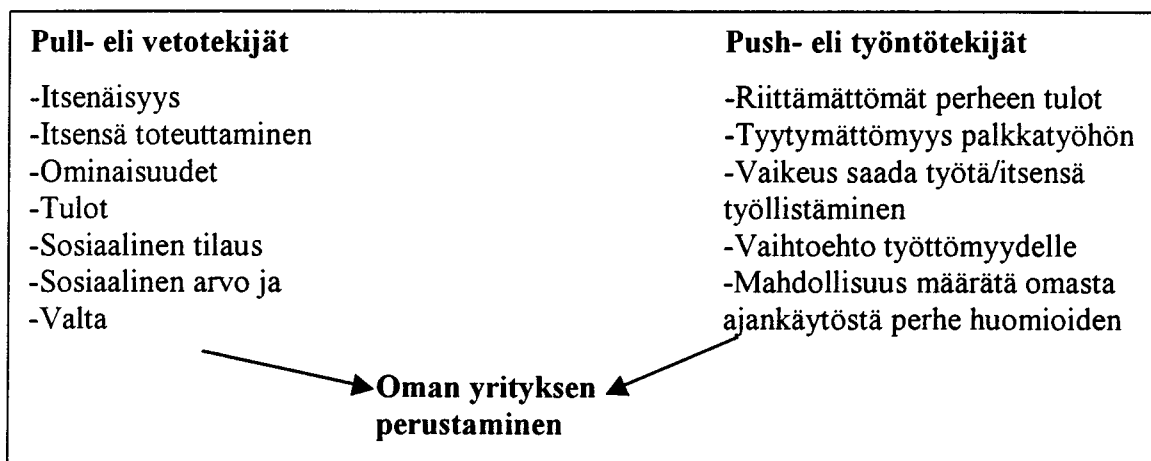
sisäistynyttä. He tuntevat voivansa itse vaikuttaa menestymiseensä muita ihmisryhmiä paremmin. Toisaalta oman elämän hallinta ei vaikuttaisi yksinään tekevän kenestäkään yrittäjää, vaan olevan yksi osatekijä ratkaisussa. (Huuskonen 1992, 69). Riskisuuntautuneisuuden suhteen yrittäjät vaikuttaisivat olevan korkeiden riskien hyväksyjä. Huuskosen (1992, 70) mukaan tämä johtunee siitä, että kirjoittajat ovat sekoittaneet riskihakuisuuden ja riskin kantamisen yrittäjän tehtävänä toisiinsa. Yrittäjien on siis uskottu olevan riskihakuisia, koska heillä on vastuullaan riskejä. Persoonallisuuden piirteitä tutkimalla on yritetty löytää ja selittää syitä yksilöiden toimintaan. Jokainen yksilö on kuitenkin ainutlaatuinen kokonaisuus, persoona, joka ei pelkisty tilastolliseksi keskiarvotulokseksi.

McClelland vuonna 1961 uskoi korkeaan suoritustarpeeseen yrittäjyyden taustalla. Huuskosen mukaan (1992, 70) mies- ja naisyrittäjien on todettu olevan keskimäärin suoritustarpeellista kuin muun väestön. Toisaalta jos tutkimuksiin osallistuneet henkilöt ovat olleet menestyviä, voisi menestyksen ajatella vaikuttavan korkeaan suoritustarpeeseen ja itseluottamuksen kehittymiseen kuin päinvastoin. Vaikuttaisi silloin siltä, että menestys ruokkii menestystä ja menestys lisää itseluottamusta ja taipumusta nähdä asioiden parhaat puolet. Arvomaailman suhteen Huuskonen (1992, 70) uskoo mies- ja naisyrittäjien olevan kulttuurinsa ja ympäristönsä tuote. Yrittäjämysteinen ympäristö näyttäisi vaikuttavan siten yksilön arvoihin ja asenteisiin ja sitä kautta edelleen myöhempien ratkaisujen tekemiseen. Edellä mainittu näyttäisi siten naisyrittäjillä toimivan sosiaalisesti vetävänä tekijänä yrittäjyyteen.

Peltosen ja Ruohosen (1987, 106) mallissa yrittäjäksi ryhtymiseen ja yrittäjänä toimimiseen vaikuttavat tekijät on jaettu motivaatiotekijöihin, ympäristötekijöihin, tilannetekijöihin ja persoonallisuustekijöihin. Motivaatiotekijät käsittävät ihmisen arvomaailman, asenteet, motiivit ja odotukset. Ympäristötekijät käsittävät yleiset säädökset, julkisen vallan toimenpiteet, saatavilla olevat resurssit ja paikkakunnan olosuhteet. Tilannetekijät käsittävät suhdanteet, työllisyystilanteen, yleisen ilmapiirin ja lähiympäristön suhtautumisen. Persoonallisuustekijät käsittävät koulutuksen, ammattitaidon, luovuuden ja rohkeuden. Edellä mainitut tekijät ovat kietoutuneet toisiinsa monin tavoin. Motivaatiotekijät ovat osa persoonallisuutta ja tilannetekijät ovat osa ympäristöä. Ympäristö ja persoonallisuus ovat myös vuorovaikutuksessa keskenään. Eri tekijöiden vaikutus yksilöön myös luonnollisesti vaihtelee. Malli ottaa huomioon toisaalta yksilön psykologiset veto- ja työntötekijät yrittäjyyteen, kuten motivaation ja persoonallisuuden. Taloudellisia ja sosiaalisia veto- ja työntötekijöitä edustavat taas ympäristö-

ja tilannetekijät. Malli soveltuukin siten tietyiltä osin selittämään myös naisten yrittäjäksi ryhtymistä ja yrittäjänä toimimista.

Ducheneaut (1997, 45) tarkastelee naisyrittäjien motivaatiota yrittäjyyteen työntävien ja vetävien motiivitekijöiden avulla (kuva 4). Naisilla syyt yrittäjäksi ryhtymiseen ja yrittäjänä toimimiseen ovat moninaisia ja heidän motivaationsa tehdä niin vastaavasti eroavat toisistaan. Yrittäjäksi ryhtyminen on päätöksen tulos, mutta valinnan vapaus tehdä itse tämä päätös merkitsee jokaiselle naiselle enemmän tai vähemmän. Sitä millainen arvomaailma, asenne, motiivit ja odotukset yksilöllä on itsellään ja ympäristöstään voidaan luonnehtia myös joko yrittäjyyteen vetäviin- tai työntäviin tekijöihin. Ero näiden kahden tekijän välillä voidaan Ducheneautin mukaan kuvata siten, että naiset jotka ovat yrittäjiä työntötekijöiden vaikutuksesta, ovat sitä enemmän ns. negatiivisten suhdanteiden ja itsensä työllistämisen kuin oman itsenäisen vapaaehtoisen päätöksen takia. Vetotekijät ovat ns. positiivisia tekijöitä kuvaten yrityksen luomista omista tarpeista ja toiveista käsin. Toisaalta kun mikään ei ole pelkästään kokonaan mustavalkoista, täytyy muistaa se, että naisten yrittäjyyspäätökseen sekä yrittäjänä toimimiseen vaikuttavat tekijät kietoutuvat toisiinsa monin sitein. Riippuu siitä kontekstista missä nainen on, kumpi tekijöistä vaikuttaa yrittäjyyspäätökseen enemmän. Onko tilanne sellainen, ettei muita vaihtoehtoja ole vai syntyykö päätös omista toiveista käsin.



KUVA 4. Naisyrittäjien motiivit veto- ja työntötekijöiden avulla kuvattuna. (Ducheneaut 1997, 45)

Naisilla työntötekijät näyttävät olevan useammin syynä yrittäjyyteen kuin miehillä. (Cromie 1987; Ducheneaut 1997, 45; Muir 1999). Se millaiseksi yksilö kokee ja tuntee tilanteet näyttävät vaikuttavan myös Ducheneautin (1997, 45) mukaan selvästi yrittäjyysasenteeseen. Ve-

totekijöiden suurempi merkitys yrittäjyydessä edesauttaisi kasvua, kun taas työntekijöiden vaikutuksesta tutkijat olettavat yrittäjyysaktiviteetin jäävän itsensä työllistämisen tasolle ja yrityskoon pieneksi. Eri typologiat, selitysmallit kuitenkin osoittavat, että on erilaisia naisyrittäjiä riippuen yrittäjyysasenteesta ja erityisestä sekoituksesta motivaatiota. Yrittäjäksi ryhtyessään nainen näyttää noudattavan omia toiminta- ja roolimallejaan. (Hajba 1985, 20; Hajba 1986, 3).

Hajba (1986, 1) jakaa naisyrittäjien roolimallit neljään toisistaan poikkeavaan malliin. Ne ovat nainen luopujana, nainen traditionaalisenä yrittäjänä, nainen sopeutujana ja nainen uutena yrittäjänä. Hajban mielestä nämä roolimallit näyttäisivät kuvaavan naisyrittäjien piirteitä. Roolimallien tärkein sanoma vaikuttaa olevan se, että niissä voidaan havaita psykologisia esteitä sekä sosiaalisia esteitä että taloudellisia esteitä yrittäjyydelle. Tärkeimmistä psykologisista esteistä Hajba mainitsee naisen roolistereotypiat. Tämä käsittäisi sellaisia feminiinisiä luonteenpiirteitä, jotka eivät ole ominaisia maskuliinis-tyyppiselle yrittäjälle. Stereotyyppisessä naiskuvassa nainen on kuvattu ailahtelevaiseksi, epäluotettavaksi ja intuitionsa varassa toimivaksi.

Tutkijoiden mukaan (mm. Hajba 1986; Ducheneaut 1997; Still & Timms 1998; Muir 1999) sosiaalisia estäviä tekijöitä ovat luonnollisesti naisen rooliin liittyvä tehtävien paljous ja perhesidonaisuus. Taloudellisista esteistä tärkeimmät vaikuttaisivat olevan hyvien liikeideoiden ja rahoitusmahdollisuuksien puute. Rahoitusmahdollisuuksien ja hyvien liikeideoiden puute yhdistetään usein naisyrittäjän uskottavuuteen yritystoiminnassa, koska he toimivat suurimmaksi osaksi naiskulttuuriin ja naisrooliin liittyvillä marginaalisilla toimialoilla. Normaali palkkatyö lienee naisille sosiaalisesti hyväksyttävämpää kuin itsenäinen yrittäjyys. Marginaaliset toimialat käsittävät yrityksiä, joita on paljon ja joilla ei juurikaan ole kasvamisen edellytyksiä.

Varsin yleismaailmallinen naisihanne näyttäisi olevan rakastava, perhettään palveleva ja ravitseva, mutta muuten toiminnallisesti passiivinen, uhrautuva ja mukautuva nainen. Tällaiset naisihanteen peruspiirteet ovat siirtyneet eri kulttuurin aloille ja niin ne voidaan löytää kielestä mm. vaikkapa naismainen, naisellinen, akkamainen merkityksistä, uskonnosta, sovinnaisista tavoista ja monista muista. Kaikki nämä vaikuttavat naisten identiteettiin ja kulttuurissa vallitsevaan naiskuvaan uusintaen sitä. (Korte 1988, 107). Voidaankin sanoa, että yhteiskunnan kokonaisilme, sen valtarakenteet ja kulttuuriperinteet ovat määränneet ja määräävät edel-

leen mies- ja naiskuvan. (Hajba 1986, 1; Cromie 1987; Korte 1988, 107; Ducheneaut 1997, 45).

Useiden tutkimusten (kts. Baude 1996, 203; Due Billing 1996, 157; Ducheneaut 1997, 49; Mallette & McGuinness 1999) mukaan tyytymättömyys palkkatyöhön ja joustavampi perheen ja työn yhdistäminen ovat tärkeimpiä yrittäjyyteen työntäviä syitä. Yhteiskunnassa vallitsevat sukupuoliroolit olettavat naisen ottavan vastuun perheestä ja lapsista ts. äidillisen roolin kun miehen rooli on perinteisesti tuoda "leipä kotiin". Tasapainoilu työn ja perheen kesken luo tyytymättömyyttä jopa siinä määrin, että naiset ovat valmiita uhraamaan oman työuransa perheen hyvinvoinnin takia tai sitten he tekevät töitä ainoastaan osa-päiväisesti. (mm. Cromie 1987, 259; Kovalainen 1993, 125; Due Billing 1996, 161; Loscocco 1997, 204). Tästä voisi vetää sellaisen johtopäätöksen, että erot motivaatiotekijöissä miesten ja naisten kesken näyttäisivät olevan seurausta pikemminkin sosiaalisista syistä kuin luontaisista ominaisuuksista.

Yrittäjiin on taas liitetty sellaisia ominaisuuksia kuin suoriutumisen tarve, kilpailuhenkisyys, itseluottamus, johtamiskyky ja riskinottohalu jotka ovat kaikki maskuliinisena pidettyjä piirteitä. Vaikuttaakin siltä, että eivät vain psykologiset ominaisuudet ja henkilökohtaiset toiveet, vaan yhteiskunnalliset, taloudelliset, kulttuuriset ja sosiaaliset seikat määräävät suurestikin sukupuolten välistä työnjakoa. Silloinkin kun työtä tekevät molemmat sukupuolen edustajat, naisille ja miehille näytetään antavan perinteisesti eri työtehtäviä viittaamalla heidän erilaisiin psykologisiin taipumuksiinsa. Ominaisuudet joita on tutkittu työelämässä ja joiden on katsottu riippuvan sukupuolesta, ovatkin lähemmin tarkasteltuina osoittautuneet riippuvaisemmiksi sosiaalista tekijöistä, kuten asemasta ja sijoittumisesta valtahierarkiaan. (Eliasson & Carlsson 1993, 135). Tästä voisi vetää sen johtopäätöksen, että miesten valta-asema johtuisi naisia paremmasta johtamistaidosta sen sijaan että sen olisi katsottu johtuvan yhteiskunnassa vallitsevista sosiaalisista tekijöistä karkottaa naiset ennen kuin he etenevät liikaa urallaan.

Yrittäjyys on potentiaalinen mahdollisuus naiselle silloin, kun hän kokee uransa työpaikalla pysähtyneen ja on tyytymätön työhönsä. Yrittäjäksi ryhtymällä on naisen katsottu voivan rikkoa isojen organisaatioiden ns. "lasikatton", sillä naisten ei ole helppo edetä urallaan palkkatyössä etenkin johtotehtäviin. Voidaan siten olettaa, että on selvä yhteys naisen työtytymättömyydellä ja heidän työuran pysähtyneisyydellä naisen päätökseen aloittaa yritystoiminta. (Kovalainen & Simonen 1996, 190; Hokkanen 1998). Edellinen motiivi toimisi silloin

yrittäjyyteen työntävänä tekijänä. Itsenäisyys ja itsensä toteuttaminen näyttävät olevan tärkeimpiä yrittäjyyteen vetäviä syitä. (Cromie 1987, 251; Ducheneaut 1997,46).

Toisaalta täytyy muistaa se, että naisen päätökseen työllistää itse itsensä vaikuttavat moninaiset taloudelliset ja psykososiaaliset seikat, jolloin yrittäjyyteen vaikuttavat syyt voivat löytyä sekä veto- että työntötekijöistä. Tietyt työntötekijät kuten joustavampi perheen ja työn yhdistäminen tai tulot voivat olla sekä yrittäjyyteen vetävänä- että työntävänä tekijänä riippuen naisen yksilöllisistä tekijöistä ja siitä sosiokulttuurisesta kontekstista missä nainen toimii. **Seuraavissa luvuissa perehdytään yrittäjyyteen vetäviin ja työntäviin tekijöihin tarkemmin.**

5.3 Yrittäjyyteen vetävät tekijät

5.3.1 Itsenäisyys

Itsenäisyys kuvaa naisen halua olla oma johtajansa, vapautta suunnitella oma ajankäyttönsä, tuntea vastuuta itse itsestään, ottaa oma elämä hallintaansa (locus of control). Tutkimukset näyttävät osoittavan naisyrittäjän yhdeksi päämotiiviksi itsenäisyyden. (Cromie 1986, 255; Ducheneaut 1997, 46; Mallette & Mc Guinness 1999). Tutkijat tuntuvat olevan yhtä mieltä siitä, että eroja tälle motiiville ei ole havaittu mies- ja naisyrittäjissä eikä myöskään eri kulttuureissa. Oman elämän hallinta heijastaa yksilön omia uskomuksia siitä, että hän voi itse päättää omasta elämästään ja kontrolloida omia tekemisiään. Oman elämän hallinnan voi jakaa ulkoiseen ts. ulkoapäin ohjattuun ihmiseen ja sisäiseen hallintaan ts. itseohjautuvaan ihmiseen. Ihmiset jotka tuntevat hallitsevansa itseään sisäisesti uskovat, että elämä pysyy hallinnassa omien toimintojen, kykyjen ja taitojen avulla. Ihmiset jotka tuntevat, että heitä hallitsee joku muu kuin itse, voimakkaampi henkilö tai ulkoinen voima, uskovat kohtaloon, onneen tai sattumaan. (Niittykangas & Tervo 1996, 133; Ducheneaut 1997, 46).

Itsenäisyys liittyy myös arvoihin. Yksilön arvomaailma vaikuttaa asenteisiin ja maailmankuvaan ja sitä kautta edelleen käyttäytymiseen. Itsenäisyyden tavoittelu on useiden empiiristen yrittäjämotivaatiotutkimusten valossa tärkein syy perustaa oma yritys. Tämä viittaa riippumattomuutta korostavien arvojen merkitykseen yrittäjyyden yhteydessä. (Ducheneaut 1997, 46; Muir 1999).

5.3.2 Itsensä toteuttaminen

Itsensä toteuttaminen on johtopäätöstä siitä, että ryhtymällä yrittäjäksi nainen voisi muuttaa esimerkiksi pitkään jatkuneen epämurkean tilanteen itselleen paremmaksi (Huuskonen 1992, 105). Tarve saavuttaa jotain on todettu olevan tärkeä tekijä menestyneiden nais- ja miesyrittäjien keskuudessa. McClellandin (1961) suoritusmotivaatioteoria on eräs eniten tutkituista motivaatioteorioista suoritusstarpeen ilmenemisessä persoonallisuudessa. McClelland oletti, että tarve saavuttaa jotain on psykologinen tekijä. Hänen mukaansa korkea suoritusstarve olisi yrittäjille tyypillinen luonteenpiirre. He haluavat menestyä ja ottaa henkilökohtaista vastuuta. Läheisesti korkeaan suoritusmotivaatioon näyttää liittyvän itseluottamus ja toiveikkaus. Ulkoapäin ohjautuva nainen ei näyttäisi uskovan kykyihinsä kontrolloida ympäristöään omalla toiminnallaan ja olisi sen vuoksi haluton ottamaan yrittäjyyden riskiä ja vastuuta. Itseohjautuva nainen vaikuttaisi suoriutuvan paremmin työtehtävistään, sietävän paremmin stressiä ja olevan tyytyväisempi työhönsä. (Hajba 1985, 8; Cromie 1986, 259; Ducheneaut 1997, 46).

5.3.3 Yrittäjän ominaisuudet

Yrittäjyysteorioissa mainitaan usein yrittäjäominaisuuksiin kuuluvan johtajuuden, positiivisen itseluottamuksen ja riskinottokyvyn. Tutkijat näyttävät olevan yhtä mieltä siitä, että nämä ovat tärkeitä ominaisuuksia sekä nais- että miesyrittäjälle. Yksilön johtajaominaisuus käsittäisi siten henkilön kyvyn innostaa ja vakuuttaa toisia ihmisiä. Positiivisen itseluottamuksen omaava yrittäjä tuntuisi näkevän eri tilanteet mahdollisuuksina ja valintoina. Vaikuttaa siltä, että yrittäjät luottavat omiin kykyihinsä ja suoriutuvat parhaiten tilanteissa, joissa heillä on henkilökohtainen vastuu lopputuloksista. Menestyäkseen he näyttävät tarvitsevan optimismiä ja itseluottamustaan. Riskinottokykyä on pidetty yrittäjyyteen olennaisesti kuuluvana persoonallisuuden piirteenä. Riskihakuisuuteen uskotaan, koska yritystoimintaan liittyy aina jonkinlainen riski. Nais- ja miesyrittäjät näyttävät ottavan riskejä, mutta harkitusti. (Ducheneaut 1997, 47; Huuskonen 1992, 60; Carland & Carland 1994, 69).

Toisaalta tutkijat kirjoittavat taloudellisen riskin kantamisesta yritystoiminnassa, mutta riskejä voi olla myös henkinen ja sosiaalinen riski. Vaikuttaa siltä, että yrittäjäksi ryhtyvä nainen riskeeraa taloudellisen hyvinvointinsa, uransa, perhesuhteet ja henkisen hyvinvointinsa. Jos naisyrittäjä epäonnistuu yritystoiminnassaan, hänen saattaa olla vaikeampi saada töitä (urarisiki), hän saattaa menettää yritystoimintaan sijoitetut rahat (taloudellinen riski). Aviomies ja

lapset saattavat kärsiä psykologisesta etäisyydestä, josta taas aiheutuu naisyrittäjälle stressiä (perheriski) sekä epäonnistuessaan yritystoiminnassa hän saattaa tuntea sen henkilökohtaisena epäonnistumisena ihmisenä (henkinen riski). (Ducheneaut 1997, 47; Huuskonen 1992, 37).

5.3.4 Tulot

Tulojen kasvattamiseen naisella voi olla kaksi syytä. Nainen ryhtyy yrittäjäksi lisätäkseen ja turvatakseen perheen tuloja miehensä palkan lisäksi. Tämä motivaatio voi kuulua myös työntekijöihin, jos naiselle yrittäjyys on ainut vaihtoehto perheen talouden turvaamiseksi. Toinen syy vaikuttaisi olevan taloudellisen riippumattomuuden tavoittelu. Tänä päivänä nuorempi naissukupolvi haluaa osoittaa itsenäisyyttään ja riippumattomuuttaan hoitamalla rahasiansa itse. (Ducheneaut 1997,47; Mallette & Mc Guinness 1999).

5.3.5 Sosiaalinen tilaus

Sosiaalinen tilaus naisyrittäjyydelle vaikuttaisi olevan osittain yhteiskunnan ja naisten itse luoman ”nainen yrittäjänä” imagon edistämistä miehistä valtaa vasten. Sukupuolella näyttää olevan edelleenkin väliä yritystoiminnassa. Naiset näyttävät kärsivän aliarvostuksesta ja epä-tasa-arvoisuudesta selvästi eniten miesvaltaisilla aloilla tai aloilla joissa toimii molempia sukupuoliä. Toisaalta ihmisiä kannustetaan työllistämään itsensä. Yritystoiminta ja itsensä työllistäminen on nähty lähes ainoana vaihtoehtoina kasvavan työttömyyden ja varsinkin vaikeasti ratkaistavissa olevan pitkäaikaistyöttömyyden vastauksiksi, koska pitkäaikaistyöttömyys ei aina kysy koulutusta. (Kovalainen 1992, 65-77; Kovalainen 1995, 75; Ducheneaut 1997, 48).

5.3.6 Sosiaalinen arvo ja valta

Naisyrittäjälle valta ei juurikaan näyttäisi merkitsevän niin paljon kuin ympäröivän yhteiskunnan osoittama tasa-arvo ja sosiaalinen arvostus naisten tekemälle työlle sekä kodissa että työelämässä. Tämä naisten aliarvostus näkyy naisten matalapalkkaisuutena ja naisjohtajien vähäisenä määränä yritysten johtoportaisissa. Naisten työ kotona ja työelämässä ei ole saanut samaa arvostusta, statusta kuin miesten työt. Sosiaalisella arvolla ja vallalla on eroja eri kulttuureissa sekä myös alueellisesti. (Kovalainen 1993, 75; Ducheneaut 1997,48).

Useiden empiiristen tutkimusten mukaan kolme tärkeysjärjestyksessä olevaa vetotekijää jotka vetävät naisia yrittäjiksi ovat itsenäisyys, itsensä toteuttaminen ja tulot. Näiden motivaatiotekijöiden järjestys ja merkitys luonnollisesti vaihtelee henkilöstä riippuen.

5.4 Yrittäjyyteen työntävät tekijät

5.4.1 Riittämättömät perheen tulot

Työntötekijänä yrittäjyyteen voi olla perheen heikko taloudellinen tilanne esimerkiksi puolison työttömyyden takia tai perheetön nainen tarvitsee lisätuloja elämiseen. Tämä motivaatiotekijä voi olla myös yrittäjyyteen vetävänä tekijänä, jos nainen haluaa saada ylimääräistä lisätuloa perheelle tai itselleen. (Ducheneaut 1997, 48).

