

**Building Bridges and Crossing Boundaries
in Entrepreneurship Education**

11th Entrepreneurship Education Conference 2017 in Oulu, Article book

**Yrittäjyyskasvatus – Tulevaisuuden siltojen
rakentaja ja raja-aitojen murtaja?**

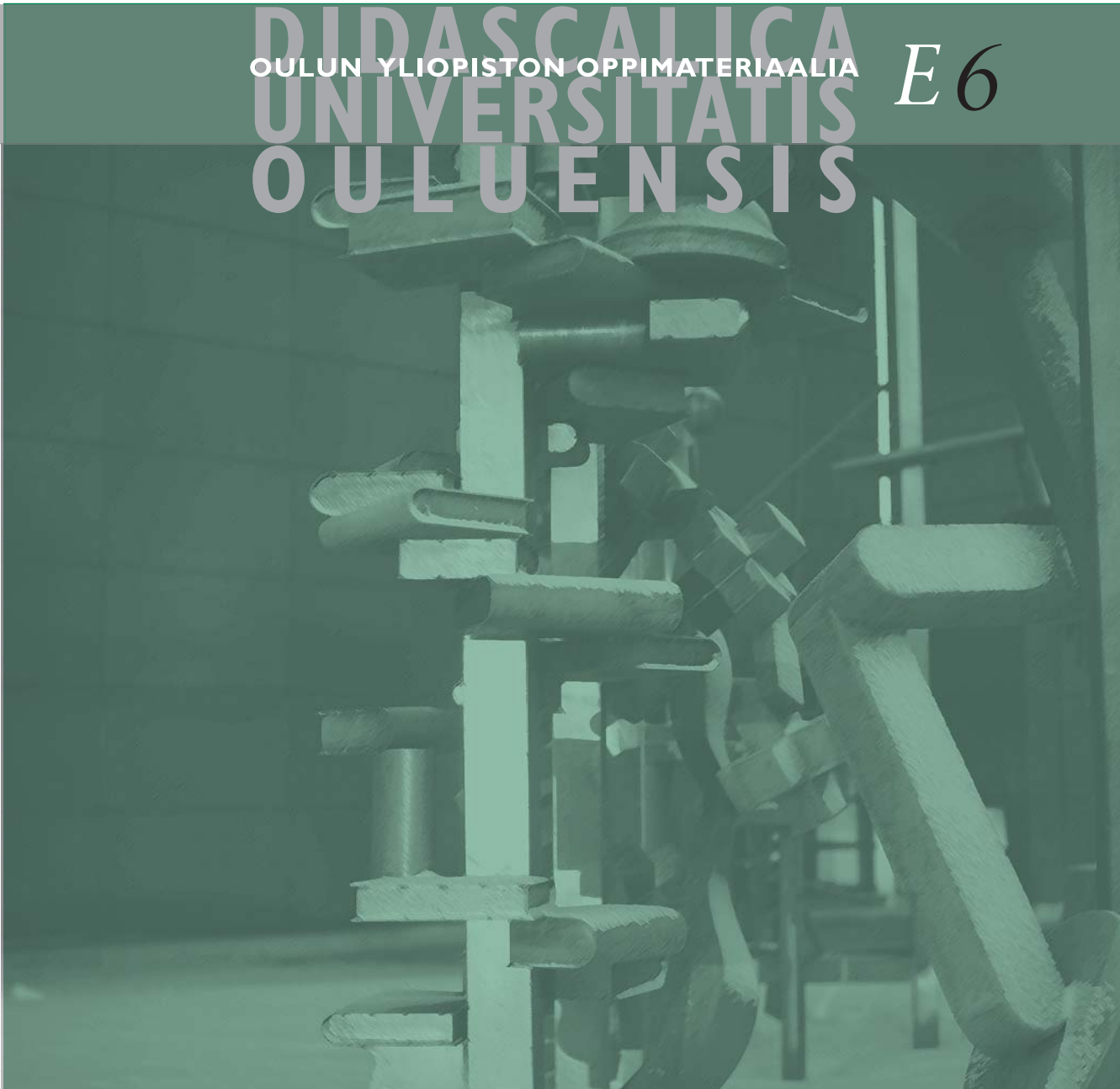
11. Yrittäjyyskasvatuspäivät 2017 Oulussa, Artikkelikirja

Toimittanut Juha-Matti Turpeinen

K A S V A T U S T I E T E E T OULU 2017

**DIDASCALICA
OULUN YLIOPISTON OPPIMATERIAALIA
UNIVERSITATIS
OULUENSIS**

E 6



Oulun yliopiston oppimateriaalia
Didascalica Universitatis Ouluensis
Kasvatustiede E 6

*Building Bridges and Crossing Boundaries in Entrepreneurship Education
11th Entrepreneurship Education Conference 2017 in Oulu
Article book*

*Yrittäjyyskasvatus – Tulevaisuuden siltojen rakentaja ja raja-aitojen murtaja?
11. Yrittäjyyskasvatuspäivät 2017 Oulussa
Artikkelikirja*

*Kasvatustieteiden tiedekunta, Oulun yliopisto
Toimittanut Juha-Matti Turpeinen*



Building Bridges and Crossing Boundaries

Yrittäjyyskasvatuspäivät 2017
11th Entrepreneurship Education Conference 2017

20.9. - 21.9.2017
Oulu, Finland

UNIVERSITY OF OULU

OAMK
THE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Oulu Capital of Northern Scandinavia

Northern Workshop on Micro-Entrepreneurship:
Research meets Practice

21.9. - 22.9.2017

www oulu.fi/yktt2017

OULUN YLIOPISTO
OULU 2017

ISBN 978-952-62-1789-5 (PDF)
ISSN 1457-3555

©tekijät 2017
Kuva: Mia Kemppaala

JUVENES PRINT
TAMPERE 2017

Turpeinen, Juha-Matti (ed.), Building Bridges and Crossing Boundaries in Entrepreneurship Education, 11th Entrepreneurship Education Conference 2017 in Oulu. Article book

Faculty of Education, University of Oulu

Abstract

The entrepreneurship education conference YKTT2017 was held this year in Oulu. The conference was eleventh. Conference series is based on The scientific association for entrepreneurship education activities.

This publication contains articles that are based on a previously published conference abstract book. We want to show together how the diversity of the picture in the field of education and research in the field of entrepreneurship education has gained. The articles cover schooling from elementary to high school and working life from its beginning and end stages. Gender and work-related issues are also related to the field of entrepreneurship research. Joint teaching, co-operation and entrepreneurial thoughts are strongly related to attitudes with others. Everyone does not necessarily need to set up their own business, but everyone should be able to work on a self-employed basis.

The publication mirrors the diversity of entrepreneurship education and is suitable for use as a learning material, for example, in entrepreneurship education courses. Researchers find articles that can be considered and already studied. The writers are old stagers in Finnish entrepreneurship education.

