

Y-SUKUPOLVEN IKÄISTEN MOTIVAATIOOTEKIJÄT RYHTYÄ YRITTÄJIKSI

Jyväskylän yliopisto
Kauppakorkeakoulu

Pro gradu -tutkielma

2016

Tero Lehtinen
Yrittäjyys
Ohjaaja: Päivi Patja



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTON KAUPPAKORKEAKOULU

Tekijä Tero Lehtinen	
Työn nimi Y-SUKUPOLVEN IKÄISTEN MOTIVAATIOTEKIJÄT RYHTYÄ YRITTÄJIKSI	
Oppiaine Yrittäjäys	Työn laji Pro-Gradu tutkielma
Aika Helmikuu 2016	Sivumäärä 57
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tässä tutkielmassa selvitetään mitkä ovat Y-sukupolven ikäisten motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjiksi ja mitkä näistä motivaatiotekijöistä ovat kaikista tärkeimpiä yrittäjäksi ryhtymisen kannalta. Tutkimuksen aihe valikoitui sillä perusteella, ettei sitä oltu tutkijan mielestä tutkittu vielä riittävän paljon.</p> <p>Teoreettisesti tutkimusaihetta lähestytään kartoittamalla Y-sukupolven käsitettä sekä käydään läpi heidän näkemystään työelämää sekä yrittäjyyttä kohtaan. Tutkimuksessa tuodaan esille myös yrittäjyyden peruspiirteitä kuin myös yrittäjyyden prosessia, yrittäjien psykologisia henkilötekijöitä sekä Y-sukupolven ja yrittäjäksi ryhtyvien psykologisten henkilötekijöiden yhteneväisyyksiä. Kolmantena käsitteenä tutkimuksessa toimivat motivaatiotekijät, jotka ovat ratkaisevia siihen miksi yksittäinen henkilö päättää ryhtyä yrittäjäksi.</p> <p>Tutkimuksen empiirinen osio on tehty kvalitatiivisia metodeja käyttäen. Tutkimusosio on toteutettu puolistrukturoituna teemahaastatteluna ja tulosten esille tuonti on tehty teorialähtöisesti analysoimalla. Tutkimukseen osallistui viisi (5) päätoimista yrittäjää, jotka täyttivät Y-sukupolven kriteerit. Haastattelut ovat tehty keväällä 2015.</p> <p>Tutkimuksen tulokset osoittivat, että yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijät ovat muuttuneet hieman Y-sukupolven kohdalla verrattuna aikaisempaan tutkimustietoon kaiken ikäisistä yrittäjistä. Y-sukupolvelle ominaiset persoonallisuuden esiin tuominen sekä arvojen ja asenteiden korostaminen elämässä näkyvät myös motivaatiotekijöissä ryhtyä yrittäjäksi. Tulosten pohjalta voidaan sanoa, että Y-sukupolven edustajat ryhtyvät yrittäjiksi, koska he haluavat luoda itselleen työpaikan, jossa voivat itse määrätä työaikansa, työpaikkansa sijainnin sekä sen miten työnsä tekevät. Y-sukupolven edustajat ovat myös ryhtyneet yrittäjiksi vapaaehtoisesti tai parempien työolosuhteiden toivossa verrattuna palkansaajana olemiseen.</p>	
Asiasanat Y-sukupolvi, Yrittäjäys, Motivaatiotekijät	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopiston kaupparkeakoulu	

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTON KAUPPAKORKEAKOULU

Author Tero Lehtinen	
Title THE MOTIVATION FACTORS OF Y GENERATION TO BECOME AN ENTREPRE- NEURS	
Subject Entrepreneurship	Type of work Master´s Thesis
Time February 2016	Number of pages 57
<p>Abstract</p> <p>This thesis is describing what are the motivation factors for the Y generation to become entrepreneurs and that which of these motivational factors are the most important ones when becoming an entrepreneur. The topic of this thesis was chosen because in the researcher's opinion the matter hadn't been studied enough yet.</p> <p>The topic will be theoretically approached first from the concept of the Y generation, how the Y generation sees today's working life and making a career as an entrepreneur. In this research it was also made clear what entrepreneurship is, the process of starting a business, the entrepreneurs' psychological personal factors, and the consistencies between the Y generation and the psychological personal factors of those becoming entrepreneurs. The third concept of the theoretical framework is the motivational factors, which are essential when an individual person decides to become an entrepreneur.</p> <p>The empirical part of this research has been conducted by utilizing qualitative methods. The research was conducted by a semi-structured theme interviews, and the results were presented by deductive analysis. The interviews were made for five (5) full-time entrepreneurs that fulfill the Y generation criteria. The interviews were conducted during the spring of 2015.</p> <p>This research showed that the motivational factors of becoming an entrepreneur have slightly changed compared to the previous theoretical framework of all-aged entrepreneurs. Adducing one's personality and highlighting one's values and attitudes in life, which are characteristic for the Y generation, shows also in the motivational factors when becoming an entrepreneur. According to the results the representatives of the Y generation want to become an entrepreneur because they want to create themselves a workplace where they can decide where to work, when to work and how to manage their working. The Y generation has also chosen to become an entrepreneur willingly or in hope of getting better working conditions compared to being an employee for someone else.</p>	
Asiasanat Y Generation, Entrepreneurship, Motivation Factors	
Location Jyväskylä University School of Business and economics	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ SISÄLLYS

1	Johdanto	7
1.1	<i>Tutkimuksen taustaa</i>	7
1.2	<i>Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset</i>	8
1.3	<i>Tutkimuksen rakenne</i>	9
2	Tutkimuksen teoreettisia lähtökohtia	10
2.1	<i>Työn tulevaisuus Y-sukupolven käsissä</i>	10
2.1.1	Sukupolvi	10
2.1.2	Y-Sukupolvi	12
2.1.3	Y-sukupolvi työelämässä	13
2.2	<i>Yrittäjyys</i>	17
2.2.1	Yrittäjyys	17
2.2.2	Yrittäjyyden prosessi	18
2.2.3	Psykologiset henkilötekijät ja päätös ryhtyä yrittäjäksi	19
2.2.4	Y-sukupolven piirteet ja yrittäjäksi ryhtyvän yksilön henkilötekijät	23
2.3	<i>Motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjäksi</i>	25
2.3.1	Työmotivaatio	25
2.3.2	Yrittäjäksi ryhtymisen taustalla oleva motivaatio	25
2.3.3	Yleisimmät motivaatiotekijät	26
2.3.4	Tarvepohjaisuus, olosuhteiden parantaminen ja mahdollisuuksien näkeminen yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijänä	27
2.3.5	Sukupuolten väliset eroavaisuudet	29
2.3.6	Koulutustausta	29
2.4	<i>Yhteenveto</i>	29
3	Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineisto	32
3.1	<i>Tutkimusmetodologia</i>	32
3.2	<i>Tutkimusaineisto ja tutkimusprosessin toteutus</i>	33
3.3	<i>Tutkimuksen luotettavuus</i>	33
4	Tulokset	35
4.1	<i>Haastateltavien taustatiedot</i>	35
4.2	<i>Haastattelujen tulokset</i>	36
4.2.1	Miksi Y-sukupolven edustaja on ryhtynyt yrittäjäksi	36
4.2.2	Innovaatiot motivaatiotekijänä	37
4.2.3	Itsenäisyyden tavoittelu ja vapaus johtaa itseään motivaatiotekijänä	39
4.2.4	Statusarvon nostaminen ja huomion saaminen motivaatiotekijänä	40
4.2.5	Yrittäjäroolimallit motivaatiotekijänä	41
4.2.6	Taloudellinen menestyminen motivaatiotekijänä	42
4.2.7	Tavoitteiden asettaminen ja niihin pyrkiminen motivaatiotekijänä	43
4.2.8	Tärkeimmät yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavat motivaatiotekijät	43
4.2.9	Yrittäjäksi ryhtyminen pakonomaiseen tilanteen edessä tai vapaasta tahdosta	44
5	yhteenveto ja johtopäätökset	47

5.1	<i>Yhteenveto</i>	47
5.2	<i>Johtopäätökset</i>	49
5.3	<i>Mahdollinen jatkotutkimus</i>	50
5.4	<i>Eettiset kysymykset ja pohdintaa tutkimuksen toteutuksesta</i>	51

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Suomessa on viimeisen kymmenen vuoden ajan ollut meneillään sellaisen sukupolven kasvu, joka on tottunut kyseenalaistamaan perinteisen työ- ja ura-orientoituneen näkökulman elämään. Tätä sukupolvea on alettu nimittää Y-sukupolveksi (Tapscott 2009, 29). Tapscott (2009, 29) määrittelee Y-sukupolven edustajat vuonna 1977-1997 syntyneiksi nuoriksi. Nämä Y-sukupolven edustajat ovat tottuneet siihen, että kaikkea on yllin kyllin eikä samanlaista huolta jokapäiväisestä toimeentulosta ole kuin aikaisemmillä sukupolvilla (Tienari & Piekkari, 2011, 19). Y-sukupolven edustajat eivät pyri pysyviin työsuhteisiin, vaan heitä pikemminkin motivoi tietyn elintason saavuttamisen sijaan oman elämänlaatunsa parantaminen (Vesterinen & Suutarinen, 2011, 9).

Suuryritykset eivät enää pysty työllistämään nuoria riittämiin. Jo monen vuoden ajan Suomessa yritysten määrä on noussut, mutta niiden työntekijämäärät ovat samalla laskeneet (Tilastokeskus, 2012). Tilastoista on nähtävissä, että yrittäjyyteen suuntautunut sukupolvi on vallannut alaa yritysmaailmassa, sillä Y-sukupolven ikäisten asiakasmäärät uusyrityskeskuksissa ovat huomattava enemmistö (Uusyrityskeskuksat, 2013).

Y-sukupolven vallankumous työelämässä on huomattu myös valtakunnan mediassa. Esimerkkinä ote Helsingin Sanomien Nyt.fi:stä:

Juuri Y-sukupolvessa – ja etenkin sen loppupuolella – ovat ensimmäiset suomalaiset, jotka ovat kasvaneet tietoverkkojen määrittämässä maailmassa. Siinä maailmassa hierarkiat ja vanhat jäykät rakenteet ovat ainakin näennäisesti luhistuneet. (Pullinen, nyt.fi, 2015)

Urho Kekkonen on jo vuonna 1979 todennut Suomen luontaisten olosuhteiden olevan niin karut, ettei helppoon rikastumiseen ole täällä mahdollisuuksia (Mäkinen, 1979). Nuoret eivät enää näe yrittäjyyttä niin pelottavana uravaihtoehtona kuin kymmenen vuotta sitten. 1990-luvun alun lama ja yrittäjyyden huonot näkymät konkurssineen on pikkuhiljaa unohdettu ja yrittäjyyttä on alettu pi-

tää jopa varteenotettavana uravaihtoehtona. Nuoret yrittäjät ovat motivoituneita muuttamaan maailmaa ja luomaan uutta tietoa. Heille raha on vain väline päästä tekemään mahtavia asioita (Kuusela, 2013, 13.).

Suomessa noin 18 prosenttia yrittäjistä on alle 35-vuotiaita (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2012, 141). Tämä prosenttiosuus oletettavasti kasvaa entisestään, sillä työpaikkojen määrä suhteessa työkäisiin nuoriin tuskin Suomessa kasvaa. Työttömien määrä nousi Suomessa joulukuun 2013 ja joulukuun 2014 välisenä aikana 27000 ihmisellä (Tilastokeskus, 2015). Tämä ei ole ainoastaan Suomen ongelma, sillä kansainvälisen raportin (WEF-GEM, 2015) mukaan työllisyyden laskua ei ole odotettavissa missään päin maailmaa ainakaan vuoteen 2018 mennessä. Suomalaisten yrittäjien kannalta jotain myönteistä on kuitenkin nähtävissä: ulkomaiset sijoittajat sijoittivat vuoden 2015 ensimmäisellä kvartaalilla ennätyksellisen paljon Suomalaisiin kasvuyrityksiin (FVCA, 2015).

Y-sukupolvea koskevaa tieteellistä tutkimusta on tehty vasta varsin vähän ja mitä on löydettävissä, on tehty pääosin haastattelemalla (Twenge & Cambell, 2008, 862). Tutkimusaineistossa ei myöskään ole löydettävissä juuri Y-sukupolven yrittäjäksi ryhtymiseen liittyviä motivaatiotekijöitä. Yleistä tutkimustietoa on kaiken ikäisten yrittäjiksi ryhtyvien motivaatiotekijöistä jonkin verran (Stephan ym., 2015; Carter ym., 2003; Bosma ym., 2011; Block & Sandner, 2009).

Valitsin tutkimusaiheekseni Y-sukupolven ikäisten motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjiksi, koska mielestäni tämän uuden työelämään siirtyneen sukupolven yrittäjäksi ryhtymisen taustalla olevia motiiveja ei ole tutkittu tarpeeksi. Siitä on kirjoitettu (Tienari & Piekkari, 2011; Viljakainen, 2011; Tapscott, 2009) millainen Y-sukupolvi on työntekijöinä, mutta miksi juuri tämän sukupolven kohdalla yrittäjyys on nousussa, on tutkittu vähän. Varsinaista tutkimuskirjallisuutta aiheesta on niukasti. Pyrin kartuttamaan Y-sukupolven edustajien motiiveita ryhtyä yrittäjäksi ja pohtimaan samalla myös sitä, millainen on Y-sukupolvi ja miksi juuri tämä sukupolvi on se, joka on päättänyt ryhtyä yrittäjäksi. Toimin myös itse päätoimisena yrittäjänä ja olen kiinnostunut yrittäjyydestä myös tutkittavana tieteenalana.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen päätavoitteena on kartoittaa, mitkä ovat tärkeimmät motivaatiotekijät Y-sukupolven edustajalla ryhtyä yrittäjäksi.

Tutkimustehtäväni on vastata tutkimuskysymyksiin Y-sukupolven määrittelyn, yrittäjyyden prosessin, henkilötekijöiden, yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavien motivaatiotekijöiden sekä yrittäjiksi ryhtyvien taustatekijöihin liittyvien teoreettisten viitekehysten avulla. Tutkimuksen kohteina toimivat Y-sukupolvea edustavat päätoimiset yrittäjät, jotka asuvat Suomessa.

Tutkimuskysymykseni:

Mitkä motivaatiotekijät vaikuttavat Y-sukupolven edustajaan hänen ryhtyessään yrittäjäksi?

Mitkä näistä motivaatiotekijöistä Y-sukupolven edustaja kokee itselleen tärkeimmiksi?

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkimus jakautuu kokonaisuudessaan viiteen (5) lukuun. Tutkimuksen ensimmäinen luku on johdantoa tutkimuksen taustoineen sekä tutkimuskysymykset ja tutkimuksen rakenne. Tutkimuksen toinen luku käsittelee tutkimuksen kannalta oleellisia käsitteitä ja teorioita. Toisen luvun tarkoituksena on muodostaa tutkimukselle vahva teorettinen viitekehys, jota voidaan verrata myöhemmin tutkimuksen tuloksiin. Tutkimuksen luvussa 3 perehdytään tutkimuksen metodologisiin lähtökohtiin ja tutkimusaineiston käsittelymenetelmiin. Luvussa 3 pohditaan myös tutkimuksen luotettavuutta. Luvussa 4 esitellään tutkimuksen keskeiset tulokset analyysin avulla. Luvussa 5 on tutkimuksen johtopäätökset ja yhteenveto, jossa tutkimuksen tuloksia verrataan tutkimuksen teorettiseen viitekehukseen. Luvussa 5 käydään myös läpi asioita tulevia jatkotutkimusaiheita varten. Luvun 5 lopuksi on myös pohdintaa tutkimuksen eettisyydestä, tutkimuksen onnistumisesta ja sen luotettavuudesta.

2 TUTKIMUKSEN TEOREETTISIA LÄHTÖKOHTIA

Tässä luvussa esittelen tutkimukseni teoreettisia lähtökohtia. Luvussa 2.1 käsitelen sukupolven ja Y-sukupolven käsitteitä. Luvussa 2.2 esittelen yrittäjyyden ja yrittäjyysprosessin käsitteitä sekä yrittäjämäisiä henkilötekijöitä. Luvussa 2.2. kerron myös miksi yrittäjämäiset henkilötekijät ja Y-sukupolvi ovat piirteiltään hyvin lähellä toisiaan. Luvussa 2.3 käsitelen motivaatiotekijöitä ryhtyä yrittäjäksi. Luvussa 2.4 teen yhteenvedon tutkimukseni keskeisimmistä teoreettisista käsitteistä.

2.1 Työn tulevaisuus Y-sukupolven käsissä

Luvussa 2.1.1 esittelen käsitteen sukupolvi ja luvussa 2.1.2 käsitteen Y-sukupolvi. Luvussa 2.1.3 esittelen Y-sukupolven edustajien vaatimuksia työelämältä ja heidän näkemyksiään omasta tulevaisuudestaan niin yrittäjinä kuin työntekijöinä.

2.1.1 Sukupolvi

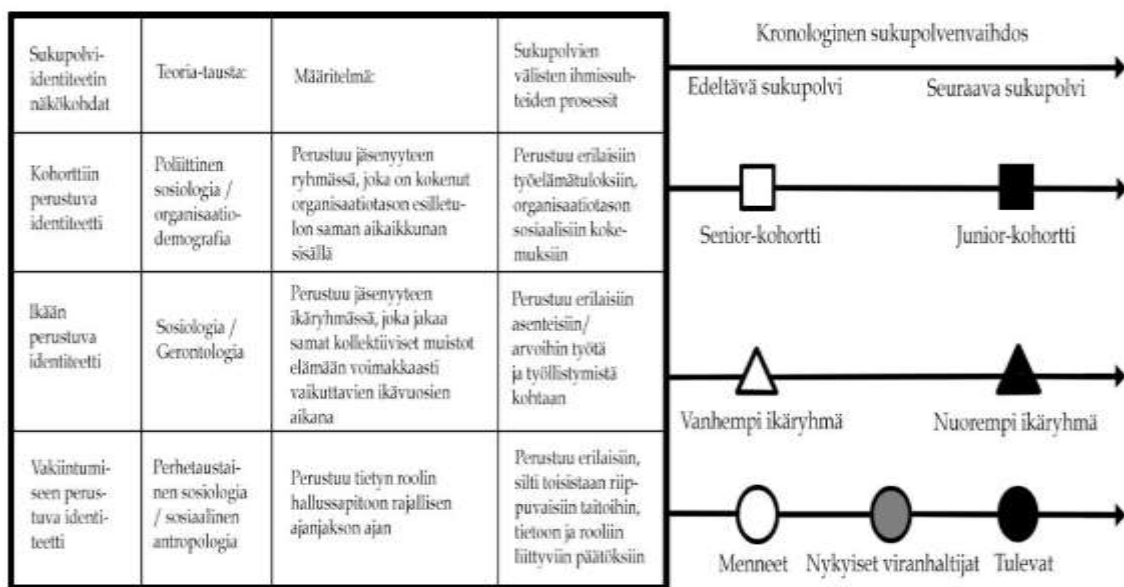
Sukupolvi käsitteenä on varsin monitulkintainen ja sen merkitys vaihtelee tieteenaloittain (Purhonen, 2007, 15-17). Käsitteen vanhin tiedetty perusmerkitys tulee sen ilmiasusta *suvun polvet*. Tässä mielessä sukupolvi tarkoittaa suvun vanhemmista lapsiin kulkevan jatkumon eri ikäryhmiä, joiden välinen aika on noin 30 vuotta (Virtanen, 2001, 19). Usein sukupolvi-käsitteen katsotaan pitävän sisällään neljä eri sukupolvea - esimerkiksi Anantatmula ja Shrivastav (2012) sekä Eisner (2005) sisällyttävät sukupolvi-käsitteeseen veteraanit, suuret ikäluokat, X-sukupolven ja Y-sukupolven.

Mannheimin (1952, 286) mukaan sukupolven perustana on samanikäisyys, yhteiskuntatason tilastollinen sukupolvi. Samanikäisyys ei kuitenkaan yksinään luo erityistä sidettä ikäpolven keskuuteen, vaan sen luo vasta yhdessä koettu ja eletty avainkokemus, joka luo samanikäisille yksilöille yhteenkuuluvuuden tunteen. Virtanen (2001, 23) toteaa Mannheimin (1952) olevan oikeassa siinä,

että perinteinen ikään perustuva sukupolvi-jaottelu tulee olemaan uhattuna, sillä moderni aika on merkinnyt kaikkinaisen muutoksen kiihtyvää nopeutumista, ja se on myös kasvattanut ikäpolvien biologisen rytmin päälle toisen, siitä selvästi erottuvan sosiaalisen rytmin. Murrokset yhteiskunnassa tuottavat kokemusmaailmaltaan toisistaan erottuvia sukupolvia ennakoimattomasti ja epäsäännöllisin väliajoin. (Virtanen, 2001, 23).

Myös Kopperschmidtin (2000, 397) mukaan sukupolvi voidaan määritellä tietyn tunnistettavan ryhmän ikäluokan, sijainnin tai merkittävien elämäntapahtumien muutoksen perusteella. Smolan & Suttonin (2002, 364) mukaan sukupolvi käsittää ne väestöryhmät, jotka jakavat samoja sosiaalisia kokemuksia tai historiallisia tapahtumia elinaikanaan. Joshi ym. (2010) esittävät kolmiosaisen jaon sukupolviin liitetystä kokonaiskuvista. Niitä ovat *kohorttipohjainen, ikäjakaumaan perustuva sekä vakiintumiseen perustuva identiteetti*. Joshin ym. (2010) jaottelu ylittää eri tieteenalojen rajat, joten jako on merkityksellinen tutkittaessa sukupolvea käsitteenä. Joshi ym. (2010, 394-395) siis pitää sukupolvea yhdistävänä tekijänä yksilöiden yhteisiä kokemuksia tiedon, taidon sekä kokemusten kautta syntyvistä assosiaatioista. Alla oleva *sukupolvi-identiteetin näkökohtia* -malli (KUVIO 1) havainnollistaa Joshin ym. (2010) sukupolvia erottavia tekijöitä.