5.4.2 Tyytymättömyys palkkatyöhön

Tyytymättömyys palkkatyöhön on empiirisissä tutkimuksissa usein mainittu yhdeksi tärkeimmistä motivaatiotekijöistä naisten yrittäjyydelle. Vaikeus löytää mieleistensä ja sopivaa työtä on ensimmäistä työpaikkaansa hakeville nuoremmille naisille yksi syy yrittäjäksi ryhtymiseen. Pidempään työelämässä olleille naisille ns. lasikattoilmiö on usein mainittu syy yrittäjäksi ryhtymiselle. Tyytymättömyys juontaa juurensa yrittäjyyttä ratkaisuna pitävän naisen senhetkiseen työhön tai elämäntilanteeseen. Jos nainen menettää merkityksen tunteen työssään, hän kokee ajatus- ja tunne-elämänsä irralliseksi ympäristöstään. (Due Billing 1996, 157; Loscocco 1997, 203).

Arvot ja merkitys liittyvät myös yhteen. Jos nainen tuntee voivansa työssään toimia tavalla, joka vastaa omaa käsitystä ja ihannetta hyvästä työstä ja joka johtaa esimerkiksi naisen ylemmisiin työpaikalle, hän voi kokea työnsä merkitykselliseksi. Lasikattoilmiö-tunne vaikuttaisi naisella johtuvan toisaalta merkityksettömyyden tunteesta työpaikalla että kyvyttömyyden tunteesta rikkoa hierarkkinen, useimmiten maskuliininen johtamisjärjestelmä, joka estää naista nousemasta sosiaalisen sukupuolensa perusteella johtajistoon. Yrityksen lasiseinät estävät siten sosiaaliseen tasa-arvoon ja sisäiseen yrittäjyyteen pohjautuvan kulttuurin kehittämistä. (Kovalainen 1992, 74; Marjosola 1997, 15).

5.4.3 Vaikeus saada työtä/itsensä työllistäminen

Naiset näyttävät usein joutuvan turvautumaan yrittäjyyteen erilaisten kielteisten tilannetekijöiden seurauksena. Näitä ovat juuri työtyytymättömyys, turhautuminen, työttömyys ja uran pysähtyminen. Itsensä työllistäminen on nähty tarjoavan paremman uramahdollisuuden ja paremman tulotason kuin palkkatyö toisen palveluksessa. Kotiäidin roolin jättäminen monen vuoden jälkeen voi tuottaa monelle naiselle vaikeuksia työllistyä. Hoidettuaan lapsia ja kotia ammattitaito on saattanut ruostua. Toisaalta kokopäiväisen työn tekeminen voi osoittautua hankalaksi, jos lapset ovat vielä pieniä. Yrittäjyys voidaan tällöin nähdä ns. harrastusluontoiseksi osa-aikaiseksi toiminnaksi, jonka avulla nainen voi yhdistää kodin ja työn. On tärkeää nähdä taloudellisten ja sosiaalisten muutosten merkitys naisten yrittäjyyteen liittyvinä taustatekijöinä. Yksilöllisten motivaatiotekijöiden kietoutuminen (mm. turhautuminen, lasikatto yms.) yhdessä mm. työttömyyden kanssa antavat viitteitä siitä, että naisten yrittäjyyteen vaikuttavat monentasoiset ja moneen suuntaan vaikuttavat tekijät. (Kovalainen 1992, 78; Ducheneaut 1997, 50).

5.4.4 Vaihtoehto työttömyydelle

Vaikean taloudellisen tilanteen vuoksi useat naiset voivat olla pakotettuja itsensä työllistämiseen oman yritystoiminnan kautta. Tällöin omaehtoinen yrittäjyys on ainut tapa ansaita toimeentulo ja elanto itselleen sekä myös useimmiten perheelle. Työttömyys kietoutuu yhteen itsensä työllistämisen vaihtoehtona siten, että epävakaa yhteiskunnallinen talous sekä vetää että työntää naisia yrittäjyyteen.

5.4.5 Mahdollisuus määrätä omasta ajankäytöstä perhe huomioiden

Tämä on empiiristen tutkimusten mukaan naisille yksi tärkeimmistä syistä yrittäjyyteen työntävistä motivaatiotekijöistä. Erityisesti naisyrittäjien kohdalla perhe ja työ omassa yrityksessä limittyvät selvästi kiinteämmin toisiinsa kuin ansiotyössä olevilla naisilla. Kodin ja työn joustava yhdistäminen on useimmiten itsenäisyyden rinnalla tärkeimpiä naisten mainitsemia motiiveja yrittäjyydelle. (Kovalainen 1992, 76; Ducheneaut 1997, 48).

Toisaalta tällaisena supernaisena toimiminen kuluttaa naisen voimavaroja ja kysyy kestämistä. Naisyrittäjillä tämä näyttäisi ilmenevän oman ajan puutteena, joka tarkoittaa useimmi-

ten ajan riittämättömyyttä perheelle ja ennen kaikkea itselle. Tämä on luultavasti yksi syy siihen, miksi naisia on paljon osa-aika yrittäjinä. Osa-aika yrittäjinä toimivilla naisilla näyttäisi olevan enemmän vapaa-aikaa itselleen ja perheelleen. He ovat yrittäjinä kasvuhaluttomia ja riskejä kaihtavia. Vaikka oma yritys onkin heille tärkeä, sen vuoksi ei kuitenkaan välttämättä haluta uhrata perhettä. Pitkiä työpäiviä tekevä naisyrittäjä joutuu tekemään enemmän sovittelutyötä saadakseen omat ja perheen edut paremmin järjestykseen. Tämä koskee yleensä hyvin arkipäiväisiä asioita, kuten lastenhoitoa, siivousta ja ruuanlaittoa. Näyttääkin siltä, että naisten kohdalla puolison tuki ja joustava suhtautuminen, naisten sosiaaliset verkostot sisältäen ystävät, sukulaiset ja muut naisyrittäjät ovat tärkeitä sekä naisten ryhtyessä yrittäjäksi että yrittäjänä toimiessa. (Kovalainen 1992, 74 ja Kovalainen 1993, 73-77).

Yrittäjyyteen työntävät tekijät näyttäisivät olevan tärkeämpiä naisille kuin miehille. Varsinkin tyytymättömyys palkkatyöhön ja joustavampi mahdollisuus yhdistää perhe ja työ vaikuttaisivat olevan selvästi tärkeämpiä naisille. Cromie (1987, 255), Kovalainen (1993, 76), Due Billing (1996, 167) ja Loscocco (1997, 204) ovat saaneet tutkimusaineistoillaan samansuuntaisia tuloksia, jotka korostavat sosiokulttuurisen kontekstin merkitystä ja vaikutusta naisten motiiveissa ja asenteissa yrittäjäksi ryhtymisessä ja yrittäjänä toimimisessa.

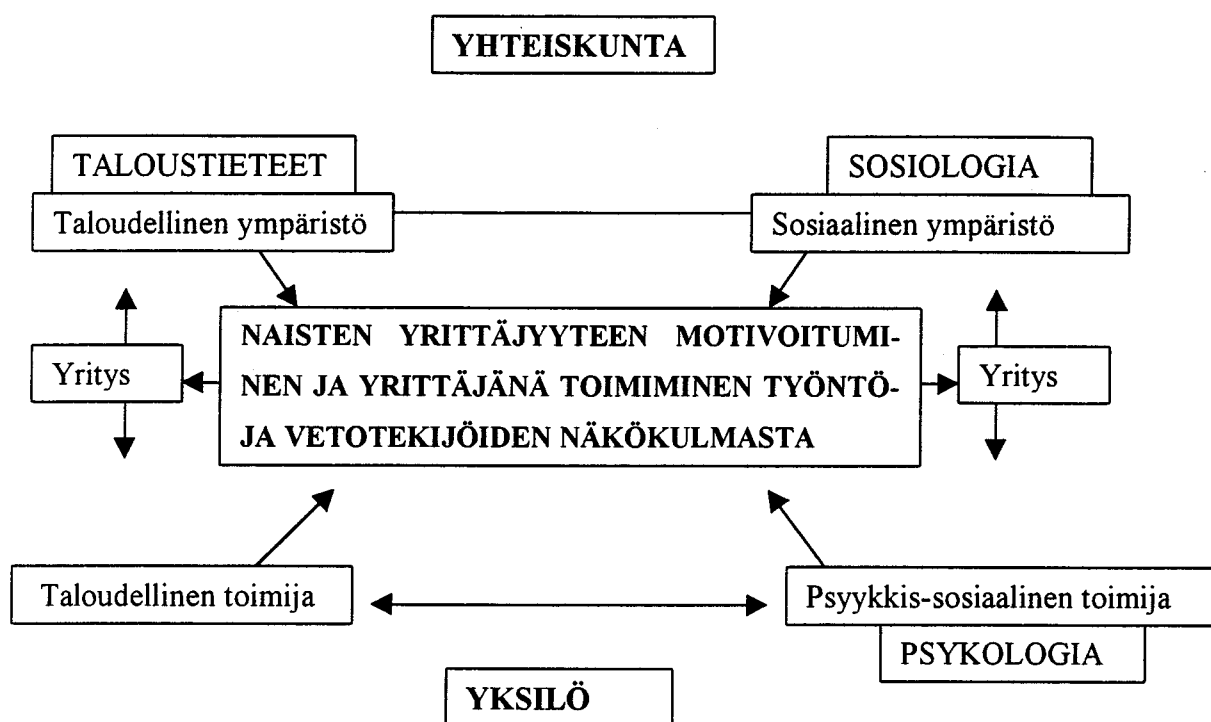
Yhteiskunta näyttää vaativan naisia ottamaan äidillisen roolin, joka vaikuttaisi johtavan naisten tyytymättömyyteen ja turhautumiseen työssä, kun taas miehet näyttäisivät olevan "leiväntuojia" perheeseen. Tämä näyttäisi johtavan siihen, että miesten ja naisten erot yrittäjyyssmotivaatiossa johtuisivat sosiaalisista tekijöistä, ei niinkään miesten ja naisten luontaisista ominaisuuksista. (Ducheneaut 1997, 50).

Tutkimusten mukaan kolme tärkeysjärjestyksessä olevaa työntötekijää, jotka työntävät naisia yrittäjiksi ovat tyytymättömyys työhön, työttömyys ja joustavuus ajankäytössä. Näidenkin tekijöiden järjestys luonnollisesti vaihtelee henkilöstä riippuen.

5.5 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

Edellisissä luvuissa olen koonnut yhteen tutkimusasetelmassa (luku 1.2.1, kuva 1) esitetyn mallin avulla naisten yrittäjyyteen vaikuttavia taloudellisia, sosiaalisia ja psykologisia tekijöitä. Yhdistämällä yrittäjyyden teorit, Peltosen ja Ruohotien (1987), Huuskosen (1992) ja Ducheneautin (1997) näkemykset yrittäjyysmotivaatiosta saadaan tämä tutkimuksen viitekehys (kuva 5).

Viitekehysten ohjaamana lähdetään tutkimusongelmia ratkaisemaan tutkimuksessa liitteenä (liite 1) olevan kyselylomakkeen avulla. Teoreettinen viitekehys ohjaa tässä tutkimuksessa esiteltävän naisyrittäjyystutkimuksen tulosten tulkintaa.



KUVA 5. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

6 MALLIN OPERATIONALISOINTI JA TUTKIMUSMENETELMÄT

6.1 Mallin operationalisointi

Tutkimuksessa käsiteltävät muuttujat voidaan jakaa seitsemään luokkaan. Ensimmäisen luokan muodostavat taustamuuttujat. Kysymyksillä selvitetään naisyrittäjien taustatekijöitä, (mm. yrittäjän ikä, koulutus, siviilisääty, työkokemus yms). Toisen luokan muuttujat muodostuvat teoreettisen viitekehyksen mukaisista naisten taloudellista yritystoimintaa selittävistä muuttujista, (mm. yrityksen toimiala, yritysmuoto, yrityksen ikä, liikevaihto yms.). Seuraavat muuttujaluokat koostuvat teoreettisen viitekehyksen mukaisista kolmesta yrittäjyyssmotivaatioon ja yrittäjänä toimimiseen vaikuttavista motiiveista: Yrittäjyyteen työntävistä ja vetävistä taloudellisista, sosiaalisista ja psykologisista motiiveista. Seitsemännen luokan muodostavat naisyrittäjien käsitykset yritys ympäristöstä. Lisäksi tiedustellaan naisyrittäjien suhtautumista omaan yrittäjyyteen.

Naisyrittäjän yritys

Vastaajan yritystoimintaan liittyviä muuttujia selvitetään kysymällä yritystoiminnan luonnetta mittaavia tekijöitä. Mittareina käytetään eri yrittäjyystutkimuksista (mm. Carland & Carland 1996, 4; Koironen, Hyrsky & Tuunanen 1997, 21) koottuja tekijöitä. Muuttujat on valittu siksi, koska niiden avulla voidaan arvioida naisyrittäjien yritystoiminnan luonnetta ja näin lisätä ymmärrystä naisyrittäjän yritystoiminnasta. Yritystoimintaa kuvaaviksi tekijöiksi ts. mittareiksi on otettu yrittäjän toimiala, palkattujen työntekijöiden lukumäärä, yrittäjätatus, yritysmuoto, yrityksen ikä, liiketoiminnan aloittaminen ja liikevaihdon kehitys. Lisäksi vastaajan käsitystä yritystoiminnastaan selvitetään kysymällä yrittäjän omaa arviota yritystoiminnan menestymisestä ja laajentamisen todennäköisyydestä seuraavan kahden vuoden aikana. Näin halutaan tuoda lisäselvitystä naisyrittäjän yritystoiminnasta. Vastausvaihtoehdot näihin muodostuvat viisiportaisesta Likertin asteikosta.

Oma arvio yrityksen menestyksestä

1. Selvästi paremmin
2. Paremmin
3. Keskimääräisen hyvin
4. Heikommin
5. Selvästi heikommin

Oma arvio yritystoiminnan laajentamisesta seuraavan kahden vuoden aikana

1. Erittäin todennäköistä
2. Melko todennäköistä
3. En osaa sanoa
4. Ei kovin todennäköistä
5. Ei todennäköistä

Naisyrittäjien motiivit yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa

Mitattaessa naisyrittäjien motiiveja yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa käytettiin muuttujien löytämiseksi apuna aikaisempia yrittäjyystutkimuksia yrittäjien motivaatiosta. Naisyrittäjien yrittäjyysmotivaatiota ovat tutkineet mm. Ducheneaut 1997, Mallette & McGuinness 1999 ja Mankelow, Merrilees & Gardoll 1999. Näistä tutkimuksista on poimittu niitä muuttujia, jotka sopivat tämän tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen. Yrittäjyyteen suhtautumista kysytään avoimella kysymyksellä, koska näin halutaan saada lisätietoa yrittäjyyteen vaikuttavista motiiveista. Vaihtoehtokysymykset on muotoiltu niin, että vastaajan käsitys vaihtoehdoista nimenomaan hänen omalla kohdallaan korostuu. Muuttujina toimivat samat vastausvaihtoehdot sekä yritystoimintaa aloitettaessa että yrittäjänä toimiessa. Näin halutaan saada vertailupohja sille, mikä motivoi naisia ryhtymään yrittäjiksi ja ovatko samat motiivit muuttuneet yritystoiminnan aikana. Vastausvaihtoehdot muodostuvat Likert-tyyppisestä viisiportaisesta asteikosta (erittäin tärkeä, melko tärkeä, vaikea sanoa, ei kovin tärkeä ja ei tärkeä). Käytetyt motiivit ovat:

Yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä nykyään toimiessa

- Tarve parantaa oman elämän laatua
- Halu tehdä jotain omaa (itsensä toteuttaminen)
- Itsensä työllistäminen (vaihtoehto työttömyydelle)
- Usko omaan kykyihin (vahva työkokemus)
- Yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi
- Työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus
- Taloudellinen riippumattomuus itselleni ja perheelle
- Perheen kannustus ja tuki
- Ystävien kannustus ja tuki
- Hyvä ja kannattava liikeidea

- Hyvä koulutus
- Mahdollisuus työllistää muita
- Saada asema ja vaikutusvaltaa yhteiskunnassa
- Valta
- Ajan jakaminen järkevästi perheen ja työn kesken
- Perhetradition ylläpitäminen
- Muu, mikä

Naisyrittäjien suhtautuminen yritys ympäristöön

Tutkittaessa suhtautumista yritys ympäristöön mittaamisessa käytetään eri yrittäjyystutkimuksista koottuja väittämiä (mm. Taskinen 1990, 90) ja tutkimuksen tekijän yhteistyökumppaneitten haluamia mielipiteitä naisyrittäjien näkemyksistä. Eri väittämiä on muokattu tähän tutkimukseen sopivaksi ja keksitty uusia samaa asiaa koskevia väittämiä, koska ollaan haluttu tarkistaa vastaajien johdonmukaisuutta ja siten aineiston laatua. Asenteiden ja suhtautumisen mittaaminen suoritetaan tavallisesti Likertin asteikolla eli esittämällä väittämiä, joihin saa vastata numerolla yhdestä viiteen. (Tamminen 1993, 123). Väittämillä selvitetään vastaajan omia mielipiteitä ja käsityksiä suhtautumisen kohteista kuvailemalla niitä. Lisäksi avoimen kysymyksen avulla halutaan lisätietoa naisyrittäjiä koskevista asioista, jotka mahdollisesti vaikuttavat yritys ympäristöön suhtautumiseen. Sosiaalinen ympäristö vaikuttaa naisyrittäjyyteen sitä kautta, minkälaisia olosuhteita ja edellytyksiä se luo ja toisaalta sitä kautta, miten naisyrittäjät itse näkevät ympäristön suhtautuvan heihin yrittäjinä. Tätä näkökulmaa selvitetiin kysymällä naisyrittäjien omia mielipiteitä yritys ympäristöstä. Vastausvaihtoehdot näihin väittämiin muodostuvat Likert-tyyppisestä viisiportaisesta asteikosta (täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, vaikea sanoa, jokseenkin eri mieltä ja täysin eri mieltä). Käytetyt väittämät ovat:

Ympäristön asenteet naisyrittäjyyteen

1. Naisyrittäjien kesken vallitsee hyvä yhteishenki
2. Naisyrittäjät eivät puhalla samaan hiileen
3. Viranomaiset kohtelevat naisyrittäjiä huonommin kuin miesyrittäjiä
4. Sukupuoli vaikuttaa naisyrittäjän uskottavuuteen
5. Alueen elinkeinopolitiikka ei huomioi naisyrittäjyyttä tarpeeksi
6. Alueen yleinen yrittäjyysilmasto on myönteinen

7. Olemassa olevat tukimuodot naisyrityksille ovat riittämättömät
8. Liiketoimintaan liittyvää neuvontaa ja ohjausta naisyrityksille pitäisi lisätä
9. Miesyritykset kohtelevat naisyrityksiä tasapuolisesti
10. Uusien naisyrityksien yritysten syntymiseen ei alueen elinkeinopolitiikalla ole juuri merkitystä
11. Eri viranomaiset tekevät parhaansa naisyrityksien toimintaedellytysten parantamiseksi
12. Miespuoliset yritykset saavat rahoitustukea toiminnalleen paremmin ja helpommin kuin naisyritykset
13. Alueella ei panosteta naisyrityksien koulutukseen riittävästi

6.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta. Kyselytutkimus eli survey on ehkä laajimmin levinnyt muoto hankkia sellainen tutkimusaineisto, joka kuvaa laajojen joukkojen käsityksiä, mielipiteitä, asenteita jne. Survey valittiin, koska se on tyypillinen muuttujien välisiä suhteita tarkasteleva menetelmä. (Anttila 1999, 1). Survey-tyyppisellä tutkimusmenetelmällä kerätyn aineiston avulla pyritään kuvailemaan, vertailemaan ja selittämään ilmiötä. Englanninkielinen termi *survey* tarkoittaa sellaisia kyselyä, haastattelun ja havainnoinnin muotoja, joissa aineistoa kerätään standardoidusti ja joissa kohdehenkilöt muodostavat otoksen tietyistä perusjoukosta. Standardoitavuus tarkoittaa sitä, että jos haluaa esimerkiksi saada selville, mikä koulutus vastaajilla on, asiaa on kysyttävä kaikilta vastaajilta täsmälleen samalla lailla. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 1998, 189; Anttila 1999, 1).

Naisyrityksien **yritystoimintaa ja yrityskohtaisia tekijöitä** tutkittiin ristiintaulukoinnin avulla. Ristiintaulukoinnin yhteydessä suoritettiin eri muuttujien kesken χ^2 testi, jotta nähtäisiin onko muuttujilla tilastollista riippuvuussuhdetta. Ristiintaulukointia käytettiin siksi, että naisten yritystoimintaan oletetaan vaikuttavan useamman tekijän. Ristiintaulukoimalla voitiin päätellä se, vaikuttaako joku systemaattinen tekijä, esimerkiksi koulutus tai työkokemus naisten yritystoimintaan (Anttila 1999, 2). Näin naisyrityksen yrityksestä saatava kokonaiskuva muodostuu monipuolisemmaksi. Yrityksen menestymistä ja kasvuhalukkuutta selvitettiin ristiintaulukoimalla taustamuuttujia ja yrityskohtaisia tekijöitä. Menestymistä ja kasvuhalukkuutta kysyttiin, koska niiden katsotaan vaikuttavan kokonaiskuvaan siitä, millainen naisyrit-

täjän yritys on. Aineiston kuvailussa käytettiin taulukointeja ja erilaisia jakaumia apuna luotaessa kuvaa siitä millainen on naisyrittäjän yritys.

Tilastollisena tutkimusmenetelmänä **tutkittaessa naisyrittäjien motiiveja** käytettiin korrelatiivista menetelmää ja kokeellisena menetelmänä ristiintaulukointia. Keskeisimmät käytettävät tilastolliset analyysimenetelmät olivat korrelaatioanalyysi ja ristiintaulukoinnin yhteydessä suoritettu χ^2 riippumattomuustesti. Analyysien yhteydessä testattiin samalla eri muuttujien välinen tilastollinen merkitsevyys. Korrelatiivista menetelmää käytettiin siksi, koska motiiveja mittaavat muuttujat ovat moniselitteisiä luonteeltaan. Menetelmä antaa mahdollisuuden tutkia useampaa muuttujaa ja niiden välisiä yhteyksiä samanaikaisesti. Ne antavat tietoa yhteyksien voimakkuuden asteesta eli vastaavat myös kysymykseen "missä määrin motiivien välillä on yhteyttä". (Anttila 1999, 1-2). Tässä tutkimuksessa muuttujien välisellä korrelaatiolla haluttiin tutkia sitä, korreloivatko motiivit toisiinsa ja ovatko motiivit pysyneet samana yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa.

Tutkittaessa naisyrittäjien taustatekijöiden merkitystä motiiveihin käytettiin koettelevan tutkimuksen menetelmänä ristiintaulukointia (Tamminen 1993, 131). Ristiintaulukoinnilla haluttiin tutkia, vaikuttavatko jotkut taustatekijät, kuten koulutus tai työkokemus naisyrittäjän motiiveihin. Motiivien tärkeyttä mitattiin keskiarvojen perusteella, että nähtäisiin mitkä motiivit ovat olleet tärkeitä naisyrittäjille. Motiivien keskiarvojen eroja yritystoiminnan alussa ja yrittäjän toimiessa testattiin t-testin avulla. Näin haluttiin tarkistaa, olivatko motiivit muuttuneet keskiarvojen perusteella yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa. T-testiä käytettiin, koska testi mittaa juuri sitä, ovatko motiivien keskiarvot pysyneet samana yritystoiminnan alussa ja nykyään yrittäjänä toimiessa.