Keywords: conference, entrepreneurship research, entrepreneurship education

Turpeinen, Juha-Matti (toim.), Yrittäjyyskasvatus - Tulevaisuuden siltojen rakentaja ja raja-aitojen murtaja? 11. Yrittäjyyskasvatuspäivät 2017 Oulussa. Artikkelikirja
Kasvatustieteiden tiedekunta, Oulun yliopisto

Abstrakti

YKTT ry:n eli yrittäjyyskasvatuksen tutkimusseuran yrittäjyyskasvatus-konferenssi YKTT2017 eli Yrittäjyyskasvatuksen tutkija- ja toimijatapaaminen järjestettiin tänä vuonna Oulussa. Konferenssi oli järjestyksessään yhdestoista.

Tässä julkaisussa on koottuna artikkelit, jotka pohjautuvat aiemmin julkaistuihin konferenssin abstraktikirjaan. Haluamme yhdessä näyttää, miten monipuolisen kuvan suomalaisesta koulutuksesta ja tutkimuksesta on yrittäjyyskasvatus saanut. Artikkelit käsittelevät kouluasteita peruskoulusta korkea-asteelle ja työelämää sen alku- ja loppuvaiheista. Sukupuoli ja työssäjaksaminen liittyvät myös yrittäjyyden tutkimuskenttään. Yhteisopettajuus, yritysysteistyö ja yrittäjyysaikomukset liittyvät vahvasti asenteeseen toimia toisten kanssa. Kaikkien ei välttämättä tarvitse perustaa omaa yritystä, mutta kaikkien olisi välttämätöntä toimia yrittelijämäisesti.

Julkaisu peilaa mainiosti yrittäjyyskasvatuksen moninaisuutta ja soveltuu käytettäväksi oppimateriaalina muun muassa yrittäjyyskasvatuksen kursseilla. Tutkijat löytävät artikkeleista näkökulmia, joista voisi ottaa huomioon ja joita on jo tutkittu. Kirjoittajat ovat suomalaisen yrittäjyyskasvatuksen konkareita.

Asiasanat: konferenssi, yrittäjyyden tutkimus, yrittäjyyskasvatus

Sisällysluettelo

Abstract

Tiivistelmä

Sisällysluettelo 7

Esipuhe 13

Preface 14

1 Company visit's level of formality in entrepreneurship education

Kaarina Sommarström 15

1.1 Introduction..... 16

1.2 Key concepts and theoretical framework..... 17

1.3 Methodology..... 19

1.4 Presentation of the material..... 20

1.5 Analysis..... 21

1.6 Results..... 22

1.7 Reflection..... 25

2 Provoking entrepreneurial thinking – Gendered embodiment and entrepreneurship education

Anu Harju-Myllyaho 30

2.1 Introduction..... 30

2.2 Terms and concepts..... 32

2.3 Feminist approach..... 33

2.4 Body and gender..... 35

2.5 Methods..... 37

2.6 Findings..... 38

2.7 Discussion..... 41

3 Learning technology entrepreneurship via step-by-step deepening collaboration

Juha Saukkonen 46

3.1 Introduction..... 46

3.2 Literature review..... 50

3.3 Research approach and method..... 54

3.4 Results..... 57

3.5 Qualitative reflections of the learning from different phases of the learning process..... 59

3.6 Conclusions..... 65

3.7 Discussion, needs and ideas for further research..... 66

4 University level entrepreneurship education – Balancing of academic rigor and relevance with the realities of entrepreneurship	
<i>Veikko Seppänen, Irina Atkova, Anne Keränen, Pauliina Ulkuniemi & Petri Ahokangas</i>	68
4.1 Entrepreneurship education at higher education institutions.....	68
4.2 Starting point and needs.....	71
4.3 Development of an entrepreneurship education package.....	73
4.4 Discussion and future outlook.....	78
5 Naisyrittäjien työkyvyn, työpaikkaterveyden edistämisen ja yrityksen taloudellisen kannattavuuden väliset yhteydet	
<i>Merja Turpeinen, Nina Nevanperä, Jarno Turunen, Elina Weiste, Anne Salmi & Jaana Laitinen</i>	82
5.1 Johdanto	84
5.2 Yrittäjien työkyvyn ja terveyden edistäminen yhteydessä yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen?	89
5.3 Tutkimusaineistot ja menetelmät.....	94
5.4 Tulokset.....	96
5.5 Tulosten pohdinta	103
6 FCM-mallit opiskelijoiden yrittäjyysaikomusten tarkastelussa	
<i>Salla Kettunen, Sanna Joensuu-Salo & Kirsti Sorama</i>	112
6.1 Johdanto	113
6.2 Teoriataustaa	115
6.3 Menetdit.....	120
6.4 Tulokset.....	124
6.5 Johtopäätökset.....	131
7 Opettajan yrittäjämäisyyden ja yritysyhteistyön helppouden vaikutus yrittäjyyttä tukevien opetusmenetelmien käyttöön	
<i>Sanna Joensuu-Salo, Kati Peltonen, Katta Siltavirta, Kaija Arhio, Minna Tunkkari-Eskelinen, Heikki Hannula, Tuula Hämäläinen, Päivi Söderström & Minna Hämäläinen</i>	139
7.1 Johdanto	141
7.2 Teoreettinen viitekehys	142
7.3 Menetelmät ja aineiston keruu	147
7.4 Tulokset.....	148
7.5 Pohdintaa.....	153

8 Yrittäjyyskasvatuksen uusi painopistealue – Tarkastelussa Laurean myyntiagenttiyrittäjyys	
<i>Antti Sekki</i>	158
8.1 Johdanto	158
8.2 Yrittäjyysteorian lähtökohdat myyntiagenttiyrittäjyydelle	161
8.3 Myyntiagenttiyrittäjyys	167
8.4 Johtopäätökset	178
9 Jatko- ja seurantatutkimus toisen asteen opiskelijoiden yrittäjyysnäkemyksistä ja -asenteista	
<i>Erkki Nevanperä</i>	180
9.1 Johdanto	182
9.2 Teoreettinen viitekehys	185
9.3 Yrittäjyysasenteet tutkimuksien valossa	187
9.4 Tutkimuksessa mukana olevien toisen asteen oppilaitosten kontribuutiot yrittäjyyskasvatukseen ja -koulutukseen	189
9.5 Yrittäjyyskasvatuksen opetuksen ja -koulutuksen vaikutus yrittäjyysnäkemuksiin ja -asenteisiin tutkimusten valossa	191
9.6 Eri maiden välisiä eroja suhtautumisessa yrittäjyyteen sekä yrittäjyyden asenneilmastoon	193
9.7 Metodologia	196
9.8 Tulokset	199
9.9 Johtopäätökset	212
10 Yrittäjyysopetuksen tuloksellisuus – Case Kymenlaakso	
<i>Kyllikki Taipale-Erävala & Leena Eskola</i>	225
10.1 Johdanto	225
10.2 Metodologia	227
10.3 Odotettavissa olevat tulokset	228
11 Yrtti-arviointi: Yrittäjyys ja innovaatiotoiminta ammatillisessa koulutuksessa ja korkeakouluissa – Hanke-esittely	
<i>Johanna Kolhinen, Juha Vettenniemi & Anni Tuurnas</i>	231
11.1 Johdanto	231
11.2 Asetelma ja menetelmät	232
11.3 Alustavia tuloksia ammatilliselta sektorilta	236
11.4 Yhteenveto	238