KUVIO 1 Sukupolvi-identiteetin näkökohtia, Joshi ym. (2010, 395)



Mallin etuna toimii se, että käsitettä on mahdollista tutkia kaikkien näiden osa-alueiden kontekstien kautta, mutta samalla se on tiukasti rajattu. Jaottelun kaikilla eri osa-alueilla on omat piirteensä ja esilletulotapansa yhteiskunnassa ja tieteessä. Täten sukupolvi poikkeaa väestökäsitteenä esimerkiksi rotuun tai sukupuoleen (Joshi ym., 2010.).

2.1.2 Y-Sukupolvi

Tässä tutkimuksessa keskitytään aiemmin mainituista sukupolvista Y-sukupolveen. Y-sukupolvi nähdään tässä tutkimuksessa nimenomaan ikäryhmään perustuvana kohorttina, sillä juuri ikään perustuva jaottelu on yleisin tapa erotella sukupolvet toisistaan.

Y-sukupolvi-termi on vakiinnuttanut paikkansa tutkimuksissa viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tapscott (2009, 29) määrittelee Y-sukupolven edustajat vuonna 1977-1997 syntyneiksi nuoriksi ja Parment (2012, 1) puhuu 1970-luvun loppupuolen ja 1980-luvun loppupuolen välisenä aikana syntyneistä Y-sukupolven edustajina. Y-sukupolven edustajia kuvataan tutkimuksessa myös useilla muilla termeillä, joilla viitataan lähinnä Y-sukupolvelle ominaiseen teknologian käyttöön: Viljakainen (2011) puhuu Y-sukupolvesta *playstation-sukupolvena* ja *digicowboyna*, Vesterinen ja Suutarinen (2011) *diginatiiveina* ja Joshi ym. (2010) *milleniaaleina* (millennials). Tässä tutkimuksessa hyödynnän myös näitä käsitteitä, sillä katson niiden käsittelevän samaa ilmiötä.

Y-sukupolvi on ensimmäinen sukupolvi, joka on kasvanut digitaalisella aikakaudella. Tapscottin (2009, 14-18) mukaan Y-sukupolvi on maailmanlaajuisen ja edeltäviä sukupolvia älykkäämpi, nopeampi ja se sietää paremmin kulttuurillista erilaisuutta kuin aikaisemmat sukupolvet. Y-sukupolven edustajia yhdistävät monet heidän nuoruuteensa vaikuttavat kokemukset, kuten kylmän sodan loppuminen, Berliinin muurin murtuminen sekä World trade centerin iskut. Keskeisin heitä yhdistävistä kokemuksista on kuitenkin internetin mullistava laajentuminen, joka on muuttanut taloudellista tasapainoa ja vaikuttanut ratkaisevasti markkinatalouteen ja poliittiseen ympäristöön. (Parment, 2012, 5.).

Tapscottin (2010, 49-50) mukaan on olemassa kahdeksan piirrettä, jotka ovat ominaisia Y-sukupolven edustajille. Y-sukupolven edustajat rakastavat vapautta aina valinnanvapaudesta ilmaisunvapauteen, ja he haluavat räätälöidä kaiken omanlaisekseen ja näköisekseen. Y-sukupolven edustajista jokainen on tutkija omalla tavallaan ja he tutkivat ja arvioivat kaikkea näkemäänsä. Y-sukupolven edustajat kiinnittävät huomiota avoimuuteen ja eettisyyteen esimerkiksi työpaikkaa valitessaan. He haluavat viihtyä ja leikkiä niin työpaikoilla kuin kouluissa ja ovat oppineet tämän videopelien kautta. Y-sukupolven edustajat ovat uskomattoman yhteistyökykyisiä ja taidokkaita suhteiden luomisessa, ja ovat oppineet tämän pääosin sosiaalisen median kautta. Y-sukupolven edustajille nopeus on valttia ja he haluavat kaiken toimivan nopeasti, esimerkiksi informaation täytyy olla saatavilla heti. Y-sukupolven edustajille innovointi on ominaista ja he tekevät sitä mielellään. He saavat uusia ideoita jatkuvasti ja haluavat jakaa ne kollegoidensa ja ystäviensä kanssa internetin välityksellä (Tapscott, 2010, 49-50.).

Läntisessä talousjärjestelmässä on perinteisesti arvioitu yrittäjän menestystä sillä, kuinka tuottava hänen yrityksensä on ja kuinka paljon hän on yrityksensä avulla ansainnut rahaa (McClelland, 1961, 237). Y-sukupolven nuoret eivät kuitenkaan mittaa menestystään pelkästään taloudellisesti, vaan heille on tärkeämpää, että he voivat vaikuttaa itse siihen, mitä tekevät. Y-sukupolven

edustaja haluaa omalla työllään tuoda esiin persoonaansa ja toteuttaa omia haaveitaan. Hän on tottunut siihen, että saa itse valita missä, milloin ja miten tekee työnsä (Tienari & Piekkari, 2011, 92.). Y-sukupolven edustajat ovat myös tottuneet jatkuvaan muutokseen elämässään (Hart & Brossard, 2002). He haluavat osallistua heitä kiinnostaviin hankkeisiin ja ovat valmiita näkemään vai-vaa sellaisten asioiden eteen, jotka he kokevat merkityksellisiksi (Tienari & Piekkari, 2011, 261). Avoimuus, henkilökohtaisten arvojen korostaminen, hyvät kommunikaatiokyvyt sekä luontainen toimiminen kansainvälisessä verkostossa ovat Y-sukupolven edustajan tyypillisiä ominaisuuksia. (Viljakainen, 2011, 153).

Y-sukupolvi eroaa aiemmista sukupolvista hieman. Se on lähtökohtaisesti jo nuoresta iästä alkaen halukas oppimaan uutta ja ottamaan uusia haasteita vastaan (Wong ym., 2008, 880). Heillä on myös todettu olevan parempi ulkoi-nen elämänhallinta kuin aiemmilla sukupolvilla (Twenge & Cambell, 2008, 865) Y-sukupolven edustajien itsetunto on usein korkea ja heillä on havaittu olevan narsistisia piirteitä. Samanaikaisesti heillä kuitenkin ilmenee myös masennusta ja levottomuutta. Y-sukupolven edustajilla on huomattu olevan matala tarve yleiselle sosiaaliselle hyväksynnälle ja vahva ulkoinen elämän hallinta. Y-sukupolven naispuoliset edustajat ovat rakentaneet työelämässä itselleen uusia rooleja edellisiin sukupolviin verrattuna ja he pyrkivät aktiivisesti johtotehtä-viin. (Twenge & Cambell, 2008, 864.) Twenge & Cambell (2008, 864) huomaut-tavat, että alan tutkimuksessa ei olla yksimielisiä siitä, johtuvatko nuorten suu-ret odotukset omaa elämän laatua ja yhteiskuntaa kohtaan Y-sukupolven edus-tajille ominaisista tekijöistä vai ovatko ne vain osa nuoruuteen liittyvää idea-lismia, joka häviää iän myötä samoin kuin aiemmilla sukupolvilla on käynyt.

2.1.3 Y-sukupolvi työelämässä

Viljakaisen (2011, 153) mukaan digicowboy näkee työn ja työllistymisen hyvin eri tavalla kuin aikaisemmat sukupolvet. Digicowboyn odotukset organi-saatiotaan kohtaan ovat vaativia, sillä hän haluaa olla ylpeä yhteisöstään, jossa hän vaikuttaa. Digicowboy vaatii muutakin kuin taloudellista menestymistä. Hänen tekemän tuotteen tai palvelun ainutkertaisuus, innovatiivisuus, ekologi-suus tai vaikkapa muotoilu ovat syitä ylpeyteen. (Viljakainen, 2011, 153.) Tut-kimusten mukaan tulevaisuudessa työntekijöille tärkeintä työssä on sen merki-tyksellinen sisältö. Työ ei enää ole pelkästään työtä, vaan se on tapa ilmaista ja toteuttaa itseään. (Piha & Poussa, 2012, 17.). Kultalahden ja Viitalan (2014, 578) mukaan Y-sukupolvea motivoi työssään eniten mahdollisuus jatkuvaan uuden oppimiseen ja kehittymiseen uusien työtehtävien ja haasteiden edessä kun taas pitkäaikainen työskentely samassa työpaikassa laskee työmotivaatiota selvästi. Työn joustavuus lisää Y-sukupolven työmotivaatiota. (Wong ym., 2008, 887).

Viljakaisen mukaan (2011, 48-49) digicowboyt ovat tottuneet hakemaan in-formaatiota epätyypillisistä paikoista ja usein erilaisin keinoin. Tämä vaatii myös työnantajilta uudenlaista näkemystä, sillä yritysten työkalujen täytyy pys-tyä vastaamaan digicowboyn tarpeita, eikä toisin päin. Digicowboyt tarvitsevat usein uusimmat teknologiavälineet työkaluikseen, sillä vanha teknologia saat-

taa estää heitä pääsemästä käsiksi uusimpaan informaatioon. Heidän mielestään työskentely-ympäristön ja -aikojen täytyy olla joustavia ja teknologian täytyy olla saatavilla missä ja milloin tahansa (Viljakainen, 2011, 48-49.). Y-sukupolven edustajista suurin osa arvostaa mobiilia, liikkuvaa työtä ja sitä, että työtä voi tehdä missä tahansa (Piha & Poussa, 2012, 46-48).

Y-sukupolvi vaatii täydellistä asiakaspalvelua ja yksilön huomioimista. Kuluttajakäyttäytymisen muutos on jo vaikuttanut yritystenkin sisäiseen toimintaan. Tulevaisuudessa ja osin jo tänä päivänä potentiaaliset työntekijät vertailevat työmahdollisuuksiaan kiinnostavuuden ja ansiotason mukaan systemaattisena kaupallisena prosessina (Viljakainen, 2011, 26-38.). Viljakaisen (2011, 26-38) mukaan digicowboyt ymmärtävät verkostojen tuottaman arvon ja he haakeutuvat verkostoihin. Nämä verkostot voivat olla niin paikallisia kuin globaaleitakin. Digicowboyt ovat hyvin ratkaisuoitoituneita ja ratkaisun löydettyään he siirtyvät seuraavaan ongelmaan. Koska uudet ongelmat vaativat aina uutta informaatiota, heidän tiiminsä kokoonpano täytyy olla tarpeeksi joustava, jotta he voivat saada käyttöönsä uusia kykyjä ja dataa. Nämä digicowboyt ovat itsenäisiä ja työskentelevät niin organisaationsa sisä- kuin ulkopuolellakin (Viljakainen, 2011, 26-38.). Piha ja Poussa (2012, 31) mukaan Y-sukupolven edustajat ovat hyvin tiimioitoituneita ja haluavat tehdä työnsä mieluiten samalla aaltopituudella olevien ihmisten kanssa. Y-sukupolven edustajille työssä henkilöiden välistä sitoutumista edustavat lähes ainoastaan sellaiset työtoverit, joiden ei toivota vaihtuvan tiuhaan (Piha & Poussa, 2012, 31). Toisaalta tiimityöskentelyssä he alkavat helposti ja nopeasti vieroksumaan niitä, joilla ei ole tiimille mitään annettavaa. (Viljakainen, 2011, 49).

Digicowboyt ovat oman ajankäyttönsä suhteen huomattavan paljon tarkempia kuin aiemmat sukupolvet. Niitä jotka haluavat luoda uransa tekemällä töitä 15 tuntia päivittäin, on entistä vähemmän (Viljakainen, 2011, 104.). Toisaalta Piha & Poussa (2012, 30) toteavat, että jopa 70% tämän päivän opiskelijoista kokee, että työtuntien määrällä ei ole suurtakaan merkitystä, mikäli työtehtävä on tarpeeksi mielenkiintoinen. Työhön ollaan aiempia sukupolvia valmiimpia sitoutumaan, mikäli työtehtävien kiinnostavuus ja haasteellisuus ovat riittäviä (Piha & Poussa, 2012, 30.). Viljakaisen (2011, 104) mukaan uran luominen ei ole enää samalla lailla muodissa kuten ennen, vaan harrastusten ja ystävien rooli on tärkeä. Y-sukupolven edustajat eivät enää etsi elämäänsä sisältöä työstä, vaan heille työ on vain yksi osa elämää (Tienari & Piekkari, 2011, 36). Tienari ja Piekkari (2011, 92) mukaan Y-sukupolven edustaja haluaa myös entistä enemmän vapaa-aikaa ja tämä täytyy ottaa huomioon esimerkiksi työpaikkojen kannustinjärjestelmiä uudistettaessa.

Y-sukupolven edustajat kokevat mielekkään ja yhteisöllisen työn palkitsevaksi (Tienari & Piekkari, 2011, 130). Digicowboylle työn ja vapaa-ajan välillä oleva raja on häilyvä. Parhaiten nämä nuoret menestyvät organisaatioissa, joissa heidän annetaan kehittää omia vahvuuksiaan. Johtajien täytyy olla henkisesti ja teknologisesti kykeneviä inspiroimaan ja mahdollistamaan sen, että nuoret voivat antaa parhaan panoksensa. Digicowboy vaatii työelämässä johtamiselta

yhteisöllisyyttä, autenttisuutta sekä esimerkillä johtamista (Viljakainen, 2011, 26-49.).

Y-sukupolven edustajat odottavat työltään ja koulutukseltaan viihteellisyttä ja leikkimielisyyttä. Koulutukseen onkin kehitetty tätä varten termi *edutainment*, joka tarkoittaa koulutuksen ja viihteen yhdistelmää. Y-sukupolven edustajat ovat valmiita jakamaan omaa osaamistaan, jos he kokevat tämän itselleen hyödylliseksi ja palkitsevaksi. He eivät siedä hierarkioita, vaan haluavat toimia olosuhteissa, jotka ovat tasa-arvoisia, avoimia, sekä läpinäkyviä (Tienari & Piekkari, 2011, 98.).

Digicowboyt haluavat työlleen tarkoituksen. Pelkkä työtehtävä ei ole heille riittävä peruste työskentelylle, sillä sen tavoitteita ei voi ylittää, mikäli ei ymmärrä niiden tarkoitusta. Myös verkostoituminen työtehtävää varten on vaikeaa, ellei tiedä, minkä verkoston avulla tavoitteeseen päästään parhaiten. Pelkkä tarkoitus taas ei riitä, koska digicowboy haluaa kehittää omaa osaamistaan johonkin tiettyyn tehtävään (Viljakainen, 2011, 153).

Digicowboy toivoo myös työtehtäviltään selkeyttä. Olennaisia hänelle eivät ole tarkat maantieteelliset tai toimi-alojen rajat. Hänelle on työtehtävän alusta lähtien selvää, ettei oma työtehtävä jatku samanlaisena eläkeikään saakka. Vaikka digicowboy ymmärtääkin yrityksen strategiaan kuuluvan pitkäjänteisyyden, on hänelle ominaista kyseenalaistaa työtehtävänsä ja niiden tarkoitukset. Digicowboyille tämä on normaali tapa toimia, toisin kuin aikaisemmille sukupolville. Digicowboy haluaa myös nähdä, että tarkoitus johon hän työtehtäväänsä suorittamalla sitoutuu, näkyy myös yrityksen toiminnassa, ja että se todella muuttuu tehtäväksi ja tuloksiksi (Viljakainen, 2011, 153.).

Y-sukupolvelle työssä edetään jatkuvasti uusia uratyöpolkuja, jotka eivät pelkästään vain ylenemällä. Uusi työaikakausi haastaakin yritykset tarjoamaan työntekijöilleen yksilöllisiä etenemismahdollisuuksia organisaation sisällä (Piha & Poussa, 2012, 89.). Alla oleva taulukko 2 (Tapscott, 2009) havainnollistaa sanoin Y-sukupolvelle ominaisia piirteitä.

TAULUKKO 1 Y-sukupolven piirteitä (Tapscott, 2009)

Y-sukupolven merkittävimmät piirteet	
Piirre	Käytännön seurauksia
Vapaus työssä	Arvostaa mahdollisimman joustavaa työaika, päättää missä ja milloin työtä tekee
Nopea informaation käsittelyssä, liikuttelussa ja sen jakamisessa	Kommunikoi sujuvasti sähköisesti ja jakaa kaiken tietonsa muille mielellään, aktiivinen sosiaalisessa mediassa
Yksilöllisiä valintoja	Kertoo itsestään ja persoonastaan kuluttaja-valinnoillaan, sekä etsii yksilöllisiä ratkaisuja tuotteissa ja palveluissa
Asenne elämään, työhön ja tavarihin	Ei arvosta rahaa välttämättä kovinkaan korkealle, etsii itselleen merkitystä ja yksilöllisiä kokemuksia
Tiimityöskentelyn tärkeys	Saavuttaa parhaimmat suorituksensa tiimityöskentelyssä, arvostaa tiimin tuomaa varmuutta ja palautetta
Toimii keskustelevasti	Arvostaa interaktiivista viestintää niin yritysten, työyhteisön kuin johtajienkin kohdalla
Sitoutuneisuus	Haluaa sitoutua itselleen tärkeisiin arvoihin ja yhteisöihin
Rehellinen, suora ja rakentava	Ei pidä ylimielisyydestä tai ideoiden tyrmäämisestä, arvostaa rakentavaa rehellistä palautetta kunhan viestintä siitä on toteutettu oikein
Hauskanpitoa koulussa sekä työssä	Ei pidä koulupuvuista tai pukukoodeista, Luo huumoria ympäristöönsä ja vie sosiaaliset verkostonsa myös työpaikalle ja kouluun
Innovatiivisuus	Keksii helposti uusia ideoita erityisesti ryhmisissä, hyödyntää toiminnassaan usein uusinta teknologiaa
Markkinoiden muuttaja	Alkaa herkästi luoda huonoja uutisia mikäli katsoo organisaation tai yrityksen toiminnan loukkaavan ympäröivän yhteiskunnan arvoja, luo uusia tyyliuunteita ja alakulttuureita

Taulukossa 1 (TAULUKKO 1) nähdään vasemmalla puolella Y-sukupolven merkittävimmät piirteet. Oikealla puolella nähdään selitys siihen, miten tämä näkyy käytännössä heidän toiminnassaan.

2.2 Yrittäjyys

Tässä kappaleessa esittelen, mitä tarkoitetaan yrittäjyydellä ja yrittäjyysprosesilla sekä psykologisten henkilötekijöiden vaikutusta yrittäjäksi ryhtymiseen. Luvussa 2.2.1 esittelen yrittäjyyden määritelmiä ja luvussa 2.2.2 yrittäjyysprosessin määritelmiä sekä sitä, kuinka yrittäjyysprosessin etenee. Luvussa 2.2.3 esittelen psykologisia henkilötekijöitä, jotka vaikuttavat yksilön päätökseen ryhtyä yrittäjäksi. Luvun 2.2.4 olen tehnyt osoittamaan, että Y-sukupolvella ja yrittäjäksi ryhtyvien psykologisilla henkilötekijöillä on teorian tietojen pohjalta paljon yhteistä.

2.2.1 Yrittäjyys

Yrittäjyys on laaja käsite. Sitä on ilmiönä kuitenkin tutkittu varsin vähän verrattuna muihin taloustieteellisiin käsitteisiin, kuten laskentatoimeen, markkinointiin, rahoitukseen, organisaatiokäyttäytymiseen tai talousstrategioihin (Shane, 2003, 1-2). Huomionarvoista on, että yrittäjyys ei myöskään ole pelkästään taloustieteellinen käsite; Esimerkiksi Knight (1921) ja Schumpeter (1934) ovat tutkineet yrittäjyyttä ja yrittäjäkarakttäariä jo 1900-luvun alkupuolella myös sosiologian ja psykologian näkökulmasta. Myös Shane (2003, 10) muistuttaa yrittäjyyden teorian tiedon koostuvan kokonaisuudessaan psykologian, sosiologian, organisaatioteorian, rahoituksen, strategian, teknologiajohtamisen sekä julkisen politiikan teorian tiedoista.

Shane ja Venkatamaran (2000, 13-17) määrittelevät yrittäjyyden toiminnaksi, joka sisältää keksimistä, arvioimista ja uusien mahdollisuuksien hyödyntämistä ja jolla tuotetaan uusia palveluja tai tuotteita. Yrityksen perustamisessa voidaan hyödyntää uusia organisointimenetelmiä, markkina-alueita, tuotantomenetelmiä sekä raaka-aineiden käyttötarkoituksia (Shane & Venkatamaran, 2000, 13-17.). Reynoldsin ym. (1999, 3) mukaan maissa, joissa talousajattelu perustuu kasvuun, yrittäjydeksi on määriteltävissä jokainen kokeilu, joka aloittaa uuden liiketoiminnan, oli se sitten itsensä työllistämistä, uuden liiketoimintaorganisaation rakentamista tai olemassa olevan liiketoiminnan laajentamista yksityisen henkilön, tiimin tai jo vakiintuneen liiketoiminnan toimesta. Schumpeterin (1934) mukaan yrittäjyys merkitsee oikeutta asettua järjestäytyneitä markkinoita vastaan ja aikaansaada niissä luovaa tuhoa. Hän näkee yrittäjyyden uudistumista takaavana tuotannon tekijänä.