Motiivitekijöiden vastauksia analysoitaessa tulosten tulkinnan helpottamiseksi asteikko luokiteltiin neliportaiseksi ja arvo 3 "vaikea sanoa" poistettiin. Uudet luokat muodostuivat arvoista 1= ei tärkeä, 2= ei kovin tärkeä, 3= melko tärkeä ja 4= erittäin tärkeä. Osalle naisyrittäjistä jotkut motivaatiotekijät toiminnan alussa ja nykyään tuntuivat olevan vaikeita vastattaviksi jolloin he valitsivat vaihtoehdon "vaikea sanoa". Tämä johtui osittain siitä, että osa naisyrittäjien yrityksistä oli toimintaiältään nuoria ja motivaatio tuntui olevan heille liian uusi asia vastattavaksi. Muiksi syiksi naisyrittäjät ilmoittivat perheettömyyden jolloin suhtautuminen tiettyihin motivaatiotekijöihin tuntui vaikealta vastata. Vastausvaihtoehdolla haluttiin antaa vastaajalle kuitenkin mahdollisuus ilmaista mielipiteensä neutraalisti. Avoimen kysymyksen

laadullisella analyysillä selvitettiin suhtautumista yrittäjyyteen ja näin pyrittiin lisäämään tietoa yrittämiseen vaikuttavista motiiveista. Avoimella kysymyksellä haluttiin antaa vastaajille mahdollisuus kirjoittaa omia käsityksiä yrittäjyydestä ja analysoida naisyrittäjien tuen ja avun tarpeita heidän omista tuntemuksista ja tarpeista käsin. Avoimen kysymyksen avulla haluttiin lisäksi saada syvällisempää tietoa niistä naisyrittäjien tärkeinä pitämistä asioista, joita kyse-lylomakkeen strukturoidut kysymykset eivät mahdollisesti sisältäneet. Avoin kysymys analysoitiin laadullisesti.

Suhtautumista yritys ympäristöön tarkasteltiin ristiintaulukoimalla eri muuttujia keskenään. Väittämien riippuvuutta toisistaan tutkittiin χ^2 riippumattomuustestin yhteydessä ristiintaulukoinnin avulla, muodostamalla muuttujapareista ns. 2 x 2 kontingenssitaulukko. χ^2 -arvon avulla saatiin selville riippuvatko eri väittämät toisistaan vai eivät ja miten merkitsevää riippuvuus on. Samalla laskettiin eri muuttujien välinen merkitsevyystaso. Ristiintaulukoinnin avulla haluttiin vertailla vastaajien mielipiteitä useamman tekijän avulla ja saada varmempia tuloksia. Lisäksi avoimen kysymyksen tarkoitus oli syventää tietoa naisyrittäjien suhtautumisesta yritys ympäristöön. Avoimen kysymyksen vastaukset analysoitiin laadullisesti. Koska vastaajia ei haluttu pakottaa muodostamaan mielipidettä väittämien puolesta tai vastaan, annettiin vastausvaihtoehdoksi myös "vaikea sanoa". Näin haluttiin välttää mielipiteisiin väärin vastaaminen, jos väittämään oli jostain syytä vaikea ottaa kantaa. Analysoitaessa tuloksia myös näiden vastausten luokkia yhdisteltiin tulosten tulkinnan ja havainnollistamisen helpottamiseksi. Luokat yhdisteltiin siten, että arvo 3 poistettiin (3= vaikea sanoa), arvot 5 ja 4 (5= täysin samaa mieltä, 4= jokseenkin samaa mieltä) ja arvot 2 ja 1 (2= jokseenkin eri mieltä, 1= täysin eri mieltä) saivat arvot 5= samaa mieltä ja 1= eri mieltä. Aineiston koko pieneni luokittelun takia vain 1,5 %, joten sillä ei voi katsoa olevan merkitystä tulosten luotettavuuden kannalta (Tamminen 1993, 129).

Yleistä korrelaatiosta, ristiintaulukoinnista ja tilastollisista testeistä

Korrelaatiolla mitataan kahden muuttujan samanaikaista esiintymistä. Sen tunnuslukuna käytetään korrelaatiokerrointa r , jonka avulla voidaan tutkia muuttujien välistä riippuvuuden pysyvyyttä, suuntaa ja voimakkuutta. Korrelaatiokertoimen merkitsevyys riippuu paitsi kertoimen itseisarvosta myös havaintoparien lukumäärästä. (Karjalainen & Ruuskanen 1994, 79).

Yleisemmin käytetään Pearsonin korrelaatiokerrointa, joka mittaa muuttujien lineaarista yhteyttä. Karkeana sääntönä osoittamaan korrelaatiokertoimen lineaarista riippuvuutta voidaan pitää seuraavaa:

$r > 0,7$	riippuvuus on voimakas
$0,3 \leq r \leq 0,7$	riippuvuus on kohtalainen
$r < 0,3$	riippuvuus on heikko

Mitä suurempi korrelaatio on kahden muuttujan välillä, sitä varmempia arvioita voidaan tehdä muuttujien samanaikaisesta esiintymisestä. Kysymys on siis muuttujien pareittaisista yhteyksistä. Tässä tutkimuksessa käytetään Pearsonin korrelaatiokerrointa ja muuttujaparien väliset korrelaatiokertoimet puolestaan esitetään korrelaatiomatriisina. (Holopainen & Pulkkinen 1997, 159). Korrelaatiomatriisia pidetään lähtökohtana naisyrityksistä tehtävälle jatkoanalyysille. Tutkittaessa tilastoyksiköistä samanaikaisesti kahden eri muuttujan arvoja suoritetaan ristiintaulukoinnin yhteydessä χ^2 testi ja lasketaan erojen tilastollinen merkitsevyys. Ristiintaulukointia tarvitaan silloin, kun halutaan tehdä johtopäätöksiä ja tutkia useamman kuin yhden muuttujan välistä riippuvuutta eli sitä, onko toisen muuttujan arvoilla vaikutusta toisen muuttujan arvoihin. T-testiä käytetään silloin, kun halutaan mitata kaksi keski-arvoa, jotka riippuvat toisistaan. Tilastotieteissä puhutaan ns. kahden riippuvan otoksen t-testistä eli ”parittaisesta” t-testistä. **Tässä tutkimuksessa χ^2 -testin, t-testin ja korrelaatioiden merkitsevyys on ilmoitettu merkitsemällä tulosten perään arvot, jossa kirjain n merkitsee havaintojen lukumäärää, df merkitsee vapausasteita ja kuvaa ”vapaiden muuttujien” lukumäärää ja p-arvo ilmoittaa tilastollisen merkitsevyyden. p-arvo on todennäköisyys, että testimuuttujan todellinen arvo on suurempi tai itseisarvoltaan suurempi kuin näytteestä saatu arvo (Karjalainen & Ruuskanen 1994, 148).**

Tilastollisten testien merkitsevyys perustuu erehtymisriskin laskemiseen. Tilastotieteissä on ennalta asetetut seuraavat merkitsevyydet: 5 % (0.05), jolloin tilastollisen merkitsevyyden sanotaan olevan melkein merkitsevä. Vastaavasti 1 %:n (0.01) riskitaso on merkitsevä ja 0,1 %:n (0.001) - riskitaso tarkoittaa erittäin merkitsevää. (kts. mm. Karjalainen & Ruuskanen 1994; Anttila 1999; Suojanen 1999). **Tämän tutkimuksen liitteenä (kts. liite 3) olevassa korrelaatiomatriisissa merkitsevyystasot ilmaistaan tähdellä (*) seuraavasti: 5 % merkitään * tähdellä, 1 % merkitään ** tähdellä ja 0,1 % merkitään *** tähdellä.**

7 TUTKIMUSAINEISTO JA TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS

7.1 Aineiston hankinta

Empiirisen osan tutkimusaineisto kerättiin loppuvuodesta 1999 postitse lähetetyllä kyselylomakkeella Etelä-Savon maakunnan naisyrittäjiltä. Tutkimusaineiston kohdejoukko koostui Finnvera Oyj:n naisyrittäjälainan saaneista naisyrittäjistä, joita oli 148, Työvoima- ja elinkeinokeskuksen yritysosaston osoitteista 47 sekä Suomen Yrittäjät, Etelä-Savon alueen jäsenrekisteristä 282. Kyselylomakkeita lähetettäessä osoite- ja yhteystiedot tarkistettiin ja sama naisyrittäjän ollessa useammassa rekisterissä päällekkäisyydet yhteystiedoissa karsittiin pois. Kyselylomakkeita lähetettiin 459:lle naisyrittäjälle, joista 217 naisyrittäjää vastasi kyselyyn. Tutkittavan joukon vastausprosentiksi tuli siten 47 %, mitä voidaan pitää hyvänä vastausprosenttina. Palautuneista vastauksista kelvottomia oli 4 puutteellisten tietojen vuoksi, joten ne jouduttiin hylkäämään. Aineiston lopulliseksi kooksi tuli siten 213 naisyrittäjän yritystä.

Aineiston keräämistä vaikeutti se, että perusjoukon kattavaa ajan tasalla olevaa tilastollista rekisteriä ei naisyrittäjistä Etelä-Savossa ole. Koska toimivien naisyrittäjien kokonaismäärää eli perusjoukkoa maakunnassa ei tiedetty, havaintoyksiköt (naisyritykset) kerättiin edellä mainituista lähteistä. Etelä-Savon yrittäjät ry:n jäsenet koostuvat Etelä-Savon maakunnan 22 eri kunnan alueelta. Finnvera Oyj:n naisyrittäjälainaa saaneet koostuvat myös maakunnan eri kunnista. Työvoima- ja elinkeinokeskus koordinoi koko maakunnan työvoimaresursseja ja elinkeinoelämää. Näiden rekisterien tutkija katsoi edustavan tuoreinta ja monipuolisinta tietoa maakunnassa toiminnassa olevista naisyrittäjien yrityksistä.

Postikyselyn käyttö aineiston hankintatapana perustuu tutkijan olettamukseen kohdejoukon heterogeenisyydestä. Mitä heterogeenisempi perusjoukko on, sitä suurempi on näytteen oltava luotettavien tulosten saamiseksi ja tulosten yleistettävyyden kannalta. Tavoite oli, että kohdejoukosta saataisiin samat tutkimustulokset kuin tutkimalla koko perusjoukko. Verrattaessa kohdejoukon määrää tilastokeskuksen viimeisimpiin (1998) tietoihin, naisyrittäjiä oli 31.12.1995 Etelä-Savossa 2013 kappaletta. Tähän perusjoukkoon suhteutettuna tämän tutkimuksen kohdejoukko, 459 naisyrittäjää edustaisi siten noin 23 % maakunnan naisyrittäjistä. Alla olevasta taulukosta (taulukko 4) ilmenee lähetetyt kyselylomakkeet ja niihin vastanneet naisyrittäjät toimialoittain. Aineiston voidaan katsoa edustavan melko hyvin maakunnan naisyrittäjiä.

TAULUKKO 4. Lähetetyt kyselylomakkeet ja vastanneet naisyrittäjien yritykset toimialoitain

TOIMIALA	LÄHETETYT KPL	VASTANNEET KPL
Kauppa	165	55
Palvelut	203	132
Teollisuus	46	12
Matkailu	24	Sisältyy palveluihin
Liikenne	8	0
Rakentaminen	5	4
Muut toimialat	8	0
Ei vastausta toimialasta		10
YHTEENSÄ	459	213

7.2 Tutkimuksen luotettavuus

7.2.1 Tutkimuksen validiteetti

Validiteetilla eli "pätevyydellä" tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä sillä on tarkoitus mitata. Kun teoreettinen ja operationaalinen määritelmä ovat yhtäpitävät, on validiteetti täydellinen. Validiteetin arviointi kohdistuu tutkimusmenetelmään ja siinä käytettyihin mittareihin. Tutkimuksessa käytettävä survey tutkimusmenetelmänä mahdollistaa muuttujien välisen suhteiden tarkastelun. Tässä tutkimuksessa mittarien validiteetti muodostuu niistä tutkimukseen valituista muuttujista, joiden oletetaan vaikuttavan tuloksiin. (Anttila 1999, 4). Muuttujat on valittu tutkimalla naisyrittäjyyttä käsittelevää kirjallisuutta ja aikaisempia yrittäjyystutkimusten tuloksia. Näistä on valittu tähän tutkimukseen keskeiset ja mitattavissa olevat vaikuttavat tekijät. Toisaalta teoreettisten käsitteiden mittaamisen validiteetti on viime kädessä arviointikysymys, jossa tutkijayhteisössä vallitseva mielipide on ratkaiseva. Tässä tutkimuksessa naisyrittäjien motiiveja ja suhtautumista mittaavat muuttujat ovat teoreettisten käsitteiden ilmaisuja eli indikaattoreita, joten niiden validiteetti on suurelta osalta sopimusluontoista. (Erätuuli, Leino & Yliluoma 1994, 100; Anttila 1999, 4). Myös avointen kysymysten avulla haluttiin lisätä kysymysten tutkimuksen validiteettiä. Tätä on käytetty esimerkiksi kysyttäessä mielipiteitä yrittäjyydestä ja siihen, millaista tukea tai apua haluaisit naisyrittäjille.

7.2.2 Tutkimuksen reliabiliteetti

Reliabiliteetti tarkoittaa sitä, kuinka luotettavasti mittari mittaa kyseessä olevaa suuretta. Käytetyt mittarit on koottu aikaisemmista suhtautumista ja motivaatiota mittaavista yrittäjyystutkimuksista ja sovellettu tähän tutkimukseen sopiviksi. Analyysivaiheessa vastauksia on yhdistelty tarkoitustaan vastaaviksi muuttujiksi luotettavuuden parantamiseksi (kts. luku 6.2) Aineiston reliabiliteettia pyrittiin satunnaisvirheiden osalta lisäämään strukturoitua kyselylomaketta käyttämällä. Tutkimuksen luotettavuusongelmat liittyvät lisäksi kyselyssä esitettyjen asioiden että kysymysten selkeyteen. Systemaattiset virhelähteet sisältyvät niihin lomakkeisiin, joiden täyttäjät ei joko ymmärtänyt kysymystä tai ei halunnut siihen vastata. Suurin riski tässä suhteessa liittyi taloudellisiin arvoihin, esimerkiksi liikevaihdon määrään ja naisyrittäjien mielipiteisiin yritys ympäristöstä. Suhtautumista mittaavien muuttujien luotettavuutta pyrittiin parantamaan kongruenssilla eli yhdenmukaisuudella. Kongruenssin avulla tarkistettiin, miten eri indikaattorit mittasivat samaa asiaa. Tämä tarkoittaa sitä, että suhtautumista koskevilla väittämissä kysyttiin samaa asiaa eri näkökulmista. (Tamminen 1993, 52; Anttila 1999, 4). Useampaa indikaattoria käyttämällä on pyritty saamaan vastaajien mielipiteisiin johdonmukaisuutta ja parannettu siten aineiston luotettavuutta.

Ulkoinen luotettavuus kertoo mittauskohteen edustavuudesta joka sisältää otosjoukon valinnan, otantatekniikan ja kadon. Edustavuutta voidaan arvioida otoskoolla perusjoukkoon nähden. (Tamminen 1993, 52, 90; Erätuuli, Leino & Yliluoma 1994, 98-100; Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 1997, 248-250). Tässä tutkimuksessa tutkimusryhmän muodostivat Finnvera Oyj:n rekisterissä, Etelä-Savon yrittäjien alurekisterissä sekä Työvoima- ja elinkeinokeskuksen rekisterissä olleet naisyrittäjät maakunnan eri kuntien alueelta. Tutkimustulosten perusteella ei voida kuitenkaan arvioida koko maan naisyrittäjiä, mutta tulokset voidaan yleistää koskemaan tutkitun kohdealueen naisyrittäjiä.

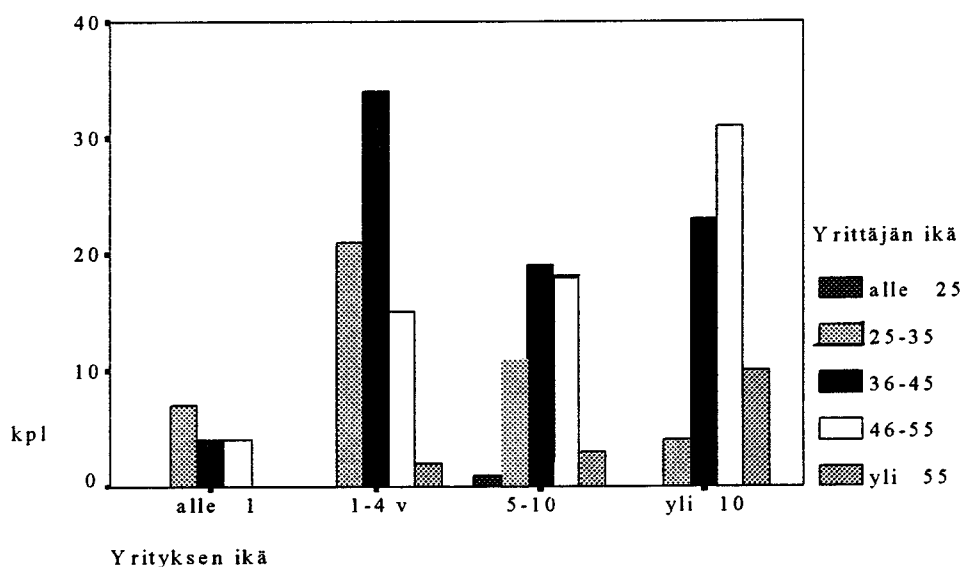
Ulkoiseen luotettavuuteen vaikuttava vastausprosentti oli 47 %, joten vastausaktiivisuutta voidaan pitää hyvänä. Kyselylomakkeet lähetettiin jo yrittäjinä toimiville naisille ja mukana oli naisyrittäjiä useammalta toimialalta (kts. edellisen kappaleen taulukko 4). Kysymyslomake esitettiin kahdella naisyrittäjällä ja ongelmaksi osoittautui jo ennakkoon yrityksen liikevaihtoon vastaaminen. Liikevaihdon kyseleminen ja työllistettyjen määrä tuntui olevan pienyrityksille "arka asia" vastattavaksi. Toisaalta niiden naisyrittäjien yritykset joiden yrityksen ikä on nuori oli vaikeampi vastata liikevaihtoa ja työntekijöitä koskeviin kohtiin. Yhteistyö-

kumppanit halusivat kuitenkin kysymysten olevan mukana suuntaa antavana tietona. Taustamuuttujien reliabiliteetti on yleensä oletettu lähes täydelliseksi (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 1997, 248-250). Tämä oletus tehdään myös tämän tutkimuksen taustamuuttujien suhteen.

8 ETELÄ-SAVON NAISYRITTÄJÄT

8.1 Naisyrittäjien taustat

Tutkimuksessa mukana olleiden naisyrittäjien (n= 213) keski-ikä oli 42 vuotta, vaihteluvälin ollessa alle 25 vuodesta 55 ikävuoteen. Niiden naisyrittäjien suhteellinen osuus, joiden ikä oli välillä alle 25-35 vuotta oli aineistossa 24 %. Ikävuosista 35-45 vuoteen olevin naisyrittäjien suhteellinen osuus oli 33 %. Niiden naisyrittäjien suhteellinen osuus prosentteina, joiden ikä oli 45-55 vuoden välillä oli aineistossa 36 %. Vastaavasti yli 55 -vuotiaita naisyrittäjiä oli aineistossa seitsemän prosenttia. Verrattaessa yrittäjän ikää yrityksen ikään (kuva 6) iältään 36-45 -vuotiaiden yritykset ovat iältään 1-4 vuotta, kun yli 55 -vuotiaiden yritykset ovat iältään yli 10 vuotta. Hajontaa yrityksen iän ja yrittäjän iän välillä luonnollisesti iästä riippuen on, mutta enemmistö naisista on ryhtynyt yrittäjiksi 30-45 -ikävuoden välillä. Tämä vastaa aikaisempia tutkimustuloksia naisten yrittämisen aloittamisiästä. Enemmistö naisyrittäjistä 77 % on naimisissa olevia ja kahden lapsen äitejä (35 %). Mielenkiintoista on se, että 30 %:la naisyrittäjistä on kolme lasta tai enemmän, mikä on suhteellisesti enemmän kuin keskivertoperheen koko Suomessa. Naisyrittäjistä 20 %:la oli ainoastaan yksi lapsi ja 14 %:la ei ollut lapsia lainkaan.

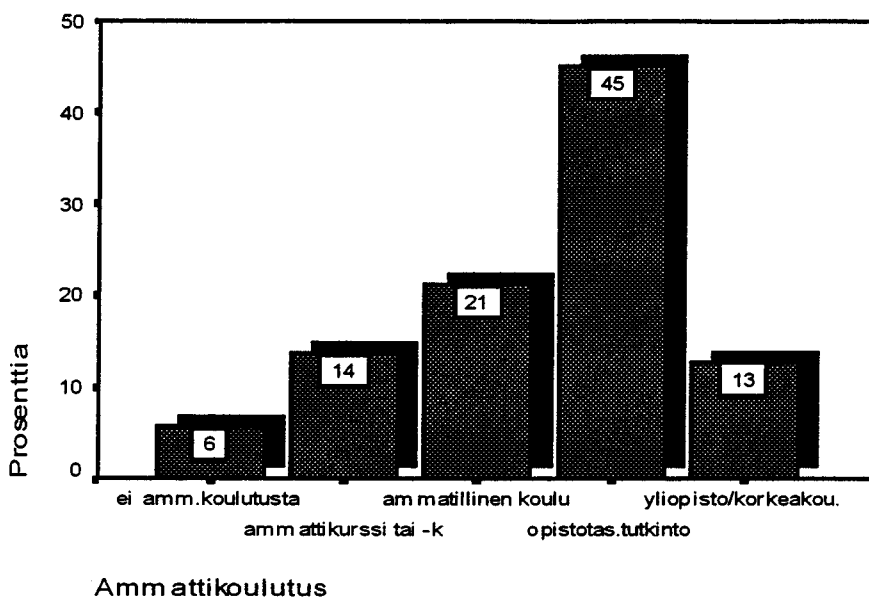


KUVA 6. Yrityksen ikä verrattuna yrittäjän ikään

Ennen yritystoiminnan aloittamista suurimmalla osalla naisyrittäjistä (63 %) on ollut työkokemusta valitsemaltaan toimialalta yli 10 vuotta. Naisyrittäjistä 21 %:la oli työkokemusta toimialaltaan 5-10 vuotta ja 14 %:la oli alle 5 vuotta. Tämä viittaa siihen, että naiset ovat ryhtyneet yrittäjiksi ja toimivat yrittäjinä uskomalla vahvan työkokemuksen tuomaan ammattitaitoon.

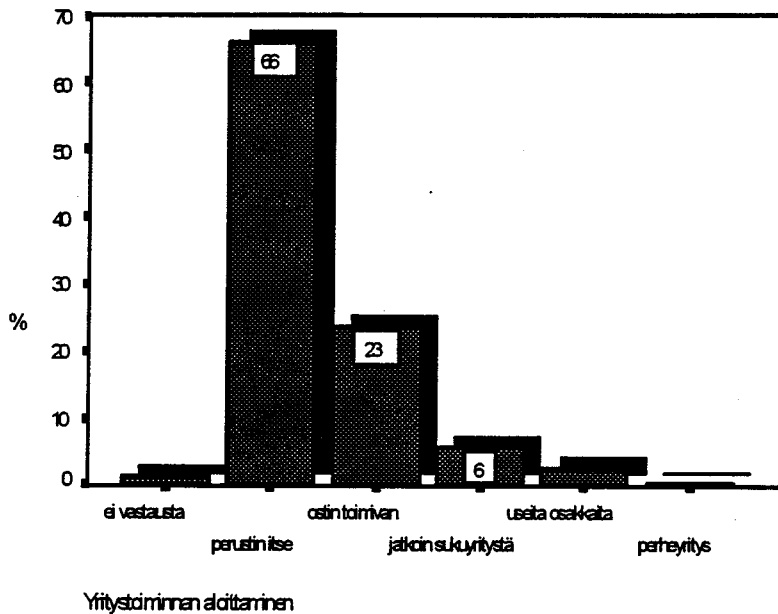
Peruskoulutus jakautui siten, että naisyrittäjistä 42 % oli suorittanut perus- tai keskikoulun ja 38 % oli suorittanut ylioppilastutkinnon. Kansa- tai kansalaiskoulun oli suorittanut 17 % naisyrittäjistä. Suuri osa naisyrittäjistä oli suorittanut ammattiin liittyvää koulutusta (kuva 7). Ammattikoulutuksena naisyrittäjistä 45 %:la oli opistotasoinen tutkinto. Korkeakoulututkinnon suorittaneita oli 13 % naisyrittäjistä.

Puolet naisyrittäjistä (50 %) oli osallistunut lisäksi yrittäjäkoulutukseen suorittamalla eripituisia yrittäjäkursseja. Pienyrittäjätutkinnon suorittaneita oli 4 % naisyrittäjistä, mutta monet (33 %) naisyrittäjistä eivät olleet osallistuneet mihinkään yrittäjäkoulutukseen.