12 Satakunnan yhteinen ALL IN – Yrityskiihdyttämö luo uutta yrittäjyyden koulutuskulttuuria	
<i>Pia Marjanen, Petri Martikkala, Lenita Nieminen & Marko Mikkola</i>	240
12.1 Johdanto	241
12.2 Toiminnallinen yrittäjyys yhteisen yrityskiihdyttämön innoittajana	243
12.3 Satakunnan ALL IN -yrityskiihdyttämö	244
12.4 Onnistumiset ja haasteet	253
12.5 Toiminnan kehittäminen – tulevaisuuspohdintaa	255
13 Oppilaitos yritysyhteistyön haasteita ja mahdollisuuksia – SHAKE innovaatiokokeilujen uusi malli	
<i>Maisa Kantanen</i>	257
13.1 Johdanto	258
13.2 Oppilaitos-yritysyhteistyö osana yrittäjyyskasvatusta ja innovaatiotoimintaa	259
13.3 Toteutus: Aineiston esittely	264
13.4 Tulokset	266
13.5 Edellytykset innovaatiotyölle	268
13.6 Oppilaitokset valmentajina	270
13.7 Johtopäätökset ja käytännön suositukset	270
14 Yrittäjyyskasvatuksen tavoitteiden merkityksellisyys ja toteutuminen ammatillisessa koulutuksessa	
<i>Leena Eskola & Kyllikki Taipale-Eräväla</i>	275
14.1 Johdanto	275
14.2 Keskeiset käsitteet ja teoreettinen viitekehys	277
14.3 Metodologia	278
14.4 Tulokset	279
14.5 Pohdinta	283
15 Vuorovaikutus omistajanvaihdosten innovaatioalustalla. 6Aika: Hyvinvointiyritykset kiertoon EAKR-hankkeessa	
<i>Sirkka-Liisa Kolehmainen, Mika Paldanius & Ulla Vehkaperä</i>	286
15.1 Johdanto	288
15.2 Hankkeen tavoitteet ja hanketoimijat	299
15.3 Hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten tukiverkoston rakentaminen	299
15.4 Hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten tuen tarve	300
15.5 Hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten tukimuodot	302

15.6 Vuorovaikutus hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten innovaatioalustalla	303
15.7 Pohdinta	304
16 Yrittäjyyden ja yrittäjäksi ryhtymisen erilaiset tavat ja yrittäjyyskasvatuksen haasteet ammattikorkeakoulussa	
<i>Tarja Römer-Paakkanen & Maija Suonpää</i>	311
16.1 Taustaa	311
16.2 Liiketalouden opiskelijoiden ajatuksia yrittäjyydestä	312
16.3 Yrittäjyyden ilmenemismuodot ja yrittäjäksi ryhtymisen erilaiset tavat.....	316
16.4 Ammattikorkeakoulujen tarjoama yrittäjyyskasvatus	321
16.5 Hyvinvointiyritykset kiertoon -hanke omistajanvaihdosten ja opiskelijoiden yrittäjyyden edistäjänä.....	326
17 Research agenda with empirical results of using humour strategically in business	
<i>Taina Vuorela, Eeva-Liisa Oikarinen, Pia Hurmelinna, Helena Ahola, Päivi Aro, Sari Alatalo, Anne Poutiainen, Saira Saraniemi, Eila Estola, Pirkko Siklander, Jaana Tähtinen & Jaakko Sinisalo</i>	332
17.1 Introduction.....	333
17.2 Starting points and gaps in research.....	334
17.3 Conceptual framework.....	336
17.4 Objects and research questions	339
17.5 Research methods and data	342
17.6 Preliminary project results	344
17.7 Managerial implications.....	346
18 Yhteisopettajuus yrittäjyyttä edistämässä	
<i>Marja-Liisa Kaakko & Kaija Arhio</i>	352
18.1 Johdanto	353
18.2 Teoreettinen viitekehys	353
18.3 Esimerkit yhteisopettajuudesta.....	356
18.4 Päätelmiä.....	358
19 IBC-opintokokonaisuus kehittää yrittäjävalmiuksia ja tiimityötaitoja	
<i>Jaana Uusitalo & Outi Sutinen</i>	361
19.1 Projektin taustaa	364
19.2 Projektin rakenne ja kesto	365
19.3 Kokemuksia toimeksiannoista	367

19.4 Tuloksia.....	367
19.5 Projektin konseptointi	368
19.6 Havaintoja prosessista	368

Esipuhe

Yrittäjyyskasvuksen seminaarin moninaisesta abstraktikirjasta tiivistyi tämä artikkelikirja, jossa käsitellään eri näkökulmista suomalaisen yhteiskunnan tulevaisuuden yhtä tärkeää elementtiä. Yrittäjyyttä tulisi lisätä, sillä sen työpaikkoja lisäävä osuus on tärkeää monintavoin. Yrittäjähenkiset yritykset tuottavat työpaikkoja ja sitä kautta verovaroja. Ilman verovaroja emme pysty ylläpitämään hyvinvointivaltion tärkeitä tunnusmerkkejä mm. koulutusta ja sairaanhoitoa.

Yrittäjyyskasvatusta toteutetaan eri tavalla eri ikävuosina ja eri organisaatioissa. Parhaimmillaan se on polku, joka tuo nuoren elämään sellaisia asioita, joita hän voi tietoisesti hallita. Siihen kuuluu peruskoulun alemmilla luokilla hyvän kasvatuksen lisäksi hyvän oman elämän hallinnan alkeet, omien vahvuuksien ja oman osaamisen oivaltaminen. Se on lähempänä yhteiskuntataitojen kasvatusta, mutta päämäärä ja tavoite ovat tulevaisuuden työelämässä. Peruskoulun jälkeen yrittäjyyden palkkatyön vaihtoehtona tunnistaminen ja ammattitaidon hankkiminen ammatillisessa tai korkeakoulutuksessa on helpompaa monin tavoin, kun asenne, tavoite ja meininki ovat kunnossa.

Nuorille tulisi tasavertaisesti olla mahdollisuus harkita yrittäjyyttä ammattina. Samat hyvät yrittäjän ominaisuudet tekevät työntekijästä mainion ja halutun työntekijän, mikäli hän päätyy toisen palvelukseen palkkatyöhön. Kaikki siis voittavat tässä yhtälössä.