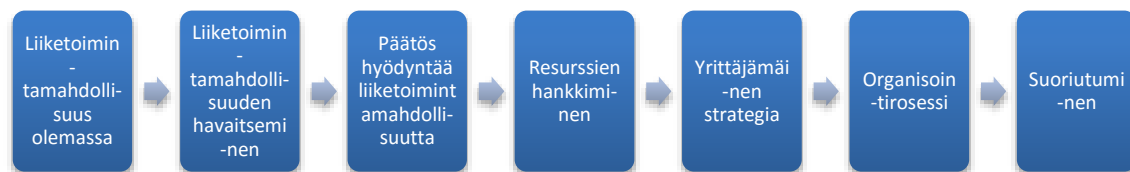
Shane (2003, 3) toteaa yrittäjyyden olevan itseohjautuvaa toimintaa, johon teknologian murrokset eivät suoranaisesti vaikuta. Yrittäjyyttä voidaan hänen mukaansa kuvata henkilöillä, jotka tunnistavat ja pyrkivät tuomaan esiin mahdollisuuksia. Shanen (2003, 3) mukaan yksikään tutkimus ei puolla sitä, että ympäristö itsessään muodostaisi yrittäjyyttä. Psykologi McClellandin (1961, 210-211) mukaan yrittäjät ovat yksilöitä, jotka ovat valmiita ottamaan isoja riskejä ja tekemään valintoja. He vaativat päästä tekemään näitä valintoja epävarmuuden vallitessa ja toimivat jopa paremmin paineen alla kuin normaaliolo-

suhteissa (McClelland, 1961, 210-211). Nuoria yrittäjiä tutkittaessa on huomattu, että monet heistä ovat olleet nuoresta pitäen yrittäjähenkisiä ja suuntautuneet yrittäjiksi jo nuorina (Stevenson, 1987, 287).

2.2.2 Yrittäjyyden prosessi

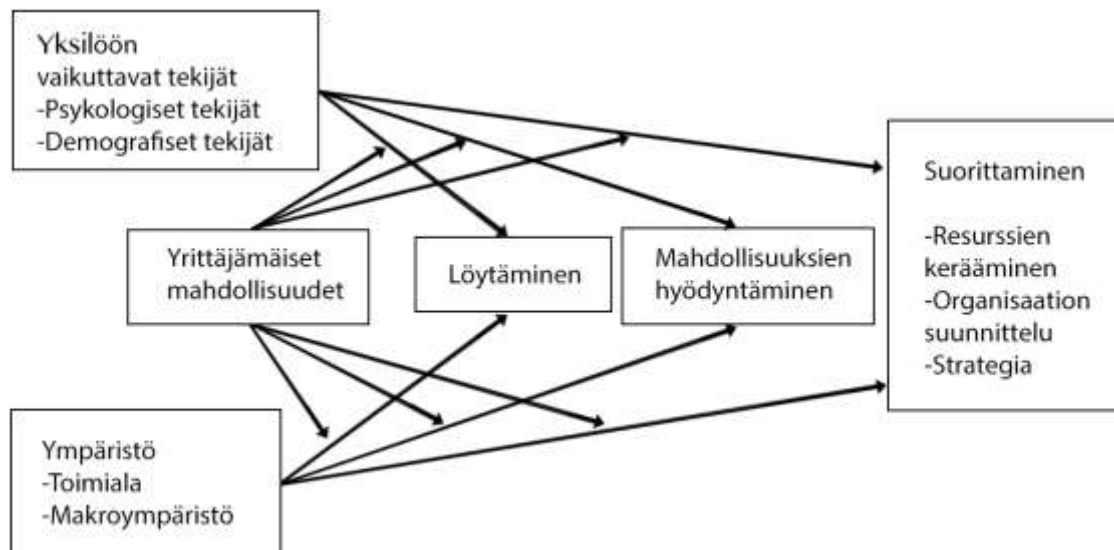
Alla oleva Shanen (2003, 12) malli *yrittäjyyden prosessi* (KUVIO 2) havainnollistaa yrittäjyyden prosessiin liittyviä vaiheita, aina yrittäjäksi ryhtymisestä yrittäjänä suoriutumiseen. Malli etenee vaihe vaiheelta kronologisesti vasemmalta oikealle, mutta Shanen (2003, 12) mukaan prosessi voi myös käytännössä olla epälineaarinen ja minkä vain vaiheen kohdalla on mahdollista tapahtua takaisinkytkentöjä aikaisempiin vaiheisiin. Mallin kaikki vaiheet *liiketoimintamahdollisuus olemassa, liiketoimintamahdollisuuksien havaitseminen, päätös hyödyntää liiketoimintamahdollisuutta, resurssien hankkiminen, yrittäjämäinen strategia, organisointiprosessi* sekä lopulta itse *suoriutuminen* tapahtuvat yrittäjyyden prosessissa lähes poikkeuksetta (Shane, 2003, 12).

KUVIO 2 Yrittäjyyden prosessi. (Shane, 2003, 12)



Shanen (2003, 10) mukaan yrittäjyyden prosessi alkaa, kun havaitaan liiketoimintamahdollisuus, jolla on potentiaalinen kyky tuottaa voittoa, tai kun olemassa olevista resursseista löydetään jotain sellaista, jonka avulla pystytään niitä uudelleen järjestelemällä saamaan suurempaa voittoa. Yksilö eli yrittäjä havaitsee uuden liiketoimintamahdollisuuden, jonka jälkeen hän hankkii resurssit, joiden avulla hänen on mahdollista tuottaa uusi palvelu tai tuote ja saada sitä myymällä voittoa. Vaikka yrittäjyyden prosessi saa alkunsa liiketoimintamahdollisuuden havaitsemisesta, tarvitaan tämän jälkeen vielä paljon muita kykyjä, kuten prosessointitaitoja, jotta potentiaalinen tuote tai palvelu saadaan markkinoille (Shane 2003, 10-11.) Tätä prosessia kuvaa Shanen (2003, 11) *liiketoimintamahdollisuuden hyödyntämisen prosessi* -malli (KUVIO 3), jossa esitellään yrittäjyyden prosessin liiketoimintamahdollisuuksien hyödyntämisestä aina uuden yrityksen strategian kehittämiseen vaikuttavat tekijät.

KUVIO 3 Liiketoimintamahdollisuuden hyödyntämisen prosessi (Shane, 2003, 11)



Kuviossa 3 nähdään yksilöön vaikuttavina tekijöinä *psykologiset tekijät* ja *demografiset tekijät*. Näistä yksilöön vaikuttavat tekijöistä on tässä tutkimuksessa keskitytty psykologisiin tekijöihin, sillä yrittäjäksi ryhtyessään yksilöön vaikuttavat psykologiset tekijät ovat hyvin samankaltaisia kuin Y-sukupolvelle ominaiset luonteenpiirteet. Nämä psykologiset henkilötekijät vaikuttavat yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijöihin. Psykologisia henkilötekijöitä käydään tarkemmin läpi luvussa 2.2.3.

2.2.3 Psykologiset henkilötekijät ja päätös ryhtyä yrittäjäksi

Jotta voidaan tutkia motivaatiotekijöitä yrittäjäksi ryhtymisen taustalla, tulee tutustua myös psykologisiin henkilötekijöihin, jonka yksi osa motivaatiotekijät ovat. Shanen (2003, 96-97) mukaan yksilön mahdolliset yrittäjämäiset ominaisuudet määrittävät sen, ryhtyykö hän hyödyntämään havaitsemiaan liiketoimintamahdollisuuksia. On olemassa useampia psykologisia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat yrittäjäksi ryhtymiseen. Osalla yksilöistä on enemmän ominaisia kykyjä ja rohkeutta lähteä hyödyntämään havaittuja liiketoimintamahdollisuuksia kuin osalla. Psykologiset ominaisuudet eivät yksinään takaa sitä, että yksilö havaitsee liiketoimintamahdollisuudet, mutta ne edesauttavat siinä. Psykologisten henkilötekijöiden vaikutus on merkittävä varsinkin silloin, kun yksilö tekee päätöksensä ryhtyä hyödyntämään liiketoimintamahdollisuutta sen havaitessaan. (Shane, 2003, 96-97.).

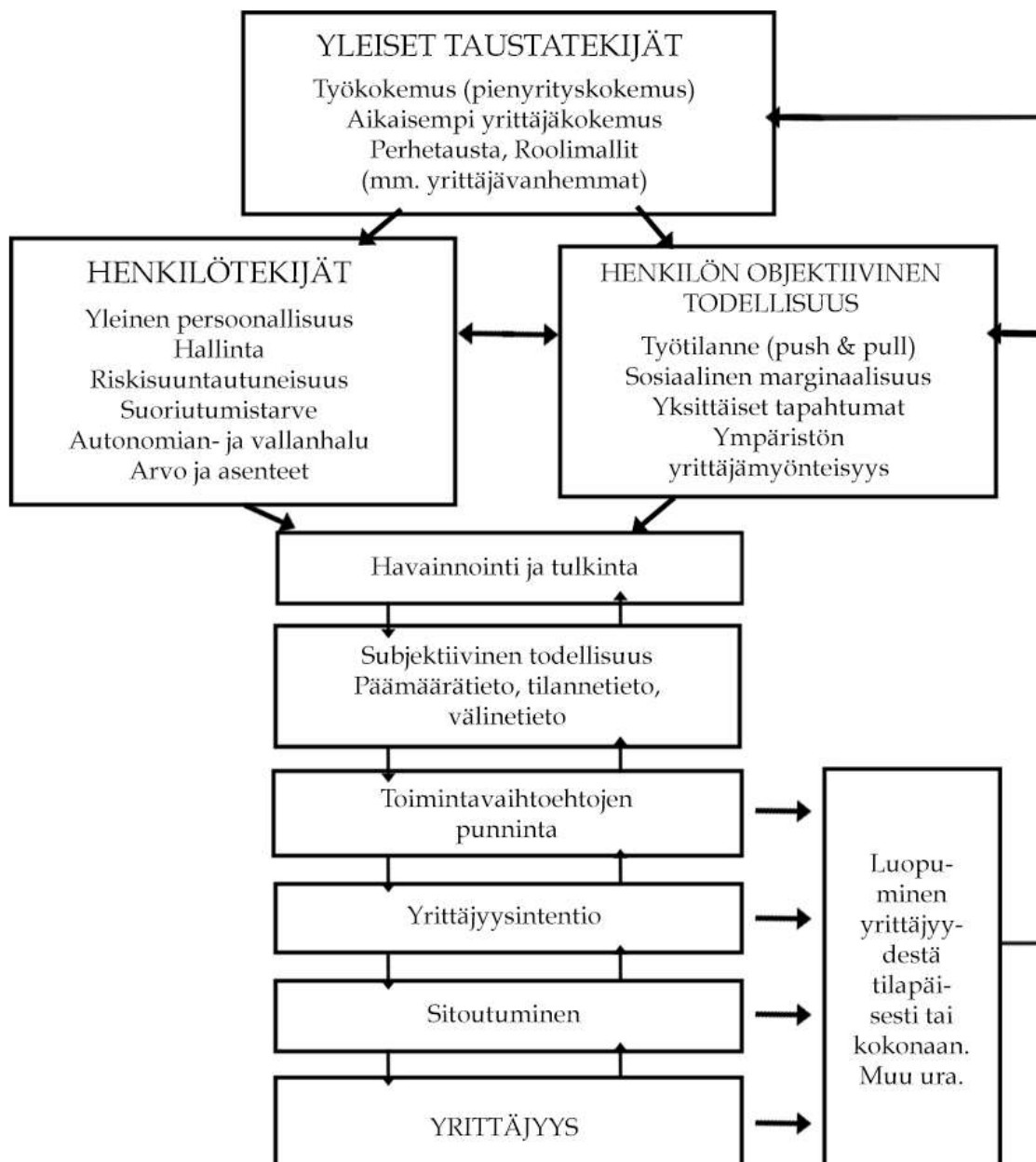
Persoonallisuus ja motiivit ovat fundamentaalisia ominaisuuksia, jotka ohjaavat yksilöä toimimaan tietyllä tavalla, ja ne ovat myös ratkaisevia tekijöitä silloin, kun hän tekee päätöksen liiketoimintamahdollisuuden hyödyntämisestä. Vaikka kahdella eri yksilöllä olisi täysin samat taidot, tietämys tietystä liiketoi-

minnasta ja resurssit, voi toisella olla luontaisesti enemmän motivaatiota ryhtyä toteuttamaan liiketoimintaa (Shane, 2003, 96-97.).

Shanen (2003, 97-108) mukaan ekstrovertit yksilöt ryhtyvät yrittäjiksi introvertteja yksilöitä helpommin. Mikäli yksilö on luontaisesti sosiaalinen, aktiivinen, kunnianhimoinen, puhelias, kiivasluonteinen ja taitava esiintyjä on hän luontaisesti yrittäjähakuisempi kuin introvertti yksilö. Tämä johtuu siitä, että luontaisesti sosiaaliset ihmiset ymmärtävät kerätä mahdollisesti potentiaaliselle liiketoiminnalle hyödyllistä tietoa, kun he sitä kohtaavat. Ekstrovertit yksilöt ymmärtävät usein helpommin esimerkiksi asiakkaan tarpeet myyntitilanteessa kuin introvertti yksilö.

Huuskonen on myös tutkinut yrittäjäksi ryhtymisen prosessin yhtenä osana henkilötekijöitä, jotka vaikuttavat yksilön yrittäjäksi ryhtymiseen. Toisin kuin Shane (2003), Huuskonen puhuu psykologisista henkilötekijöistä termillä henkilötekijät. Huuskonen (1992, 90) on luonut prosessimallin yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavista tekijöistä. Huuskonen (1992, 90) esittelee kuviossaan *prosessimalli yrittäjäksi ryhtymisessä* (KUVIO 4) mallinnuksen siitä kuinka yrittäjän taustatekijät, henkilötekijät sekä henkilön objektiivinen todellisuus ovat vaikuttaneet siihen, miksi yrittäjä on päättänyt tekemään päätöksen ryhtyä yrittäjäksi.

KUVIO 4 Prosessimalli yrittäjäksi ryhtymisessä (Huuskonen, 1992, 90)



Huuskonen (1992) on tutkinut henkilötekijöitä, jotka ovat ominaisia yrittäjäksi ryhtyville. henkilötekijöillä tarkoitetaan persoonan eri ulottuvuuksia, jotka vaikuttavat siihen minkälaisia sopeutumisstrategioita yksilö käyttää joutuessaan päättämään työurastaan (Huuskonen, 1992, 69.). Näitä henkilötekijöitä on tutkimuksen mukaan yhteensä kuusi (6). Ensimmäinen on *yleinen persoonallisuus*. Impulsiivisuus, jatkuva tyytymättömyyden tunne, irrallisuus sekä heikohko itsearvostuksen tunne kuuluvat yrittäjien yleiseen persoonaan. Tästä osaksi voidaankin Huuskosen (1992, 57) mukaan johtaa, että yrittäjiä on todettu hyvin

yleisesti vaivaavan jatkuva stressi, syyllisyydentunne sekä jännittyneisyyttä (Huuskonen, 1992, 57). Yleistä heille ovat myös epäluottamus ja epäluulo auktoriteetteja kohtaan, jotka puolestaan johtavat siihen, että yrittäjä alkaa helposti etsimään epäjärjestäytyneitä tilanteita, joissa hän tuntee hallitsevansa tilanteen ja olevansa riippumaton. Näissä tapauksissa yrittäjä ilmenee strategiana, joka mahdollistaa henkisesti mahdollottomasta tilanteesta selviämisen. (Normann, 1975, 102-103).

Toinen henkilötekijä on Huuskosen (1992, 58) mukaan *yleinen elämänhallinta*. Elämänhallinnaksi määritellään yksilön oma usko siihen, että hän pystyy vaikuttamaan ympärillään olevaan maailmaan (Rotter, 1966, 1). Yrittäjäksi ryhtyminen on epätodennäköistä, mikäli yksilö uskoo, että tulokset eivät oleellisesti riipu hänen oman ponnistelunsa määrästä tai kyvykkyydestään, koska silloin hän hyvin epätodennäköisesti altistaa itseään tilanteeseen, jossa epäonnistumisen mahdollisuus on suuri (Brockhaus, 1982, 43). Persoonallisuus vaikuttaa myös siihen, millainen tarpeiden synnyttämä jännitystä lieventävä käyttäytymismalli on kullekin ihmiselle luontainen ja vallitseva. Jos yksilö kokee halutun toiminnan kohteen olevan ulottelemattomissa, voi seurauksena olla vetäytyvää tai korvautuvaa käyttäytymistä. (Huuskonen, 1992, 58.). Mikäli taas yksilö uskoo omalla toiminnalla olevan selvä vaikutus tilanteeseen, silloin hän myös hyvin todennäköisesti pyrkii toimimaan tilanteen edistämiseksi (Robbins, 1983, 58). Yrittäjien sisäisen hallinnan uskotaan Huuskonen (1992, 59) mukaan olevan keskimäärin voimakkaampaa kuin muilla ihmisillä. Huuskonen (1992, 60) toteaa, että voimakas sisäinen hallinta lisää omaehtoista ja aloitteellista toimintaa. Tunne oman elämän hallinnasta kasvattaa havaittujen toimintavaihtoehtojen määrää ja samalla vaikuttaa myös päätökseen ryhtyä yrittäjäksi.

Kolmas henkilötekijä on *riskisuuntautuneisuus*. Brockhaus (1980, 513) määrittelee riskisuuntautumisen subjektiiviseksi todennäköisyydeksi onnistumiselle, ennen kuin yksilö altistaa itsensä epäonnistumiselle. Huuskosen (1992, 60-62) mukaan riskiin suhtautuminen ei erottele yrittäjiä muista ihmisistä merkittävällä tavalla. Riskisuuntautuneisuus mielletään yleensä yhteyteen yrittäjämäisestä persoonasta, ja monet tutkijatkin ovat sitä mieltä (Carland ym., 1988, 24). Toisaalta Brockhausin (1982, 45-49) mukaan tutkimusten valossa yrittäjät mieltävät itsensä hallituiksi riskin ottajiksi ja keskinkertainen riskinotto on jopa sopu-soinnussa korkean suoritustarpeen kanssa. Yrittäjien uskotaan kuitenkin sietävät epävarmuutta muita ihmisiä paremmin (Low & Mcmillan, 1988, 147). Caird (1991, 75-81) on tutkimuksissaan huomannut, että esimerkiksi omistajayrittäjät ovat verrannollisesti opettajia taloudellisesti riskisuuntautuneempia.

Neljäs henkilötekijä on Huuskosen (1992, 63) mukaan *suoriutumistarve*. Suoriutumistarve on monilla yrittäjillä luontaisesti korkea, kun he ryhtyvät yrittäjiksi. Shane (2003, 99) määrittelee suoriutumistarpeen motivaatioksi, joka johtaa yksilön ryhtymään sellaisiin aktiviteetteihin ja tehtäviin, jotka sisältävät henkilökohtaista vastuuta tuloksen aikaansaamiseksi, ja jotka vaativat yksilöllistä tehokkuutta ja taitoja, sekä sisältävät kohtuullisia riskejä, jotka voivat johtaa suoriin hengellisiin tai aineellisiin tuloksiin (Shane, 2003, 99.). Suoriutumistarve on vahvempi niillä yrittäjillä, jotka saavat yrityksensä kasvamaan nope-

ammin, kuin yrittäjillä, joiden yritykset kasvavat hitaammin (Huuskonen, 1992, 63-65). Huuskonen (1992, 63-65) toteaa, että suoriutumistarve motivoi yksilöä etsimään menestystä ja synnyttää suoritushakuista käyttäytymistä, mutta ei suuntaa sitä tiettyihin kohteisiin. Korkea suoriutumistarve ei ole ainoastaan yrittäjille tyypillinen piirre, vaan se on yleinen myös urheilijoilla ja taiteilijoilla (Low & McMillan, 1988, 147).

Viides henkilötekijä on Huuskosen (1992, 65) mukaan *autonomian ja vallanhalu*. Huuskonen (1992, 65) pitää tätä jopa leimaavana piirteenä ja mainitsee sen olevan yksi henkilötekijöistä. Halu riippumattomuuden tunteeseen määrittellään persoonallisuustekijäksi, jossa henkilö tuntee voimakasta halua toteuttaa asioita ennemmin itsenäisesti kuin muiden kanssa (Shane, 2003, 106). Yrittäjiä pidetäänkin joskus hankalina työskentelykumppaneina koska heidän on vaikea sopeutua toimimaan toisten alaisuudessa. Yrittäjät myös usein muokkaavat työympäristöjään näköisiksiin (Low & Mcmillan, 1988, 147.). Yrittäjät voivatkin olla muita ihmisiä enemmän riippumattomuuteen pyrkiviä, joissain tapauksissa vallanhaluja ja jopa dominoivia persoonia. (Huuskonen, 1992, 65).