KUVA 7. Naisyrittäjien ammattikoulutuksen rakenne

Naisyrittäjät omaavat hyvän peruskoulutus- ja ammatillisen tason. Nuoremmilla yrittäjillä oli parempi peruskoulutustaso kuin vanhemmilla yrittäjillä. Yrittäjäksi ryhtyneillä naisilla on muutakin yhteistä kuin sukupuoli ja yrittäjyys ammattina. He ovat perustaneet yrityksensä 66 %:ti itse (kuva 8) ja omaavat vuosien työkokemuksen alalta sekä hyvän perus- ja ammatillisen koulutuksen. Taustamuuttujien tarkempi rakenne on selvitetty liitteessä 2. (Liite 2).



KUVA 8. Yritystoiminnan aloittaminen

Yllä olevasta kuvasta ilmenee, että monet naisyritykset (23 %) ovat ryhtyneet yrittäjäksi ostamalla jo toimivan yrityksen tai nuorempi yrittäjäpolvi (6 %) on jatkanut perheyryitystä. Naiset näyttävät perustaneen yrityksensä suurimmalta osaltaan yksin, ilman muita osakkaita. Avoimessa vastauksessa naisyritykset ilmoittivat perustaneensa yrityksen toisen osakkaan kanssa (3%), mikä näkyy kuvassa ”useita osakkaita” lyhyenä pylväänä.

8.2 Naisyritykset ja yritysten ominaisuudet

Millainen naisyrityksen yritys sitten on? Asiaa tarkastellaan työllistämisen kannalta, liikevaihdoltaan toimialoittain sekä menestyksen ja kasvuhaluuden näkökulmasta. Lisäksi tarkastellaan taustatekijöiden valossa niitä tekijöitä, joiden oletetaan vaikuttavan naisyritykset ja yritystoimintaan.

Enemmistö 62 % kyselyyn vastanneista naisyritykset toimi palvelusektorilla ja työllistivät suurelta osaltaan yrittäjän itsensä (43 %) tai korkeintaan 1-2 työntekijää (30 %). Kaupan alalla toimi 26 % naisyritykset, teollisuudessa toimi 5 % ja rakennusalaalla toimi 2 % vastaajista. Enemmistö 52 % naisyritykset yrityksestä (n=201) on yritysmuodoltaan toiminimiä. Osakeyhtiöitä on seuraavaksi eniten 23 % ja muita yhtiömuotoja, kuten avointa yhtiötä 4 % ja kommandiittiyhtiöitä 17 % on vähemmän. Enemmistö naisyritykset 94 % on vastuullisia omistajayrittäjiä. Avustavia yrittäjäperheenjäseniä on naisyritykset 3 % ja pienenosakkaita 0,5

% vastaajista. Kysymyslomakkeessa tiedusteltiin tarkemmin naisyrittäjien työllistämiä koko- ja osa-aikaisia työntekijöitä vuosilta 1998 ja 1999 sekä heidän omia arvioitaan vuodelle 2000. Näiden tulokset ovat taulukossa 5. (Taulukko 5). Taulukkoon on yhdistetty vuodet 1998-2000 jaoteltuina koko- ja osa-aikaisiin työntekijöihin toimialoittain. Jokaisen toimialan yritysten osuus on laskettu prosentteina erikseen kuhunkin sarakkeeseen.

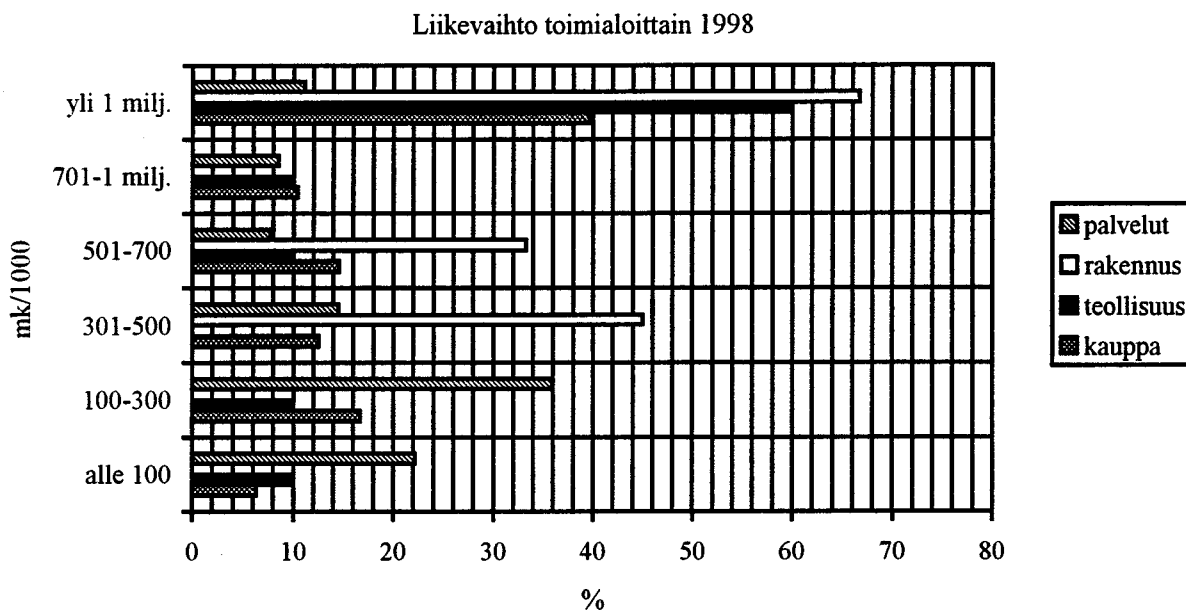
TAULUKKO 5. Koko- ja osa-aikaisia työntekijöitä työllistävät yritykset toimialoittain vuosilta 1998, 1999 ja arvio vuodelle 2000

Työntekijät kpl/toimiala	v.1998 kokoaikai- set/yritysten lkm / %		v.1998 osa-aikai- set/yritysten lkm / %		v.1999 kokoaikai- set/yritysten lkm / %		v.1999 osa-aikai- set/yritysten lkm / %		v.2000 kokoaikai- set/yritysten lkm / %		v.2000 osa-aikai- set/yritysten lkm / %	
Ei yhtään	20	43 %	31	65 %	21	44 %	27	56 %	21	45 %	27	57 %
1-2	16	34 %	12	25 %	15	31 %	16	33 %	12	25 %	15	32 %
3-6	11	23 %	5	10 %	12	25 %	5	11 %	13	30 %	5	11 %
Kauppa yht.	47	100 %	48	100 %	48	100 %	48	100 %	47	100 %	47	100 %
Ei yhtään	3	27 %	8	73 %	4	36 %	8	73 %	4	36 %	9	82 %
1-2	3	27 %	3	27 %	1	9 %	2	18 %	1	9 %	2	18 %
3-6	5	46 %	0	0 %	6	55 %	1	9 %	6	55 %	0	0 %
Teollisuus yht.	11	100 %	11	100 %	11	100 %	11	100 %	11	100 %	11	100 %
Ei yhtään	2	50 %	3	75 %	2	50 %	3	75 %	2	50 %	3	75 %
1-2	0	0 %	1	25 %	0	0 %	1	25 %	0	0 %	1	25 %
3-6	2	50 %	0	0 %	2	50 %	0	0 %	2	50 %	0	0 %
Rakennus yht.	4	100 %	4	100 %	4	100 %	4	100 %	4	100 %	4	100 %
Ei yhtään	73	57 %	101	80 %	64	49 %	89	68 %	61	50 %	80	65 %
1-2	33	26 %	23	18 %	37	28 %	33	25 %	32	26 %	34	28 %
3-6	21	17 %	3	2 %	30	23 %	8	7 %	29	24 %	8	7 %
Palvelut yht.	127	100 %	127	100 %	131	100 %	131	100 %	122	100 %	122	100 %
Yhteensä kpl	189		160		194		194		184		184	

Taulukko osoittaa toimialoittain, että enemmistö naisyrittäjistä on yksinyrittäjiä, työllistäen itsensä ja muutaman koko- ja osa-aikaisen työntekijän. Toimialoittain tarkasteltuna kaupan alan 47 yrityksestä 43 % työllisti ainoastaan yrittäjän itsensä vuonna 1998, 34 % työllisti 1-2 työntekijää ja 23 % työllisti 3-6 työntekijää. Kaupan toimialan työllistämisenäkymät vuonna 1999 ja arvio vuodelle 2000 koko- ja osa-aikaisista työntekijöistä ei juurikaan heilahtelee, sillä pääosa kaupan alan 47:tä yrittäjästä ei työllistä yhtään työntekijää. Osa teollisuusalan yrittäjistä on sen sijaan työllistänyt vuonna 1998 ja 1999 koko- ja osa-aikaisia työntekijöitä 1-6 henkilöön. Työllistämisenäkymät vuodelle 2000 näyttävät pysyvän vuosien 1998 ja 1999 tasolla. Rakennusalan neljästä yrittäjästä kaksi yrittäjää on työllistänyt koko-aikaisia työnteki-

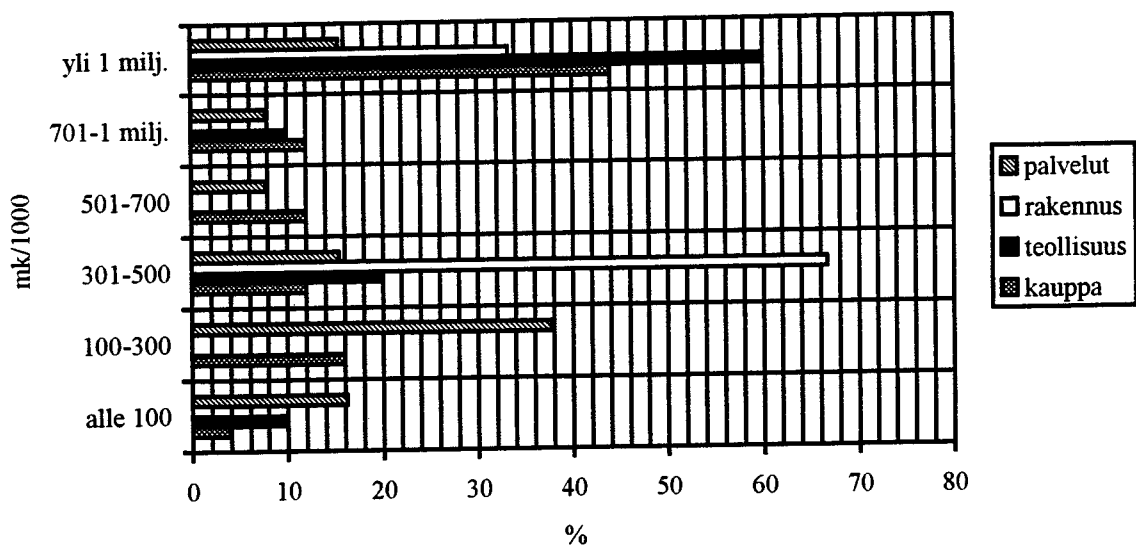
jöitä vuosina 1998 ja 1999 3-6 työntekijää, mutta pääosin rakennusalan yrittäjät ovat yksinyrittäjiä. Palveluiden toimialan yrityksestä suuri osa on naisyrittäjän itsensä työllistäviä yrityksiä. Osa palvelualan yrittäjistä on työllistänyt vuosina 1998 ja 1999 1-6 koko- ja osa- ja aikaista työntekijää. Arviot työllistämisenäkymistä vuodelle 2000 eivät juurikaan muutu verrattuna edellisten vuosien työllistämisprosentteihin.

Tilastokeskuksen vuoden 1998 tilastojen mukaan 0-4 hengen yritysten liikevaihto yritystä kohden vuonna 1996 Suomessa oli noin 600 000 markkaa. Kyselyyn vastanneiden naisyrittäjien liikevaihdot jäivät toimialasta riippuen huomattavasti 600 000 markkaa pienemmiksi. Keskimääräinen naisyrittäjien yritysten liikevaihto kaikilla toimialoilla vuosina 1998 ja 1999 on ollut 300 000-500 000 markkaa. Tarkemmat määrät liikevaihdosta toimialoittain vuosilta 1998 ja 1999 sekä naisyrittäjien arviot liikevaihdon kehityksestä vuodelle 2000 ovat kuvissa 9,10 ja 11 (kuvat 9, 10 ja 11). Liikevaihdot vaihtelivat toimialoittain melko paljon. Hajontaa eri toimialojen välillä oli selvästi vuosien 1998-1999 liikevaihdossa. Enemmistöllä palvelualan yrittäjistä liikevaihdot vuosina 1998 ja 1999 ovat pysyneet 100 000-300 000 markassa ja liikevaihdon kehitys ei osoittanut nousun merkkejä edes vuodelle 2000. Rakennusalan liikevaihto notkahti selvästi alaspäin verrattaessa vuoden 1998 ja 1999 liikevaihdon kehitystä. Toisaalta rakennusalan liikevaihdon arvio vuodelle 2000 on noussut taas reilusti edellisvuoden liikevaihdosta. Kaupan alan yrittäjistä joka toinen oli sitä mieltä, että liikevaihto menee yli miljoonan vuonna 2000.



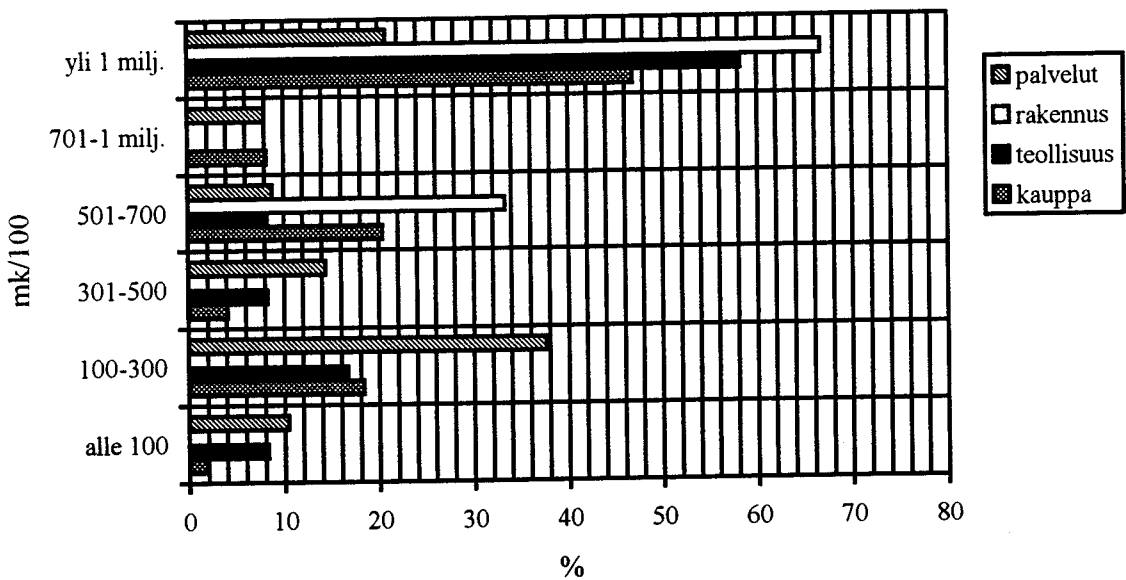
KUVA 9. Liikevaihto toimialoittain 1998

Liikevaihto toimialoittain 1999



KUVA 10. Liikevaihto toimialoittain 1999

Liikevaihdon arvio 2000 toimialoittain



KUVA 11. Liikevaihdon arvio toimialoittain vuodelle 2000

Palvelualan yrittäjien mielipiteet jakautuivat siten, että kolmanneksen mielestä liikevaihto vuonna 2000 jää 100 000-500 000 markan välille, kun viidenneksen mielestä liikevaihto menee yli miljoonan. Teollisuudessa suurimmalla osaa yrittäjistä liikevaihto on pysynyt vuosina 1998 ja 1999 yli miljoonan ja arvio vuodelle 2000 ei tuo muutosta liikevaihdon määrään. Liikevaihdoltaan suurimmat toimialat vuosina 1998-1999 ovat olleet kaupan, teollisuuden ja rakentamisen alat, palvelujen alan osoittaessa selvästi kasvuhaluttomuutta. Liikevaihdon ennuste vuodelle 2000 osoittaa myös muiden kuin palvelualojen odottavan liikevaihtonsa pysyvän ainakin edellisten vuosien tasolla.

8.3 Yritystoiminnan taustatekijät

Kun naisyrittäjiä (n=207) pyydettiin arvioimaan yrityksensä menestystä verrattuna muihin saman toimialan yrityksiin, oli vastauksena 71 %:ti "keskimääräisen hyvin". Naisyrittäjistä 13 % arvioi yrityksensä menestyneen paremmin ja selvästi paremmin arvioi menestyneensä 5 % naisyrittäjistä. Kahdeksan prosenttia vastaajista arvioi sitä vastoin yrityksensä menestyneen heikommin kuin muut saman toimialan yritykset ja selvästi heikommin menestyneitä ei ollut yhtään. Kolme prosenttia naisyrittäjistä ei osannut arvioida yrityksensä menestymistä lainkaan. Toimialoittain näkemykset yrityksen menestymisestä jakautuivat melko tasaisesti kaikkien toimialojen kesken luokkaan "keskimääräisen hyvin". Naisyrittäjien arviot yrityksen menestymisestä verrattuna muihin saman toimialan yrityksiin on koottu taulukkoon 6.

TAULUKKO 6. Naisyrittäjien arviot menestymisestä verrattuna saman toimialan yrityksiin %

Menestys	Kauppa %	Teollisuus %	Rakennus %	Palvelut %	Yhteensä %
Selvästi paremmin	2,0	0,5	0	2,5	5,0
Paremmiin	3,5	0,5	1,0	9,0	14,0
Keskimääräisen hyvin	19,0	3,5	0,5	49,5	72,5
Heikommin	3,0	1,5	0	4,0	8,5
Yhteensä %	27,5	6,0	1,5	65,0	100

Kaikki toimialat näyttävät menestyvän keskimääräisen hyvin. Kaupan ja palveluiden alalla menee osalla naisyrittäjistä jopa paremmin kuin muilla saman toimialan yrityksillä. Teollisuus- ja rakennusalan menestystä on vaikea arvioida, koska näiden toimialojen yrityksiä on lukumääräisesti vähän. Tutkittaessa yritystoiminnan menestyksen ja laajentamisen riippuvuutta keskenään, ei todettu näiden riippuvan toisistaan (n=207; $\chi^2=15,920$; df=12; p=.195).

Toisin sanoen vaikka yrityksellä menee keskimääräisen hyvin, ei se välttämättä merkitse yritystoiminnan laajentamista. Yritystoiminnan menestymisen ja laajentamisen keskinäistä yhteyttä tutkittiin myös eri motiivien avulla, koska haluttiin tietää, onko joillakin motiiveilla yhteyttä näihin. Korrelaatioanalyysissä eri motiiveilla ei todettu olevan keskinäistä yhteyttä yritystoiminnan menestymiseen ja laajentamiseen, eivätkä siis merkinneet yrityksen menestystä ja kasvua seuraavan kahden vuoden aikana ($r < 0,3$; $p > .05$).

Ammattikoulutus ja menestys eivät riipu toisistaan ($n=207$; $\chi^2=18,906$; $df=12$; $p=.091$). Toisin sanoen yritystoiminnassa menestyminen ei riipu ammattikoulutuksesta. Taulukosta 7 (taulukko 7) ilmenee prosentteina ammattikoulutuksen merkitys yrityksen menestymiseen. Taulukosta voi todeta sen, että ammattikoulutuksesta riippumatta naisyrittäjät arvioivat menestyneensä keskimääräisen hyvin.

TAULUKKO 7. Ammattikoulutuksen merkitys yrityksen menestymiseen %

Menestys	Ei Ammatillista koulutusta %	Ammattikurssi tai -kurseja %	Ammatillinen koulu %	Opisto-tasoinen tutkinto %	Yliopisto/korkeakoulututkinto %	Yhteensä %
Selvästi paremmin	0	0,5	1,5	0,5	2,5	5,0
Paremmin	1,0	1,5	2,5	7,0	1,5	13,5
Keskimääräisen hyvin	4,5	11,0	15,5	34,5	7,0	72,5
Heikommin	0	1,0	2,0	4,0	2,0	9,0
Yhteensä %	5,5	14,0	21,5	46,0	13,0	100

Yritystoiminnassa menestymisen ei myöskään todettu riippuvan yrittäjän iästä ($n=207$; $\chi^2=14,018$; $df=12$; $p=.300$). Yrittäjäkoulutuksella sen sijaan on merkitystä naisyrittäjän yritystoiminnan menestymiseen ($n=203$; $\chi^2=23,448$; $df=12$; $p=.024$). Yrittäjäkoulutuksen merkitystä tukee se, että 50 % naisyrittäjistä vastasi suorittaneensa eri pituisia yrittäjäkurseja. Samoin työkokemuksella on merkitystä naisyrittäjän yrityksen menestymiseen ($n=207$; $\chi^2=12,617$; $df=6$; $p=.050$). Mitä pidempi työkokemus naisyrittäjällä on toimialtaan, sitä suurempi merkitys sillä on yrityksen menestymiseen. Yritystoiminnassa menestymisen ja yritystoiminnan laajentamisen ei todettu riippuvan naisyrittäjän toimialasta ($n=200$; $\chi^2=14,226$; $df=9$; $p=.114$) mikä viittaa siihen, että naisyrittäjien kasvuhaluisuus ja yritystoiminnassa menestyminen ei ole kiinni heidän toimialastaan ($n=203$; $\chi^2=17,979$; $df=12$; $p=.116$).

Naisyrittäjiltä tiedusteltiin myös yritystoiminnan todennäköistä laajentamista seuraavan kahden vuoden kuluessa. Erittäin todennäköisesti yritystoiminta laajenee 12 %:n mielestä ja melko todennäköisesti 27 %:n mielestä. Toisaalta naisyrittäjistä 27 % oli sitä mieltä, että laajeneminen ei ole kovin todennäköistä ja 15 %:n mielestä se ei ole todennäköistä. Naisyrittäjistä 19 % ei osannut arvioida yritystoimintansa laajentamista koskevaan kysymykseen. Naisyrittäjien arviot yritystoiminnan laajentamisesta seuraavan kahden vuoden aikana näkyvät toimialoittain seuraavassa taulukossa numero 8.

TAULUKKO 8. Yritystoiminnan laajentumisnäkymät toimialoittain %

	Kauppa %	Teollisuus %	Rakennus %	Palvelut %	Yhteensä %
Todennäköisesti laajenee	7,0	5,5	1,0	28,0	41,5
Ei todennäköistä	15,0	1,0	0,5	25,0	41,5
Ei osaa sanoa	5,0	0,5	0,5	11,0	17,0
Yhteensä %	27,0	7,0	2,0	64,0	100

Tarkasteltaessa laajentamisnäkyviä toimialoittain noin puolet palvelujen toimialoista laajentaa todennäköisesti yritystoimintaansa seuraavan kahden vuoden aikana. Toisaalta melkein puolet naisyrittäjistä arvioi, etteivät he todennäköisesti laajenna yritystoimintaansa seuraavan kahden vuoden aikana. Kaupan alan yrityksistä vain 7 % todennäköisesti laajentaa yritystoimintaansa ja 15 % arvioi laajentamisen olevan epätodennäköistä. Teollisuus- ja rakennusala on vaikea arvioida, koska niitä on lukumääräisesti vähän. Ristiintaulukoinnin avulla tutkittiin lisäksi sitä, riippuuko yritystoiminnan laajentaminen ammattikoulutuksesta, yrittäjäkoulutuksesta, työkokemuksesta tai yrittäjän iästä. χ^2 -testi osoitti ettei yritystoiminnan laajentaminen riipu edellä mainituista tekijöistä.

9 NAISYRITTÄJIEN MOTIVAATIO

9.1 Motivaation merkitys naisyrittäjille

Teoreettisessa viitekehyksessä oletettiin yrittäjyyteen vaikuttavan sekä työntävinä että vetävinä tekijöinä taloudelliset ja psykososiaaliset motiivit. Aiempien tutkimusten perusteella on selvinnyt, että naisyrittäjiin vaikuttaisivat taloudellisia motiiveja enemmän psyko-sosiaaliset motiivit. Oletuksena oli, että myös tutkituilta naisyrittäjiltä kyettäisiin löytämään näitä psyko-

sosiaalisia motiiveja. Teoreettisen viitekehyksen mukaisesti motiivit luokiteltiin yrittäjyyteen vetäviin ja työntäviin taloudellisiin ja psyko-sosiaalisiin motiiveihin.