Tätä artikkelikirjaa voi käyttää oppimateriaalina ja lähdemateriaalina. Tutkijalle ja opiskelijalle uudet näkökulmat asioihin ovat tärkeitä ja tässä julkaisussa niitä on monenlaisia.

Erityiskiitos yhteistyöstä tämän konferenssin järjestämisessä seuraaville henkilöille: Heikki Keränen, Helena Poukkanen, Johanna Bluemink, Jouko Isokangas, Kati Kyllönen, Leena Eskola, Leena Viitanen, Matti Muhos, Mia Kemppaala, Helena Pikkarainen ja Veikko Seppänen.

Innostavia lukuhetkiä
Juha-Matti Turpeinen

Preface

This article book, which deals with different aspects of an important element of the future of Finnish society, was the subject of a multifaceted book of entrepreneurship seminars. Entrepreneurship should be increased as it is important to increase its share of jobs. Entrepreneurial companies generate jobs and thus tax money. Without tax resources, we can not maintain important features of the welfare state, education and medical care.

Entrepreneurship education is implemented differently in different age groups and in different organizations. At its best, it is a path that brings things younger into life that he can consciously master. In the lower classes of the elementary school, besides good education, it includes the beginnings of good self-management, the recognition of one's own strengths and competence. It is closer to social literacy, but the goal and goal is to work in the future. After an elementary school, identifying and gaining skills in vocational or higher education as an alternative to pay for entrepreneurship is easier in many ways when the attitude, the goal and the way things are worked out.

Equally, young people should have the opportunity to consider entrepreneurship as a profession. The same good entrepreneurial qualities make the employee a good person and a desirable employee if he or she comes to another job for pay. Everyone thus gains in this equation.

This article book can be used as a learning material and as a source material. For researchers and students, new perspectives on issues are important and in this publication there are many.

Special thanks to the organization of this conference for the following persons: Heikki Keränen, Helena Poukkanen, Johanna Bluemink, Jouko Isokangas, Kati Kyllönen, Leena Eskola, Leena Viitanen, Matti Muhos, Mia Kempaala, Helena Pikkarainen and Veikko Seppänen.

Inspiring reading moments
Juha-Matti Turpeinen

1 Company visit's level of formality in entrepreneurship education

Kaarina Sommarström

University of Technology Lappeenranta

Abstract

The aim of this paper is to investigate the level of formality of education in accordance with interaction between classes and companies. The focus is on basic education, 7th–9th grades. The students are young and have compulsory and optional subjects in their schedule. Entrepreneurship is an optional course in some of the schools while some have not even tried yet.

The study is a part of a larger research that deals with company visits as an opportunity in entrepreneurship education. The study concentrates to investigate whether the level of formality benefit students in education situations such as in companies.

Formal learning occurs in classroom setting and formal learning is organized, structured, planned and pre-made. In formal learning, the teacher is in centrum, leads teaching and gives exercises. Other types of learning are non-formal and informal learning, both of them are less structured and organized learning. Non-formal learning includes a leader of some kind while informal learning does not necessary need a leader.

Teaching conditions are going to be changed, when classes move to companies and learn entrepreneurship in hands-on environment. Teachers are in front of the challenge how to shape entrepreneurship education together with companies. In lower level of formality, students have a possibility to participate in interaction more by their own and the teacher could act as a coach and a supporter.

The data has been collected by means of interviews. The informants are teachers, head teachers and study advisors. The written and transcribed interviews have been analysed with content analysis. Accordingly, comparative analysis has been used for determining similarities and differences in the data.

The study shows that the level of formality is a complex concept, as teachers are famous in teaching in classroom setting. Company visits provide a new form of education, but at the same time new challenges for teachers how to manage teaching situations.

Keywords: company visit, entrepreneurial education, learning environment, level of formality of company visits

1.1 Introduction

This paper aims to explore the formality level of company visits whether it is instrumental in entrepreneurial learning. The formality level of company visits refers to the need to control and organise the activities during interaction with companies. At the same time with the need of the high level of formality with careful planning and traditional teaching the literature highlights the low level of formality regarding which the students have more freedom and possibility to create a content and ways in learning situations and learn by means of their experiences.

This study is a part of the larger study of entrepreneurial learning and looks at research target from viewpoint of the formality of teaching. The larger study concerns entrepreneurial learning in connection to company visits and studies the phenomenon from four points of view, formality level, time horizon of interaction, teacher's role and learning goals. This study concentrates on the level of formality of company visits in terms of three aspects; for the first planning visits in line with entrepreneurship education, for the second implementation of company visits and for third the ability to utilize emerging opportunities. (Sommarström, Ruskovaara & Pihkala, 2017)

The classroom setting offers formal learning that is more teacher lead and teacher centred and has a linearity of learning (Eshach, 2006; Folkestad, 2006). Thereby the level of formality is high. Informal learning includes lower formality and gives the students a certain degree of freedom (Colardyn, 2004; Falk, Storksdiack & Dierking, 2007). There is a challenge for teachers to choose an appropriate level for themselves and their students while planning and implementing to interact with surrounding companies. Furthermore, teachers should be able to diverge from the beforehand planned duties and stick with emerging opportunities. The question

remains which level of formality should fit best for achieving the best learning objectives.

1.2 Key concepts and theoretical framework

A wide variety of methods have been identified as useful in entrepreneurship education, such as project work for actual clients, cooperation with companies, business simulations, workshops, study visits or field trips to business enterprises, enterprise education games, mini-company exercises, role-playing, case studies, inviting guest speakers, business plans, and stories about entrepreneurs (Birdthistle, Hynes & Fleming, 2007; Hytti & O’Gorman, 2004; Jones, 2007b Jones & Matlay, 2011; Kuratko, 2005; Shepherd, 2004; Solomon, 2007). Some of them can be implemented in the classroom setting, while the others require to step out of the classroom for visiting a company. Company visit is one of the most obvious methods to carry out entrepreneurship education, but still rather unknown. Company visits differ in terms of their contents and length. Some of them are short stand-alone visits with pre-made ready program while some are long-term ones including tasks and exercises depending on intention and interest of students and companies (Sommarström et al., 2017).

Although the variety of methods is wide, educators seem to rely on fairly passive methods, instead of bringing real-life experiences into the classroom (Cheng, Chan & Mahmood, 2009). Based on Ruskovaara’s (2014) study, Finnish teachers choose for the most discussions concerning entrepreneurship and business and the classroom setting is more often used than outside of the school. Entrepreneurship education literature stressed the importance of methods that assume the student take an active role as learners. Jones (2007a) talks for active participating in company and learning activities. Students should have an environment, where they have a possibility also to fail and do it in safe environment without having serious consequences (Jones, 2006). Cooper et al. (2004) emphasize opportunities of seeing, touching and feeling in real-life environment.