Kuudenneksi henkilötekijäksi Huuskonen (1992, 65-69) mainitsee *arvot, asenteet ja uskomukset*. Henkilön arvomaailma vaikuttaa suoraan hänen asenteisiin, havaintoihinsa sekä maailmankuvaansa ja sitä kautta edelleen hänen käyttäytymiseensä. Näin ollen arvot vaikuttavat myös henkilön muodostamiin yleisiin käsityksiin yrittäjyydestä ja siihen, ryhtyykö hän yrittäjäksi (Haahti, 1983, 10). Yrittäjien arvomaailmoja tutkittaessa (Brockhaus, 1982) on havaittu, että heidän omaksumansa arvot ja heidän yrittäjyydelleen antamansa selitykset ovat keskenään hyvin yhteneväisiä. Yrittäjät arvostavat itsenäisyyttä, riippumattomuutta ja onnistumista, eivätkä ole kovin kiinnostuneita heille annettusta sosiaalisesta tuesta tai taloudellisesta menestymisestä (Brockhaus, 1982, 49-50.). Havainnot ympäristöstä ja tulkinnat sen sisältämistä syy-seuraussuhteista saavat yksilöt muodostamaan asenteita ja uskomuksia. Nämä puolestaan määrittävät, millainen kuva mahdollisella yrittäjällä on yrittäjyyden ja muiden toimintavaihtoehtojen sijoitus-tuottosuhteella. Uskomuksena myönteisyys elämässä tuottaa lisää myönteisyyttä asenteisiin ja päinvastoin. Asenteiden tapaan uskomukset voivat toimia samalla lailla kuin havaintojen perusteella saadut käsitykset, omat assosiaatiot sekä ulkopuoliset tietolähteet (DuBrin, 1984, 93.). Huuskonen (1992, 69) toteaa, että yksilölle kehittyy subjektiivisen kuva siitä, kuinka arvokkaita eri päämäärät ja tavoitteet ovat hänen kannaltaan ja voiko yrittäjyyden avulla päästä näihin tavoitteisiin. Ajan kuluessa henkilölle syntyy asenne siihen kannattaako ylipäätään pyrkiä johonkin sellaiseen johon yrittäjyys olisi väline, tai onko yrittäjyys oikea keino tässä tapauksessa, ja ovatko sen vaatimat henkilökohtaiset uhraukset oikeassa suhteessa odotettaviin tuloksiin.

2.2.4 Y-sukupolven piirteet ja yrittäjäksi ryhtyvän yksilön henkilötekijät

Y-sukupolven edustajille ominaiset piirteet vaikuttavat olevan hyvin yhteneväisiä yrittäjäksi ryhtyvien henkilötekijöiden kanssa.

Niin Y-sukupolven edustajille kuin yrittäjiksi ryhtyville yleisiä ovat epäluottamus ja epäluulo auktoriteetteja kohtaan, joka puolestaan johtaa siihen että näistä kummatkin alkavat helposti etsimään strukturoimattomia tilanteita, joissa he tuntevat hallitsevansa tilanteen ja voivat olla riippumattomia muista henkilöistä. (Twenge & Cambell, 2008, 864; Tienari & Piekkari, 2011, 98; Huuskonen, 1992, 57; Normann, 1975, 102-103).

Y-sukupolvelle edustajalle ominainen halu itsenäisyyteen ja oman työn ohjailuun sekä tarve autonomiaan ovat Huuskosen (1992, 65) mukaan myös yksi yrittäjäksi ryhtyvän henkilötekijöistä. Näistä sekä Y-sukupolven edustajat että yrittäjäksi ryhtyvät pyrkivät muokkaamaan ympäristöään toiminnallaan. (Tapscott, 2009, 49-50; Tienari & Piekkari, 2011, 92; Huuskonen, 1992, 65; Twenge & Cambell, 2008, 864; Shane, 2003, 106; Low & Mcmillan 1988, 147.).

Y-sukupolven edustajilla sekä yrittäjäksi ryhtyvillä on molemmilla todettu olevan vahva yleinen elämänhallinta. (Twenge & Cambell, 2008, 864; Huuskonen, 1992, 90). Näin ollen voidaan nähdä, että molemmat heistä uskovat pystyvänsä vaikuttamaan siihen, mitä heidän elämässään ja ympäristössään tapahtuu (Robbins, 1983, 58).

Kultalahden ja Viitalan (2014, 578) tutkimuksen mukaan Y-sukupolvea motivoi työssään eniten mahdollisuus jatkuvaan uuden oppimiseen ja kehittymiseen uusien työtehtävien ja haasteiden edessä. Yrittäjäksi ryhtyvillä on myös suoriutumistarve, joka ohjaa heidän toimintaansa kohti isompia saavutuksia työssä. (Huuskonen 1992, 90; Shane, 2003, 99).

Huuskonen (1992, 65) mainitsee yrittäjäksi ryhtyvän yhdeksi henkilötekijäksi myös yksilön arvot, asenteet ja uskomukset. Yrittäjät kokevat oman yrityksensä kautta pystyvänsä toteuttamaan itselleen tärkeiksi kokemiaan arvoja, asenteita ja uskomuksia (Haahti, 1983, 10). Yrittäjäksi ryhtyvälle hänen arvo maailmansa on usein hyvin selkeä ja hän haluaa toimia arvojensa mukaisesti. Taloudellinen menestyminen ei usein merkitse hänelle niin paljon kuin omien arvojen mukaisesti toimiminen (Brockhaus, 1982, 49-50). Myös Y-sukupolven edustajalle omien arvojen, asenteiden ja uskomusten esille tuominen ja niiden mukaan toimiminen on ominaista, eikätkä he koe taloudellisella menestymisellä olevan yhtä suurta merkitystä kuin arvoilla, asenteilla ja uskomuksilla heidän elämässään (Tienari & Piekkari, 2011, 92; Viljakainen, 2011, 153; Piha & Poussa, 2012, 17).

Ainoana erona Huuskosen (1992, 90) yrittäjäksi ryhtyville tyypillisiin henkilötekijöihin on, että en ole löytänyt tutkimustietoa koskien Y-sukupolven edustajien vastaavanlaiseen riskisuuntautuneisuuteen kuin yrittäjäksi ryhtyvillä. Toisaalta Carlandin ym. (1988, 24) mukaan yrittäjät eivät ole niin riskisuuntautuneita kuin yleisesti uskotaan. Riskisuuntautuneisuus mielletäänkin usein monilta osaksi korkeaa suoriutumistarvetta (Brockhaus, 1982, 45-49).

2.3 Motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjäksi

Luvussa 2.3.1 esittelen, mitä tarkoitetaan työmotivaatiolla. Luvussa 2.3.2 tarkastelen motivaatiotekijöitä, jotka vaikuttavat yrittäjäksi ryhtymiseen. Luvussa 2.3.3 käsittelen keskeisimpiä motivaatiotekijöitä. Luvussa 2.3.4 tarkastelen yrittäjyyteen liittyviä motivaatiotekijöitä yksilöiden eri lähtökohtien näkökulmista koskien sitä onko yrittäjäksi ryhtyminen tarvepohjainen vai vapaaehtoinen valinta. Luvussa 2.3.5 kerron sukupuolten välisistä eroista suhteessa yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijöihin ja 2.3.6 kerron koulutustaustan vaikutuksesta yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijöihin.

2.3.1 Työmotivaatio

Työmotivaation tutkimuksella on pitkä historia ja sitä on tutkittu useista eri näkökulmista (Latham & Pinder, 2005, 487-491). Työmotivaatiota tutkitaankin myös samassa yhteydessä usein kuin työstä saatavaa tyydytystä. Työmotivaatio mielletään organisaatioiden näkökulmasta työntekijän tuottavuuden ja hyödyllisyyden määräksi. (Furnham ym., 2009, 765.).

Pinder (1998, 11) määrittelee työmotivaation yksilön toiminnan taustalla olevaksi energieettiseksi voimaksi, jonka yksilö kohdistaa työtä tehdessään työnsä laatuun, ohjautuvuuteen, intensiteettiin ja siihen käytettyyn aikaan. Lawrencen ja Jordanin (2005, 103) mukaan motivaatiota on olemassa kahdenlaista: sisäistä motivaatiota, jossa työntekijä kokee työnteen kiinnostavana ja tyydyttävänä, ja ulkoista motivaatiota, jossa motivaation tuottaa jokin yksittäinen muu tekijä. Y-sukupolven yksilöille näistä ominaisempi on sisäinen motivaatio (Kultalahti & Viitala, 2014, 578). Hertzbergin (1968, 56) työmotivaatiota ja yksilöiden työviihtyvyyttä kartoittavassa tutkimuksesta ilmenee, että työntekijän merkittävimmät motivaatiotekijät ovat tavoitteiden saavuttaminen, tunnustuksen saaminen tehdystä työstä ja varsinainen työnteko - palkka on motivaatiotekijöistä vasta seitsemänneksi merkittävin.

2.3.2 Yrittäjäksi ryhtymisen taustalla oleva motivaatio

Syitä yrittäjäksi ryhtymiseen on useita. Baumbeckin ja Mancuson (1975, 20) mukaan yrittäjien toimintaa stimuloi työsuoritus enemmän kuin taloudellinen menestyminen. Yrittäjän persoonallisuuteen kuuluu luontaisesti luja tahto tehdä kovasti töitä sekä halua ja sisäinen palo yrittäjyyteen. Yrittäjien mukaan taloudellinen menestyminen on usein vain työntöön lisäarvo. (Baumbeck ja Mancuso 1975, 20.). McClelland (Kilby, 1971, 114) on tutkimuksissaan huomannut, että asetettujen saavutusten tavoittaminen toimii yrittäjien motivaatiotekijänä paremmin kuin raha. (Kilby, 1971, 114). Hyytinen ja Pajarinen (2005, 4) ovat kartoittaneet suomalaisilta kumpia he mieluummin olisivat, yrittäjiä vai työntekijöitä ja vastaajista vain 30% vastasi, että yrittäjiä. Palkansaajat tienaavatkin usein enemmän kuin yrittäjät yhtä tehtyä työtuntia kohti. (Kauhanen, 2004, Poutvaara & Tuomaala 2004). Hyytisen ja Pajarisen (2005) selvityksen mukaan

yrittäjäksi ryhtymisen tärkein motivaatiotekijä on yksilön halu toteuttaa itseään tai unelmiaan. Tämä motiivi nousi tärkeämmäksi kuin esimerkiksi parempien tulojen saanti, varallisuuden luominen tai turvallisuuden ja varmuuden saavuttaminen työnteosta (Hyytinen & Pajarinen, 2005.).

Yksi motivaatioista on syy päästä johtamaan alaisiaan sekä itseään. Yrittäjyys ajattelu- ja toimintatapana liittyy voimakkaasti johtamiseen (Koiranen, 1993, 14.). Kaikesta johtamisestakin yleisesti on 55 prosenttia itsensä johtamista. Vain 5 prosenttia on varsinaista alaistensa johtamista, 20 prosenttia vertaistensa johtamista ja 20 prosenttia esimiesten johtamista (Hock, 1999.).

Peltonen (1986, 41) on jäsentänyt useiden eri tutkimusten pohjalta yrittäjien motivaatioon vaikuttavat tekijät kolmeen ryhmään. Ensimmäinen ryhmä on *ekspressiiviset* eli tunneperäiset motiivit. Niihin kuuluvat esimerkiksi riippumattomuus, yksilöllisyys ja arvostus. Toinen ryhmä on *instrumentaaliset* eli välinemotiivit. Niitä ovat esimerkiksi keino ansaita elantonsa, raha ja työn tarve. Kolmas ryhmä on *henkisen kasvun* eli kehitysmotiivit. Niitä ovat esimerkiksi luovuus, haasteellisuus, pyrkimykset itsensä toteuttamiseen, parantuva ammattitaito sekä kehittyminen ihmisenä. (Peltonen, 1986, 41).

Ajatus ryhtyä yrittäjäksi on Hyytisen ja Pajarisen (2005, 14-16) mukaan suomalaisille muita pohjoismaalaisia sekä eurooppalaisia vieraampi. Suomalaisista vain joka toinen uskoo, että yrittäjyys tarjoaa vaurastumisen mahdollisuuden. Suomalaiset eivät usein ryhdykään yrittäjiksi vaurastumisen toivossa, vaan yrittäjän työn houkuttelee heitä siksi, että he odottavat sen olevan itsenäistä, henkisesti palkitsevaa ja mielenkiintoista. (Hyytinen & Pajarinen 2005, 14-16.).

Motivaatiotekijät toimia yrittäjänä voivat kuitenkin vaihdella yrittäjäksi ryhtymisen jälkeen. Yksilöön ennen yrityksen perustamista vaikuttavat motivaatiotekijät voivat olla hyvin erilaisia kuin hänen toimintaansa myöhemmin vaikuttavat motivaatiotekijät. Esimerkiksi yksilöiden, jotka perustavat yrityksen motiivinaan päästä tekemään työtä omilla ehdoillaan, toiminnan keskeisenä motivaatiotekijänä voi myöhemmin ollakin kasvattaa yrityksensä taloudellista pääomaa. (Hyytinen & Pajarinen, 2005, 14-16.).

2.3.3 Yleisimmät motivaatiotekijät

Artikkelissa Carter ym. (2003, 14) käyvät läpi kuusi motivaatiotekijää, joiden on tutkittu olevan yleisimmät motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjäksi. Näitä motivaatiotekijöitä löytyi yhteensä kuusi (6) kategoriaa, jotka esiintyvät muita selkeästi enemmän. Nämä tekijät ovat:

1. *Innovaatiot* (Innovation) motivoivat ryhtymään yrittäjäksi, koska innovaatioiden avulla saadaan luotua jotakin uutta. Yrittäjä haluaa luoda tai on jo luonut uuden palvelun tai tuotteen, tai vaihtoehtoisesti erilaisen uuden tavan tuottaa jotain jo keksittyä tuotetta tai palvelua.
2. *Itsenäisyys* (Independence) motivoi ryhtymään yrittäjäksi, koska yksilö haluaa itse johtaa itseään. Yksilö haluaa yrittäjänä määrätä itse oman

- työaikansa, työpaikkansa sijainnin sekä sen miten työnsä tekee. Samalla yksilö kokee vapauden toimia niin kuin sen itse kokee parhaimmaksi..
3. *Huomatuksi tuleminen ja statusarvon nosto* (Recognition) toimivat motivaatiotekijänä, kun yksilö haluaa tulla huomatuksi joko läheisten ihmisten tai ympäristössään toimivien ihmisten toimesta. Toimiessaan yrittäjänä yksilö voi tuoda esille omaa työnkuvaansa ja osaamistaan yrityksensä kautta.
 4. *Roolimallit* (Roles) toimivat motivaatiotekijänä tilanteissa, joissa yksilö haluaa kunnioittaa esimerkiksi suvun perinteitä tai adoptoida vaikutteita muista yrittäjätaustaisista läheisistä.
 5. *Taloudellinen menestyminen* (Financial success) motivoi yksilöä, joka haluaa luoda taloudellista menestymistä. Tässä tilanteessa yksilö kokee, että hän pystyy luomaan varallisuutta enemmän yrittäjänä.
 6. *Omien tavoitteiden saavuttaminen* (Self-realization) on motivaatiotekijä yksilölle, joka on asettanut itselleen tavoitteen työelämää varten ja pyrkii näin toteuttamaan tavoitteensa.

Myös Stephan ym. (2015, 15-16) tuovat esille täysin samat kuusi motivaatiotekijää, joskin osaksi ainoastaan hieman eri nimillä kuin Carter ym. (2003, 15). Ainoana erona on se, että Stephan ym. (2015, 15-16) ovat tutkimuksissaan lisänneet seitsemänneksi motivaatiotekijäksi mahdollisen epätyytyväisyyden nykyiseen työnantajaan ennen yrittäjäksi ryhtymistä.

Aloittavat yrittäjät eroavat ei niin yrittäjämäisistä yksilöistä siinä, että heillä korostuu tärkeimpinä varsinkin edellä mainituista kuudesta motivaatiotekijästä huomatuksi tuleminen ja roolimallit. (Carter ym., 2003, 15).

Hessels ym. (2008, 335) ovat huomanneet, että ne yrittäjät, jotka ryhtyivät yrittäjiksi alunperin keskeisimpänä motivaatiotekijänään taloudellinen menestyminen, olivat lopulta myös kaikista kasvuorientoituneimpia sekä pyrkivät nopeaan etenemiseen oman työnsä ja myös nopeaan kasvuun yrityksensä suhteen. Toisaalta Hesselsin ym. (2008, 335) mukaan yrityksen tuottavuutta ei voida pitää ainoana menestymisen mittarina, sillä niillä jotka ovat ryhtyneet yrittäjiksi itsenäisyys suurimpana motivaatiotekijänään, kokevat menestyksensä tulleen oman työmuokavuutensa, eivätkä niinkään taloudellisen menestymisensä kautta. (Hessels ym., 2008, 335.).

2.3.4 Tarvepohjaisuus, olosuhteiden parantaminen ja mahdollisuuksien näkeminen yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijänä

Tutkijat ovat erottaneet *tarvepohjaisesti* (necessity-driven) yrittäjiksi ryhtyvät niin sanotuista oman *työuransa olosuhteiden parantajista* (improvement-driven) (Bosma ym., 2011, 24-25). Työuransa olosuhteiden parantajat kuuluvat osaksi heihin, jotka etsivät yrittäjyyden kautta omaan työhönsä enemmän vapautta ja itsenäisyyttä. Yksilöt, jotka ryhtyvät yrittäjäksi vapauden ja itsenäisyyden lisäämisen toivossa, luovat huomattavasti enemmän innovaatioita (Stephan ym., 2015, 12). Yksilöitä, jotka luopuvat omasta vakinaisesta palkkatyöstään kutsutaan *mahdollisuuksien näkijöiksi* (opportunity-driven). Heidän motivaatioteki-

jänään toimii heidän uskonsa hoitaa työntehtävänsä paremmin oman yrityksensä kautta kuin heidän nykyisen työnantajansa alaisuudessa (Block & Sandner, 2009, 121.). Huuskosen (1992, 90) Prosessimalli yrittäjäksi ryhtymisessä (KUVIO 4) havainnollistaa näitä samoja tarpeita kohdassa yksilön objektiivinen todellisuus, johon vaikuttaa yksilön työtilanne motivaatiotekijänä ryhtyä yrittäjäksi.

Näiden eri motivaatiotekijöiden taloudellisia hyötyjä ei kuitenkaan ole vielä juurikaan tutkittu. Nuoret ryhtyvät yrittäjiksi harvoin tarvepohjaisten motivaatiotekijöiden aiheuttamana, mikä uhkaa tulla toimeentulon puutteen vuoksi ihmisille vastaan. Tarvepohjaiset motivaatiotekijät ovatkin yleisempiä yksilöillä, jotka ovat jo iäkkäämpiä ja joutuvat irtisanotuksi heidän pitkäaikaisesta työstään (Stephan ym., 2015, 11). Hessels ym. (2008, 335) ovat huomanneet tutkimuksessaan, että nämä tarvepohjaisen tilanteen edessä yrittäjiksi ryhtyneet eivät kuitenkaan ole välttämättä positiivinen asia otettaessa huomioon valtion yleistä taloutta tai yhteisön etua, sillä niiden ei nähdä suoraan vaikuttavan positiivisesti innovaatioihin, työn kasvuun tai maan vientiin.

Mahdollisuuksien näkijöiden osuus yrittäjiksi ryhtyvistä verrattuna tarvepohjaisten motivaatiotekijöiden aikaansaamiin yrittäjiin on noussut viime vuosina merkittävästi. (Stephan ym., 2015, 13). Tarvepohjaisten motivaatiotekijöiden vuoksi yrittäjiksi ryhtyvät hallitsevat usein vähemmän yrittäjyyden perustaitoja (Block & Sandner, 2009, 122). Nykyaikana kilpailu työpaikoista on kova ja ihmiset ovat aiempaa koulutetumpia, joten pelkkien yrittäjämäisten taitojen vähyys on mahdollista korvata koulutuksella ja yleisellä älykkyydellä. (Stephan ym., 2015, 14). Nämä näkemykset on otettava tutkimuksessa huomioon, sillä kummatkin elementit sekä yrittäjämäiset taidot, että motivaatiotekijät voivat vuorovaikutteisesti vaihdella yrittäjyyden aloittamisen prosessin aikana. (Casar, 2007; Estrin ym., 2013).

Kansainvälisessä yrittäjyysraportissa sanotaan, että (WEF-GEM, 2015, 41) heidän tutkimuksessaan kysyttiin suomalaisilta uusilta yrittäjiltä (alle 3,5 vuotta toiminnassa olleista), minkä motivaatiotarpeen mukaisesti he ryhtyivät yrittäjiksi vuonna 2014. Tuloksista käy ilmi, että vain 15,6 prosenttia heistä kokivat pakollisen tarpeen yhdeksi motivaatiotekijäkseen. Sen sijaan mahdollisuuden näkeminen oli 81,1 prosentin motivaatiotekijänä. 63,1 prosenttia vastaajista koki nykyisen työelämän parantamisen motivaatiotekijänä. Tästä on pääteltävissä, että suomalaiset ryhtyvät useimmiten yrittäjäksi pikemminkin parempien työolosuhteiden ja paremman elämänlaadun toivossa, kuin ympäröivien olosuhteiden pakottamina. Samankaltaiseksi väestöiksi maailmassa verrataan esimerkiksi Australialaisia, Kanadalaisia, Tanskalaisia ja Hollantilaisia. (WEF-GEM, 2015, 12-41.).