Motiiveja selvitettiin laittamalla ne keski-arvojen perusteella tärkeysjärjestykseen, jonka jälkeen t-testin avulla testattiin onko motiivien keskiarvot muuttuneet yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa. Näin haluttiin nähdä ovatko motiivit muuttuneet tärkeämmiksi yrittäjänä toimiessa.

Korrelatiiviseen menetelmään perustuvat motiiveja mittaavat muuttujat korreloitiin keskenään muodostamalla korrelaatiomatriisi. Tämä antoi mahdollisuuden tutkia useampaa muuttujaa ja niiden välisiä yhteyksiä samanaikaisesti. Toisin sanoen nähtiin missä määrin korkean keskiarvon saaneilla motiiveilla on yhteyttä toisiinsa yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa. Lisäksi taustamuuttujista etsittiin niitä tekijöitä, joiden oletettiin vaikuttavan motiiveihin. Lisäksi avoimen kysymyksen avulla pyrittiin syventämään tietoa motiiveihin vaikuttavista tekijöistä.

Mikä siis motivoi naisia ryhtymään yrittäjäksi ja toimimaan yrittäjänä? Vastajia pyydettiin arvioimaan eri motiivitekijöiden tärkeyttä yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa. *Tärkeimmiksi motiiveiksi keski-arvojen perusteella yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa nousivat halu tehdä jotain omaa eli itsensä toteuttaminen, usko omiin kykyihin, hyvä liikeidea sekä työntöön vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus. Naisyrittäjät kokivat tärkeiksi motiiveiksi myös hyvän koulutuksen, perheen kannustuksen ja tuen, elämän laadun parantamisen sekä itsensä työllistämisen että taloudellisen riippumattomuuden saavuttamisen itselle ja perheelle.*

Sellaiset arvot kuten aseman ja vallan saaminen merkitsivät vähemmän naisyrittäjille. Rahan ansaitseminen yrityksen perustamismotiivina ei ole tärkeämpi kuin esimerkiksi pyrkimys itsenäiseen työhön. Taulukossa (taulukko 9) on esitetty keskiarvojen perusteella tärkeysjärjestyksessä naisyrittäjien motiivit yritystoimintaa aloitettaessa sekä yrittäjänä toimiessa. Ylimpänä taulukossa on vähiten merkitsevät motiivit yritystoiminnassa.

TAULUKKO 9. Naisyrittäjien motiivit yritystoimintaa aloitettaessa ja yrittäjänä toimiessa

MOTIIVIT ALOITETTAESSA JA NYKYÄÄN	KES- KIARVO ALOI- TETTA- ESSA	KESKI- HAJON- TA	KES- KIARVO YRITTÄ- JÄNÄ TOIMIES- SA	KESKI- HAJON- TA
Valta	1,56	,78	1,64	,87
Saada asema ja vaikutusvaltaa yhteiskunnassa	1,77	,83	1,90	,93
Perhetradition ylläpitäminen	1,96	1,17	2,09	1,23
Mahdollisuus työllistää muita	2,04	,93	2,26	,99
Ystävien kannustus ja tuki	2,88	,94	2,96	,98
Ajan jakaminen perheen ja työn kesken	2,97	,98	3,32	,86
Yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi	3,07	,95	3,30	,88
Taloudellinen riippumattomuus itselle ja perheelle	3,09	,82	3,38	,74
Itsensä työllistäminen vaihtoehtona työttömyydelle	3,17	1,17	3,32	1,06
Tarve parantaa oman elämän laatua	3,20	,84	3,37	,71
Perheen kannustus ja tuki	3,37	,86	3,47	,78
Hyvä koulutus	3,38	,70	3,51	,57
Työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus	3,51	,66	3,59	,62
Hyvä ja kannattava liikeidea	3,52	,56	3,60	,54
Usko omiin kykyihin (vahva työkokemus)	3,59	,52	3,71	,47
Halu tehdä jotain omaa (itsensä toteuttaminen)	3,66	,59	3,64	,55

Kun tarkasteltiin motiivien keskiarvoja yritystoiminnan alussa ja verrattiin niitä nykypäivän tilanteeseen keskiarvot erosivat tiettyjen motiivien kohdalla. Nämä motiivit olivat ajan jakaminen työn ja perheen kesken ($t=-4,852$; $df=139$; $p=.000$), yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi ($t=-4,542$; $df=152$; $p=.000$), usko omiin kykyihin ($t=-4,312$; $df=179$; $p=.000$), taloudellinen riippumattomuus itselle ja perheelle ($t=-5,019$; $df=136$; $p=.000$) ja itsensä työllistäminen vaihtoehtona työttömyydelle ($t=-3,347$; $df=167$; $p=.001$). Merkitsevyytaso $p<.001$ on tilastollisesti merkitsevä. Tulosta tukee se, että keskiarvojen 95 %:n luottamusvälille ei jäänyt nollakohtaa. Toisin sanoen edellä mainitut motiivit koetaan tärkeämmiksi tänä päivänä yrittäjänä toimiessa.

Koska tietyt taloudelliset ja psykososiaaliset motiivit näyttävät olevan tärkeitä, tarkastelun alle otetaan kaikki ne motiivit, jotka ovat saaneet keskiarvoksi yli kolme (taulukko 10). Motiivien luokittelun perustana käytetään yrittäjyyteen vetäviä ja työntäviä taloudellisia sekä psyko-sosiaalisia motiiveja. Taulukossa näkyvät myös samaa motiivia mittaavat korrelaatiokertoimet yritystoiminnan alussa ja tänä päivänä yrittäjänä toimiessa.

TAULUKKO 10. Tärkeimmät yrittäjyyteen vetävät ja työntävät taloudelliset ja psykososiaaliset motiivit ja niiden keskinäiset korrelaatiokertoimet yritystoiminnan alussa ja yrittäjänä toimiessa ($r > .30$; $p < .01$)

Yrittäjyyteen vetävät motiivit	Yrittäjyyteen työntävät motiivit
1. Halu tehdä jotain omaa (Itsensä toteuttaminen) = psyko-sosiaalinen $r = .67$; $p < .01$	7. Tarve parantaa oman elämän laatua = psyko-sosiaalinen $r = .55$; $p < .01$
2. Usko omiin kykyihin = psyko-sosiaalinen $r = .63$; $p < .01$	8. Itsensä työllistäminen (vaihtoehtona työttömyydelle) = taloudellinen ja sosiaalinen $r = .80$; $p < .01$
3. Hyvä ja kannattava liikeidea = taloudellinen $r = .67$; $p < .01$	9. Taloudellinen riippumattomuus itselle ja perheelle = taloudellinen ja sosiaalinen $r = .72$; $p < .01$
4. Työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus = psyko-sosiaalinen $r = .67$; $p < .01$	11. Ajan jakaminen perheen ja työn kesken = psyko-sosiaalinen $r = .74$; $p < .01$
5. Hyvä koulutus = sosiaalinen $r = .68$; $p < .01$	
6. Perheen kannustus ja tuki = psyko-sosiaalinen $r = .79$; $p < .01$	
10. Yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi = psyko-sosiaalinen $r = .77$; $p < .01$	

Vertailtaessa naisyrittäjien yllä olevan taulukon motiiveja toisiinsa yritystoiminnan alussa ja yrittäjänä toimiessa saman motiivin keskinäisellä korrelaatiolla on kohtalainen yhteys toisiinsa yrittäjyyteen vetävien tekijöiden viiden ensimmäisen motiivin kohdalla. Muiden motiivien välinen keskinäinen yhteys on voimakkaampaa. Kaikkien motiivien välillä on tilastollisesti merkitsevä yhteys. *Motiivien voimakas korrelaatio viittaa siihen, että yrittäjyyteen työntävät ja vetävät taloudelliset sekä psyko-sosiaaliset motiivit eivät ole muuttuneet yritystoiminnan aikana, vaan niillä on yhteyttä yritystoimintaan myös tänä päivänä.*

Motiivien tärkeyttä naisyrittäjille tutkittiin vertaamalla taloudellisten ja psyko-sosiaalisten motiivien yhteyttä toisiinsa. Liitteessä 3 (liite 3) on korreloitu keskenään kaikki ne motiivit, joiden keskiarvo oli vähintään 3,00. Esitetystä korrelaatiomatriisista näkyvät korrelaatiot mittaavat eri motiivien yhteyttä toisiinsa yritystoiminnan alussa ja yrittäjänä toimiessa. Korrelaatiomatriisista ilmenee, että itsensä toteuttaminen ja usko omiin kykyihin korreloivat keskenään ($r = .32$; $p < .01$ ja $r = .38$; $p < .01$) ja toimivat yrittäjyyteen psyko-sosiaalisesti vetävinä

motiiveina, jonka kautta ollaan voitu parantaa oman elämän laatua ($r=.41$; $p<.01$ ja $r=.36$; $p<.01$). Samoin työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus yritystoiminnan alussa ovat olleet ja ovat edelleen tärkeitä yrittäjyyteen vetäviä psyko-sosiaalisia motiiveja, joiden avulla halutaan parantaa oman elämän laatua ($r=.31$; $p<.01$ ja $r=.29$; $p<.01$) ja samalla tyydyttää itsensä toteuttamisen tarvetta ($r=.41$; $p<.01$; $r=.40$; $p<.01$ ja $r=.35$; $p<.01$; $r=.30$; $p<.01$). $p<.01$). Oman elämän laadun parantamisella ja itsensä työllistämällä vaihtoehtona työttömyydelle on heikkoa vaikutusta keskenään ($r=.24$; $p<.01$). Tämä viittaa siihen, että työttömyys tai sen uhka on toiminut yrittäjyyteen työntävänä psyko-sosiaalisena motiivina ja itsensä työllistämällä on siten haluttu parantaa oman elämän laatua vaihtoehtona työttömyydelle.

Yritystoiminnan alussa ja yrittäjänä toimiessa usko omiin kykyihin, halu tehdä jotain omaa ja yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi ovat sidoksissa toisiinsa ja toimivat myös tänä päivänä yrittäjyyteen vetävänä psyko-sosiaalisena motiivina ($r=.33$; $p<.01$; $r=.34$; $p<.01$ ja $r=.28$; $p<.01$). Yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi ja työnteon vapaudella, itsenäisyydellä ja riippumattomuudella on yhteyttä toisiinsa. Tämä viittaa siihen, että toimimalla yrittäjänä he tuntevat voivansa itse päättää omista asioistaan. ($r=.43$; $p<.01$; $r=.28$; $p<.01$ ja $r=.51$; $p<.01$).

Verrattaessa uskoa omiin kykyihin ja työkokemusta alalta tulokset osoittivat omiin kykyihin luottamisen riippuvan pitkästä työkokemuksesta ($\chi^2=16,910$; $df=4$; $p=.002$). Tämä viittaa siihen, että uskomalla omiin kykyihinsä pitkän työkokemuksen vuoksi, naiset olisivat motivoituneempia aloittamaan yrittäjän uransa. Usko omiin kykyihin, taloudellisen riippumattomuuden saavuttaminen itselle sekä perheelle ja yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi välillä on heikko positiivinen korrelaatio. Koska näiden motiivien keskinäiset korrelaatiot eivät ole kovin voimakkaita, voidaan päätellä niiden vaikuttavan jonkin verran kaikki yhdessä keskenään siihen, mikä motivoi naista ryhtymään yrittäjäksi ja toimimaan yrittäjänä. ($r=.37$; $p<.01$; $r=.32$; $p<.01$ ja $r=.30$; $p<.01$). Toisaalta taloudellinen riippumattomuus itselle ja perheelle yrittäjyyteen työntävänä psyko-sosiaalisena motiivina on muuttunut tärkeämmäksi tänä päivänä yrittäjänä toimiessa (74%) kuin yritystoiminnan alussa (59%). Tämä johtaa pohtimaan sitä, että vanhempien naisyrittäjien yritykset ovat toimintaiältään vanhempia ja saavuttaneet jo tietyn taloudellisen riippumattomuuden itselleen ja perheelleen.

Naisyrittäjille hyvä liikeidea ja hyvä koulutus on ollut tärkeää yritystoimintaa aloitettaessa sekä tänä päivänä ($r=.24$; $p<.01$; $r=.25$; $p<.01$ ja $r=.24$; $p<.01$; $r=.35$; $p<.01$). Tämä viittaa siihen, että naisyrittäjät ovat perustaneet yrityksensä tietoisesti harkiten luottaen hyvään lii-

keideaan ja hyvään koulutukseen. Tätä vahvistaa myös se, että lähes puolella (45 %) naisyrittäjistä on ammattikoulutuksena opistotasoinen tutkinto sekä se, että opistotason tutkinnon suorittaneista 47 % pitää myös hyvää liikeideaa tärkeänä yritystoiminnassa. Yliopisto- ja korkeakoulututkinnon suorittaneista 90 % piti hyvää liikeideaa ja uskoa omiin kykyihin tärkeänä. Nämä vahvistavat edelleen käsitystä siitä, että hyvällä koulutuksella olisi merkitystä naisyrittäjän itseluottamukselle yrittäjänä toimiessa. Ammattikoulutuksella yritystoiminnan alussa ei ollut tilastollisesti merkittävää yhteyttä siihen, että naisyrittäjät eivät luottaisi omiin kykyihinsä ilman ammattikoulutusta. Sen sijaan tänä päivänä yrittäjänä toimiessa ammattikoulutuksella ja uskolla omiin kykyihin on vaikutusta keskenään ($\chi^2=16,990$; $df=8$; $p=.030$). Tämä voisi merkitä sitä, että naisyrittäjät ovat hankkineet lisää itseluottamusta kouluttamalla itseään yrittäjänä toimiessaan. Mielenkiintoista olisikin tietää, milloin naisyrittäjät ovat suorittaneet yrittäjäkursseja. Voidaan olettaa, että osa niistä naisista jotka vastasivat suorittaneensa eri pituisia yrittäjäkursseja (50 %), olisi suorittanut niitä yrittäjänä toimiessaan.

Yrittäjyyteen vetävänä psyko-sosiaalisena motiivina perheen kannustuksella ja tuella yritystoiminnan alussa ja nykyään on yhteyttä keskenään siihen, että ajan jakaminen järkevästi perheen ja työn kesken on ollut ja on helpompaa ($r=.42$; $p<.01$; $r=.45$; $p<.01$ ja $r=.29$; $p<.01$; $r=.45$; $p<.01$). Yrittäjän iästä riippuu se, miten perhe kannustaa ja tukee häntä yritystoiminnassaan ($\chi^2=23,592$; $df=12$; $p=.023$). Selvimmin perheen kannustus ja tuki on tärkeää 36-45 -vuotiaiden yrittäjien kesken (33 %). Toiseksi tärkeintä se on ikäryhmältään 46-55 -vuotiaiden kesken (27%) ja kolmanneksi tärkeintä se on 25-35 -vuotiaille (24%). Vähiten tärkeää se on alle 25 -vuotiaille (10%) ja toisaalta yli 55 -vuotiaille (6%).

Yrittäjän iällä on merkitystä myös siihen, miten aika jaetaan järkevästi työn ja perheen kesken. Naisyrittäjistä ikäryhmältään 36-45 -vuotiaille ajan jakaminen järkevästi perheen ja työn kesken on tärkeää 40 %:le naisyrittäjistä. Ikäryhmältään 46-55 -vuotiaille naisyrittäjille se on tärkeää 32 %:n mielestä, 25-35 -vuoden ikäisille naisyrittäjille se on tärkeää 22 %:n mielestä. Yli 55 -vuotiaiden ikäryhmässä se on tärkeää enää 6 %:n verran. Nämä viittaavat siihen, että nuoremmilla naisyrittäjillä on vielä lapsia huollettavanaan, jolloin perheen kannustus ja tuki sekä ajan jakaminen perheen ja työn kesken koetaan tärkeäksi yrityksen toiminnan ja hoidon kannalta.

Naisyrittäjien mielipiteet eri motiivien tärkeydestä yritystoiminnan alussa ja yrittäjänä tänä päivänä toimiessa on koottu vertailutaulukkoon liitteeseen 4 (liite 4).

9.2 Suhtautuminen yrittäjyyteen

Naisyrittäjien mielipiteitä yrittäjyyteen suhtautumisesta kysyttiin avoimen kysymyksen muodossa. Vastaukset analysoitiin laadullisesti ja ne syventävät yrittäjyyteen vetäviä ja työntäviä psyko-sosiaalisia motiiveja. Suhtautuminen yrittäjyyteen ei näytä muuttuneen viimeisien kahden vuoden aikana (n=205), sillä enemmistön 54 % näkemykset ovat pysyneet samana. Myönteisemmäksi suhtautuminen oli muuttunut 25 %:n naisyrittäjän mielestä ja kielteisemmäksi 18 %:n mielestä. Naisyrittäjien mielipiteet yrittämisestä on koottu niistä perusteluista, joita esiintyi määrällisesti eniten vastauksissa.

Naisyrittäjien suhtautuminen yrittäjyyteen oli muuttunut myönteiseksi seuraavista syistä: Uskon vahvistuneen omaan itseensä yrittäjänä, saa itse päättää omasta elämästään ja työntöön vapaus. Muita myönteisiä syitä olivat yrittäjyydestä saadut hyvät kokemukset, nuoren yrittäjän itsevarmuuden kasvu kun huomaa pärjäävänsä yrittäjänä, liikeidean huomaaminen onnistuneeksi ja kannattavaksi, yrittäjyyden arvostuksen kasvaminen, yrittäminen on elämäntapa, suhdannenäkymät ovat hyvät, mukavat asiakkaat ja yrittäminen sopii elämäntilanteeseen. Nämä syyt näyttivät vahvistaneen naisten motivaatiota siitä miksi he ovat ryhtyneet yrittäjiksi ja toimivat yrittäjinä.

Ne naisyrittäjät, joiden mielipide yrittäjyydestä ei ollut muuttunut viimeisen kahden vuoden aikana kirjoittivat syiksi mm. olevansa mielellään yrittäjä, yrittäjyys on työtä, työkokemus tuo tietoa, tiesi mitä tulee, yrittäminen on itsensä työllistämistä, itsensä toteuttaminen ja työajat voi järjestää itse. Kaikkien edellä mainittujen syiden voidaan sanoa olevan yrittäjyyteen vetäviä myönteisiä psyko-sosiaalisia motiiveja, jotka ovat vahvistaneet naisten motivaatiota siitä, miksi he ovat ryhtyneet yrittäjiksi ja toimivat yrittäjinä.

Naisyrittäjien suhtautuminen yrittäjyyteen oli muuttunut kielteiseksi seuraavista syistä: Suuri työmäärä, pitkät päivät, vähän lomaa, kannattavuus, suuret verot ja oman ajan vähyys kun on pieniä lapsia, iän tuoma uupumus, ei tiedossa jatkajaa, yhteiskunnan suhtautuminen ja haavekuvat yrittämisestä ovat karisseet. Yrittäjyyteen suhtautumisen myönteiset ja kielteiset syyt on koottu seuraavaan kuvaan (kuva 12).

**YRITTÄMISEEN VAIKUTTA-
VAT KIELTEISET TALOU-
DELLISET JA PSYKO-
SOSIAALISET TEKIJÄT**

Suuri työ määrä
Pitkät päivät ja vähän lomaa
Liiketoiminnan kannattamattomuus
Suuret verot
Oman ajan vähyys kun on pieniä lapsia
Iän tuoma uupumus
Ei tiedossa jatkajaa
Yhteiskunnan suhtautuminen
Haavekuvat yrittämisestä karisseet

**YRITTÄMISEEN VAIKUTTA-
VAT MYÖNTEISET TALOU-
DELLISET JA PSYKO-
SOSIAALISET TEKIJÄT**

Usko omaan itseensä vahvistunut
Työnteon vapaus
Saa itse päättää omasta elämästään
Itsevarmuuden kasvu
Yrittäjyys on elämäntapa
Yrittäjyyden arvostus on noussut
Liikeidean kannattavuus
Hyvät suhdannenäkymät
Mukavat asiakkaat
Yrittäminen sopii elämäntilanteeseen

KUVA 12. Avoimen kysymyksen vastaukset yrittäjyyteen vaikuttavista tekijöistä

Verrattaessa yllä olevan kuvan yrittäjyyteen sekä työntäviä että vetäviä psyko-sosiaalisia motiiveja voidaan todeta niiden ilmentävän samoja tekijöitä naisyrittäjien aikaisempiin vastauksiin motiivien tärkeydestä. Yrittäjyyteen työntävänä motiiveina ajan jakaminen järkevästi perheen ja työn kesken voidaan olettaa merkitsevän sitä, että perheen ja yrittäjän työn joustava yhdistäminen limittyvät kiinteästi toisiinsa. Naisyrittäjällä tämä ilmenee siten, että hän joutuu miettimään ajan riittämättömyyttä perheelle ja ennen kaikkea itselle. Yrittäjänä toimiminen vie mitä ilmeisemmin suurimman osan naisyrittäjän arkipäivästä ja kotona häntä odottaa vielä normaalit kotiaskareet ja lasten hoitaminen. Tämä vaikuttaa siihen, että naisyrittäjälle ei jää aikaa hoitaa omaa itseään. Yrittäjyyteen vaikuttavilla myönteisillä motiiveilla voidaan todeta myös yhteisiä tekijöitä aikaisempiin vastauksiin motiivien tärkeydestä. Usko omiin kykyihin ja itsensä toteuttaminen voidaan yhdistää ”itsevarmuuden kasvuun”, ”usko vahvistunut omaan itseensä” ja ”saa itse päättää omasta elämästään” mielipiteisiin. Samoin ”työnteon vapaus”, ”liikeidean kannattavuus” ja ”yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi” nousevat vahvoina yrittäjyyteen vetävinä myönteisinä mielipiteinä esiin naisyrittäjien avoimissa vastauksissa.

Naisyrittäjien avoimen kysymyksen mielipiteet osoittavat sen, että yrittäjyyteen vaikuttavat monet sekä myönteiset että kielteiset taloudelliset ja psyko-sosiaaliset motiivit. Lisäksi ne vahvistat niitä motiiveja, joita naisyrittäjät ovat pitäneet ja pitävät edelleen tärkeinä yritystoimintaa aloitettaessa sekä tänä päivänä yrittäjänä toimiessa.

10 NAISYRITTÄJIEN SUHTAUTUMINEN YRITYSYMPÄRISTÖÖN

10.1 Naisyrittäjien mielipiteet yritysympäristöstä

Tässä luvussa hahmotetaan etelä-savolaisessa yritysympäristössä toimivien naisyrittäjien mielipiteitä siitä, miten naisyrittäjät itse kokevat ympäristön suhtautuvan heihin yrittäjinä. Naisyrittäjien näkemykset hahmottavat niitä olosuhteita ja edellytyksiä, mitä yritysympäristö luo ja toisaalta sitä kautta, millaiset näkemykset naisyrittäjillä itsellään on yritysympäristöstään. Vastaukset ovat naisyrittäjien omakohtaisia tulkintoja yritysympäristön luonteesta. Lisäksi avoimen kysymyksen vastauksien avulla on pyritty syventämään väittämistä saatuja mielipiteitä. Avoimen kysymyksen vastaukset on analysoitu laadullisesti.

Naisyrittäjiltä kysyttiin erilaisten väittämien avulla heidän näkemyksiään siitä, miten he itse kokevat yritysympäristön suhtautuvan heihin yrittäjinä. *Mielipiteistä kielteisinä asioina* nousivat esille liiketoimintaan liittyvän neuvonnan ja ohjauksen puute sekä se, että alueen elinkeinopolitiikan ja viranomaisten olisi hyvä huomioida naisyrittäjiä enemmän parantamalla heidän toimintaedellytyksiään ja olemassa olevia tukimuotoja. Lisäksi naisyrittäjät kokivat, että miespuoliset saavat rahoitustukea helpommin yritystoiminnalleen ja naisyrittäjien koulutukseen voisi panostaa enemmän. *Myönteisinä asioina* naisyrittäjien mielestä heidän kesken vallitsee hyvä yhteishenki ja alueen yleinen yrittäjyysilmasto on myönteinen. Enemmistön mielestä viranomaiset sekä miespuoliset yrittäjät kohtelevat naisyrittäjiä tasapuolisesti. Elinkeinopolitiikan hoidolla on naisyrittäjien näkemysten mukaan merkitystä uusien naisyritysten syntymiseen.