A company visit may offer different kinds of interaction depending on an agreement of visitors and companies. A short company visit includes presentation of the target company and a possible walk through. The students receive an information that they may discuss in the classroom. Thus, the level of formality is high during the visit and continues being controlled later in the classroom discussions. A lower

level of formality occurs when students are allowed to participate in form of tasks and exercises. The high level of formality refers to formal learning, while the lower level does to informal or non-formal learning. Resnick (1987) divides learning in to categories; learning in the school and learning outside of school. Gerber et al. (2001) continues with the same dualism by identifying learning in the school as formal with high level of formality and learning outside of school as informal learning with lower level of formality.

Some educators (Colardyn & Bjornavold, 2004; Eaton, 2010; Eshach, 2006; Nelson, Cushion & Potrac, 2006) divide learning in to three categories; formal, non-formal and informal learning. Non-formal learning dates back to times and situations when persons received certain education for achieving new abilities for work (Coombs, 1974). Non-formal learning has some traits from formal learning, such as being somehow organized (Nelson et al., 2006; Sefton-Green, 2006;), structured (Coombs, 1974; Eshach, 2006;), led by a teacher or an adult educator (Eaton, 2010; Eshach, 2006) and occurs in institutions or schools (Eshach, 2006; Eaton, 2010 Nelson et al., 2006). Nevertheless, Non-formal learning is not evaluated and learners do not receive formal credits (Eshach, 2006), but it may be enriching, motivation for learning entirely intrinsic to the learner (Eshach, 2006) and the learner's interest is a driving force behind the participation. These signs refer to lower level of formality.

The level of formality in informal learning is low and according to the literature, it occurs randomly in everyday situations, when participating in an event (Colardyn & Bjornavold, 2004, Eaton 2010; Folkestad, 2006;). Folkestad (2006) amplifies that intention on informal learning is doing, the activity steers the way of working and the focus shifts from teaching to learning. Informal learning typically occurs in youth programs and afterschool programs (Bull et al., 2008) and is some kind of free-choice learning experience (Falk et al., 2007). Falk et al. (2007) in their article are not seeing any difference between non-formal and informal learning, but make the learning environment a more important issue by claiming for authentic practices. Soloman (2007) is along the same lines that outside classroom methods could be more often used.

There is no consensus in the literature whether company visits provide formal, non-formal or informal learning as the visits can differ in intention and program. It is almost impossible for the students to become involved in company activities in case

of short and pre-made visits. Some scholars state that formal entrepreneurship education with training, experience, and vicarious experience is the most important mechanisms for entrepreneurial learning (Edelman, Brush & Manolova, 2008; Holcomb, Ireland, Holmes, & Hitt, 2009). Thus, the level of formality is high and learning is structured, sequential, led by teachers, follows linear notion.

Nevertheless, entrepreneurship is not linear or sequential, rather complex and nonlinear. In line, entrepreneurship education could also include more surprising elements that engage students in complex and nonlinear thinking (Honig, 2004). Cheng et al. (2009) note in their article that entrepreneurship education literature stresses the importance of methods that assume the student take an active role as a learner. Pittaway et al. (2007) argue that the learning environment needs to be developed into something where students are able to experience how to put theory and knowledge into practice. In-company projects and cooperation with companies draw students closer to the world of an entrepreneur according to Pittaway et al. (2012). Then, the level of formality becomes lower and teachers have a challenge to be able to lower the formality level and meet the requirements of entrepreneurial learning. Hynes et al. (2007) describe that teachers need to create a teaching and learning environment that fosters students' self-confidence, decision-making and risk-taking skills. In the low level of formality, the focus is not on what the teacher does, but what the students do.

1.3 Methodology

This study is part of a larger ongoing research project focusing on school-company relationships. In Finland, entrepreneurship education has been one of the cross-curricular themes in compulsory schools since 1994 (Finnish National Board of Education, 2003; 2004). As a cross-curricular theme, entrepreneurship education should be embedded in all subjects, the school's operational culture, and organised events, but entrepreneurship may also be an optional subject. The Finnish national curriculum does not force, but rather recommends teachers to cooperate with real-world actors. No guidelines have been given regarding the realisation of activities beyond the school, which means that the teachers must find their own preferred methods if they are interested in offering the students company experiences. As Ruskovaara et al. (2014) point out, teachers find the practices somewhat unclear. Teachers step out of their formal education role to engage in experiential cases with

companies where the learners are in the centre, the teacher in the background, and the information flows between the company personnel, the learners and the teacher.

This study applies the qualitative research methods, since the focus of the study is to in-depth understand the cooperation phenomenon between the teachers and the companies. The strength of qualitative research is that it provides for understanding a phenomenon as it is seen by participants. Since the study involves human behaviour of school personnel, the qualitative methods are to prefer. (Hirsjärvi & Hurme, 2000)

1.4 Presentation of the material

The data of the entire research consists of 35 interviews from head teachers and teachers operating in the schools. All the schools in the research project provide compulsory education. Deliberately, the schools are selected from different parts of Finland and the schools are located both in rural and urban areas. The interviewed teachers are subject teachers and there were no limitations according subjects for being interviewed.

The data has been collected by means of face-to-face interviews in 2014–2015. The interviews were semi structured and followed the interview frame regarding the level of formality of company visits. The interview frame was planned and written beforehand, but it was possible to add clarifying questions in case an answer was unclear. The interviews were generally started by asking how many visits were carried out during the past year and the targets of the visits. In the interviews, the informants described the implementation of the visits. Additionally, informants told about the interaction with outside-of-school actors, including visits, projects, guest speakers or any other event.

The interview frame is as follows:

1. How many company visits do you make per school year? How many other visits to, for instance, museums, science centres or other destinations?
2. What other kind of cooperation takes place with outside actors?
3. How do you get in touch with companies? Who takes an active role in arranging cooperation or visits?
4. What are the practical arrangements for the visits?

5. What is the purpose of the visits? How interested is the teacher in that kind of teaching?
6. How is the school work connected to the visits?
7. What kind of companies there are in the vicinity?
8. How do the classes plan the visits in advance?
9. How do the classes process the visits afterwards?
10. What are the teacher's attitudes to and thoughts about the visits in general?

The duration of the interviews varied from 40 to 75 minutes depending on the extent of the cooperation and how detailed the informant's responses were. The informants described their management of interaction with surrounding companies and how it suits in everyday routines of their school.

1.5 Analysis

The answers have been recorded, transcribed and analysed. In analysis, the research strives to explain the influence of the level of formality on entrepreneurial learning in interaction with companies. The level of formality was considered with three themes; for the first planning of entrepreneurship education, for the second implementation of company visits and for the third seizing a utilization of emerging opportunities of company visits.