Block & Sandner (2009) ovat tutkineet saksalaisten yrittäjien motivaatiotekijöitä ja heidän menestymistään niiden pohjalta. Heidän mukaansa niiden yrittäjien, jotka ryhtyivät yrittäjäksi motivaatiotekijänään mahdollisuuksien näkeminen, yritykset toimivat pidempään ja menestyivät paremmin kuin niiden yrittäjien, jotka olivat ryhtyneet yrittäjäksi tarvepohjaisten motivaatiotekijöiden taustalla. Syynä tähän koettiin olevan se, että mahdollisuuksien näkijöillä

oli yleisesti enemmän humanista ja taloudellista pääomaa yrityksen perustamisen takana. (Block & Sandner 2009, 117-137.)

Myös Bradley ym. (2011, 2) ovat tulleet samaan tulokseen siitä, että mahdollisuuksien näkijöiden taloudelliset resurssit ovat paremmat yrityksen alkuvaiheessa, mikä mahdollistaa myös helpommin kasvun sekä menestyksen yrityksessä. Mahdollisuuksien näkijät kokevat myös enemmän tyytyväisyyttä oman liiketoimintaansa kuin pakonomaisten tarpeen motivaatiotekijän vaikutuksesta yrittäjäksi ryhtyvät yksilöt (Block & Koellinger, 2009, 191-209). Motivaatiotekijät vaikuttivat myös siihen, kuinka usein yrittäjät päätyivät tilanteeseen, jossa yrittäjä myy oman yrityksensä. Zwanin ja Hesselsin (2013) tutkimuksessa, jossa tutkittiin 35 eri maan yrittäjiä päädyttiin siihen tulokseen, että exittiin päädyttiin huomattavasti useammin mahdollisuus pohjaisten yrittäjien tapauksissa.

2.3.5 Sukupuolten väliset eroavaisuudet

Myös yksilön sukupuoli vaikuttaa siihen, miksi hän ryhtyy yrittäjäksi. Sukupuolten välillä on eroavaisuuksia yrittäjän motivaatiotekijöitä tarkastellessa. Sukupuolten väliset eroavaisuudet ovat, että miehillä selkeästi suuremmat motivaatiotekijät olivat innovaatiot ja taloudellinen menestyminen. Nämä ovat huomattavasti tärkeämmät miesten kohdalla kuin naisilla punnitessa uravaihtoehtoja (Carter ym., 2003, 15). Tutkimukset osoittavat, että naiset eivät ryhdy yhtä helposti yrittäjäksi kuin miehet. Naisilla motivaatiotekijät tulevat enemmän sosiaalisten tekijöiden sekä työn joustavuuden ja itsenäisyyden johdosta (Bosma ym., 2011; Verheul ym., 2010; Reynolds & Curtin 2008).

2.3.6 Koulutustausta

Koulutustaustalla on todettu olevan positiivinen vaikutus yksilöön, jotta hän päättää ryhtyä yrittäjäksi, oli hänen motivaatiotekijänään mikä tahansa. (Verheul ym., 2010). Verheulin ym. (2010) mukaan positiivisia vaikutuksia on löydetty niin mahdollisuus- että tarvepohjaisten motivaatiotekijöiden myötä yrittäjäksi ryhtyneistä. Koulutuksen tuoma positiivinen vaikutus on huomattu varsinkin iäkkäiden yrittäjien kohdalla olennaiseksi. (Jayawarna ym., 2011).

Työ- ja elinkeinoministeriön (2014, 135) julkaiseman vuosikatsauksen mukaan yrittäjäyys on ollut Suomessa nousussa suhteessa palkansaajien määrään jo kohta kahdenkymmenen vuoden ajan koulutuksen tasosta riippumatta. Varsinkin pelkän peruskoulutaustan omaavat ihmiset ovat ryhtyneet perustamaan entistä ahkerammin yrityksiä. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2014, 135).

2.4 Yhteenveto

Luvussa 2.1 esittelin, mitä tarkoitetaan sukupolvella ja Y-sukupolvella. Y-sukupolven siirtyminen työelämään on muuttanut myös yrittäjäyden luonnetta.

Koska työelämän käytänteet ovat muuttuneet Y-sukupolven kohdalla verrattuna aikaisempiin sukupolviin (Tapscott, 2009). Y-sukupolven edustajille ominaista on avoimuus, henkilökohtaisten arvojen korostaminen, hyvät kommunikaatiokyvyt sekä luontainen toimiminen kansainvälisessä verkostossa ovat Y-sukupolven edustajan tyypillisiä ominaisuuksia (Viljakainen, 2011, 153). Y-sukupolvi on lähtökohtaisesti jo nuoresta iästä alkaen halukas oppimaan uutta ja ottamaan uusia haasteita vastaan (Wong ym., 2008, 880). Heillä on myös todettu olevan parempi ulkoinen elämönhallinta kuin aiemmilla sukupolvilla (Twenge & Cambell, 2008, 865). Y-sukupolven edustajien itsetunto on usein korkea ja heillä on havaittu olevan narsistisia piirteitä. Kultalahden ja Viitalan (2014, 578) mukaan Y-sukupolvea motivoi työssään eniten mahdollisuus jatkuvaan uuden oppimiseen ja kehittymiseen uusien työtehtävien ja haasteiden edessä kun taas pitkäaikainen työskentely samassa työpaikassa laskee työmotivaatiota selvästi. Y-sukupolven edustajat eivät enää etsi elämäänsä sisältöä työstä, vaan heille työ on vain yksi osa elämää (Tienari & Piekkari, 2011, 36). Y-sukupolven edustajat kokevat mielekkään ja yhteisöllisen työn palkitsevaksi (Tienari & Piekkari, 2011, 130).

Luvussa 2.2 esittelin yrittäjyyden käsitettä ja yrittäjyyden prosessia sekä yrittäjiksi ryhtyvälle ominaisia psykologisia henkilötekijöitä ja niiden yhteyttä Y-sukupolven edustajille ominaisiin piirteisiin. Yrittäjyyden prosessiin vaikuttavat psykologiset henkilötekijät, jotka ovat ratkaisevia siihen, miksi joku tekee päätöksen ryhtyä yrittäjäksi (Shane, 2003, 10-11). Nämä yksilöön vaikuttavat tekijät ovat tässä tutkimuksessa keskitetty psykologisiin henkilötekijöihin, sillä yrittäjäksi ryhtyessään yksilöön vaikuttavat psykologiset henkilötekijät ovat hyvin samankaltaisia kuin Y-sukupolvelle ominaiset luonteenpiirteet. Nämä psykologiset henkilötekijät vaikuttavat yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijöihin. Aiempien tutkimusten (Huuskonen, 1992) perusteella näitä henkilötekijöitä on todettu olevan yhteensä kuusi. Yleinen persoonallisuus, yleinen elämönhallinta, riskisuuntautuneisuus, suoriutumistarve, autonomian ja vallanhalu sekä arvot, asenteet ja uskomukset (Huuskonen, 1992, 57-69.). Luvun lopuksi kävin läpi mitä yhteisiä piirteitä on sekä Y-sukupolvella ja psykologisilla henkilötekijöillä. Näitä kaikkia psykologisia henkilötekijöitä löytyy Y-sukupolven edustajien piirteistä lukuun ottamatta riskisuuntautuneisuutta.

Luvussa 2.3 esittelin työmotivaation käsitteen, jonka jälkeen etenin kohti yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijöitä. Työntekijän merkittävimmät motivaatiotekijät ovat tavoitteiden saavuttaminen, tunnustuksen saaminen tehdystä työstä ja varsinainen työnteko (Hertzberg, 1968, 56). Tärkeimmät motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjäksi ovat innovaatiot, taloudellinen menestyminen, itsenäisyys, roolimallit, huomion saaminen ja statusarvon nosto sekä tavoitteiden saavuttaminen (Carter ym., 2003; Stephan ym., 2015). Yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijöihin vaikuttaa myös yksilön sen hetkinen tilanne työelämässä. Nämä yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavat tilanteet ovat pakonomainen tarve työllistyä yrittäjyyden kautta, mahdollisuuksien näkeminen toimimalla yrittäjänä tai työolosuhteiden parantaminen ryhtymällä yrittäjäksi (Bosma ym., 2011; Block & Sandner, 2009). Myös taustatekijöillä, kuten esimerkiksi sukupuolella ja

koulutaustalla on vaikutusta yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijöihin. Miehillä yleisimpiä motivaatiotekijöitä ovat taloudellinen menestyminen ja innovaatiot. Naisilla yleisimpiä ovat huomion saaminen ja statusarvon nosto sekä itsenäisyys. (Carter ym., 2003; Bosma ym., 2011; Verheul ym., 2010; Reynolds & Curtin 2008).

3 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUSAINEISTO

Tässä luvussa esittelen tutkimusmenetelmäni ja tutkimusaineistoni. Luvussa 3.1 esittelen tutkimuksessa käytetyn tutkimusmetodologian ja luvussa 3.2 esittelen tutkimusaineistoni. Luvussa 3.3 tuon esille tutkimukseni luotettavuuteen liittyviä asioita.

3.1 Tutkimusmetodologia

Tämä tutkimus on toteutettu laadullisia eli kvalitatiivisia tutkimusmetodeja käyttäen. Tutkimuskysymykset ovat luonteeltaan kartoittavia ja niihin vastamalla pyritään kuvaamaan tutkimukseen liittyvien ilmiöiden vaihtelevia ilmenymiä.

Tutkimusaineistoni olen kerännyt teemahaastattelumenetelmällä. Haastattelussani käytin puolistrukturoitua kyselylomaketta, jonka ennalta suunnitellut kysymykset olivat kaikille haastatelluille samat, mutta haastattelun kulkua tai kysymysten järjestystä ei ollut ennalta määritellyt. Näin ollen haastattelu mahdollisti haastateltavien kokemusten, ajatusten, uskomusten ja tunteiden esille tuonnin strukturoitua haastattelua paremmin. Haastattelukysymykset rakensin teorioiden (Stephan ym., 2015; Carter ym., 2003; Bosma ym., 2011; Block & Sandner, 2009) pohjalta.

Teemoittelussani olen ottanut huomioon, että haastatteluista analyysin kautta tuloksiksi nousseet tulokset ovat omia näkemyksiäni haastateltavien puheista. Ontologisesta näkökulmasta tarkoittaa tämä sitä, että ihmisen käsitys todellisuudesta on subjektiivinen. Epistemologisesta näkökulmasta tällaiselle kvalitatiiviselle haastattelumuodolle tyypillistä on juuri haastattelijan ja haastateltavan välille syntyvä vuorovaikutusyhteys. Tutkimuksen tuloksen voidaan sanoa syntyvän näiden kahden yhteisen vuorovaikutuksen tuloksena (Hirsijärvi & Hurme, 2000, 22-23). Tutkimushaastattelussa tavoitteeni oli pyrkiä selvittämään haastateltavan ajatuksia, käsityksiä, kokemuksia ja tunteita tutkittua

aihetta kohtaan. Tämä tapahtui ennalta valmisteltua haastattelurunkoa hyväksi käyttäen

Haastattelemiini henkilöt olivat pääosin minulle entuudestaan tuttuja, vain yksi heistä oli entuudestaan lähes tuntematon. En kuitenkaan antanut tämän vaikuttaa tutkimukseni tuloksiin. Vaikka tutkija ja tutkittava voivat olla entuudestaan toisilleen tuntemattomia, he eivät aloita haastattelua tyhjältä pohjalta, vaan tilannetta ja haastattelun etenemistä sekä tulkintoja ohjaavat kummankin aikaisemmat kokemukset ja asenteet tutkittavaa ilmiötä kohtaan. (Hirsijärvi & Hurme, 2000, 41.).

Olen tutkimuksessani käyttänyt teorialähtöistä sisällönanalyysiä, jonka tein deduktiivisesti eli analysoin haastatteluni perustuen tutkimukseni teoreettiseen viitekehykseen. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 113).

3.2 Tutkimusaineisto ja tutkimusprosessin toteutus

Tutkimusdatani keräsin haastattelemalla viittä (5) Y-sukupolvea edustavaa yrittäjää. Haastateltavista kaikki ovat syntyneet vuosien 1983-1990 välillä ja heistä kolme (3) on miehiä ja kaksi (2) naisia. Haastateltavat valitsin eliittiotannalla sellaisista Y-sukupolven yrittäjistä, jotka toimivat haastatteluhetkellä päätoimisine yrittäjinä. Tutkimuksen tavoitteen takia valitsin haastateltaviksi sellaiset Y-sukupolvea edustavat yrittäjät, jotka eivät ole toimineet yrittäjinä viittä (5) vuotta kauempaa, sillä oletan heidän kokemuksensa yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavista motivaatiotekijöistä paremmin muistissa kuin pidempään yrittäjinä toimineilla henkilöillä. Haastateltavien koulutustausta, kotikunta tai sukupuoli eivät ole vaikuttaneet valintaani.

Haastattelut toteutettiin haastateltavien valitsemissa paikoissa. Ennen haastattelua kerroin mistä tutkimuksessani on kyse ja kerroin tutkimukseni historiaa. Viidestä haastattelusta pitkäkestoisin oli 36 minuuttia ja lyhyin 16 minuuttia. Litteroin kaikki haastattelut.

Viimeisiä haastatteluja tehdessäni havaitsin saturaatio-ilmiön eli en havainnut uusien haastattelujen tuottavan enää uutta olennaista tietoa tutkimusongelmani kannalta (Eskola & Suoranta, 2008, 61-64). Koin tässä vaiheessa haastattelujeni määrän riittäväksi siihen, että otantani antaa ainakin suuntaa-antavan kuvan Y-sukupolven edustajien motivaatiotekijöistä ryhtyä yrittäjäksi.

3.3 Tutkimuksen luotettavuus

Olen pyrkinyt luotettavuuteen tutkimuksessani koko tutkimusprosessini ajan. Vaikka tutkimuskysymykseni ja tutkimukseni aihe ovat omiani, perustuu tutkimukseni aikaisempiin tutkimuksiin ja niiden pohjalta kehitettyihin teorioihin. Teemat tutkimushaastatteluun sekä kysymykset olen rakentanut itse tutkimusten (Stephan ym., 2015; Carter ym., 2003; Bosma ym., 2011; Block & Sandner,

2009) motivaatiotekijöitä käsittelevien teorioiden pohjalta. Näissä teorioissa käydään läpi yleisimmät motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjäksi ja ne ovat tieteellisestikin hyväksi havaittuja. Haastatteluja tehdessäni pyrin olemaan mahdollisimman puolueeton ilman, että tuon omia näkemyksiäni tutkimukseen liittyvistä näkökohdista. Litteroin kaikki haastattelut mahdollisimman tarkaan haastatteludatan saamiseksi ja analysoin vastaukset teorioiden pohjalta, jotta tulokset pysyisivät mahdollisimman autenttisine ja tutkimustuloksissa ei näkyisi ennako-oletuksia.

Haastatteluja tehdessäni pyrin ottamaan huomioon haastattelemini henkilöiden persoonallisuuserot. Osassa haastatteluja minun täytyi hieman ohjailta haastattelua tai esittää haastateltavalleni lisäkysymyksiä, jotta sain varmasti kattavan vastauksen. Pyrin kuitenkin tekemään tämän rajoittamatta haastateltavieni antamia vastauksia tai niiden laajuutta. Ennen haastattelun alkua ohjeistin haastateltavani ennen vastaamaan mahdollisimman laajasti ja monipuolisesti ja olemaan pelkäämättä, että he kertoisivat turhaa tietoa.

Tunsin melkein kaikki haastateltavat entuudestaan, ainoastaan yksi oli minulle lähes tuntematon. En kuitenkaan antanut tämän vaikuttaa haastattelujen kulkuun, vaan pyrin pysymään mahdollisimman puolueettomana tutkijana. Vaikka olen itsekin toiminut yrittäjänä aikaisemmin, ei vaikuttanut haastattelujen tuloksiin. Haastattelutilanteiden tunnelma oli rento ja keskusteleva joten uskon saaneeni mahdollisimman rehellisiä vastauksia. Ennen haastatteluja perehdyin haastattelutilanteissa toimimiseen alan kirjallisuuden avulla, joka auttoi minua toimimaan haastattelutilanteessa tutkijan roolissa. Tämän avulla sain pidettyä haastattelujen tilanteet mahdollisimman autenttisine ja sitä kautta mahdollisimman rehellisiä vastauksia haastateltavilta.

4 TULOKSET

Tässä luvussa analysoin haastattelujeni tuloksia. Analysoin vastaukset teemoitain siinä järjestyksessä, missä olen myös teemoja koskevat kysymykset esittänyt haastateltaville. Luvussa 4.1 esittelen haastattelemieni henkilöiden taustatiedot. Luvussa 4.2 tarkastelen haastatteluista ilmi tulleita motivaatiotekijöitä siihen, miksi Y-sukupolven edustaja on ryhtynyt yrittäjäksi. Samalla nostan esiin haastatteluista esiin tulleet tiedot, mitkä ovat näistä motivaatiotekijöistä haastateltavien mielestä kaikista tärkeimmät.

4.1 Haastateltavien taustatiedot

Kaikki haastateltavat olivat syntyneet vuosien 1983 ja 1990 välisenä aikana. Viidestä haastateltavasta kaksi (2) oli naisia ja kolme (3) miehiä. Haastateltavista yrittäjistä kaksi (2) toimi yksityisyrittäjänä, kaksi (2) toimi yhtiökumppanina kahden (2) hengen yrityksessä ja yksi (1) toimi yrittäjänä kolmen osakasyrittäjän yrityksessä. Haastateltavien taustatiedot ovat esiteltynä alla olevassa taulukossa 3 *Haastateltavien taustatiedot* (TAULUKKO 3) niiden hahmottamisen helpottamiseksi.

TAULUKKO 2 Haastateltavien taustatiedot

Haastateltava	Toiminut yrittäjänä	Koulutus	Syntymävuosi	Sukupuoli
H1	4kk	Alempi korkeakoulu	-87	Mies
H2	2v	Alempi korkeakoulu	-86	Mies
H3	3v	Ammattiopisto, alempi korkeakoulu	-83	Nainen
H4	2v 9kk	Aikuisopisto	-83	Mies
H5	3v 5kk	Alempi korkeakoulu (ylempi korkeakoulu kesken)	-90	Nainen

4.2 Haastattelujen tulokset

Haastateltavat kokivat haastatteluissa esiin tulleet motivaatiotekijät itselleen hyvin tutuiksi. Haasteltavilla oli pääosin selkeä kuva siitä, miksi he olivat ryhtyneet yrittäjiksi, ja mitkä olivat heille keskeisimmät motivaatiotekijät yrittäjäksi ryhtymiseen. Haastateltavat osasivat kuvailla selkeästi syitä yrittäjäksi ryhtymiseensä.

4.2.1 Miksi Y-sukupolven edustaja on ryhtynyt yrittäjäksi

Kysyin ensimmäisenä kysymyksenä haastateltavilta, miksi he olivat ryhtyneet yrittäjiksi. Pyrin tällä kysymyksellä saamaan mahdollisimman laajan ja rehellisen vastauksen niin, että yksikään mahdollinen motivaatiotekijä ei rajautuisi pois haastateltavien vastauksista. Vastaukset olivat laajoja ja käsittelivät pääosin juuri niitä motivaatiotekijöitä, jotka ovat aiempien tutkimuksien (Carter ym., 2003; Stephan ym., 2015) perusteella keskeisimpiä motivaatiotekijöitä.

Vastauksista ilmeni myös Carterin ym. (2003) ja Stephanin ym. (2015) motivaatiotekijä-teorioiden ulkopuolisia motivaatiotekijöitä. Yksi vastaajista korosti sitä, että yrittäjyyden kautta hän pystyy tuomaan omaa persoonaansa esiin ja tekemään työtä, jossa hän itse on tärkein työkalu. Hän koki oman ajatusmaailmansa pääsevän parhaiten esille yrittäjyytensä kautta:

H4: Hmm.. suurin syy siihen on, että omaan työhön liittyy niin paljon kiinnostusta, oma persoona ja se että mä myyn aika paljolti sitä mikä mä oon ja ideologiaa ja ajatusmaailmaa. Sit mä käyn valmentaa ja tekee luentoja ihan nuorille tai sitten yrityksille, niin sitten aika pitkälti menee sen mun oman tarinan kautta. Niinku omien oivalluksien ja sellasten juttujen kautta, että mä en hirveästi näe vaihtoehtoa, että mä lähtisin tekemään jonkun porukan kanssa heti alkuunsa. Oli se sitten vaikka yhteistyötä alkanut tekeekin niin pitkälti mä kuitenkin oman tarinan ja oman polun kautta teen töitä.

Vastaajista yksi oli sitä mieltä, että yrityksen perustaminen oli luontainen vaihtoehto siinä vaiheessa, kun hän huomasi, että hänen kotikaupungissaan olisi hyvin vaikea päästä töihin alalle, jolle hän toivoi työllistyvänsä. Hänen motivaatiotekijänään toimi tällöin tietyllä tapaa pakonomainen tarve:

H3: Äää... mut sitten myöskin kun tietää Jyväskylän työtilanteen. Täällä ei oo hirveen hyvä työtilanne. Tietää että vastavalmistuneitten on vaikea saada töitä. Jaa... varsinkin semmoista työtä mikä itteään kiinnostaisi niin kyllä sitä myöskin pohti vähän siltä kantilta myöskin että Jyväskylään haluaisin jäädä, mutta totaa.. että mitkä mahdollisuudet täällä on työllistyä niin sanottuun unelma-ammattiin niin sekin oli siellä taustalla yks semmoinen tekijä, että kyllä mä mietin sitten sitä tavallaan myöskin.. Jaa sitten tietyllä tapaa kun oli valmiudet lähteä yrittäjäksi ja se totaa se ei ole opiskelujen jälkeen tuntunut mitenkään hirveen suurelta hypyltä niinku tuntemattomaan niin sit se jotenkin ehkä sitä kautta... sitä kautta se lähti. Plus että sitten kun oli jo ajatuksena niinku lähtee tai mahdollisuus lähteä alalle jolla ei niinku oikeesti työpaikkoja ole tarjolla, että se itsens työllistäminen on ainut vaihtoehto työllistyä ni.. mitäpä siinä nyt sitten.