Naisyrittäjistä suurin osa 74 % oli sitä mieltä, että heidän kesken vallitsee hyvä yhteishenki. Tätä vahvistaa se, että 66 % oli väittämästä ”naisyrittäjät eivät puhalla samaan hiileen” eri mieltä. Yritysympäristön myönteisestä yrittäjyysilmastosta riippuu myös naisyrittäjien hyvä yhteishenki ($\chi^2=4,489$; $df=1$; $p=,034$) sekä osaltaan myös se, että naisyrittäjien mielestä miesyrittäjät kohtelevat heitä tasapuolisesti ($\chi^2=10,635$; $df=1$; $p=,001$). Toisaalta eriäviä mielipiteitäkin löytyi, sillä 34 %:n mielestä naisyrittäjät eivät ”puhalla samaan hiileen”.

Naisyrittäjien yleinen mielipide sukupuolen vaikutuksesta yrittäjän uskottavuuteen jakautui siten, että vastaajista (n=163) 52 %:n mielestä sukupuoli ei vaikuta naisyrittäjän uskottavuuteen ja 48 %:n mielestä sukupuoli vaikuttaa uskottavuuteen. Koska mielipiteet jakautuivat melko tasaisesti puolesta ja vastaan, asian selventämiseksi testattiin niitä väittämiä tähän, joiden oletettiin vaikuttavan mielipiteisiin.

Ristiintaulukoitaessa sitä, riippuuko viranomaisten eriarvoinen kohtelu naisyrittäjän sukupuolen uskottavuudesta 93 % naisyrittäjistä oli asiasta eri mieltä eli ei riipu. Toisaalta taas 62 % oli sitä mieltä, että viranomaisten eriarvoinen kohtelu riippuu sukupuolen uskottavuudesta. Voidaankin olettaa, että sukupuolen uskottavuudella on jonkin verran merkitystä eri viranomaisille.

Enemmistön yleinen mielipide 67 % yksittäisenä väittämänä siitä, että viranomaiset kohtelisivat naisyrittäjiä huonommin kuin miesyrittäjiä ei saanut enemmistön kannatusta, vaikka samaa mieltä väittämästä olikin 33 % naisyrittäjistä. Naisyrittäjien eriävien ja ristiriitaisten näkemysten vuoksi vaikuttaa kuitenkin siltä, että yhteistyötä alueen viranomaisten ja naisyrittäjien kesken olisi hyvä edelleen parantaa ja lisätä.

Naisyrittäjien näkemykset jakautuivat puolesta ja vastaan myös siinä, että alueen elinkeinopolitiikka ei huomioisi naisyrittäjiä tarpeeksi. Naisyrittäjistä 51 % oli samaa mieltä väittämän kanssa ja 49 % oli väittämästä eri mieltä. Ristiintaulukoitaessa sitä, riippuuko elinkeinopolitiikan vähäinen huomio sukupuolen uskottavuudesta, tulokset osoittivat osan naisyrittäjistä olevan samaa mieltä asiasta ($\chi^2=38,275$; $df=1$; $p=,000$). Tukimuotojen riittämättömyys naisyrittäjille vaikuttaa riippuvan myös alueen elinkeinopolitiikan hoidosta ($\chi^2=14,657$; $df=1$; $p=,000$). Samoin naisyrittäjille suunnatun koulutuksen riittämättömyys vaikuttaa riippuvan edelleen alueen elinkeinopolitiikan hoidosta ($\chi^2=23,024$; $df=1$; $p=,000$).

Vaikka mielipiteet elinkeinopolitiikan hoidon riittävydestä jakautuivat puolesta ja vastaan, ei se näy huonontavan alueen yleistä myönteistä yrittäjyysilmastoa ($\chi^2= 13,474$; $df=1$; $p=,000$).

Mielipiteet elinkeinopolitiikan merkityksestä uusien naisyritysten syntymiseen jakoi naisyrittäjien näkemykset puolesta ja vastaan. Naisyrittäjistä 60 % oli sitä mieltä, että alueen elinkeinopolitiikalla on merkitystä uusien naisyritysten syntymiseen ja 40 % sitä mieltä, että ei ole

merkitystä. Näkemuserot mielipiteissä viittaavat siihen, että edistämällä alueen elinkeinopoliittikkaa enemmän, olisi sillä suurempi merkitys myös uusien naisyritysten syntyyn.

Naisyrittäjien näkemykset hajaantuivat myös siinä, riippuuko viranomaisten eriarvoinen kohtelu ja se, että miespuoliset yrittäjät saavat rahoitustukea toiminnalleen paremmin ja helpommin kuin naisyrittäjät toisistaan. Naisyrittäjistä 92 % oli asiasta samaa mieltä ja 65 % oli asiasta eri mieltä ($\chi^2=31,619$; $df=1$; $p=,000$). Toisin sanoen miespuoliset yrittäjät näyttävät saavan rahoitustukea toiminnalleen paremmin ja helpommin kuin naisyrittäjät. Yleinen mielipide yksittäisestä väittämästä, että miespuoliset yrittäjät saavat rahoitustukea toiminnalleen paremmin ja helpommin piti myös naisyrittäjien mielestä paikkansa, sillä 60 % oli väittämän kanssa samaa mieltä ja 40 % eri mieltä. Voidaankin olettaa, että viranomaisille sukupuolella on väliä kun haetaan rahoitustukea yritystoiminnalle. Tämä johtaa pohtimaan sitä, onko naisten yritystoiminnan pienuudella ja/tai sillä, että naisyrittäjät toimivat marginaalisilla toimialoilla mahdollisesti merkitystä rahoitustuen saamiseen eri viranomaisilta. Koska asiaa ei naisyrittäjiltä kysytty, ei asiaa myöskään kommentoida.

Naisyrittäjien mielestä eri viranomaiset voisivat tehdä enemmän naisyrittäjien toimintaedellytysten parantamiseksi. Naisyrittäjistä 53 % oli samaa mieltä siitä, että eri viranomaiset eivät tee parastaan naisyrittäjien toimintaedellytysten parantamiseksi ja 47 %:n mielestä viranomaiset tekevät parhaansa. Naisyrittäjien liiketoimintaan liittyvän neuvonnan ja ohjauksen puute ja olemassa olevien tukimuotojen riittämättömyys riippuvat toisistaan ($\chi^2=16,690$; $df=1$; $p=,000$). Tämä viittaa siihen, että liiketoimintaan liittyvää neuvontaa ja ohjausta tulisi lisätä, sillä osa naisyrittäjistä ei ehkä tiedä tarpeeksi olemassa olevista tukimuodoista heille. Tämä tukee ja vahvistaa edelleen olettamusta siitä, että eri viranomaisten ja elinkeinopoliittikan olisi hyvä vahvistaa yhteistyötään naisyrittäjien kanssa ja ottaa heidät ja heidän tarpeensa enemmän huomioon.

Naisyrittäjien mielipiteet jakoutuivat puolesta ja vastaan väittämään "alueella ei panosteta naisyrittäjien koulutukseen riittävästi". Enemmistö 52 % naisyrittäjistä oli sitä mieltä, että alueella ei panosteta naisyrittäjien koulutukseen riittävästi ja 48 % oli eri mieltä väitteestä.

Näkemyksen jakaantuessa melko tasaisesti puolesta ja vastaan, asian selventämiseksi testattiin niitä väittämiä, joiden oletettiin vaikuttavan mielipiteisiin. Koulutuksen ja olemassa olevien tukimuotojen riittämättömyyden välillä todettiin riippuvuutta ($\chi^2=20,010$; $df=1$; $p=,000$).

Tämä viittaa siihen, että koulutus koetaan yhdeksi tukimuodoksi, jonka koetaan olevan naisyrityksille riittämätöntä. Samoin koulutuksen ja liiketoimintaan liittyvän neuvonnan ja ohjauksen riittämättömyyden välillä oli riippuvuutta ($\chi^2=17,192$; $df=1$; $p=,000$), minkä voidaan olettaa viittaavan samoin koulutuksen riittämättömyyteen. Mielenkiintoista olisikin tietää, miten paljon alueen elinkeinopolitiikan hoidolla on merkitystä naisyrityksille suunnatun koulutuksen ja tukimuotojen riittämättömyyteen sekä liiketoimintaan liittyvän neuvonnan ja ohjauksen puutteeseen.

Naisyrittäjien mielestä (83 %) eri viranomaiset eivät kuitenkaan kohtele heitä koulutuksen suhteen epätasa-arvoisesti ($\chi^2=8,516$; $df=1$; $p=,004$), mikä viittaa siihen, että alueelle kaivattaisiin yleensä naisyrityksille lisää koulutusmahdollisuuksia. Tätä tukee myös naisyrityksien vapaat vastaukset kysymykseen ”millaista apua tai tukea toivoisit tai haluaisit naisyrityksille?”. Mielenkiintoista on koottu niistä vastauksista, joita esiintyi määrällisesti eniten aineistossa. Eniten naisyritykset toivoivat ja halusivat koulutusta ja tietoa yrityskäytännöstä sekä konsultointiapua alkuvaiheen paperisodassa.

Muina tärkeinä asioina naisyritykset pitivät verohelpotusta yrityksille, valtion tukea työllistämiseen, selkeää tietoa rahoituksesta ja edullista lainaa, markkinointiapua ja selkeyttä viranomaisten taholta yrityskäytännöstä koskeviin asioihin. Lisäksi muina tärkeinä asioina naisyritykset näyttivät arvostavan henkisiä ja sosiaalisia arvoja yrityskäytännössä toimiessaan. Eräs avoin vastaus oli ”toivoisin enemmän naisyrityksien yhteisiä tapaamisia, kokemusten vaihtoa ja tietoa yrityskäytännöstä joka avartaa katsetta”. Lisäksi arvoja edustivat toiveet ja halu henkisestä tuesta, yhteisten tilaisuuksien järjestämisestä, yhteistyöverkostosta ja tukiverkostosta, mentori-toiminnasta, sosiaalisen ja henkisen tuen tarpeesta lapsen ja kodin hoidossa, lisätyövoiman saamisesta äitiysloman ajaksi, palkallisesta lomasta ja toiveet saada omaa aikaa enemmän.

Edellä mainitut vastaukset tukevat väittämistä saatuja mielipiteitä siitä, millaisia näkemyksiä naisyrityksillä itsellään on yritysympäristöstään. Naisyritukset ovat itse vastanneet väittämiin ja näin hahmottaneet yritysympäristönsä olosuhteet ja edellytykset. Naisyrittäjien mielipiteet väittämistä on koottu vielä havainnollisempaan muotoon seuraavaan jakaumataulukon (taulukko 11).

TAULUKKO 11. Naisyrittäjien mielipiteet yritys ympäristöstä

Väittämät	Samaa mieltä %	Eri mieltä %	Yhteensä %	Vastajat kpl
Naisyrittäjien kesken vallitsee hyvä yhteishenki	74	26	100	119
Naisyrittäjät eivät puhalla samaan hiileen	34	66	100	140
Viranomaiset kohtelevat naisyrittäjiä huonommin kuin miesyrittäjiä	33	67	100	150
Sukupuoli vaikuttaa naisyrittäjän uskottavuuteen	48	52	100	163
Alueen elinkeinopolitiikka ei huomioi naisyrittäjiä tarpeeksi	51	49	100	135
Alueen yleinen yrittäjyysilmasto on myönteinen	72	28	100	149
Olemassa olevat tukimuodot naisyrittäjille ovat riittämättömät	56	44	100	127
Liiketoimintaan liittyvää neuvontaa ja ohjausta naisyritt. pitäisi lisätä	79	21	100	141
Miesyrittäjät kohtelevat naisyrittäjiä tasapuolisesti	73	27	100	153
Uusien naisyritysten syntymiseen ei alueen elinkeinop. ole juuri merkitystä	40	60	100	124
Eri viranomaiset tekevät parhaansa naisyritt. toimintaedell. parantamiseksi	47	53	100	125
Miesyrittäjät saavat rahoitustukea paremmin ja helpommin kuin naisyr.	60	40	100	125
Alueella ei panosteta naisyrittäjien koulutukseen riittävästi	52	48	100	119

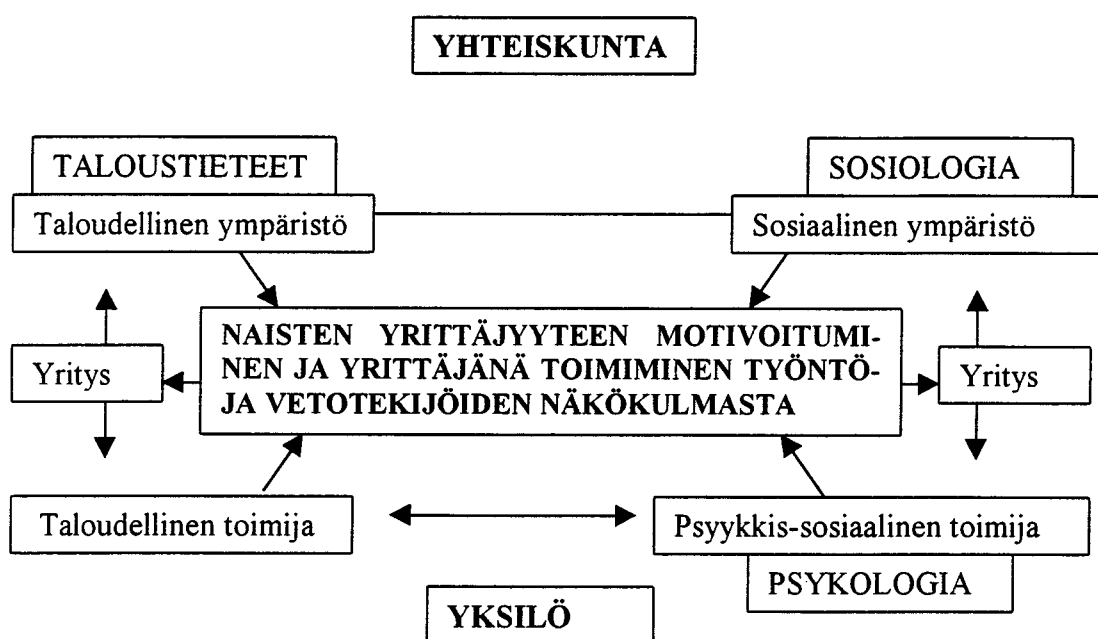
11 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tuloksia tarkasteltaessa on muistettava, ettei se pyri kohdejoukon koon (n=459) takia kuvaamaan kaikkia suomalaisia naisyrittäjiä. Tutkimuksen kohteena oli ainoastaan Etelä-Savon maakunnan naisyrittäjät. Tutkimus esittelee kohdejoukosta saatuja tuloksia ja ne voi yleistää koskemaan etelä-savolaisia naisyrittäjiä. Jonkinlaisen suomalaisen naisyrittäjän kuvan voi kuitenkin rakentaa. Naisyrittäjät ovat itse vastanneet kysymyksiin ja näin hahmottaneet omakuvansa. Esitetyt motivaatiotekijät yrittäjäksi ryhtymisessä ja yrittäjänä toimiessa, naisyrittäjien näkemykset yritys ympäristöstä sekä kuva naisyrittäjien yritystoiminnasta eivät muodosta täydellistä kuvaa, mutta luovat erään kuvan suomalaisesta naisyrittäjästä. Tulokset saattavat vaikuttaa yksipuolisilta, mutta näin vastaajat kokivat yrittäjyytensä.

Naisyrittäjäyys otettiin tutkimuskohteeksi, koska suomalaisesta naisyrittäjäydestä ei ole olemassa riittävää tutkimuksellista tietoa. Lisäksi naisyrittäjän päätös aloittaa yritystoiminta ja yrittäjänä toimiminen tulee paremmin ymmärrettäväksi, kun tutkimuksen avulla saatava naisyrittäjäyden kuva on monipuolisempi. Empiirinen tiedonhankinta toteutettiin naisyrittäjille suunnatulla postikyselyllä, jolla kerätyn aineiston todettiin edustavan maakunnan naisyrittäjiä eri toimialoilta parhaiten. Aineisto analysoitiin käyttäen sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Tutkimuksen teoreettisessa osassa esitettiin poikkitieteellinen lähes-

tymistapa, joka ottaa huomioon naisyrittäjyyteen vetävät ja työntävät taloudelliset ja psykososiaaliset motiivit sekä näiden vuorovaikutuksen. Näin on mahdollista saavuttaa syvempi ja kokonaisvaltaisempi ymmärrys naisyrittäjän kokemasta todellisuudesta. Valitulla näkökulmalla oli keskeinen merkitys, kun tarkasteltiin tutkimuksesta saatuja tuloksia.

Verrattaessa tutkimuksen tuloksia alussa esitettyyn lähestymistapaan ja teoriaan naisyrittäjyys voidaan kuvata tutkimuksen viitekehksen mukaisesti (kuva 13).



KUVA 13. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

Tutkimus osoitti, että enemmistö naisista on ollut yritystoimintaa aloitettaessa 30-45 -vuotiaita. Tämä näyttäisi vastaavan aikaisempien empiiristen tutkimusten tuloksia naisten keskimääräisestä aloittamisiästä (Kovalainen 1993; Taloustutkimus Oy 1997). Naisyrittäjien keski-ikä on 42 vuotta ja suurin osa on naimisissa olevia perheellisiä yrittäjiä. He omaavat hyvän peruskoulutus- ja ammatillisen tason ja heillä on työkokemusta valitsemaltaan toimialalta useita vuosia. Tutkimuksen tulokset vahvistavat sitä, että naiset perustavat yrityksensä ja toimivat yrittäjinä niillä toimialoilla mistä heillä on työkokemusta ja ammattitaitoa sekä koulutusta (ks. Kovalainen 1993; Mallette & McGuinness 1999). Enemmistö naisista on vastuullisia omistajayrittäjiä ja he ovat suurimmalta osaltaan perustaneet yrityksensä itse. Yritysmuotona on tavallisimmin toiminimi. Yrityksen ikäjakauma vaihtelee yrittäjän iästä riippuen keskimääräisen yritysian ollessa 5-10 vuotta. Nuorempien naisyrittäjien yrityksen ikä on luonnollisesti nuorempi ja vanhemman ikäpolven yrityksen ikä on selvästi vanhempi.

Tutkimuksen kohteena olleiden **naisyrittäjien yritystoiminta** on pienimuotoista, työllistäen useimmiten yrittäjän itsensä ja muutaman työntekijän. Tässä tutkimuksessa enemmistö naisyrittäjistä edusti perinteisesti naisille kuuluvaa palvelualaa muiden toimialojen jäädessä vähemmälle. Naisyrittäjiä ei juuri miehislta aloilta löydy. Naisyrittäjien yritysten keskimääräinen liikevaihto vuosina 1998-1999 on ollut 300 000-500 000 markan välillä, vaikka toimialakohtaisia erojakin on. Liikevaihdon arvio vuodelle 2000 noudattelee edellisten vuosien määrää. Naisyrittäjien suhtautuminen yrittäjyyteen on myönteistä, mutta yritystoiminnan kehittämiseen varovaista. Vaikka naisyrittäjien yritykset menestyvät heidän omien arvioidensa mukaan keskimääräisen hyvin, eivät he välttämättä ole halukkaita laajentamaan yritystoimintaansa. Tutkimuksen naisyrittäjät vaikuttavat olevan hieman kasvuhaluttomia, mikä viittaa siihen, että he haluavat välttää suuria riskejä yritystoiminnassaan. Samoihin johtopäätöksiin naisyrittäjien yritystoiminnan kasvuhaluttomuudesta ja riskinottohalusta eri tutkimusaineistoilla ovat tulleet mm. Ducheneaut & Orhan (1998) ja Muir (1999).

Sosiaalinen marginaalisuus näyttäisi siten soveltuvan myös tutkittujen naisyrittäjien luonnehdintaan, koska he ovat edelleen yritysmaailmassa vähemmistönä ja toimivat marginaalisiksi luonnehdituilla toimialoilla, joilla ei katsota olevan kasvamisen tai menestymisen edellytyksiä. Mm. Kovalaisen (1993) ja Mallette & McGuinness (1999) tutkimusten mukaan naisyrittäjien yritysten pienuudesta ja toimialasta vaikuttaa johtuvan se, että itsensä työllistävät naisyrittäjät näyttävät jääneen talouden marginaaliin. Naisyrittäjien yritystoiminnan kasvuhaluttomuus ja yritystoiminnassa menestyminen ei tämän tutkimuksen mukaan johdu heidän yritystensä toimialoista. Sen sijaan yrittäjäkoulutuksella ja työkokemuksella on merkitystä yritystoiminnan menestymiseen mutta ei yritystoiminnan laajentamiseen.

Yrittäjyyteen vetävänä motiivina yrittäjyys merkitsee tutkimuksen kohteina olleille naisyrittäjille **taloudellisessa mielessä** mahdollisuutta saavuttaa taloudellinen riippumattomuus itselle ja perheelle. He aloittavat yritystoiminnan ja toimivat yrittäjinä luottaen hyvään ja kannattavaan liikeideaan sekä hyvään koulutukseen. Toisaalta taloudellinen riippumattomuus voi toimia myös yrittäjyyteen työntävänä motiivina, jos perheen heikko taloudellinen tilanne esimerkiksi puolison työttömyyden takia tarvitsee lisätuloja elämiseen. Vaikean henkilökohtaisen taloudellisen tilanteen vuoksi nainen saattaa olla pakotettu itsensä työllistämiseen oman yritystoiminnan kautta (mm. Ducheneaut 1997). Työttömyys kietoutuu itsensä työllistämiseen siten, että epävakaa yhteiskunnallinen talous näyttää sekä vetävän että työntävän naisia yrit-

täjyyteen. Tämän tutkimuksen naisyrittäjille itsensä työllistäminen vaihtoehtona työttömyydelle on toiminut yrittäjyyteen työntävänä psyko-sosiaalisena motiivina ja itsensä työllistämällä on haluttu parantaa oman elämän laatua. Yrittäjyyteen työntävät ja vetävät taloudelliset motiivit voidaan nähdä myös suhtautumisena yrittäjyyteen. Myönteinen suhtautuminen toimisi vetotekijänä yrittäjyyteen ja heijastaisi siten yritystoiminnan kasvuhalua. Kielteinen suhtautuminen toimisi työntötekijänä, jolloin yrittäjyysaktiiviteetti jäisi vähäiseksi ja siten heijastuisi yritystoiminnan pienimuotoisuuteen. Tutkituille naisyrittäjille yrittämiseen yhteydessä olevat kielteiset taloudelliset ja psyko-sosiaaliset motiivit, kuten perheen ja työn joustavampi yhdistäminen, oman ajan vähyys, yhteiskunnan suhtautuminen, suuret verot ja suuri työ määrä sekä itsensä työllistäminen vaihtoehtona työttömyydelle yrityksen perustamismotiivina ja yrittäjänä toimiessa on saattanut vaikuttaa yritystoiminnan pienimuotoisuuteen. Voidaankin olettaa että osaksi kielteisistä motiiveista johtuen tutkittujen naisyrittäjien yrityksen koko voidaan sanoa jääneen pieneksi ja yritystoiminnan pienimuotoiseksi. Saman suuntaisia tutkimustuloksia naisyrittäjyysaineistollaan ovat saaneet myös mm. Kovalainen (1995) ja Ducheneaut (1997).

Psyko-sosiaalisessa mielessä tutkimuksen naisyrittäjien yrittäjyyteen työntävänä tekijänä on toiminut ajan jakaminen järkevästi työn ja perheen kesken sekä naisten tarve parantaa oman elämän laatua. Kodin ja työn yhdistäminen on useimmissa naisyrittäjyystutkimuksissa mainittu tärkeäksi yrittäjyydelle. Naisyrittäjälle perhe ja työ omassa yrityksessä limittyvät selvästi kiinteämmin toisiinsa kuin ansiotyössä olevilla naisilla. Puolison tuki ja kannustus ovat tärkeitä tekijöitä naisyrittäjän yrittäessä yhdistää yrittäjän työ ja perheen tarpeet yhteen. (ks. Due Billing 1996; Loscocco 1997; Kovalainen 1993). Myös tässä tutkimuksessa perheen tuella ja kannustuksella on yhteyttä siihen, että naisyrittäjä voi jakaa ajan joustavammin ja järkevämmmin perheen ja työn kesken. Perheen kannustus ja tuki on tutkimuksen naisyrittäjille tärkeä psyko-sosiaalinen yrittäjyyteen vetävä motiivi. Muissa empiirisissä tutkimuksissa on mies- ja naisyrittäjien tukiryhmien todettu poikkeavan toisistaan. Miesyrittäjät näyttävät hakevan tukea ensisijaisesti ulkopuolisilta asiantuntijoilta, kun taas naisyrittäjät korostavat puolison ja perheen tuen merkitystä (ks. Cromie 1987, Ducheneaut & Orhan 1998; Muir 1999). Tässä tutkimuksessa perheen kannustuksen ja tuen tärkeys riippui lisäksi yrittäjän iästä. Nuoremmille naisyrittäjille se on tärkeämpää kuin vanhemman ikäpolven naisyrittäjille. Voidaankin olettaa, että nuoremmilla naisyrittäjillä on vielä pieniä lapsia hoidettavanaan, jolloin perheen kannustus ja tuki sekä ajan jakaminen perheen ja työn kesken koetaan tärkeäksi yrityksen toiminnan ja hoidon kannalta.