As methodological tool, the qualitative content analysis was used. By means of the content analysis, theoretical statements can be tested (Elo & Kyngäs, 2008). In the content analysis, the words, phrases and the like of the data are put into content-related categories according to their context for obtaining new insights and a representation of the facts (Elo & Kyngäs, 2008; Krippendorff, 1980). Content analysis is a suitable tool in the purpose of developing an understanding of the meaning of communication in the interviews (Cavanagh, 1997).

In this study, the written interviews have been chopped according selected context categories and transferred into a table including all necessary topics. Each of the themes of the level of formality had a table of its own. Followingly, the similar and different statements were gleaned from the table in accordance with comparative analysis. Comparative analysis typically points out different statements or opinions

from others (Goldberg & Deb, 1991; Opricovic & Tzeng, 2004;) and helps in that way to find and determine similarities and discrepancies.

1.6 Results

Entrepreneurship is an optional course. It means that students have a possibility to select is in case they are interested in entrepreneurship, which seem to vary. One of the informants declared that there are two categories that select entrepreneurship; students that are very interested of business and entrepreneurship and the other ones that are not at all interested of entrepreneurship, but they are not interested of any other subject neither, so they calculate that it may be the easiest way to carry out their weekly lessons.

When classes are going to make a stand-alone visit, they seem to follow the most usual program consisting of presentation of a visit target and after that a short walk through. Teachers have done all preparation work for such visits. Thus, the level of formality is high and teacher-centred (Falk et al., 2007; Hodkinson et al., 2005; Folkestad, 2006). Preparations for these visits appear to remain as including more practical information about the visit, such as times for meeting in school before leaving, for arriving at and staying in a company. In some case, teachers had a classroom discussion before a visit concerning what they could experience during a visit.

Surprisingly, some of teachers teaching entrepreneurship informed that their entrepreneurship programs do not include company visit. Instead they go through issues, such as products, markets advertisement and writing a business plan (Gibb, 2008). Other ones have chosen their own way of entrepreneurship education and teachers are flexible to seize utilization of emerging opportunities of company visit by completing with afterwards discussions (Sommarström et al., 2017). On the contrary, there are teachers that advocate long-term interaction with companies and let understand that they have abandoned stand-alone visits and initiated a few years interaction with each of classes with a company by explaining that the long-term projects enable students to participate actively and enhanced learning goals.

During the interviews, some of informants stayed sometimes thinking who's task it could be to arrange visits. Many of them consider, anyhow, that it is the task of

teachers. However, one of them expressed the idea to do it together with students and in this way, make the students active in the process, like wondering:

“Nog kan man ju som lärare styra också att dit far vi och man vet att de här tar emot och det är bra, men att det är nog bra när eleverna får själva diktera.”

[Of course, teachers have a possibility to steer students choosing certain visit targets as they are sure about some companies that accept visits and take care of visitors, but it is more worth that there are just students who choose, take contact and make necessary agreements.]

The most visits to companies seem to be done within and dedicated to a certain subject and thereby entrepreneurship education is one of the subjects. Teachers are orientated to teach a certain subject or a couple of subjects that are close to each other and this phenomenon seems dominate even when planning company visits. When a school year in beginning teachers have a planning meeting how to carry out the incoming school year including a rough plan of visits. The visiting practices are divided in subject areas for which the subject teachers are responsible. The level of formality appears to be high during visits as teachers by themselves make plans and all schemes regarding visits. It could be noted, anyhow, a reflection in the informants' answers that beyond subject oriented visits there is also other reasons for making visit outside school; partly to have a break and change the routine and to take a look at surrounding society (Eshach, 2006).

“...voidaan sanoa, että kaikkihan on voittoa, kun päästään näiden neljän seinän sisältä ulos, että kyllähän se tuo vaihtelua siihen arkeen ja erilaisia työtapoja, niin kuin on mahdollista toteuttaa ja ennen kaikkea se arkirutiinin katkaiseminen näissä tapaamisissa...”

[...we could say that there is a profit for us to come outside these walls, it brings variation in everyday work and different ways of working that are possible to implement, but above all a disruption of daily routine when make a visit...]

One of the informants included a technical aspect in the reason by expressing with following words:

“...useimmiten yrityksissä on se uusin tietämys, uusin tekniikka ja tämänkaltainen, että kyllähän siellä varmasti jää mielikuvia siitä, missä nyt mennään tällä alalla, että ei ne peittele yritykset sitä osaamista...”

[...for the most, companies hold the latest knowledge, the latest technical solutions and the like, so by visiting one surely gets an image of what is going on in the branch, companies do not cover their skills...]

Nevertheless, there are a few schools that have incorporated or are about to incorporate entrepreneurship thinking into the whole school program. Accordingly, it could be noted that in such cases, the lower level of formality is typical while planning and implementing visits. The informants seemed to be happy while letting students take part in the decision-making process before visits (Folkestad, 2006). Unawares, the level of formality had become lower and the students were aware of incoming visits and preparations they had to do before the visits.

The informants had experienced that companies could not receive students due lack of time or personnel. Visits require someone in a company who is the host for the students. One key point in company visits appears to be how students are received by a company. One informant expressed of the successful receiving like that:

“Men sen när vi kom dit och åkte hiss upp till deras auditorium och personalchef tog emot oss, skakade hand vid dörren och de fick en flaska limsa och nån bulle till och tog plats i auditoriet och så de här skärmarna och presentationerna, insåg eleverna att det här är allvar. Så de var mycket mottagliga för det här och jag har aldrig heller hört de här eleverna ställa så relevanta frågor till nån som de ställde till...”

[When we arrived, went on a lift until their auditorium and their personnel manager received us, shook hands at the door; the students obtained a bottle lemonade and a kind of buns and cakes and took place in the auditorium and then, those screens and presentations, the students realized that it is serious. So, they were concentrated on listening all the time and I have never heard these students ask so relevant questions as they did there...]

The students had an opportunity to participate actively and they took advantage of it. That led to asking relevant questions. Thus, the leaning setting was outside classroom (Solomon, 2007; Cooper et al., 2004) and learning activities were performed collaboratively by non-traditional teaching (Ruskovaara et al. 2013; Gibb 2011). The teacher had encouraged the students to participate actively and thereby lowered the level of formality. The visit was experienced as a positive event. In the same topic, another teacher had experienced in a similar situation when visiting a company more critical and expressed it as follows:

“...men det är ju nog tråkigt, 45 minuter lyssna på någon som berättar och ofta, så är det ju någon i högre ställning som kanske ändå talar så mycket eller på ett sånt språk att det blir svårt med tabeller över det ena och det andra...”

[...but this is boring, listening 45 minutes to someone who explains and furthermore, there may be a person in a higher position he or she perhaps talks much or in such a way with tables regarding this and that, so it is difficult to understand ...]