Yksi vastaajista näki yrittäjyyden itselleen parhaana uravaihtoehtona, koska hänestä oli tuntunut luontevalta ryhtyä yrittäjäksi, eikä ollut keksinyt mitään varsinaista alaa, jolle hän haluaisi työllistyä. Hänen mielestään yrittäjäksi ryhtyminen oli helppoa:

H5: Aikoinaan ryhdyin yrittäjäksi, koska en.. en keksinyt mitään työpaikkaa mihin olisin sillä hetkellä halunnut. En keksinyt mitään alaa mikä olisi kiinnostanut tarpeeksi. Ja ehkä mä oon myös aina ollut niin omatoiminen, että koin helpoimmaksi lähtee.. matala kynnyks lähtee yrittäjäksi.

Yksikään haastateltavista ei kuitenkaan ensimmäisen kysymyksen aikana rajannut vastausta ainoastaan yhteen motivaatiotekijään. Vastaukset alkoivat tarjontaa vasta myöhemmin.

4.2.2 Innovaatiot motivaatiotekijänä

Ensimmäisenä yksittäistä motivaatiotekijää tarkastelevana kysymyksenä kysyin haastateltaviltani, kuinka suurena motivaatiotekijänä koet innovaatiot ja kuinka suuri rooli innovaatioiden luomisella oli heidän päätöksissään ryhtyä yrittäjiksi. Käsite innovaatio oli vastaajille tuttu. Kolme vastaajaa totesi innovaatioiden tuottamisen olleen heille merkittävä motivaatiotekijä yrittäjäksi ryhtymiseen:

H1: Niin no.. Tietysti tässä yrityksessä missä nyt oon mukana niin on.. on jollain tavalla hmm.. no ehkä niin kuin muuttaa sitä kun maailmaa semmoseks ihmisläheisemmäksi tuolla yritys- ja.. ja koulutusmaailmassa. Sillä lailla että saada ihmisille tuotua fiiliksiä mitä ite on saanut tuolla koulutuksessa.

Kolme vastaajista koki innovoinnin kuitenkin enemmän uusien toimintatapojen hyödyntämisenä kuin täysin uuden tuotteen tai palvelun luomisena:

H5: No enemmänkin ehkä se et on jotain jo olemassa sen parantamista Niin no. Et löysin asioita missä on kehityskohtia ja mä haluan niitä lähteä kehittämään. Eli mulla ei ollut mitään semmoista täysin uutta ideaa... Mä tartun haasteisiin, missä mä näen jotain kehitettävää ja johon mulla vois olla jotain annettavaa.

Vastaajista kolme totesi nähneensä tietyissä asioissa kehittämisen varaa ja uskoneensa pystyvänsä kehittämään niitä:

H2: Ne ideat niinku ikään kuin keksii tyhjästä, että totaa. Enemmänkin mä oon ollut semmoinen sitten jos on jo olemassa oleva juttu niin sitten on ollut kiva lähteä sitä kehittämään niin kuin nyt esimerkiksi tässä mun yrityshommassa on niin käynyt että totaa.. mä en oo ehkä ollu koskaan semmoinen niinku.. tyhjältä pöydältä keksinpä maailman parhaan idean tyyppinen jätkä että.. enemmänkin oon tykännyt sitte niinku aihioo lähtee hiomaan sitte että.. Varmaan oon enemmän semmoinen ideoija että... ei mussa oo koskaan ollut semmoista Pelle Pelotonta.. En oo niin fiksu että lähtisin tyhjästä yhtään mitään niinku että. Tottakai uusia tapoja tehdä niinku niitä juttuja mutta jollain tapaa pohjaa siihen mitä on jo olemassa että.. Ja jotenkin tykkään haastaa itteeni ja enemmänkin ehkä että tekee paremmin asioita kuin ennen että niinku.. silleen pystyy kehittää sitä... ei tarvii keksii aina uudestaan kaikkea.

Yksi vastaajista koki innovaatiot ja uuden luomisen oman yrityksen kautta tärkeimmäksi motivaatiotekijäkseen ryhtyä yrittäjäksi. Hän kertoi käyttävänsä innovointia ja uusia työskentelytapoja yrityksessään edelleen:

H4: Todella vahvasti. Oma tausta on se, että on sairastellut, ollut pompoteltavana systeemissä joka enemmän antaa käskyjä kuin oppeja niinkään. Käskyjä ehkä sinänsä, että kun tulee semmoinen olo ettei ole oppinut mitään niin sitten tulee semmoinen olo että joku sanoo sulle että "asia on näin". Sä et silloin kyseenalaista välttämättä hirveesti auktoriteetteja, voi olla vaikka lääkäri tai sosiaalityöntekijä tai vastaava. Sit sitä taustaa vasten on tullut semmoinen ajatus että haluaa oppia parhailta ja nitoo ne niin kuin siihen omaan niinku motivaatioon ja niinku siihen syyhyn miksi sitä työtä tekee ja koko ajan ollut selkeää että haluais opettaa opettajia, niinku antaa muille jotka tekee niinku nuorten ja niinku liikunta-ala ja nuoret on mun segmentti missä mä työskentelen. Et antaa sinne juttuja ja niinku sillä asenteella, että ite ollaan oppimassa myöskin ja ei oo mitään niinku.. pidä itteeni auktoriteettina. Johtamistyössähän sitä on tullut tavallaan oltua, vapaaehtoishommassakin, kulttuuriyhdistyksissäkin ja tälleen. Se on semmoista niinku enemmän erimerkillä ja niin sanotusti takaa johtamista. Ettei mitään auktoritääristä. Esimerkillisyys ja semmoinen totaa.. uusien juttujen näkeminen ja kokeilu niin on se luovin juttu. Kyllä, vastaan että innovaatiot ja nää on yksi suurin syy tai varmaan suurin syy siihen miksi haluaa tehdä yrittäjänä hommia.

Kokonaisuutena innovointi oli vastaajista mielekästä ja se on motivoiva tekijä suhteessa yrittäjyyteen ja yrittäjäksi ryhtymiseen. Innovoinnin avulla luotiin positiivista mielikuvaa yrittäjien toimesta ja vastaajat olivat sitä mieltä, että yrittäjyys oli helpoin tapa luoda innovatiivisuutta työympäristössä. Innovoinnin merkitystä korostettiin kahden vastaajan vastauksessa ja sanottiin, että se on jopa elinehto yrittäjänä toimiessa. Vaikka jokaisella haastateltavalla oli eri toimiala, heistä kaikista toimi uuden luominen motivaatiotekijänä heille edes hie-

4.2.3 Itsenäisyyden tavoittelu ja vapaus johtaa itseään motivaatiotekijänä

Seuraavalla kysymyksellä kartoitin, kuinka tärkeänä motivaatiotekijänä vastaajat kokivat vapauden päättää omasta työtavoistaan ja työajoistaan. Jokainen vastaaja koki itsenäisyyden hyvin keskeisenä motivaatiotekijänään. Kolme viidestä koki sen jopa kaikista tärkeimmäksi motivaatiotekijäkseen yrittäjäksi ryhtymisessään:

H2: Joo.. Niin kuin yksi niistä syistä, että totaa.. Ei oo sinänsä työaikoja, että totaa.. Tai jos on niin ne ite saa määriteltyä. Kaikki se panos mitä on niin se tavallaan tekee itelleen tai sitten meidän yritykselle niinku.. Jos tekee paljon niin se myös näkyy jossain. Että se olis ehkä se suurin syy just sitten. Että ei halua raataa niska limassa jonkun toisen hyväksi. Saamatta sitten kuitenkaan sitten ite mitään sen suurempaa.. Enkä nyt puhu rahasta, koska eihän tässäkin nyt oo liikaa rahoja tullut mutta ei kai tätä kukaan rahojen takia tee että..

Yksi vastaajista vertasi yrittäjänä toimimisen itsenäisyyttä palkansaajan itsenäisyyteen sillä, että mikäli hän huomaa työssään jotain semmoista mitä voisi parantaa, on yrittäjänä muutoksen tekeminen helpompaa:

H3: Ehkä tavallaan siinä on se yks tavallaan suurin syy se, että on ehtinyt kuitenkin olemaan töissä myös ennen kuin on yrittäjäksi lähtenyt.. on se että jos sä huomaat et joku asia ei vaikka toimi, niin sä voit korjata sen eikä silleen et sun pitää vaan niinku toistaa sitä samaa juttua päivästä toiseen kun ”meillä nyt on nää prosessit tämmöiset” tiiäkkö, että tavallaan niinku ehkä se on se suurin totaa... motivaatio justinsa pystyy ite kehittämään sitä työtä ja kehittämään sen just sillä tavalla kuin itse parhaaksi näkee. Ja... näin et siinä on se vastuu mut myös vapaus

Yksi vastaaja koki oman työaikansa määrittämisen tärkeäksi, koska silloin hän myös pystyi määrittämään oman vapaa-aikansa haluamallaan tavalla.

H4: On.. oikeastaan elinehto. Että mä en pysyis varmaan kauheen onnellisena, jos mä en vois tehdä kaikkee mistä mä saan kiksensä mitä mä rakastan siihen liittyy myös tuo viihdepuoli., että kun tekee keikkoja ja musahommia niin siihen liittyy aika paljon se, että ei niinku ihan pysty kasista neljään aina tekee.

Sama vastaaja myös koki oman persoonansa esilletuomisen ja itsensä edustamisen yrittäjänä tietynlaisena vapautena:

H4: Kaikki yhteistyöt mitä tälläkin hetkellä tekee tossa valmennusta niin.. niin se on pohjaehtona tavallaan saa olla se mikä on. Että ei yritetä työntää mihinkään lokeroon. Se on kyllä niinku uusien juttujen tekeminen ja vapaus määrittää oma työaika ja se että niinku tulokset enemmänkin kuin työ niin kuin et numerot kuinka monta tuntia ja milloinkin.. ja se on itelle selkeä..

Itsenäisyys oli kaikkia vastaajia yhdistävä motivaatiotekijä. Vastaajat kertoivat ryhtyneensä yrittäjiksi, koska halusivat vastata itse omasta toiminnastaan ja tuloksistaan. Toisen alaisena työskentely ja ylhäältä päin annetut säännöt työn tekemiseen tuntuivat heistä ahdistavilta ja työn teon tasoa alentavilta. Hierarkiat ja tuntemattomien ihmisten kanssa työskentely tuntui kahdesta vastaajasta rajoittavalta:

H3: Tavallaan sitä on myöskin semmoinen jääräpäinen ite että tai itsepäinen tai niin eespäin haluu tehdä sitä mitä just iteltä hyvältä tuntuu. Ja kaipaa tietyllä tapaa myöskin haasteita ja näin eespäin. Mua ehkä vähän pelottais jopa se, että mä oisin jossain yrityksessä töissä missä ois hirveen niinku semmoinen tarkka työnkuva ja sit se tekis sitä samaa hommaa joka päivä päivästä toiseen ja nyt on niinku se vapaus silleen.. Tehä vähän niinku mitä huvittaa.

He totesivat mieluummin vastaavansa oman työnsä jäljestä itselleen kuin muille. Kahdella vastaajista yrittäjäksi ryhtyminen oli itsestään selvyys siinä mielessä, että he halusivat yrittäjiksi, oli toimiala sitten mikä tahansa. He eivät voineet nähdä itseään työskentelemässä kenenkään toisen alaisena.

H5: Mulla on ollut aina enemmän ja vähemmän ongelmia auktoriteettien kanssa. Jos sen takia on hirveen helppo olla yrittäjä, silloin kukaan ei määrää mitä pitää tehdä.

Kokonaisuudessaan itsenäisyys yksittäisenä motivaatiotekijänä oli haastattelujen mukaan tärkein yhdistävä tekijä kaikille Y-sukupolvea edustaville yrittäjille.

4.2.4 Statusarvon nostaminen ja huomion saaminen motivaatiotekijänä

Vastaajat kokivat statusarvonsa nostamisen ja huomion saannin motivaatiotekijöinä yrittäjäksi ryhtymiselleen hyvin eri tavoin. Kaksi vastaajista ei ollut edes ajatellut sosiaalisen arvostuksensa kasvavan yrittäjäksi ryhtyessään. Nämä kaksi vastaajaa oli puolestaan sitä mieltä, ettei status-arvon nostaminen yrittäjyyden avulla olisi heistä oikein. Statusarvon nostaminen ja huomion saaminen koettiin ainakin yhden naispuolisen vastaajan kohdalla negatiiviseksi:

H3: Ei! Siis ei.. se on ihan absurdi ajatus itselle itse asiassa. Että musta tuntuu et se on jotain kuuskymppisten joukossa tällöinen ajattelutapa... No mun tuttavapiiri on ja kaveripiiri nyt on muutenkin semmoista että jos haluu jonkun statuksen saada niin se on hemmetin vaikeeta. Et se on ollu vaan tavallaan.. semmoinen tapa niinku toteuttaa itseäni eikä niinku kenenkään muiden niinku.. odotuksia.

Vastaajista kaksi kuitenkin koki yrittäjäksi ryhtymisensä taustalla olleen oman sosiaalisen statusarvonsa nostaminen ja huomion saanti. Yrittäjäksi ryhtymisen avulla he halusivat päästä näyttämään, että he pystyvät elättämään itsensä omalla liiketoiminnallaan. Molemmat vastaajat katsoivat kuitenkin statusarvon nostamisen ja huomion saannin koskevan ainoastaan omia perhesuhteitaan. Kummassakin tapauksessa oli kyse siitä että haluttiin näyttää perheenjäsenelle tai -jäsenille, eikä huomion ja arvostuksen saaminen koskenut ystävä- tai tuttavapiiriä:

H2: Oli varmasti osittain kyllä myönnän että totaa.. tietyllä tapaa oon aika silleen.. en nyt niinku.. noh, kunnianhimoinen varmasti oon.. ja silleen niinku määrätietoinen mutta totaa kyllä mä uskon ku meillä ei oo suvussa ollu yrittäjyyttä ja ei oo perheessä niin totaa.. ehkä perheelle semmoinen pieni todistelun paikka että mä teen oman juttuni ja tota niin haluan pärjätä tässä ja työllistää itseni...

H4: Kyllä mä voin sanoa, et kyllä mä isälle ehkä halusin näyttää jos jollekin. Isä on ollut pitkään semmoinen, että on ollut pitkäaikaistyötön ja sairas.. sairaspäivärahoilla elänyt, että "lähtisit nyt töihin johonkin tehdashommiin tai muuhun" mut kun mä oon sitten tiennyt, että tää polku johtaa johonkin. Mun isä on ehkä se ainoa mistä

vois sanoa vieläkin, että on semmoinen välillä että haluaa näyttää isälle, että kyllä tää... ja sieltä välillä arvostusta välillä tuleekin.

Statusarvon nostamisen ja huomion saannin mieltäminen motivaatiotekijäksi aiheutti erilaisia tuntemuksia vastaajissa. Kahden vastaajan mielestä niiden rooli oli tärkeä. He kokivat yrittäjänä saavansa enemmän huomiota verrattuna tavalliseen palkkatyöhön. Toisaalta ajatus itsensä esille nostamisesta yrittäjyyden kautta ärsytti jopa kahta vastaajista.

4.2.5 Yrittäjäroolimallit motivaatiotekijänä

Yrittäjäroolimallien vaikutus oli vastaajien mielestä selkeä. Neljä haastateltavaa kertoi heidän oli suvussa tai lähipiirissään olleen yrittäjiä, jotka olivat vaikuttaneet heidän ajatuksiinsa yrittäjyydestä. Puolestaan se, kuinka nämä roolimallit olivat vaikuttaneet haastateltaviin, vaihteli suuresti. Kaksi vastaajista koki yrittäjäroolimallin vaikutuksen myönteisenä ja kaksi kielteisenä:

H1: Tietysti noista se fajja nyt eniten kun sitä on sillai seurannut. Kyl sit tietysti kaveripiirissä tai tuttavapiirissä on.. on jonkun verran yrittäjiä ja nuoria yrittäjiä ja ne on sitten ehkä niinku.. ne on ehkä vaikuttanut.. no sillai päätökseen mut ne on ehkä luonu vielä sitä uskoa ja kannustusta sitten niinku.. lähteä tähän hommaa ja ollu tavallaan sille niinku semmoinen henkinen tuki siinä jutussa... Tavallaan kyllähän sitä on tiennyt kuinka paljon siihen pitää panostaa ja paljon se vaatii et on niinku yrittäjä ja yrittäjänä oleminen. Sit nää just nää kaverit ja tuttavat kellä on.. on ketkä on yrittäjiä.. niin kyllä mä oon vähän silleen niinku ihailen seurannu sitä hommaa, no se on sit antanut sitä uskoa omaankin juttuun. Koska tietää sit minkälaisia tyyppjejä ne on ja näin että.. on se kyllä niinku auttanut täs niinku polulla.

Yrittäjäroolimalli toimi yhden haastateltavan mukaan myös neuvonantajana hänen yrittäjäksi ryhtymisessään ja myöhemmässä vaiheessa yrittäjäksi ryhtymisen jälkeen. Yrittäjäroolimallilla on usean vuosikymmenen kokemus yrittäjyydestä.

H2: Viimeisen 8,5 vuoden aikana appiukosta on saanut semmoisen niinkun hauskan totaa.. mentorin haastelijan joka jututtaa ja kyselee hirveesti ja sitä kiinnostaa hirveesti miten meillä menee, että siitä on viime vuosina tullut.

Kaksi vastaajaa koki yrittäjäroolimalliensa vaikuttaneen heihin kielteisesti:

H4: Varoittava esimerkki. Lähinnä isällä oli yritys. Jo nyt eläkkeellä, pari konkkaa taustalla.. lama-aikaan. Vähän oli semmoinen ala, että sen piti koko ajan reissata tosi paljon. Ajeli autolla ympäri Suomea ja tälleen, et se oli vähän työmoodilla koko ajan.. Nuorempana oli semmoinen olo, että yrittäjä on yhtä kuin koko ajan töissä.

H5: Ei... varmastikaan. Mun isä on pelkästään tehnyt kaksi konkurssia. Niin mä oon aina ajatellut yrittäjistä ehkä enemmänkin päinvastoin, et ne ois jollain tavalla siistejä. Mä oon ajatellut jotain ihan muuta. Joten se ei missään nimessä ollut se minkä takia mä lähdin yrittäjäksi.

Yrittäjäroolimallit olivat vaikuttavana motivaatiotekijänä yrittäjäksi ryhtymiseen. Vastaajien kesken yrittäjäroolimallit nähtiin kuitenkin hyvin eri tavalla ja

niiden merkitys oli vaihteleva. Yrittäjäroolimallin vaikutus motivaatiotekijänä voi siis olla hyvinkin positiivinen tai negatiivinen.

4.2.6 Taloudellinen menestyminen motivaatiotekijänä

Kysyttäessä taloudellisen menestyksen vaikutusta motivaatiotekijänä, olivat vastaajien näkemykset yksimielisiä. Taloudellinen menestyminen ei ollut yhdenkään vastaajan mielestä ratkaiseva motivaatiotekijä:

H1: Ei... Ei se raha oo sillä lailla niinku motivaattorin lähde siihen. Tietysti se on yks millä pystyy sit tossa arkielämässä sit.. sit niinku.. Potkimaan eteenpäin ja asettaa sitä kautta työtavoitteita... Mutta tota.. Mut ei se oo.. Mut tässä kohtaa jos mä oisin rahaa halunnut tehä niin mä tekisin jotain muuta kuin tätä hommaa.

Taloudellisen menestymisen suhteen vastauksissa oltiin hyvin maltillisia ja sen merkitystä ei pidetty tärkeänä motivaatiotekijänä yhdessäkään haastattelussa. Vastaajat eivät kokeneet taloudellisella menestymisellä olevan muuta merkitystä kuin oman toimeentulonsa turvaaminen. Rikastumisesta ei haaveiltu, mutta sitä ei myöskään pidetty paheksuttavana. Rikastuminen tuntui vastaajasta irralliselta ajatukselta, ja vastauksista kävi ilmi, että itse työ oli rahaa ratkaisevampi tekijä ryhtyä yrittäjäksi.

H2: Ei tota nyt rikastumisen takia oo lähtenyt tekemään.. että äkkirikastunpa tässä ja sitten köllöttelen tossa vaan loppuelämän rullilla että.. Että totaa varmaan ne muut syyt tottakai että pystyy niinku elättää ittensä niin kuin sillä omalla työllä niin tottakai sekin niin kuin merkkää.. että ei tarvii mennä muihin duuneihin siinä ohella et se on niinku lähtökohta mut ei se oo se pohjimmainen syy miks tota hommaa tekee.