Tarve parantaa oman elämän laatua saattaa juontaa juurensa tutkittujen naisyrittäjien tyytymättömyydestä palkkatyöhön tai elämäntilanteeseen. Pidempään työelämässä olleille naisille ns. lasikattoilmiö on usein mainittu syy yrittäjyyteen (ks. Kovalainen 1993; Due Billing 1996). Tänä päivänä yrittäjyyttä ja yritystoimintaa on tarjottu naisille keinoksi rikkoa tai ainakin ohittaa isojen organisaatioiden ns. lasikatto, sillä naisten ei ole edelleenkään helppo edetä urallaan palkkatyössä etenkin johtotehtäviin (ks. Kovalainen & Simonen 1996). Isojen organisaatioiden lasikatto on voinut toimia siten tutkittujen naisyrittäjien yrittäjyyteen vetävänä tai työntävänä psyko-sosiaalisena motiivina. Johtopäätöksenä edellisestä voikin olettaa, että tutkittujen naisyrittäjien yrittäjäksi ryhtyminen ja yrittäjänä toimiminen parantaisi naisten oman elämän laatua olivat ne sitten itsenäisyyden puutteeseen tai uralla etenemiseen liittyviä ongelmia.

Tämän tutkimuksen naisyrittäjiä motivoi itsensä toteuttaminen, usko omaan kykyihin, työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus sekä yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi. Nämä yrittäjyyteen vetävät psyko-sosiaaliset motiivit ovat yhteydessä yrittäjyyteen työntävän motiivin, oman elämän laadun parantamisen kanssa. Tämä johtaa pohtimaan sitä, että nämä motiivit yhdessä saattavat juontaa juurensa juuri naisten tyytymättömyydestä entiseen palkkatyöhön. Naisten yrittäjäksi ryhtymisen ja yrittäjänä toimimisen motiiveilla olisi siten yhteyttä sekä vetäviin että työntäviin psyko-sosiaalisiin tekijöihin.

Toisaalta yrittäjäksi ryhtyessään ja yrittäjänä toimiessaan nainen joutuu kohtaamaan sekä psykologisia että sosiaalisia esteitä. Sosiaalisista esteistä tärkeitä ovat arvot ja asenteet. Asenteelliset esteet ovat naisen omia ja muiden ihmisten käsityksiä siitä, millainen on naisen rooli yhteiskunnassa. Psykologisiin esteisiin kuuluu epäonnistumisen pelko. (ks. Still & Timms 1998; Muir 1999). Johtopäätöksenä voidaankin olettaa, että realisteina myös tämän tutkimuksen naisyrittäjät ovat kyenneet näkemään yritystoiminnan riskialttiuden ja ovat yrittäjiä enemmän positiivisten psyko-sosiaalisten vetotekijöiden suuremmasta merkityksestä johtuen. Tätä tulkintaa vahvistaa se, että naisyrittäjien suhtautuminen yrityksen laajentamiseen on osaksi varovaista, joten he välttävät suuria lainanottoja minimoidakseen mahdollisesta epäonnistumisesta aiheutuvaa taloudellista menetystä itselle ja perheelle.

Psykologisessa mielessä tärkeimmät yrittäjyyteen vetävät motiivit ovat olleet itsensä toteuttaminen ts. halu tehdä jotain omaa, usko omaan kykyihin, työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus sekä yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi. Itsensä toteuttamisen tarve on

McClellandin mukaan yrittäjille tyypillinen luonteenpiirre, johon liittyy läheisesti itseluottamus ja toiveikkuus (ks. Cromie 1986; Huuskonen 1992). Johtopäätöksenä voidaankin olettaa, että tämän tutkimuksen naisyrittäjät ovat yrittäjiä, koska he uskovat kykyihinsä kontrolloida ympäristöään omalla yritystoiminnallaan. Työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus sekä yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi viittaa taas siihen, että tutkimuksen naisyrittäjät ovat yrittäjinä tyytyväisempiä työhönsä kuin palkkatyössä ollessa. Naisyrittäjät ovat ryhtyneet yrittäjiksi ja toimivat yrittäjinä vasta, kun ovat saaneet persoonallisuutensa kehityksen, koulutuksen ja työkokemuksen kautta sellaisen ammattitaidon, että ovat voineet punnita työhönsä liittyviä ratkaisuja suhteellisen vapaasti. Yrittäjyys on ollut heille harkinnan tulos. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että naiset eivät ryhdy yrittäjiksi ja toimi yrittäjinä pakon edessä, vaan yrittämällä naiset ottavat huomioon oman minänsä sosiaaliset ja psykologiset tarpeet. Tätä tukevat myös muista naisyrittäjyysaineistosta saadut tulokset (ks. Loscocco 1997; Hokkanen 1998).

Verrattaessa naisyrittäjien taloudellisia ja psyko-sosiaalisia motiiveja Vroomin odotusarvoteoriaan motivaation osatekijöiden voitaisiin sanoa koostuneen siten, että nainen on tulkinnut yrittäjyyden sopivan hänelle hyvän koulutuksen, hyvän liikeidean ja hyvän ammattitaidon vuoksi (=odotusarvo). Yrittäjyys tuottaa naiselle tunteen, että yrittäjäksi ryhtymällä ja yrittäjänä toimimalla hän voi toteuttaa itseään ja saavuttaa taloudellisen vapauden, itsenäisyyden ja riippumattomuuden itselle ja perheelle (=välinearvo). Uskomalla omiin kykyihinsä yrittäjänä nainen vahvistaa omaa yrittäjyyttään tulevaisuudessa (=yllykearvo).

Seitsemän tärkeintä yrittäjyyteen vetävää psyko-sosiaalista motiivia yritystoiminnan alussa ja yrittäjänä tänä päivänä toimiessa ovat itsensä toteuttaminen, usko omiin kykyihin, hyvä liikeidea, työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus, hyvä koulutus, perheen kannustus ja tuki sekä yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi. Tutkitut naisyrittäjät ovat kokeneet yrittäjyyden positiiviseksi asiaksi siten, että he ovat yrittäjiä omasta tahdostaan, luottaen omiin kykyihinsä, koulutukseen ja ammattitaitoonsa. Raha itse motiivina ei ole heille pääasia, vaan yrittäjäksi ryhtymällä ja yrittäjänä toimiessaan he tuntevat voivansa toteuttaa itseään omista toiveistaan ja henkisistä tarpeistaan käsin. Nämä syyt vahvistavat sitä käsitystä, että yrittäjyys on naisille oman vapaan päätöksen tulos. Naiset ovat itse vapaasti valinneet yrittäjyyden myönteisten eli vetotekijöiden keskinäisestä vaikutuksesta johtuen, eikä niinkään yrittäjyyteen työntävien eli negatiivisten tekijöiden vuoksi. Edellä mainitut motiivit vahvistavat myös sitä,

että naisten yrittäjyysmotivaatio on yhteydessä sosiaalipsykologisiin motiiveihin ja sidoksissa siihen sosiaaliseen ympäristöön missä ja minkä ehdoilla naisyrittäjä toimii.

Kirjallisuudessa olevat väitteet siitä (ks. Due Billing 1996; Loscocco 1997), että työntävät tekijät vaikuttaisivat naisten yrittäjäksi ryhtymiseen ja yrittäjänä toimimiseen yrittäjyyteen vetäviä tekijöitä enemmän eivät saa tämän tutkimuksen tuloksista vahvistusta. Sen sijaan yrittäjyyteen työntävät taloudelliset ja psyko-sosiaaliset motiivit ovat osaltaan yhteydessä naisyrittäjän motiiveihin aloittaa yritystoiminta ja yrittäjänä toimimiseen. Neljä tärkeintä yrittäjyyteen työntävää taloudellista ja psyko-sosiaalista motiivia ovat tarve parantaa oman elämän laatua, itsensä työllistäminen vaihtoehtona työttömyydelle, taloudellinen riippumattomuus itselle ja perheelle sekä ajan jakaminen järkevästi työn ja perheen kesken. Tulokset osoittavat, että naisyrittäjien tärkeinä pitämät taloudelliset ja psyko-sosiaaliset motiivit eivät ole muuttuneet yritystoiminnan alusta tähän päivään verrattuna.

Toisaalta yrittäjäksi ryhtyminen ei välttämättä muuta yhteiskunnan rakenteellisia eroja miesten ja naisten työelämän mahdollisuuksissa. Käsitys naisyrittäjistä ja heidän olemuksestaan on sidoksissa siihen kulttuurisesti muovautuneeseen sosiaaliseen ympäristöön missä he toimivat. Koska mikään ei ole ”mustavalkoista”, voidaan naisyrittäjien yrittäjyysmotivaatioon todeta olevan keskenään yhteydessä sekä yrittäjyyteen vetävät että työntävät taloudelliset ja psyko-sosiaaliset motiivit. Samansuuntaisia tuloksia eri naisyrittäjyystutkimuksissa ovat saaneet myös mm. Ducheneaut (1997), Muir (1999) sekä Pihkala et al. (2000).

Taloudellinen ympäristö julkisen vallan toimenpiteineen ja säädöksineen luo yrittäjyydelle mahdollisuuksia, samoin paikkakunnan olosuhteet ja markkinat. Tässä tutkimuksessa **naisyrittäjien omat näkemykset yritys ympäristöstä** hahmottavat niitä olosuhteita, mahdollisuuksia ja edellytyksiä siitä, millaisiksi mielipiteet yritys ympäristöstä muodostuivat. Naisyrittäjien suhtautuminen yritys ympäristöön näyttää riippuvan siitä, miten alueen elinkeinopolitiikka ja eri viranomaiset suhtautuvat naisiin yrittäjinä. Tässä tutkimuksessa naisyrittäjien näkemyksistä nousivat esille koulutuksen, eri tukimuotojen sekä liiketoimintaan liittyvän neuvonnan ja ohjauksen puute. Naisyrittäjien mielestä eri viranomaiset voisivat tehdä enemmän naisyrittäjien toimintaedellytysten parantamiseksi ja elinkeinopolitiikka voisi entistä enemmän edistää naisyrittäjyyttä. Kehittämällä alueen elinkeinopolitiikkaa entistä enemmän, olisi sillä suurempi merkitys myös uusien naisyritysten syntymiseen.

Eri viranomaisilla voisi olla aktiivisempi rooli ja ote naisyrittäjien yritystoimintaan liittyvän tuen ja avun tarpeeseen. Tämä tarkoittaa sitä, että tuki ja apu naisten yritystoiminnalle pitäisi lähteä naisyrittäjien omista tarpeista ja toiveista. Tähän viittaavat naisyrittäjien antamat mielipiteet yritysypäristön suomista edellytyksistä. Naisyrittäjien omistamien yritysten kasvuhaltomuuteen voidaan olettaa olevan osasyynä liiketoimintaan liittyvän tuen ja neuvonnan puute, viranomaisten eriarvoinen kohtelu sekä alueen elinkeinopolitiikka. Rahoitustuen hakemisen ja saamisen voidaan olettaa riippuvan naisyrittäjän uskottavuudesta. Tämä saattaa johtua siitä, että enemmistö naisten yrityksistä toimii marginaalisilla toimialoilla, joita on paljon ja joilla ei juurikaan koeta olevan kasvamisen edellytyksiä. Naisyrittäjien uskottavuudella, toimialalla ja yritystoiminnan pienuudella voi siten olla yhdessä merkitystä rahoituksen saamiseen eri viranomaisilta.

Alueen elinkeinopolitiikan vähäinen huomio naisyrittäjiä kohtaan jakoi mielipiteitä puolesta ja vastaan. Naisyrittäjille suunnatun koulutuksen ja muiden tukimuotojen riittämättömyyden voidaan olettaa osittain johtuvan alueen elinkeinopolitiikan hoidosta. Mielenkiintoista olisikin tietää, kuinka paljon alueen elinkeinopolitiikan hoidolla on merkitystä naisyrittäjille suunnatun koulutuksen ja tukimuotojen riittämättömyyteen sekä liiketoimintaan liittyvän neuvonnan ja ohjauksen puutteeseen. Koska elinkeinopolitiikka ei vaikuttaisi huomioivan naisyrittäjiä tarpeeksi, johtaa tämä pohtimaan myös sitä, että naisten yritystoiminnan pienimuotoisuudesta johtuen heitä ei ehkä koeta elinkeinopolitiikan kannalta kovin tärkeiksi esimerkiksi työllistäjinä. Tutkimuksen tulos vahvistaa siten aikaisempien tutkimusten tuloksia siitä, että sukupuolella on edelleen merkitystä yritystoiminnassa. Saman suuntaisia tuloksia on saatu myös muilla naisyrittäjyysaineistoilla (ks. Ducheneaut 1997; Still & Timms 1998; Muir 1999).

Myönteisinä asioina naisyrittäjien mielestä heidän kesken vallitsee hyvä yhteishenki ja alueen yleinen yrittäjyysilmasto koettiin myönteiseksi. Enemmistön mielestä kuitenkin viranomaisien voidaan sanoa kohtelevan naisyrittäjiä tasapuolisesti ja miespuoliset yrittäjät kohtelevat naisyrittäjiä myös tasapuolisesti. Hajontaa eri näkemysten kohdalla oli, mikä on luonnollista ottaen huomioon naisyrittäjien erilaiset kokemukset, jotka mahdollisesti ovat vaikuttaneet heidän näkemyksiinsä yritysypäristöstä. Naisyrittäjät ovat kuitenkin itse vastanneet väittämiin ja näin hahmottaneet yritysypäristönsä olosuhteet ja edellytykset.

11.1 Tutkimuksen arviointia ja jatkotutkimusmahdollisuuksia

Tutkimus toteutettiin surveyyana, koska sen avulla voitiin hankkia sellainen tutkimusaineisto, joka kuvaa laajojen joukkojen käsityksiä ja mielipiteitä. Survey valittiin, koska se on tyypillinen muuttujien välisiä suhteita tarkasteleva menetelmä. Tutkimuksessa oli mukana melko paljon muuttujia, joilla voitiin etukäteen arvioiden olettaa olevan merkitystä tutkittavan ilmiön kannalta. Käytetty muuttujamäärä on kuitenkin rajallinen ja siten osaltaan rajoittaa tuloksia. Muuttujien valinta tämänkaltaisessa eri tieteenaloja yhdistävässä tutkimuksessa voidaan sanoa olevan ongelmallista, sillä potentiaalisia tekijöitä voidaan havaita olevan lukuisia. Useita tekijöitä tarkastelemalla voidaan kuitenkin saavuttaa syvempi ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä. Toisaalta olisi usein eduksi mitata samaa asiaa useilla eri muuttujilla. Tässä tutkimuksessa yrittäjyyteen motivoitumista olisi ollut suotavaa tarkastella esimerkiksi huomioimalla tekijöitä ennen naisten yrittäjyyspäätöstä, koska naisella elämäntilanne ja aikaisemmat kokemukset yrittäjyydestä voidaan olettaa vaikuttavan yrittäjyyspäätökseen.

Tutkimuksessa sovelluttu poikkitieteellinen lähestymistapa on uusia suuntia naisten yrittäjyystutkimukseen hakeva ratkaisu, koska eri tieteenaloja yhdistävät teoriat ja lähestymistavat näyttäisivät selittävän naisyrittäjyyttä yhden tieteenalan teorioita monipuolisemmin. Tutkimuksessa käytetty viitekehys toimi hyvin nostamalla naisyrittäjyydestä esiin ne taloudelliset, sosiologiset ja psykologiset motiivit, joiden oletettiin vaikuttavan ilmiöön. Tutkijan mielestä viitekehys vastasi tutkimuksessa esitettyihin tutkimusongelmiin. Tietolähteenä olivat naisyrittäjät itse, joten heidän vastaukset perustuvat pitkälti heidän omiin subjektiivisiin käsityksiin ja tulkintoihin. Toisaalta naisyrittäjien konstruktioita eli käsityksiä tutkittaessa ei kysytä, mikä on objektiivinen todellisuus. Sellaista ei kenties olekaan, vaan kysymys on siitä, mikä on naisyrittäjän käyttäytymistä ohjaava totuus. Saadun tiedon luotettavuutta arvioitiin vertaamalla muista empiirisistä naisyrittäjyystutkimuksista saatuja tuloksia, joilla voitiin jossain määrin verifioida kyselyssä saatuja tietoja. Toisaalta kyselyssä olisi voinut kiinnittää enemmän huomioita kysymysten sisältöön ennen kenttätutkimusta, esimerkiksi testaamalla kysymysten ymmärrettävyyttä useammalla naisyrittäjällä.

Tutkimuksen tulokset olivat johdonmukaisia aikaisempien tutkimustulosten kanssa, lukuun ottamatta muutamaa poikkeavaa tutkimustulosta. Väitteet siitä, että naisyrittäjät olisivat yritystoiminnassaan kasvuhaluttomia yritystoiminnan pienuudesta ja toimialoista johtuen ei saanut vahvistusta tämän tutkimuksen tuloksissa. Tutkimuksen kohteena olleiden naisyrittäjien

yrittötoiminnan kasvuhaluttomuus ja yrittötoiminnan menestyminen ei johdu toimialasta. Toinen väite siitä, että työntävät taloudelliset ja psyko-sosiaaliset motiivit vaikuttaisivat naisten yrittäjäksi ryhtymiseen ja yrittäjänä toimimiseen vetäviä motiiveja enemmän eivät saa tämä tutkimuksen tuloksista vahvistusta. Sen sijaan työntävät motiivit ovat osaltaan yhteydessä niihin yrittäjyyteen vetäviin motiiveihin mikä motivoi naisia ryhtymään yrittäjäksi ja toimimaan yrittäjänä.

Ihmistieteissä yksilön konstruktiot vaikuttavat ihmisen käyttäytymiseen ja sitä kautta selittävät yrittäjyyteen motivoitumista ja yrittäjänä toimimista. Jatkotutkimuksessa voitaisiin keskittyä muutamaiin naisyrityksiin ja pyrkiä saavuttamaan syvällisempi ymmärrys yksittäisen naisyrittäjän yrityksestä sekä hänen motiiveistaan yrittäjyyteen että yritys ympäristön suhtautumisesta naisten omistamiin yrityksiin. Tällöin naisyrittäjyyttä voitaisiin lähestyä vielä monipuolisemmin lisäämällä tutkimukseen esimerkiksi kasvatustieteiden näkökulma, koska yrittäjyyteen voidaan olettaa vaikuttavan naisen sosiaalinen tausta, kasvuympäristö ja elämäkokemukset (ks. Huuskonen 1992).

Tutkimus toteutettiin aikana, jolloin yrittäjyys on nostettu yhteiskunnalliseksi ratkaisuksi laajaan työttömyyteen. Vaikka itsensä työllistämistä ollaan haettu keinoa työttömyyden vähentämiseksi, niin toistaiseksi työttömistä ei kovinkaan moni ole lähtenyt yrittäjän uralle. Tänä päivänä myös naisyrittäjyys on nostettu esiin monella yhteiskunnan tasolla. On ollut havaittavissa, että naisten yrittötoiminnan merkitys yhteiskunnassa on kasvanut, toimialoittaisesta kahtiajakautumisesta huolimatta. Mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe olisi tarkastella naisyrittäjyyden ja työttömyyden keskinäistä vaikutusta siitä, missä määrin työttömyyden uhka on vaikuttanut päätökseen ryhtyä yrittäjäksi. Tarkasteluun voisi ottaa ne naisyrittäjien toimialat, jotka ovat perinteisesti katsottu kuuluvan naisvaltaisiin aloihin.

On todettu, että naisyrittäjille tyypillisillä aloilla yrityskoko on yleensä pieni, eikä yrittötoiminta ole erityisen pääomavaltaista tai kasvuhakuista. Yrittötoiminnan pienuus voi olla kilpailuetu, mutta tulevaisuudessa se voi johtaa myös ongelmiin. Toisaalta EU:n myötä naiset ovat oppineet verkostoitumaan. Tästä hyvänä esimerkkinä on yrittäjänäisten verkosto Suomessa. Se on sekä toimiva ja näkyvä että kuuluva osa yhteiskuntaamme. Tänä päivänä sekä tulevaisuudessa naisyrittäjien olisi hyvä entisestään vahvistaa verkostojaan, koska hyvällä yhteistyöllä ja yhtä köyttä vetämällä naisyrittäjät voivat vahvistaa osaamistaan sekä tiedoissa

että taidoissa. Mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe olisikin tarkastella naisyrittäjien verkostoitumista ja mentorointia.

Tutkittaessa naisyrittäjien motiiveja yritystoiminnan alussa ja tänä päivänä yrittäjänä toimies-
sa olisi hyödyllistä tehdä tulosten validisoimiseksi esimerkiksi vertaileva tutkimus jonkun
muun pohjoismaisen naisyrittäjyyttä tutkivan yliopisto- tai korkeakoulun kanssa. Vertailevaa
otetta voitaisiin käyttää hyväksi tarkasteltaessa maakohtaisia eroja naisyrittäjien yrittäjyys-
motiiveissa. Toinen vaihtoehto olisi suorittaa vastaava tutkimus esimerkiksi koulutustason
välillä, josta saatavia tuloksia voitaisiin verrata tämän tutkimuksen naisyrittäjien koulutus-
tasoon.

Kolmas vaihtoehto olisi kartoittaa, millaisia naisten yritykset ovat taloudellisessa mielessä.
Tuloksia voitaisiin verrata tämän tutkimuksen naisyrittäjien yrityksiin. Tuloksia voisivat hyö-
dyntää pohjoismaiden eri yliopisto- ja korkeakoulujen tutkijat, naisyrittäjät itse, yrittäjäksi
aikovat tai eri elinkeinoelämän instanssit. Tämän tutkimuksen tulokset antavat mahdollisuu-
den arvioida naisyrittäjiä, heidän yrittäjyysmotiivejaan ja heidän yrityksiään. Samalla tutki-
mus luo mahdollisuuden arvioida julkisen yrityspolitiikan kohdentumista ja mahdollisia ke-
hittämistarpeita, koska alueen elinkeinopolitiikan hoidossa näyttäisi olevan naisyrittäjille
suunnatun koulutuksen sekä liiketoimintaan liittyvän neuvonnan ja ohjauksen suhteen kehit-
tämisen varaa. Tunnistamalla naisyrittäjien erilaiset tarpeet ja toiveet luodaan heille mahdolli-
suus kehittyä ja erikoistua juuri niille perinteisille naisten toimialoille, jotka ovat tyypillisesti
yksinyrittäjyyden tai pienyrittäjyyden aloja.