Yksi vastaajista oli jopa kieltäytynyt hänelle tuottoisammasta työmuodosta yrittäjänä sillä hän koki sen olevan oman ideologiansa vastaista. Vastaaja totesi mieluummin työskentelevänsä arvostamiensa asioiden parissa, vaikka tällä tavalla työskentely ei tuottaisi hänelle niin paljon, kuin se mitä hän voisi saavuttaa tekemällä toisenlaista työtä yrityksensä kautta oman ammattitaitonsa puolesta:

H4: Kaikki sellaiset monistettavat kaikki tämmöiset hiljaiset taustalla olevat passiiviset tulonlähteet mihin on ollut ideoitakin ja on saanut sparrausta, mä oon jättänyt tekemättä. Koska mulla on jotenkin kiero suhde rahaan.. se on vaikuttanut niinku lasku- ja paperiasioiden hoitoon ja kaikkeen semmoiseen missä huomaa, että ei oikein tykkää tästä talousmekanismista missä me pyöritään. Se on niinku vieläkin semmoinen.. moni juttu on jäänyt tekemättä siksi, että ei vaan niinku oikein usko että tää on fiksuin tapa elää ja toimia niinku ihmisten kanssa tällasella vaihdantataloudella.

Taloudellinen menestyminen oli vastaajia yhdistävä aihe siinä mielessä, ettei sen koettu yhdenkään haastateltavan puolesta toimivan motivaatiotekijänä heille.

4.2.7 Tavoitteiden asettaminen ja niihin pyrkiminen motivaatiotekijänä

Seuraavaksi kysyin haastateltaviltani, olivatko he asettaneet tavoitteita yrittäjäksi ryhtymisensä suhteen, ja toimivatko nämä tavoitteet yhtenä motivaatiotekijänä heidän yrittäjäksi ryhtymisessään:

H1: No tietysti.. mä en oo ihan varma missä kohtaa.. mä oon asettanut tällöisen tavoitteen, silloin kun me haettiin Maistraatista käytiin viemässä noi paperit sinne ja saatiin y-tunnus tosta yrityksestä niin.. sit siinä vaiheessa mulla oli semmoinen olo et nyt on yks juttu elämässä tehty mikä on pitänyt tehdä.

Vastaajista kolme koki, että he olivat asettaneet tavoitteet yrittäjyydelleen jo ennen kuin he olivat ryhtyneet yrittäjäksi. Nämä kolme vastaajaa kokivat myös nämä tavoitteet positiivisiksi motivaatiotekijöiksi:

H2: Itellä oli aika semmoinen tarkkakin kuva tavoitteena miltä meidän firman niinkun pitäiskin näyttää tavallaan se tietynlainen semmoinen brändin rakentaminen ja kehittäminen on kiinnostanut ihan hulluna ja että siitä sais semmoisen siistin näköisen jutun.

Yksi vastaaja näki tavoitteenaan luoda oman ideologiaan pohjautuva yritys ja tätä kautta työllistää itsensä. Tähän vastaaja liitti myös samalla mahdollisuuden toteuttaa oman tavoitteensa paremmasta tulevaisuudesta yrityksen luomien palvelujen kautta:

H4: Oli oli.. Selkee. Kun koko omaa selviytymistarinaa kertonu ihmisille.. Se on ollut se, että haluaa oman tarinan luoda ja haluaa luoda.. rohkaista muita kertomaan oman tarinan ja ettei ajattele että mä olen täällä yksin maailmassa. Että kaikilla ei ole samanlaista kykyä puhua samalla lailla asioista ja esiintyä kuin vaikka minä.

Yksi vastaajista oli asettanut alusta asti tavoitteekseen, että taloudellinen toimeentulo pitää olla taattu, ja että yritystoiminnan tulee olla kasvavaa:

H3: Siis kyllähän nyt tottakai tavoitteita pitää asettaa ja näin eespäin et kyllä meilläkin on firmassa tavoitteita ja just se että tietyllä että esimerkiksi tietty palkkasumma pitää pystyä pitää pystyä takaamaan.. ja että joka vuosi kasvetaan vähän isommaksi.

Vastaajien nimeämät tavoitteet eivät kuitenkaan olleet kovinkaan tarkkoja tai konkreettisia. He eivät olleet asettaneet itselleen esimerkiksi ajallisia tai taloudellisia tavoitteita.

4.2.8 Tärkeimmät yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavat motivaatiotekijät

Kuuteen yleisimpään motivaatiotekijään tutustumisen ja niistä keskustelemisen jälkeen kysyin vastaajilta uudestaan, mitkä he nimeäisivät itselleen tärkeimmiksi motivaatiotekijöiksi ryhtyä yrittäjäksi. Kysyin tätä uudestaan, koska tässä vaiheessa haastateltavat olivat ehtineet miettiä aiempien kysymysteni pohjalta motivaatiotekijöitä hieman syvällisemmin ja pohti syitä yrittäjäksi ryhtymiseen-

sä. Luettelin uudestaan kuusi yleisintä motivaatiotekijää ja vastaajat osasivatkin vastata helposti siihen, mitkä niistä he kokivat itselleen tärkeimmiksi.

Vastaajista kolme oli sitä mieltä, että heille tärkein motivaatiotekijä oli itsenäisyys. Nämä vastaajat kokivat tärkeimmäksi motivaatiotekijäkseen sen, että saivat yrittäjinä itse ohjata omaa työtään:

H1: Niin no kyllä mä kuitenkin oon sitä mieltä, että se tärkein juttu on se niinku että.. että tykkää.. on niinku ite vastuussa omasta tekemisestään.. kyllä se varmasti on niinku se, kuitenkin se suurin juttu siinä että on lähtenyt yrittäjäksi.

H3: Niin no ehkä se on tavallaan just se, että se kaikkein tärkein asia on just se, et tuntee et se oma työ on jollain tavalla merkityksellistä ja saa tehdä niin kuin sitä mistä ite tykkää.

Yksi miespuolisista vastaajista koki, että hänelle tärkein motivaatiotekijä oli statusarvon nostaminen:

H2: Niin sairaalta kuin se kuulostaakin niin ehkä se on se varmasti vahvin motivaattori myös se että haluaa niin kuin näyttää mihin niinku itsestä on niinku muille.

Yksi vastaajista mainitsi myös innovaatioiden luomisen toisena tärkeimmistä motivaatiotekijöistään. Tämän hän mainitsi itsenäisyyden lisäksi. Vastaaja totesi, että eri motivaatiotekijät eivät ole toisiaan pois sulkevia:

H4: Innovaatiot ja vapaus, itsensä johtaminen. Ne on ne tärkeimmät selkeesti. Ne vaikuttaa sitten kaikkiin muihinkin... muihinkin. Välillisesti ja välittömästi.

Vastaajat osasivat hyvin tässä vaiheessa kertoa mitkä olivat heille ne tärkeimmät motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjiksi, joten sain selkeitä vastauksia heiltä.

4.2.9 Yrittäjäksi ryhtyminen pakonomaiseen tilanteen edessä tai vapaasta tahdosta

Seuraavaksi kysyin haastateltavilta, kokivatko he pakonomaiseksi vai vapaavalintaiseksi päätöksen ryhtyä yrittäjäksi. Kaikki vastaajat totesivat valinnan olleen vapaaehtoinen:

H2: Kyllä se oli ihan vapaaehtoinen, että totaa.. Ei mulla koskaan ollut semmoista työnhakuvaihetta, että ois ollut semmoinen, että ai saakeli nyt on pakko keksiä jotain vaan enemmänkin just se halu tehdä jotain omaa juttua.. ei oo ollu pakottava kyllä vaan ihan vapaaehtoinen valinta.

Yksi vastaajista myönsi, että yrittäjäksi ryhtyminen oli myös hieman pakonomainen valinta siinä suhteessa, että hän ei uskonut saavansa haluamaansa työtä omalta toimialtaan, mutta totesi yrittäjäksi ryhtymisen olleen kuitenkin pääasiassa vapaaehtoinen valinta:

H3: Ehkä se oli vaan semmoinen ajatus siellä taustalla tavallaan, että tiedän sen tosiasian, että täältä on vaikea saada töitä. Mutta totaa.. kuten sanoin olihan se

myöskin se että mulla oli fiilis että mä tiedän mitä haluan siinä tehdä myöskin että sille alalle ei tule tosta vaan työllistymään, kun niitä avoimia työpaikkoja ei missään ole tarjolla. Mut en mä sanois että se oli mikään pakko et kyl se oli tietysti semmoinen vilpiton halu ryhtyä yrittäjäksi.

Vastaajat kokivat yleisesti, että olisivat voineet saada työpaikan, mutta eivät välttämättä omalle alalleen. Vastaajat kokivat, että työllistyminen oman yrityksen kautta oli tuntunut myös paljon houkuttelevammalta vaihtoehdolta ja täten halusivat ryhtyä yrittäjäksi:

H5: Täysin vapaaehtoinen. Ainahan mä pääsisin takaisin kaupan kassalle missä mä oon ollutkin. Et kyllä mulla olis ollut vaihtoehtoja, jollain tapaa mä halusin lähteä nyt kokeilemaan jotain uutta ja erilaista mun elämään. Et ei siinä ollut mitään semmoista että en nyt keksi muutakaan niin lähden yrittäjäksi.

Vastaajat kokivat, että yrittäjäyys oli heille luontainen tapa tehdä töitä. Yrittäjyyden kautta he pääsivät tekemään oman alansa töitä ilman tarvetta löytää työpaikkaa haluamaltaan alalta.

Alla olevat Taulukko 3 *Haastateltujen tärkeimmät motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjäksi* (TAULUKKO 3) ja Taulukko 4 *Haastateltujen vastaukset kysymykseen oliko yrittäjäksi ryhtyminen pakonomainen ratkaisu vai vapaaehtoinen valinta* (TAULUKKO 4) auttavat havainnollistamaan Y-sukupolven edustajien haastattelujen vastauksia koskien tärkeimpiä motivaatiotekijöitä sekä oliko yrittäjäksi ryhtymien pakonomaisen tarpeen edessä tehty päätös vai vapaaehtoinen valinta.

TAULUKKO 3 Haastateltujen tärkeimmät motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjäksi

Haastateltava	Motivaatiotekijät					
	Innovaatiot	Itsenäisyys	Huomatuksi tuleminen / statusaseman nosto	Roolimallit	Taloudellinen menestyminen	Omat tavoitteet
H1		X				
H2		X	X			
H3						
H4	X	X				
H5		X				

TAULUKKO 4 Haastateltujen vastaukset kysymykseen oliko ryhtyminen yrittäjäksi pakonomainen ratkaisu vai vapaaehtoinen valinta

Haastateltava	Motivaatiotekijät		
	Tarvepohjainen valinta	Mahdollisuuksien näkijä	Työolosuhteiden parantaja
H1		X	
H2		X	
H3	X		X
H4		X	X
H5		X	

5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimukseni tarkoituksena oli selvittää tärkeimmät motivaatiotekijät siihen, miksi Y-sukupolven edustaja päättää ryhtyä yrittäjäksi. Tässä luvussa vertaan tutkimukseni tuloksia aiempaan tutkimukseen. Luvussa 5.1 on esittelen yhteenvedon tutkimukseni tuloksista ja suhteutan saamiani tuloksia aiempaan tutkimukseen. Luvussa 5.2 esittelen johtopäätöksiäni haastatteluissa esiin nousseista teemoista ja niiden suhteesta aiempaan tutkimukseen. Luvussa 5.3 pohdin saamieni tulosten käytettävyyttä mahdollisessa jatkotutkimuksessa. Luku 5.4 sisältää pohdintaa tutkimuksen teosta ja tutkimuksen eettisistä kysymyksistä.

5.1 Yhteenveto

Tutkimuksessa selvisi, että Y-sukupolven edustajat kokevat yrittäjäksi ryhtymiseensä vaikuttaneet motivaatiotekijät hyvin selkeiksi. Tulosten perusteella voidaan sanoa, että Y-sukupolven edustajat ovat ryhtyneet yrittäjiksi oman sukupolven piirteiden mukaisesti. Y-sukupolvelle ominainen itsenäisyyden halu (Tapscott, 2009, 49-50) ja omien kiinnostusten kohteiden pohjalta työskenteleminen näkyi vastauksissa. Tutkimuksen tuloksien perusteella Y-sukupolven edustajien halu tuoda omaa persoonallisuuttaan esille oman työnkuvan kautta on selkeä. Haastateltavat kokivat myös autonomian tarpeen eli riippumattomuuden auktoriteeteista tärkeäksi itselleen. Nämä käyvät yhteen Huuskosen (1992) sekä Low ja Mcmillanin (1998) psykologiseen määrittämiseen yrittäjän persoonallisuudesta ja henkilötekijöistä ryhtyä yrittäjäksi. Tutkimustulosteni mukaan Y-sukupolven edustaja ryhtyy yrittäjäksi, jotta hän voi työskennellä mahdollisimman vapaasti ja itsenäisesti. Y-sukupolven edustaja haluaa itse päättää omista työajoistaan, -paikastaan ja työskentelytavoistaan. Tulosten mukaan itsenäisyys työnteossa on tärkein motivaatiotekijä Y-sukupolven edustajan yrittäjäksi ryhtymiselle.

Y-sukupolven edustaja haluaa myös tuottaa innovaatioita omalle toimialalleen ja omaan työympäristöönsä. Tutkimukseni tulokset ovat hyvin yhteneväisiä Pihan ja Poussan (2012, 17) tutkimuksen kanssa siinä, että Y-sukupolven edustajien halu muokata ympäristöään työssä sekä työn avulla on tulevaisuudessa kasvava.

Hyytisen ja Pajarisen (2005) tutkimus yrittäjyyden motivaatiotekijöistä vaikuttaa pitävän paikkansa myös Y-sukupolven edustajien kohdalla. Näin vuosikymmen (2005) tutkimuksen jälkeen suurin motivaatiotekijä ryhtyä yrittäjäksi on edelleen päästä toteuttamaan itseään tai unelmiaan (Hyytinen & Pajarinen, 2005.).

Tutkimukseni tulosten mukaan osalle Y-sukupolven edustajista huomion saaminen ja statusarvonsa nosto oli myös yrittäjäksi ryhtymiseen selkeästi vaikuttanut motivaatiotekijä. Tienarin ja Piekkarin (2011, 15) mukaan tämä on Y-sukupolvelle hyvin ominainen persoonan piirre, sillä kyseisen sukupolven edustaja haluaa olla esillä ja saada omat saavutuksensa ja tekemänsä asiat muiden tietoisuuteen. Vastaajat kokivat huomion saamisen ja statusarvon noston tärkeäksi kuitenkin vain omalta perheeltään. Vastaajien mukaan ne henkilöt, joilta he pyrkivät saamaan huomiota ja arvostusta, olivat samoja henkilöitä, jotka he kokivat yrittäjäroolimalleikseen.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että vastaajista kaikki olivat ryhtyneet yrittäjiksi vapaaehtoisesti. Vain yksi vastaajista totesi, että hänellä olleen myös osaksi pakonomainen tarve ryhtyä yrittäjäksi oman alan työpaikkojen hankalan saannin vuoksi. Hän mielsi itse kuitenkin yrittäjäksi ryhtymisensä vapaaehtoiseksi valinnaksi. Tämä tulos on yhteneväinen kansainvälisen yrittäjyysraportin kanssa (WEF-GEM, 2015, 41), sillä heidän tutkimuksensa mukaan suomalaisista uusista yrittäjistä, jotka olivat olleet alle 3,5 vuotta toiminnassa, vain 15,6% olivat ryhtyneet yrittäjäksi pakonomaisen tarpeen edessä.

Vastaajista kaksi oli ryhtynyt yrittäjiksi heti opintojensa päätyttyä. Stephanin ym. (2015, 12) mukaan heidät voidaan luokitella myös niin sanotuiksi mahdollisuuksien näkijöiksi. Kaksi vastaajista oli ennen yrittäjäksi ryhtymistään työskennelleet tavallisina työläisinä, mutta he olivat halunneet ryhtyä yrittäjäksi, koska kokivat yrittäjänä työskennellessään saavuttavansa paremmat työolosuhteet ja vapaamman toimintaympäristön. Näin ollen Bosman ym. (2011, 24-25) tutkimukseen viitaten nämä kaksi voidaan laskea työuransa laadun parantajiksi.

Tutkimuksen tuloksista tuli myös ilmi, mitä eroa on naisten ja miesten välillä yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijöissä. Sukupuolten vastaukset erosivat toisistaan osittain selkeästi. Huomion saanti ja statusarvon nosto toimi yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijänä ainoastaan kahdella miespuolisella vastaajalla. Tämä poikkeaa muun muassa (Bosma ym., 2011; Verheul ym., 2010; Reynolds & Curtin, 2008) tutkimuksista, sillä sosiaalisten tekijöiden kuten huomion saamisen ja statusarvon nostaminen motivaatiotekijänä on naisilla tutkimusten mukaan yleisempi. Myös innovaatioiden luominen oli yleisempi motivaatiotekijä miehille kuin naisille. Kaksi miehistä ja yksi naisista vastasi innovoinnin olevan tärkeä motivaatiotekijä. Tämä oli yhteneväinen tekijä Carte-

rin ym. (2003, 15) aiemmin tekemän tutkimuksen kanssa. Taloudellinen menestyminen on miehillä yleisempi motivaatiotekijä, mutta tutkimuksen vastausten mukaan sitä ei esiintynyt miehillä lainkaan (Carter ym., 2003, 15).

Kokonaisuudessaan tutkimukseni tulokset ovat siis pääsääntöisesti yhteneväisiä aiemman tutkimustiedon kanssa. Yleisimmät motivaatiotekijät yrittäjäksi ryhtymiselle Y-sukupolven edustajilla vaikuttivat olevan itsenäisyys, huomion saaminen ja statusarvon nosto sekä innovaatiot. Carterin ym. (2003) ja Stephan ym. (2015) Alkuperäisissä tutkimuksissa motivaatiotekijöitä koskien ei oltu mainittu kaikkia mahdollisia yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijöitä, pelkästään yleisimmät. Joten alkuperäisissä tutkimuksissa saattoi myös olla mukana nyt esiin nousseita uusia motivaatiotekijöitä.

5.2 Johtopäätökset

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että Y-sukupolven työelämään siirtymisen myötä yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijät ovat hienokseltaan muuttuneet. Y-sukupolven edustajat haluavat luoda itse omat sääntönsä ja työtapaansa sekä muuttaa työympäristöään oman näköisekseen. Aikaisempien sukupolvien tärkeimmät motivaatiotekijät ryhtyä yrittäjäksi olivat innovatiivisuus, taloudellinen menestyminen, itsenäisyys, roolimallit, huomion saaminen ja statusarvon nosto sekä omien tavoitteiden saavuttaminen. Y-sukupolven verrattuna suurin muutos yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiotekijänä on itsenäisyyden tavoittelun korostuminen, uusien toimintatapojen luominen sekä huomatuksi tuleminen ja statusarvon nosto.

Yksilön arvomaailma vaikuttaa suoraan hänen arvoihinsa, asenteisiinsa, havaintoihinsa, maailmankuvaansa ja sitä kautta hänen käyttäytymiseensä (Huuskonen, 1992, 65.) Myös Y-sukupolven edustajien arvomaailma heijastuu heidän työntekoonsa ja vaikuttaa heidän toimintatapoihinsa yrittäjänä. Brockhausin (1982, 49-50) mukaan nämä arvot ovat usein lähtöisin yrittäjäksi ryhtyvien psykologisista henkilötekijöistä. Hän sanoo, että tutkittaessa arvomaailmoja on havaittu, että yrittäjien omaksumat arvot ja heidän yrittäjyydelleen antamat selitykset ovat hyvin yhteneviä. He arvostavat itsenäisyyttä ja riippumattomuutta, onnistumista, eivätkä ole niin kiinnostuneita muiden antamasta sosiaalisesta tuesta tai taloudellisesta menestymisestä.

Tutkimukseni tuloksista tuli ilmi, että Y-sukupolven edustajat eivät koe taloudellista menestymistä yhtä tärkeäksi kuin aiemmat sukupolvet. Oman yrityksen kautta pyritään rakentamaan taloudellinen turva, jolla saavutetaan kohtuullinen toimeentulo. Y-sukupolven edustaja tuntuu arvostavan enemmän vapaa-aikaa ja itsenäisyyttä kuin taloudellista menestymistä. Pohtimisen arvoista on, miten tämä vaikuttaa Suomen kansantalouteen. Suomessa nuorten yrittäjien määrä on nousussa (Uusyrittäjäkeskukset, 2013) ja se on aiheuttanut uusia ongelmia esimerkiksi sairauslomamaksujen sekä eläkemaksujen kanssa. Useat nuoret miettivät yrittäjyyden parissa viettämäänsä aikaa vain nykyhetkessä, eivätkä useissa tapauksissa mieti tarpeeksi tulevaisuuttaan (HS, 2015.). Van Ste-

lin (2005, 16) tutkimuksen mukaan yrittäjyydellä on yleisesti suora positiivinen vaikutus taloudellisesti maan sisäiseen talouskehitykseen, joten pientäkin yrittäjyyttä tulisi mielestäni kannustaa tässä Suomen taloustilanteessa. Asia on kuitenkin mahdollista nähdä niin, että yrityksiä kehittämällä ja kannustamalla kasvuun saadaan työpaikkoja niille nuorille, jotka eivät ole niin yrittäjämielisiä ja innokkaita työllistämään itse itsensä. Mielestäni tämä pystyttäisiin toteuttamaan hävittämättä kuitenkaan yrittäjille tärkeänä motivaatiotekijänä pidettyä arvomaailmaa ja sivuttamatta heidän omia työskentelytapojaan.