Lähdeluettelo

- Baude, Annika., Tyrkkö, Arja 1996. Employee or entrepreneur - reflections on women's opportunities of choosing their place in working life. Sune Halvarssonin kirjoittamassa teoksessa: Aspects of women's entrepreneurship. NUTEK B 1996:10. Stockholm.
- Carland, Jo Ann C., Carland, James W 1994. An empirical Investigation into the Distinctions Between Male and Female Entrepreneurs and Managers. *International Small Business Journal* 9, vol 3.
- Cromie, Stanley 1987. Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Occupational Behaviour*. Vol. 8, 251-261. John Wiley & Sons, Ltd.
- Ducheneaut, Bertrand 1997. Women entrepreneurs in SME's. A Major Force in Innovation and Job Creation. OECD conference paper. Paris.
- Ducheneaut, Bertrand., Orhan, Muriel 1998. The Idea of Creating A Business: Context and Specific Features for Women. Proceedings of the 43 RD ICSB World Conference on "Entrepreneurship at the Threshold of the 21 st Century". Singapore.
- Due Billing, Yvonne 1996. Starting a Business – an attractive alternative to a traditional career in an organization ? Sune Halvarssonin kirjoittamassa teoksessa: Aspects of women's entrepreneurship. NUTEK B 1996:10. Stockholm.
- Drucker, Peter F 1986. Yrittäjyys ja innovaatiot. Käytäntö ja periaatteet. Rastor julkaisut. Helsinki.
- Eliasson, Mona., Carlsson, Marianne 1993. Naisen psykologia. Bokförlaget Natur och Kultur. Glostrup Litotryk A/S. Stockholm.
- Erätuuli, Matti., Leino, Jarkko & Yli-Luoma, Pertti 1994. Kvantitatiiviset analyysimenetelmät ihmistieteissä. Kirjayhtymä. Rauma.
- Friberg, Tora 1996. Potential Businesswomen in the Public Sector. Sune Halvarssonin kirjoittamassa teoksessa: Aspects of women's entrepreneurship. NUTEK B 1996:10. Stockholm.
- Hajba, Sirpa 1985. Mies- ja naisyrittäjien persoonallisuus. Helsingin kauppakorkeakoulun työpapereita F-133. Helsinki.
- Hajba, Sirpa 1986. Naisyrittäjien roolimalleista. Raportti 13. Hallinnonin ja markkinoinnin laitos. Turun kauppakorkeakoulu.
- Hirsijärvi, Sirkka., Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 1997. Tutki ja kirjoita. Kirjayhtymä Oy. Tampere.
- Hokkanen, Pia 1998. Growth performance of female-driven firms. Proceedings of the 43 rd ICSB World Conference on "Entrepreneurship at the Threshold of the 21 st Century". Singapore.
- Holopainen, Martti; Pulkkinen Pekka 1997. Tilastolliset menetelmät. Perusteet. Wsoy. Porvoo.

- Huuskonen, Visa 1989. Yrittäjäksi ryhtyminen motivoitumis- ja päätöksentekoprosessina. Käsiteanalyttinen tutkimus yrittäjämotivaation syntyyn vaikuttavista seikoista ja motivaation kytkennästä yrittäjäksi ryhtymiseen. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja D-1:1989. Turku.
- Huuskonen, Visa 1992. Yrittäjäksi ryhtyminen. Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu. Sarja A-2:1992. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja.
- Ihanus, Juhani., Fredriksson, Jorma 1994. Lukion psykologia 5. Kirjayhtymä Oy. Jyväskylä.
- Karjalainen, Leila; Ruuskanen, Asko 1994. Tilastomatematiikka. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Kets De Vries, M. F. R. 1977. The Entrepreneurial Personality: A Person at the Crossroads. Journal of Management Studies. Vol. 14 No.1.
- Koiranen, Matti., Peltonen, Matti 1995. Yrittäjyyskasvatus. Ajatuksia yrittäjyyteen oppimisesta. Konetuumat Oy. Tammer-paino.
- Korte, Irma 1988. Nainen ja myyttinen nainen. Yliopistopaino. Helsinki.
- Koskinen, Antero 1989. Pienyritysten kehityskaaret. Starttiyrittäjät ja -yritysten kehitys. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja B-96:1989. Helsinki.
- Koskinen, Antero 1995. Yrittäjyyden prosessin synty. Yrittäjän orientaatio ja uravalinta. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja M-73:1995. Helsinki.
- Kovalainen, Anne 1993. At the Margins of the Economy. Women's self-employment in Finland 1960-1990. Sarja A 9:1993. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja.
- Kovalainen, Anne 1996. Female Entrepreneurship in Finland and the Nordic Countries. Sune Halvarssonin kirjoittamassa teoksessa: Aspects of women's entrepreneurship. NUTEK B 1996:10. Stockholm.
- Kovalainen, Anne 1997. Yrittäjyys, organisaatio ja sukupuoli - naisten työn muuttuva kuva. Iiris Aaltio-Marjosolan toimittamassa teoksessa: Organisaatio ja yrittäjyys. Wsoy. Helsinki.
- Kovalainen, Anne., Simonen, Leila 1996. Sosiaali- ja terveystieteiden yrittäjyys. Wsoy. Helsinki.
- Kuusinen, Kirsti-Liisa 1995. Motivaatio. Jorma Kuusisen toimittamassa teoksessa: Kasvatuspsykologia. Wsoy:n graafiset laitokset. Juva.
- Kyrö, Paula 1998. Yrittäjyyden tarinaa kertomassa. Wsoy. Juva.
- Kyrö, Paula 1999. Women and Equality in Finnish Business Life. Working paper n:o 204/1999. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta. Jyväskylä.
- Lahikainen, Anja Riitta., Pirttilä-Backman, Anna-Maija 1996. Sosiaalipsykologian perusteet. Otava. Keuruu.
- Lambing, Peggy., Kuehl, Charles 1997. Entrepreneurship. Prentice-Hall, Inc. New Jersey.

Leskinen, Pia-Lena 1999. "Yrittäjällä on koko elämä kiinni yrityksessä". Opiskelijoiden yrittäjyyskäsitykset ja niiden muutokset yritysprojektin aikana. Acta Wasaensia No 71, liiketaloustiede 27, johtaminen ja organisaatiot. Vaasan yliopisto. Vaasa.

Loscocco, Karyn A 1997. Work-Family Linkages among Self-Employed Women and Men. Journal of Vocational Behaviour 50, 204-226. Article No. VB961576.

Maakuntien taloudellinen kehitys 1998-2002. Euroopan sosiaalirahaston tavoite 4 ohjelma. Toimittanut Matti Pukkio yhteistyössä Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen, Palkansaajien tutkimuslaitoksen ja Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen kanssa. ESR -julkaisut -sarja. Oy Edita Ab, Helsinki 1999.

Malette, Helen., McGuinness, Norman 1999. Gender Differences in the Entrepreneurial Start-Up Process. Proceedings of the 44RD ICSB World Conference in Naples. Italy.

Mankelov, Gary., Merrilees, Bill & Gardoll, Hayley 1999. A Profile of Rural Women Small Business Owners: A Case Study. Proceedings of the 44 RD ICSB World Conference in Naples. Italy.

Marjosola, Iiris 1979. Yrittäjyys tahtona ja mahdollisuutena. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteen laitoksen julkaisuja. Julkaisu no 49/1979. Jyväskylä.

Muir, Elizabeth J 1999. Women Entrepreneurs in the EU: Motivations and Realisations for Starting a Business. Proceedings of the 44 RD ICSB World Conference in Naples. Italy.

Niittykangas, Hannu., Tervo, Hannu 1996. Personality and environmental factors in explaining regional differences in entrepreneurial activity - the case of central Finland. Rise 96 proceedings. Research on innovative strategies and entrepreneurship. University of Jyväskylä.

Peltonen, Matti 1985. Yrittäjyys. Otava. Keuruu.

Peltonen, Matti., Ruohotie, Pekka 1987. Motivaatio. Menetelmiä työhalun parantamiseksi. Aavaranta sarja. Otavan painolaitokset. Keuruu.

Ruohotie, Pekka 1998. Motivaatio, tahto ja oppiminen. Oy Edita Ab. Helsinki.

Salo, Outi 1993. Psykologian perustieto I. Teema ja sen muunnelmia. Seinäjoen Painohalli Ky. Seinäjoki.

Still, Leonie V., Timms, Wendy 1998. Women in Small Business: Towards a New Paradigm. Proceedings of the 43rd ICSB World Conference on "Entrepreneurship at the Threshold of the 21st Century". Singapore.

Sulkunen, Pekka 1992. Johdatus sosiologiaan. Kolmas painos. Wsoy:n graafiset laitokset. Juva.

Sung, Jaimie., Sullivan, Pauline., Chan Halbrendt, Catherine & Wang, Qingbin 1998. An Exploratory Study of How Rural Female Entrepreneurs View Success. Proceedings of the 43 RD ICSB World Conference on "Entrepreneurship at the Threshold of the 21 st Century". Singapore.

Taloustutkimus Oy 1997. Naisyrittäjätutkimus. Oy International Business Machines Ab. Helsinki.

Tamminen, Rauno 1993. Tiedettä tekemään. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Taskinen, Tuula 1990. Yrittäjäkurssi yrittäjyyden edistäjänä - Yrityksen toiminta, yrittäjäksi motivoituminen ja paikallinen elinkeino- ja yrittäjyysilmasto. Joensuun yliopisto, Kulttuuri- ja suunnittelumaantiede. N:o 15. Joensuu.

TE-keskus 1998. Raportteja. Toimiala-analyysi. Mikkeli.

Tilastokeskus 1998. Aluetietokanta. Tilastoja.

Tilastokeskus 1999. Naiset ja miehet Suomessa 1998. Sukupuolten tasa-arvo. Tilastokeskus. Helsinki.

Timpe, A. Dale 1989. Mikä motivoi henkilöstöä. Ekonomia sarja. Weilin+Göös kirjapaino. Espoo.

Työministeriö 1999. ESR-julkaisut –sarja. Oy Edita Ab. Helsinki.

Julkaisemattomat

Pihkala, Timo., Vesalainen, Jukka., Viitala, Riitta 2000. Motivational background as an explanation for differences between male and female entrepreneurship. Julkaisematon konferenssiesitelmä. Proceedings of the ICSB World Conference 2000 on "Entrepreneurial SMEs - Engines for Growth in the New Millenium 7.-10. June 2000. Vaasan yliopisto. Vaasa.

www-muodossa saatavat dokumentit

Anttila, Pirkko 1999. Tiedon intressit. Päivitetty 12.1.2000. Saatavilla www-muodossa: [Http://www.metodix.com/metodi/pirkko/tiedon_intressit.htm](http://www.metodix.com/metodi/pirkko/tiedon_intressit.htm).

Anttila, Pirkko 1999. Tutkimuksen reliabiliteetti. Päivitetty 18.1.2000. Saatavilla www-muodossa: [Http://www.metodix.com/metodi/pirkko/tutkimuksen_reliabiliteetti.htm](http://www.metodix.com/metodi/pirkko/tutkimuksen_reliabiliteetti.htm).

Etelä-Savon työmarkkinat ja koulutustarpeet 1997.
Saatavilla www-muodossa: [Http://www.ennakointi.ofw.fi/toimialaraportti.htm](http://www.ennakointi.ofw.fi/toimialaraportti.htm).

Suojanen, Ulla 1999. Toimintatutkimus kriittisenä paradigmana. Päivitetty 12.1.2000. Saatavilla www-muodossa: [Http://www.metodix.com/metodi/ulla/paradigma.htm](http://www.metodix.com/metodi/ulla/paradigma.htm).

Valtioneuvoston elinkeinopoliittinen selonteko 1999.
Saatavilla www-muodossa: [Http://www.vn.fi/ktm/1/vn/III_2.htm](http://www.vn.fi/ktm/1/vn/III_2.htm).

Yrityksen liikevaihto	1998	1999	Arvio 2000
Valitse ja rastita oikea vaihtoehto			
1 Alle 100 000 mk	---	---	---
2 100 000 - 300 000 mk	---	---	---
3 300 001 - 500 000 mk	---	---	---
4 500 001 - 700 000 mk	---	---	---
5 700 001 - 1 milj.	---	---	---
6 yli 1 milj.	---	---	---
Henkilöstön lukumäärä samoina vuosina			
joista kokoaikaisia	---	---	---
osa-aikaisia	---	---	---

Miten hyvin yrityksenne on oman arvion mukaan menestynyt verrattuna muihin saman toimialan yrityksiin ?
Ympyröi sopiva vaihtoehto

- 1 selvästi paremmin
- 2 paremmin
- 3 keskimääräisen hyvin
- 4 heikommin
- 5 selvästi heikommin

Miten todennäköistä on, että yritystoimintanne laajenee seuraavan kahden vuoden kuluessa ?
Ympyröi sopiva vaihtoehto

- 1 erittäin todennäköistä
- 2 melko todennäköistä
- 3 en osaa sanoa
- 4 ei kovin todennäköistä
- 5 ei todennäköistä

Kuinka tärkeitä seuraavat tekijät olivat kun päätit aloittaa yritystoiminnan sekä miten tärkeitä ne ovat yritystoiminnass
nykyään ? Ympyröi vaihtoehtoista numero 5=erittäin tärkeä, 4=melko tärkeä, 3=vaikea sanoa, 2=eivät kovin tärkeä,
1=eivät tärkeä

	YRITYSTOIMINTAA ALOITETTAESSA					NYKYÄÄN				
	erittäin tärkeä					ei tärkeä				
Tarve parantaa oman elämän laatua	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Halu tehdä jotain omaa (itsensä toteuttaminen)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Itsensä työllistäminen (vaihtoehto työttömyydelle)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Usko omaan kykyihin (vahva työkokemus)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Taloudellinen riippumattomuus itselleni ja perheelle	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Perheen kannustus ja tuki	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Ystävien kannustus ja tuki	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Hyvä ja kannattava liikeidea	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Hyvä koulutus	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Mahdollisuus työllistää muita	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Saada asema ja vaikutusvaltaa yhteiskunnassa	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Valta	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Ajan jakaminen järkevästi perheen ja työn kesken	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Perhetradition ylläpitäminen	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Muu, mikä _____										

Onko asenteesi omaan yrittämiseen muuttunut viimeisen kahden vuoden aikana ?

1 Myönteisemmäksi

2 Ei ole muuttunut

3 Kielteisemmäksi

Perustele vastauksesi lyhyesti:

Ympäristön suhtautuminen naisyrittäjyyteen

Ympyröi jokaisesta väittämästä se vaihtoehto, joka kuvaa SINUN MIELIPIDETTÄSI parhaiten. Numerot ovat 5=täysi samaa mieltä, 4=jokseenkin samaa mieltä, 3=vaikea sanoa, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä

	täysin samaa mieltä				täysin eri mieltä
1 Naisyrittäjien kesken vallitsee hyvä yhteishenki	5	4	3	2	1
2 Naisyrittäjät eivät yleensä puhalla samaan hiileen	5	4	3	2	1
3 Viranomaiset kohtelevat naisyrittäjiä huonommin kuin miesyrittäjiä	5	4	3	2	1
4 Sukupuoli vaikuttaa naisyrittäjän uskottavuuteen	5	4	3	2	1
5 Alueen elinkeinopolitiikka ei huomio naisyrittäjyyttä tarpeeksi	5	4	3	2	1
6 Alueen yleinen yrittäjyysilmasto on myönteinen	5	4	3	2	1
7 Olemassa olevat tukimuodot naisyrittäjille ovat riittämättömät	5	4	3	2	1
8 Liiketoimintaan liittyvää neuvontaa ja ohjausta naisyrittäjille pitäisi lisätä	5	4	3	2	1
9 Miesyrittäjät kohtelevat naisyrittäjiä tasapuolisesti	5	4	3	2	1
10 Uusien naisyrittäjien yritysten syntymiseen ei alueen elinkeinopolitiikalla ole juuri merkitystä	5	4	3	2	1
11 Eri viranomaiset tekevät parhaansa naisyrittäjien toimintaedellytysten parantamiseksi	5	4	3	2	1
12 Miespuoliset yrittäjät saavat rahoitustukea toiminnalleen paremmin ja helpommin kuin naisyrittäjät	5	4	3	2	1
13 Alueella ei panosteta naisyrittäjien koulutukseen riittävästi	5	4	3	2	1

Yrittäjän ominaisuuksia

Miten hyvin seuraavat ominaisuudet sopivat SINUUN YRITTÄJÄNÄ. Ympyröi sopiva numero 5=kuvaa erittäin hyvin, 4=kuvaa melko hyvin, 3=kuvaa melko huonosti, 2=kuvaa huonosti, 1= kuvaa erittäin huonosti.

	kuvaa erittäin hyvin				kuvaa erittäin huonos
Luotan itseeni ja yritykseeni	5	4	3	2	1
Minulla on korkea suoritusmotivaatio	5	4	3	2	1
Toimin kasvuhakuisesti yritystoiminnassani	5	4	3	2	1
Osaan käyttää mahdollisuudet hyväkseni	5	4	3	2	1
Olen kaukokatseinen	5	4	3	2	1
Olen luja ja määrätietoinen	5	4	3	2	1
Uskallan ottaa liiketoiminnassa riskejä	5	4	3	2	1
Kyky tulla toimeen ihmisten kanssa; hyvä kommunikoiija	5	4	3	2	1
Minulla on kyky ratkoa ongelmia	5	4	3	2	1
Olen luova ja kekseliäs	5	4	3	2	1
Olen aloitteellinen	5	4	3	2	1
Olen joustava	5	4	3	2	1

**Mitä seuraavia palveluja olet käyttänyt viimeisen kahden vuoden aikana ?
Ympyröi oikeat vaihtoehdot**

- 1 TE-keskuksen yritysosasto (ent. KTM)
- 2 TE-keskuksen työvoimaosasto
- 3 TE-keskuksen maaseutuosasto
- 4 Pankit
- 5 KERA (nyk. Finnvera Oyj.)
- 6 Mikkelin läänin yrittäjät (nyk. Suomen yrittäjät, Etelä-Savo)
- 7 Läninhallitus
- 8 Tilitoimisto
- 9 Konsulttitoimisto
- 10 Mainostoimisto
- 11 Muut yrittäjät
- 12 Muu, mikä _____

Aiotko hakea seuraavan kahden vuoden aikana lisätukea tai rahoitusta yritystoimintasi kehittämiseen ?

- 1 Kyllä 2 En

**Jos aiot hakea lisätukea tai rahoitusta yritystoimintaasi, keltä viranomaiselta ensisijaisesti sitä hakisit ?
Ympyröi KAKSI TÄRKEINTÄ vaihtoehtoa**

1. TE-keskuksen yritysosasto (ent. KTM)
2. TE-keskuksen työvoimaosasto
3. TE-keskuksen maaseutuosasto
4. Pankki
5. Finnvera Oyj (ent. KERA)
6. Muu, mikä _____

Millaista tukea tai apua haluaisit tai toivoisit naisyrittäjille ?

Tarkista vielä, että olet vastannut kaikkiin kysymyksiin.

KIITOS AVUSTASI

Jos haluat saada oman tiivistelmän tutkimuksen tuloksista, niin kirjoita nimesi ja osoitteesi tähän:

NIMI: _____

OSOITE: _____ **POSTINUMERO/PAIKKA:** _____

	213	Kaikki 100
<u>Yrittäjän ikä</u>	n	%
Alle 25 vuotta	2	1
25 - 35 vuotta	43	20
36 - 45 vuotta	82	38,5
46 - 55 vuotta	68	32
Yli 55 vuotta	15	7
Ei vastausta	3	1,5
 <u>Siviilisäätty</u>		
Naimaton	15	7
Naimisissa	165	77,5
Leski	8	4
Eronnut	20	9,5
Ei vastausta	5	2
 <u>Lasten lukumäärä</u>		
Ei lapsia	30	14
1 lapsi	42	20
2 lasta	74	35
3 lasta tai enemmän	64	30
Ei vastausta	3	1
 <u>Peruskoulutus</u>		
Kansa- tai kansalaiskoulu	36	17
Perus- tai keskikoulu	90	42
Ylioppilastutkinto	82	38,5
Ei vastausta	5	2,5
 <u>Ammattikoulutus</u>		
Ei ammattikoulutusta	12	5,5
Ammattikurssi- tai kursseja	29	13,5
Ammatillinen koulu	45	21
Opistotasoinen tutkinto	96	45
Yliopisto- tai korkeakoulututkinto	27	13
Ei vastausta	4	2,0
 <u>Yrittäjäkoulutus</u>		
Ei mitään	71	33,5
Eripituisia kursseja	107	50
Pienyrittäjätutkinto	9	4
Joku muu	18	8,5
Ei vastausta	7	3,5
 <u>Liiketoiminnan aloittaminen</u>		
Perustin itse	141	66
Ostin toimivan yrityksen	50	23,5
Jatkoin sukuyritystä	12	5,5
Yhdessä toisen kanssa	6	3
Perheyrittäjä	1	0,5
Ei vastausta	3	1,5

<u>Yrityksen toimiala</u>	213	Kaikki 100
	n	%
Kauppa	55	26
Teollisuus	12	5,5
Rakentaminen	4	2
Palvelut	132	62
Ei vastausta	10	4,5

Yrittäjätatus

Vastuullinen omistaja-yrittäjä	201	94,5
Avustava yrittäjäperheenjäsen	6	3
Pienosakas	1	0,5
Ei vastausta	5	2

Yritysmuoto

Avoin yhtiö (Ay)	10	4,5
Toiminimi (Tmi)	112	52,5
Kommandiittiyhtiö (Ky)	37	17,5
Osakeyhtiö (Oy)	47	22
Yhtymä	0	0
Ei vastausta	7	3,5

Yrityksen ikä

Alle 1 vuotta	15	7
1 - 4 vuotta	72	34
5 - 10 vuotta	52	24,5
Yli 10 vuotta	68	32
Ei vastausta	6	2,5

Työkokemus alalta

Alle 5 vuotta	30	14
5 - 10 vuotta	45	21
Yli 10 vuotta	135	63,5
Ei vastausta	3	1,5

Palkattujen työntekijöiden

lukumäärä

Ei yhtään	91	43
1 - 2 työntekijää	63	30
3 - 5 työntekijää	29	13,5
Yli 5 työntekijää	24	11
Ei vastausta	6	2,5

Motiivit yritystoiminnan alussa = A Yrittäjänä toimimessa = B	1A	1B	2A	2B	3A	3B	4A	4B	5A	5B	6A	6B	7A	7B	8A	8B	9A	9B	10A	10B	11A	11B
1 Halu tehdä jotain omaa (itsensä toteuttaminen) A B	.23** .32**	.24** .38**																				
2 Usko omiin kykyihin A B		.20**		.28**																		
3 Hyvä liikeidea A B			.24** .30**	.23**																		
4 Työnteon vapaus, itsenäisyys ja rippumattomuus A B	.41** .40**	.35** .30**																				
5 Hyvä koulutus A B			.25**	.25**	.24** .38**	.25** .34**																
6 Perheen kannustus ja tuki A B					.26**	.37**																
7 Tarve parantaa oman elämän laatua A B	.41** .36**	.26** .30**	.27**	.25**	.22**	.28**	.31** .29**	.21**														
8 Itsensä työllistäminen (vaihtoehtona työttömyydelle) A B													.24**									
9 Taloudellinen rippumattomuus itselle ja perheelle A B			.37** .25**	.32** .30**	.30**	.31**	.42** .29**	.30** .24**		.28** .24**	.38** .42**	.47** .23**	.37** .35**									
10 Yrittäjyyden kokeminen elämäntavaksi A B	.33** .34**	.25** .28**	.34**	.31** .34**	.22**	.27**	.43** .51**	.28** .38**					.25**	.24**			.41** .29**	.38** .22**				
11 Ajan jakaminen perheen ja työn kesken A B					.31**	.24**					.42** .29**	.45** .45**		.21**	.25**			.35** .38**				

NAISYRITTÄJIEN MOTIVAATIO

Liite 4

MOTIIVIT	YRITYS- TOIMIN- NAN ALUSSA		Yhteensä		TÄNÄ PÄIVÄNÄ		Yhteensä		VASTAA- JIA YHT. KPL
	Tärkeä %	Ei tärkeä %	Vaikea sanoa %	Tärkeä %	Ei tärkeä %	Vaikea sanoa %	Yhteensä %		
Tarve parantaa oman elämän laatua	68	12	20	80	7	13	100	100	198
Halu tehdä jotain omaa (itsensä toteuttaminen)	87	0	8	90	4	6	100	100	201
Itsensä työllistäminen (vaihtoehto työttömyydelle)	65	23	12	73	17	10	100	100	201
Usko omiin kykyihin (vahva työkokemus)	89	2	9	95	0	4	100	100	201
Yrittäjyyden elämäntavaksi	63	18	19	73	12	15	100	100	202
Työnteon vapaus, itsenäisyys ja riippumattomuus	83	7	10	90	5	5	100	100	201
Taloudellinen riippumattomuus itselle ja perheelle	59	14	27	74	10	16	100	100	196
Perheen kannustus ja tuki	67	11	22	75	8	17	100	100	199
Ystävien kannustus ja tuki	52	25	23	56	23	21	100	100	
Hyvä ja kannattava liikeidea	86	2	12	90	1	9	100	100	200
Hyvä koulutus	78	7	15	86	2	12	100	100	201
Mahdollisuus työllistää muita	21	55	24	37	39	24	100	100	199
Saada asema ja vaikutusvaltaa yhteiskunnassa	14	66	20	22	62	16	100	100	200
Valta	11	73	16	16	68	16	100	100	199
Ajan jakaminen järkevästi perheen ja työn kesken	51	23	26	73	13	14	100	100	200
Perhetradition ylläpitäminen	24	55	21	30	54	16	100	100	199