Haastatteluita tehdessäni huomasin vastaajista kuinka innoissaan he puhuivat yrittäjyydestä. He olivat selkeästi ylpeitä siitä, että olivat yrittäjiä ja pystyivät työllistämään sitä kautta itsensä. Haastateltavista osa kielsi, että he eivät hakeneet yrittäjyyden avulla sosiaalisen status-arvon nostoa muiden ihmisten silmissä. Mutta heistä oli silti kuultavissa, ettei heitä hävettänyt kertoa olevansa yrittäjiä. Kokonaiskuvana Y-sukupolven edustajista välittyi haastattelutilanteissa luontaisuus olla yrittäjiä. Heidän motivaatiotekijänsä ryhtyä yrittäjiksi heijastuvat suoraan heidän maailmankatsomuksestaan ja arvomaailmastaan. Y-sukupolvi tahtoo tehdä omien arvojensa näköistä työtä, itse haluamallaan tavalla ja siihen aikaan kuin he haluavat. He haluavat myös näyttää tämän maailmalle.

5.3 Mahdollinen jatkotutkimus

Tutkimusprosessi oli samaan aikaan haastava ja kiinnostava. Koska tutkimus oli keskittynyt pelkästään Y-sukupolveen, oli yllättävän haastavaa löytää tutkimuksia Y-sukupolven motivaatiotekijöistä ryhtyä yrittäjäksi, ja varsinkaan heidän toiminnastaan yrittäjinä.

Tutkimustani olisi mahdollista jatkaa moneen suuntaan. Koin tutkimuksessani käyttämäni kvalitatiivisen tutkimustavan ja teemahaastattelumenetelmän toimiviksi, koska tällä tavalla sain haastateltavilta monipuolisia vastauksia liittyen tutkimuksen teemaan. Viiden eri haastateltavan vastaukset olivat hyvin erilaisia muutaman kysymyksen kohdalla, mutta toivat silti mielestäni selkeän kuvan tutkimuskysymyksiin vastauksiin. Jatkotutkimusta voisi kuitenkin tehdä yksinkertaisemman kysymyspatteriston avulla suuremmalle vastaajajoukolle, jotta saataisiin laajempi katsaus siihen, mitä yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavia motivaatiotekijöitä Y-sukupolven edustajilla on.

Samankaltainen tutkimus on mahdollista lähitulevaisuudessa toteuttaa myös Z- sukupolvelle, jolla tarkoitetaan vuoden 1997 jälkeen syntyneitä nuoria (Tapscott, 2009, 29). Vanhimmat Z-sukupolven edustajat ovat juuri työelämään siirtyviä täysi-ikäisiä. Heidän näkemyksensä nykypäivän maailmasta ja Suomesta työelämän kannalta, sekä yrittäjyyskuva voivat olla aivan erilaisia kuin Y-sukupolven nuorilla. Heillä ei ole esimerkiksi muistissa 90-luvun lama, muuten kuin mitä ovat siitä mahdollisesti peruskoulun yhteiskunta- ja historian opitunneilla kuulleet. Joten mielikuva yrittäjyydestä voivat olla huomattavasti positiivisempi kuin Y-sukupolvella. Mahdollisessa jatkotutkimuksessa voitai-

siin verrata myös Y-sukupolven ja Z-sukupolven eroja motivaatiotekijöissä ryhtyä yrittäjäksi.

Mielenkiintoista olisi myös haastatella myöhemmin samoja yrittäjiä siitä, kokevatko he motivaatiotekijänsä yrittäjyyteen edelleen samoiksi, kuin yrittäjäksi ryhtyessään tai siitä, kuinka he ovat menestyneet omalla yritystoiminnallaan. Tämä tutkimus voisi jatkua vaikka kymmeniä vuosia, jolloin saataisiin tietää kuinka motivaatiotekijät muuttuvat pidemmällä aikajänteellä.

5.4 Eettiset kysymykset ja pohdintaa tutkimuksen toteutuksesta

Pyrin pitämään tutkimukseni eettisenä koko tutkimusprosessin ajan. Olen turvannut tutkimukseni vastaajien anonymiteetin niin etteivät vastaajat tiedä toisistaan ja kenenkään haastateltavan henkilötietoja ei tuoda missään yhteydessä esille. Käsittelin tutkimusaineistoani huolella ja hävitin aineiston tutkimuksen päätyttyä. Tutkimusaineisto on ollut ainoastaan minun saatavillani koko tutkimuksen ajan. Henkilöille, jotka tutkimukseen osallistuivat, saavat tiedon tämän tutkimuksen valmistumisesta ja he saavat lukea sen halutessaan.

Toteutin haastattelut vastaajien valitsemissa paikoissa ja heidän ehdottaмиinsa aikoihin, jotta haastateltavat kokisivat haastattelutilanteen mahdollisimman luonnollisena ja haastatteluun vastaaminen ei häiritsisi heidän muita toimiaan liikaa. Osa vastaajista kertoi kokevansa tutkimukseeni osallistumisen mieluisalta. Haastattelun ansiosta osalle vastaajista oli heidän omien sanojensa mukaan myös kirkastunut ajatuksia siitä, miksi he olivat ryhtyneet yrittäjiksi.

Tutkimuksen aihe oli itselleni tärkeä, koska edustan myös itse Y-sukupolvea. Olen toiminut yrittäjänä kahdessa eri yrityksessä ja joutunut sen myötä pohtimaan yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavia motivaatiotekijöitä. Tämä omalta osaltaan tuotti tutkimusprosessin alussa hankaluuksia, sillä minun täytyi pohtia kuinka saan tehtyä tutkimuksen niin ettei oma ääneni kuulu tutkimuksen lopputuloksissa. Omat ajatukseni eivät vaikuttaneet tutkimuksen lopputuloksiin, joten onnistuin siinä mielestäni hyvin. Haastattelurungon tein teoreettisen viitekehysten pohjalta ja pyrin toimimaan haastattelutilanteissa mahdollisimman puolueettomasti. Tutkimuksen tulosten analysoinnin tein ainoastaan litteroitujen aineistojen pohjalta. Tutkimukseni tulokset olivat suurelta osin hyvin samanlaisia kuin mitä olinkin odottanut niiden olevan. Yllättävää oli, että uusia odottamattomia näkökulmia tuli esille haastattelutilanteiden aikana sekä tuloksia tutkiessa. Esimerkkinä vastauksissa kerrottu roolimallien negatiivinen vaikutus motivaatiotekijänä ryhtyä yrittäjäksi.

Kokonaisuutena tutkimuksen tekeminen oli haastavaa ja ajatuksia herättävää. Teoriatiedon löytäminen ja esille tuominen omaan tutkimukseen oli hidasta, mutta myös antoisaa. Tässä tutkimuksessa on nojaututtu niihin Y-sukupolvea koskeviin lähteisiin, jotka parhaiten vastasivat tutkimaani aihetta. Teoriatietoa tutkimastani aiheesta on tehty verrattain vähän, ja näin ollen olen hyödyntänyt myös muuta alan kirjallisuutta tutkimuksen tukena. Oli hienoa löytää vastaavuuksia, mutta myös eroavaisuuksia omiin ajatuksiini Y-

sukupolvesta, yrittäjyydestä sekä motivaatiotekijöistä. Suomen tulevaisuuden siirtyminen Y-sukupolven hallintaan on tapahtumassa lähitulevaisuudessa. Mielestäni nyt jos koskaan olisi sopiva aika tutkia sitä millainen sukupolvi meitä johdattaa kohti alati kasvavaa globaalia kaupankäyntiä. Näkemykseni mukaan Y-sukupolvi on omalta osaltaan muokannut Suomen tulevaisuutta jo nyt siihen suuntaan, mihin maailmanlaajuinen kaupankäynti on meitä viemässä. Toivottavasti se pystyy vastaamaan niihin haasteisiin, joita Suomella on edessään.

LÄHTEET

- Anantatmula, V. S. & Shrivastav, B. 2012. Evolution of project teams for Generation Y Workforce. *International Journal of Managing Projects in Business* 6(1), 9-26.
- Baumbeck, C & Mancuso J. 1975. *Entrepreneurship and Venture management*. Englewood Cliffs, NJ.
- Block, J. & Koellinger, P. 2009. I can't get satisfaction - Necessity entrepreneurship and procedural utility. *Kyklos*, 62(2). 191-209.
- Block, J. & Sandner, P. 2009. Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. *Journal of industry, competition and trade*, 9(2). 117-137.
- Bosma, N., Wennekers, S & Amorós, J.E. 2011. *Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe 2011 Extended report: Entrepreneurs and entrepreneurial Employees*. <http://www.gemconsortium.org/docs/2200/gem-2011-global-report-extended>.
- Bradley, S.W., McMullen, J.S., Atmadja A., Simiyu, E. & Artz, K. 2011. Self-Employed or Employing others? Pre-Entry Capabilities, Entrepreneurial action, and the Learned Resourcefulness of Microcredit Firm Founders. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 31(9). 2.
- Brockhaus, R. H. 1982. The psychology of entrepreneur. In Kent Calvin A., Sexton Donald L., Vesper Karl H. *Encyclopedia of entrepreneurship*. Prentice-Hall. 39-56.
- Caird, S. 1991. The Enterprising Tendency of Occupational Groups. *International small business journal*. 9, 75-81.
- Carland, J., Carland J. & Aby C. 1988. An Assessment of the Psychological Determinants of planning in Small business. *International Small Business Journal*, 1988:4, 23-24.
- Carter, N., Gartner, W., Shaver, K. & Gatewood, E. 2003. The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal business venturing* 18. 13-39.
- Cassar, G. 2007. Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth. *Entrepreneurship regional development*. 19(1), 89-107.
- DuBrin A. 1984. *Foundations of Organizational Behavior, an Applied Perspective*. Prentice-Hall inc.
- Eisner, S. P., 2005. Managing Generation Y, S.A.M. *Advanced Management Journal*; Autumn 2005;70 4; ProQuest Central. 4.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 8.painos. Jyväskylä. Gummeruksen Kirjapaino Oy.
- Estrin, S., Mickiewicz, T & Stephan, U. 2013. Entrepreneurship, social capital, and institutions: Social and commercial Entrepreneurship across nations. *Entrepreneurship theory and practice*, 37(3). 479-504

- Furnham, A., Eracleous, A. and Chamorro-Premuzic, A. 2009. Personality, Motivation and Job Satisfaction: Herzberg meets Big Five. *Journal of Managerial Psychology*. Vol. 24
- Haahti, A. 1983. Values, objectives, Strategic behavior and performance in Small and Medium Sized Firms. Helsingin Kauppakorkeakoulu, työpapereita - working papers F53. Helsinki.
- Hart, P.D. & Brossard, M.A. 2002. A Generation to be proud of. Young American volunteer to make difference. *The Brooking Review*. Vol. 20 No. 4. s. 36-37.
- Herzberg, F. 1968. One more time: How do you motivate Employees? *Harvard Business Review* 46, s. 53-62.
- Hessels, J. Van Gelderen, M & Thurik, R. 2008. Entrepreneurial aspiration, motivations, and their drivers. *Small Business economy review*. 31:323-339.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu - Teemahaastattelu teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino
- Hock, D. 1999. Birth of the Charodic Age. San Franciso, CA: Berret-Koehler Publishers, Inc.
- Huuskonen, V. 1992. Yrittäjäksi ryhtyminen. Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja A-2: 1992. Turku.
- Hyytinen, A. & Pajarinen, M. 2005. Yrittäjäksi ryhtyminen ja yrittäjyysasenteet Suomessa: Havaintoja kyselytutkimuksista, ETLA Discussion Papers, The Research Institute of the Finnish Economy (ETLA), No. 990.
- Jayawarna, D., Rouse, J. & Kitching J. 2011. Entrepreneur motivations and life course. *International Small Business Journal*, 31(1). 34-56.
- Joshi, A., Dencker, J.C., & Franz, G. 2011. Generations in organizations. *Research in Organizational Behavior*. 31 (2011). 177-205.
- Joshi, A., Dencker, J.C., Franz, G. & Martocchio, J.J. 2010. Unpacking generational identities in organizatons. *Academy of Management Review*, Vol. 35 No.3, pp. 392-414.
- Kauhanen, A. 2004. Yrittäjien ansiot, työajat ja työkuormitus: selvitys ekonomien ja insinöörien yrittäjyydestä. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos. Keskustelualoitteita No. 960
- Kilby. 1971. Entrepreneurship and economic development. The free press. A division of McMillian company. New York.
- Knight, F. 1921. Risk, uncertainty, and profit. New York, US: Augustus Kelly.
- Koiranen, M. 1993. Ole yrittäjä - sisäinen ja ulkoinen yrittäjyys. TT-Kustannustieto Oy. Tammer-Paino Oy Tampere.
- Kultalahti, S & Viitala, R.L. 2014. Sufficient challenges and a weekend ahead - Generation Y describing motivation at work. Department of Management, University of Vaasa. Vaasa, Finland. s. 569-582.
- Kupperschmidt, B.R. 2000, Multigeneration employees: strategies for effective management. *The Health Care Manager*, Vol. 19 No. 1, s. 65-76.
- Kuusela, S. 2013. Hupparihörhö ja businessmies. Opas start-up kulttuurin ymmärtämiseen. Taloustieto Oy. Unigrafia, Helsinki 2013.

- Latham, G.P. & Pinder, C.C. 2005. Work Motivation theory and research at the Dawn of the Twenty-first Century. *Annual Review of Psychology*. Vol. 56, s. 485-516
- Lawrence, S. & Jordan, P. 2009. Testing an Explicit measure of motivation. *Internal Journal of Organizational Analysis*. Vol. 17 No. 2. s. 103-120.
- Low M. & Mcmillan I. 1988. Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. *Journal management* 1988:2. s. 139-161.
- Mannheim, K. 1952. The problem of generation. Kirjassa Mannheim, Karl: *Essays on the Sociology of Knowledge*. Routledge & Kegan Paul. London.
- McClelland, D. 1961. *The Achieving Society*. New York.
- Mäkinen, V. 1979. Pienyritysten asemasta, ongelmista ja mahdollisuuksista 1980-luvulle siirryttäessä. Suomen yrittäjien keskusliitto ry. *Elinkeinovapaus 100vuotta. Vapaus. Yrittäjäys ja tulevaisuus*. Hämeenlinna.
- Normann, R. 1975. *Luova yritysjohto*. Weilin & Göös. Tapiola.
- Parment, A. 2012. *Generation y in Consumer and Labour Markets*. Routledge. New York.
- Peltonen, M. 1986. *Yrittäjäys*. Keuruu.
- Piha, K. & Poussa, L. 2012. *Dialogi : paremman työelämän puolesta*. Helsinki: Talentum.
- Pinder, C.C. 1998. *Work Motivation in Organizational Behaviour*. Prentice Hall. New York, NY.
- Poutvaara, P & Tuomaala, J. 2004. What is left to residual claimants? The empirics of income reported by entrepreneurs and workers. *IZA Discussion. Paper no, 1178. 06/2004*.
- Purhonen, S. 2007. Sukupolvien ongelma – tutkielmia sukupolven käsitteestä, sukupolvitietoisuudesta ja suurista ikäluokista. Akateeminen väitöskirja. Helsingin Yliopiston sosiologian laitoksen tutkimuksia nro 251. Yliopistopaino: Helsinki.
- Reynolds, P.D. & Curtin, R.T. 2008. Business Creation in the united states: Panel Study of entrepreneurial Dynamics II Initial Assessment. *Foundations and Trends in entrepreneurship*, 4(3). 155-307.
- Reynolds, P., M. Hayand and Camp, S.M. 1999. *Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report*. D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Robbins, S. P. 1983. *Organizational behavior: Concepts, Controversies And applications*. 2nd Edition ed. Englewood Cliffs. N.J. USA.
- Rotter, J.B. 1966. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and applied*, 80(1)
- Schumpeter, J. 1934. *The Theory of Economic Development*. Cambridge.
- Shane, S. 2003. *A General Theory of Entrepreneurship - The Individual Opportunity Nexus*. Edward Elgar Publishing Limited. United Kingdom.
- Shane, S & Venkatamaran, S. 2000. The Promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 26(1), 13-17.

- Smola, K., & Sutton, C. D. 2002. Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium. *Journal of Organizational Behavior*, 23: 363-382.
- Stephan, U., Hart, M. & Drews C. 2015. Understanding motivations for entrepreneurship. Enterprise research centre. Rapid evidence paper. 02/2015.
- Stevenson, L. 1987. Towards Understanding Young Founders. In Churchill N., Hornaby j., Kirchoff B., Krassner O., Vesper K (eds.). *Frontiers of entrepreneurship Research 1987*. Center fo entrepreneur studies, Babson College, Wellesley Massachuttes, USA. 275-288.
- Tapscott, D. 2009. Syntynyt Digi-aikaan. Suom. T, Hautala. Jyväskylä: WSOYpro.
- Tienari, J & Piekkari, R. 2011. Z ja epäjohtaminen. Talentum.
- Tuomi, J. & Sarajarvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Twenge, J.M. & Cambell, S.M. 2008. Generational differencies in Psychological traits and their impact on workplace. *Journal of Managerial Psychology*, V.ol. 23 No8, pp. 862-877.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. Yrittäjyyskatsaus 2012. Työ ja elinkeinoministeriön julkaisuja: Työ ja yrittäjyys 46/2012. Edita Publishing Oy.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014. Yrityskatsaus 2014. Murroksia ja uudistumisia. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja: Kilpailukyky 39/2014.
- Uusyrittäjäkeskukset. 2013. Uusyrittäjäkeskuksissa hieman valoisampia lukuja yrityserustannassa. *Lehdistötiedote* 19.8.2013.
- Van Stel, A & Carree, M & Thurik, R. 2005. The Effect Of Entrepreneurial activity on national economic growth. ISSN 05-1. University Rotterdam.
- Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J. & Zwan, P. Van der. 2010. Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *EIM Research Reports h*, 11/2010. 1-24.
- Vesterinen, P. & Suutarinen, M. 2011. Y-sukupolvi työelämässä. Hansaprint.
- Viljakainen, P. 2011. No Fear - Johtaja kohtaa Digicomboyt. WSOYpro Oy. Helsinki.
- Virtanen, M. 2001. Fennomanian perilliset. Poliittiset traditiot ja sukupolvien dynamiikka. KSK:n toimituksia 831. Helsinki.
- WEF-GEM. 2015. Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development. World Economic Forum: Geneva.
- Wong, M., Gardiner, E., Lang, W. & Coulon, L. 2008. Generational differences in personality and motivation: do they exist and what are the implications for the workplace? *Journal of Managerial Psychology*. Vol. 23 No. 8, s. 878-890
- Zwan, P. Van Der & Hessels, J. 2013. Start-up motivation and (in)voluntary exit. Panteia/EIM Research reports and Scales Papers, H2011309. Rotterdam.
- http://www.fvca.fi/ajankohtaista/suomalaisyrityksiin_sijoitettiin_kaikkien_ajkojen_ennatyssumma.914.news. Viitattu 1.6.2015.

<http://www.hs.fi/paakirjoitukset/a1338795970284?jako=8276fff01556f5a8984260631fece71c&ref=fb-share>. Nykyajan torpparit. Viitattu 9.11.2015.

http://tilastokeskus.fi/til/tyti/2014/12/tyti_2014_12_2015-01-20_tie_001_fi.html. Joulukuun työttömyysaste 8,8%. Viitattu 10.2.2015.

https://www.tilastokeskus.fi/til/syr/2012/syr_2012_2013-11-28_tie_001_fi.html. Yritysten henkilöstö väheni ja liikevaihto kasvoi vuonna 2012. Viitattu 12.2.2015.

LIITTEET

Tutkimuksen haastattelukysymysten runko

Yrittäjän taustatiedot:

Syntymävuosi?

Sukupuoli?

Kauan haastateltava on toiminut yrittäjänä?

Työllistäkö muita?

Koulutustausta?

Toimiala?

1. Miksi ryhdyit yrittäjäksi?

2. Innovaatiot (Innovation)

Koitko siinä vaiheessa, kun aloit suunnittelemaan yrittäjäksi ryhtymistä, että haluaisit luoda maailmaan jotain uutta ja innovatiivista?

3. Itsenäisyys (Independence)

Tunsitko voimakasta halua vapauteen työajoista, ohjata itse omaa työskentelyäsi ja joustavuutta oman työnteon suhteen?

4. Huomion saaminen (Recognition)

Halusitko saada itsellesi tietynlaisen "statuksen" tai sosiaalisen aseman lähipiirissäsi yrittäjäksi ryhtymisen avulla?

5. Rooli (Roles)

Onko sinulla perhetaustassa (tai muussa lähipiirissä) ketään yrittäjiä, jotka olisivat vaikuttaneet sinun elämääsi? Ja jos on / on ollut niin vaikuttivatko he sinun päätökseesi ryhtyä yrittäjäksi?

6. Taloudellinen menestyminen (Financial success)

Kuinka paljon taloudellisen menestymisen mahdollisuus vaikutti sinuun päätöksessä ryhtyä yrittäjäksi?

7. Omien tavoitteiden saavuttaminen (Self-realization)

Oliko sinulla yrittäjäksi ryhtymisen suhteen mitään tiettyjä tavoitteita asetettu menestymisen tai minkään muun suhteen kun ryhdyit yrittäjäksi?

8. Mitkä näistä kuudesta edellä mainitusta motivaatiotekijästä koit kaikista tärkeimmiksi motivaatiotekijöiksi, jotta teit päätöksen ryhtyä yrittäjäksi?

9. Koetko, että motivaatiosyyt yrittäjäksi ryhtymisessäsi ovat ennemminkin pakottavat, vai oliko sinulla mahdollisuuksia päästä helposti oman alan töihin? Vai koitko että omat motivaatiotekijät löytyivät ennemminkin halusta tehdä asiat eri tavalla jo alun alkujaankin?