Although teachers plan together the incoming school year and many of teachers find it good and informative by receiving information about plans of the whole school. Then, each of teachers has a better vision and a time schedule for the whole year. But according to the teachers' comments they would desire substantive support for planning and implementing visits. They experience that they are working by themselves without such kind of support. Many of the teachers indicate that there ought to be more arranged forums with both program and leisure time for talking for teachers and entrepreneurs and thereby reduce misunderstanding between them (Ruskovaara, 2014).

1.7 Reflection

The study shows that the level of formality is a quite complex concept. Hodkinson et al. (2005) deal the levels of formality as formality and informality and refer that informal education occurs outside school, in other words in accordance with visits. Teachers experience a kind of conflict in lowering the formality as their traditional task is to teach and teaching is understood as transferring information in one way. As there is basic education in question and teachers must assess and give a rating in as well compulsory as optional courses. The study shows another troublesome task for teachers. While entrepreneurship is considered as a practical course without tests, it may be difficult to give a rating for each of the students. Some educators also expressed missing textbooks in entrepreneurship as teaching without textbooks causes more work for teachers.

Traditional hallmarks in classroom education such as a business plan writing, guest speaker, stories about entrepreneurs still appear to be a method of entrepreneurship education. It may be a pleasant way for teachers to implement entrepreneurship teaching. They all represent the high level of formality. This study lends, however, support to the findings by many articles claiming that company visits are a worthy

complement in entrepreneurship education. Taking steps outside of the school teachers' work increases by creating targets, preparing and implementing visits. Those teachers that have started interaction with companies claimed that they get paid for this extra work in form of happy and eager students. The teacher's own attitude may help in creating a good atmosphere in the classroom and followingly between classes and companies. When a company visit had been a success teachers were more eager to implement the next company visit.

The level of formality could be perceived as close to discipline and order. Teachers traditionally experience that their task beyond teaching is to keep discipline in the classroom as they will create a quiet atmosphere and peace for students to do their exercises. Lowering formality may be interpreted as not having discipline enough, but allow students to disrupt teaching and other students. Teachers may feel a conflict between those interpretations. This study limits disciplinary matters outside the scope of inquiry, but it could be worth exploring.

In long-term interaction companies (Sommarström et al., 2017) are also forced to develop the tasks in basic education it must be taken into account the students' young age. The students are eager to seize different tasks, but they may not have knowledge about consequences. Long-term cooperation is less common and would be worth to investigate more closely considering the level of formality of entrepreneurship education.

References

- Birdthistle, N., Hynes, B. & Fleming, P. (2007). Enterprise education programmes in secondary schools in Ireland: A multi-stakeholder perspective. *Education & Training*, 9(4), 265–276.
- Bull, G., Thompson, A., Searson, M., Garofalo, J., Park, J., Young, C. & Lee, J. (2008). Connecting informal and formal learning: Experiences in the age of participatory media. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 8(2), 100–107.
- Cavanagh, S. (1997). Content analysis: Concepts, methods and applications. *Nurse Researcher* 4, 5–16.
- Cheng, M. Y., Chan, W. S. & Mahmood, A. (2009). The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia. *Education & Training*, 51(7), 555–566.
- Colardyn, D. & Bjornavold, J. (2004). Validation of formal, non-formal and informal learning: Policy and practices in EU member states. *European Journal of Education*, 39(1), 69–89.

- Coombs, P. H. & Ahmed, M., (1974). *Attacking rural poverty: How nonformal education can help*. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press.
- Cooper, S., Bottomley, C. & Gordon, J. (2004). Stepping out of the classroom and up the ladder of learning: An experiential learning approach to entrepreneurship education. *Industry & Higher Education*, 18(1), 11–22.
- Eaton, S. E. (2010). *Formal, non-formal and informal learning: The case of literacy, essential skills and language learning in Canada*. Calgary: Eaton International Consulting Inc.
- Edelman, L. F., Brush, C. & Manolova, T. S. (2008). Entrepreneurship education: Correspondence between practices of nascent entrepreneurs and textbook prescriptions for success. *Academy of Management Learning and Education*, 7(1), 56–70.
- Elo, S. & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115.
- Eshach, H. (2007). Bridging in-school and out-of-school learning: Formal, non-formal, and informal education. *Journal of Science Education and Technology*, 16(2), 171–190.
- Falk, J. H., Storksdieck, M. & Dierking, L. D. (2007). Investigating public science interest and understanding: Evidence for the importance of free-choice learning. *Public understanding of science*, 16(4), 455–469.
- Finnish National Board of Education. (2003). *National core curriculum for upper secondary schools 2003*. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy.
- Finnish National Board of Education. (2004). *National core curriculum for basic education 2004*. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy.
- Folkestad, G. (2006). *Formal and informal learning situations or practices vs formal and informal ways of learning*. *B. J. Music. Ed.*, 23(2), 135–145.
- Gerber, B. L., Marek, E. A., & Cavallo, A. M. L., (2001). Development of an informal learning opportunities assay. *International Journal of Science Education*, 23(6), 569–583.
- Gibb, A. (2008). Entrepreneurship and enterprise education in schools and colleges: Insights from UK practice. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 6(2), 48.
- Gibb, A. (2011). Concepts into practice: meeting the challenge of development of entrepreneurship educators around an innovative paradigm. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(2), 146–165.
- Goldberg, D. E. & Deb, K. (1991). *A comparative analysis of selection schemes used in genetic algorithms*. Mateo, CA: Morgan Kaufmann Publishers.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2000). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hodkinson, P. and Colley, H. (2005). Formality and informality in college-based learning. *International yearbook of adult education*, 31 (165–182). Huddersfield: University of Huddersfield.
- Holcomb, T. R., Ireland, D. R., Holmes, M. R. Jr & Hitt, M. A. (2009). Architecture of entrepreneurial learning: Exploring the links among heuristics, knowledge, and action. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 167–192.

- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 258–273.
- Hynes, B. & Richardson, I. (2007). Entrepreneurship education. A mechanism for engaging and exchanging with the small business sector. *Education & Training*, 49(8/9), 732–744.
- Hytti, U. & O’Gorman, C. (2004). What is enterprise education? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. *Education & Training*, 46(1), 11–23.
- Jones, C. (2006). Enterprise education: Revisiting whitehead to satisfy Gibbs. *Education & Training*, 48(5), 356–367.
- Jones, C. (2007a). Creating the reasonable adventurer: The co-evolution of student and learning environment. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 228–240.
- Jones, C. (2007b). Enterprise education: The frustration of a pure contest. *Education & Training*, 49(8/9), 596–604.
- Jones, C. & Matlay, H. (2011). Understanding the heterogeneity of entrepreneurship education: Going beyond Gartner. *Education & Training*, 53(8/9), 692–703.
- Krippendorff, K. (1980). Content Analysis: An introduction to its methodology. Newbury Park: Sage Publications.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergency of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577–597.
- Nelson, L. J., Cushion, C. J. & Potrac, P., (2006). Formal, nonformal and informal coach Learning: A Holistic Conceptualisation. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 1(3), 247–260.
- Opricovic, S. & Tzeng, G-H. (2004). Decision aiding compromise solution by MCDM methods: A comparative analysis of VIKOR and TOPSIS. *European Journal of Operational Research*, 156, 445–455.
- Pittaway, L. & Cope, J. (2007). Simulating entrepreneurial learning: Integrating experiential and collaborative approaches to learning. *Management Learning*, 38(2), 211–231.
- Pittaway, L. & Thorpe, R. (2012). A framework for entrepreneurial learning: A tribute to Jason Cope. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 24(9–10), 837–859.
- Resnick, L. B. (1987). The 1987 Presidential Address Learning In School and Out. *Educational Researcher*, 16(9), 13–20+54.
- Ruskovaara, E. (2014). *Entrepreneurship education in basic and upper secondary education – Measurement and empirical evidence*. (Doctoral thesis, Lappeenranta University of Technology, 590). Lappeenranta: Acta Universitatis Lappeenrantaensis.
- Ruskovaara E. & Pihkala, T. (2013). Teachers implementing entrepreneurship education: Classroom practices. *Education & Training*, 55(2), 204–216.
- Ruskovaara E. & Pihkala, T. (2014). Entrepreneurship Education in Schools: Empirical Evidence on the Teacher’s Role. *The Journal of Educational Research*, 108(3), 236–249.

- Sefton-Green, J., (2006). New spaces for learning: Developing the ecology of out-of-school education. Hawke Research Institute for Sustainable Societies, University of South Australia.
- Shepherd, D. (2004). Education entrepreneurship students about emotion and learning from failure. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 274–287.
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168–182.
- Sommarström, K., Ruskovaara, E. & Pihkala T. (2017). Company visits as an opportunity for entrepreneurial learning. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 10(3), 298–315.

2 Provoking entrepreneurial thinking – Gendered embodiment and entrepreneurship education

Anu Harju-Myllyaho

Lapland University of Applied Sciences

Abstract

Entrepreneurship and entrepreneurship education (EE) have significant roles in terms of societal discourses. Entrepreneurship has been seen as a promoter of growth and societal material progress. Also in Finland, entrepreneurship has been seen as a driving force of growth. However, there are some critical voices emerging as well. The idea of this paper is to understand the standing point of critical feminist theories in EE, by conducting a literature review. More specifically aim is to understand better the meaning of the body in today's entrepreneurship education (EE). I make some reflections from a study unit on Innovation and Entrepreneurship in Tourism, where a debate was held consisting of provoking themes about the startup scene in Finnish Lapland.

Based on the study, it is possible to draw following conclusions: 1) Because the entrepreneur is in fact disembodied, the heroic entrepreneur is seen most often seen as a male. The identity cannot be without the body, which makes gender an essential part of entrepreneurial identity as well, whether we speak about it or not. 2) The body is the corporeal manifestation of class, which also includes other classifications besides gender, and the study proposes that it would be useful to study multiple inequalities in terms of EE.

Keywords: approach body entrepreneurship education embodiment, feminist, gender

2.1 Introduction

The purpose of this paper is to understand better the meaning of the body in today's entrepreneurship education (EE). In addition, the idea is to understand the standing point of critical feminist theories in EE, by conducting a literature review. While

numerous scholars have touched the important topic of gender and entrepreneurship, there has been rather little discussion on the matter of the body in terms of entrepreneurship and EE. (e.g. Kasperová & Kitching, 2014; Komulainen, Korhonen & Rätty, 2009). Concerning EE, Varamäki, Joensuu and Viljamaa (2014) have studied the impact of entrepreneur mother or father on the entrepreneurship intentions of HEI students. However, as Kasperová and Kitching (2014, 448) state, embodiment has been taken for granted in entrepreneurial identity literature, which has left the entrepreneur disembodied. Thus, there is room for more discussions like this at hand.

Entrepreneurship and entrepreneurship education have significant roles in terms of societal discourses. Entrepreneurship has been seen as a promoter of growth and societal material progress. Many instances promote entrepreneurship; higher education and other public institutions (HEI) for instance (e.g. Hurley, 1999, 54). Also in Finland, entrepreneurship has been seen as a driving force of growth. However, there are some critical voices emerging as well. Yet, these emerging discussions seem to remain in the background or replicate the stereotypes and generalizations that lie beneath, even when they stay unspoken. Stereotypes concerning gender or age, for instance, can be approached from many viewpoints, one of them being through feminist approach. In this paper I investigate the issue of entrepreneurship education from the viewpoint of gendered embodiment. Indeed, the viewpoint of embodiment is important, since in EE, we refer to entrepreneurial identity (e.g. Hägg 2011) as well, and it is said that identity cannot be without the body (Woodward, 1997).

As a starting point, I conducted a literature review as a desk research. In addition, I make some reflections from a study unit on Innovation and Entrepreneurship in Tourism, where a debate was held consisting of provoking themes about the startup scene in Finnish Lapland. One of the themes was “(Startup) entrepreneurship is not suitable for women.” The debate was held as a part of project Startup Lapland’s (ESF) teaching integration, which aims at disseminating startup knowhow in Lapland University Consortium (LUC).

The paper adds to the existing knowledge concerning the body and embodiment as well as gender in EE. Thus, the results provide enhanced understanding on how gender and the body along with feminist theories are discussed in EE studies. In addition, the paper provides insights into what kind of implications the gendered

embodiment could bring to practical EE. Incorporating the viewpoint of the body will allow us to critically inspect the way entrepreneurial identity is usually seen and promoted in theory and practice.

The structure of this paper is following. First the terms and concepts relevant to this research are introduced: EE, feminist approach and gender and the body. Chapter 2.2-2.4 introduces the concept of EE and recent research in the field of EE. The approach in the paper is feminist theories and the viewpoint they provide, by questioning the existing structures and gender norms, which are also introduced in Chapter 2.3. The introduction of feminist approach is followed by the specific terms including the notions of the body and gender. Chapter 2.5 briefly presents the methodology and the paper then continues to the findings in Chapter 2.6 and discussion in Chapter 2.7. The discussion includes recommendations for future research.

2.2 Terms and concepts

Thesaurus defines “entrepreneurship” as follows: “State of running a business with considerable initiative and risk, whereas education is related to improvement, information and learning.” As a result, entrepreneurship education (EE) would mean improving the skills in the area of business making. However, scholars usually contest this narrow viewpoint provided by dictionaries. In the light of today’s discussions, entrepreneurship is defined more broadly as a state where opportunities are recognized and pursued (Valliere, 2015, 132), but also as a state of mind and connected to entrepreneurial behavior (e.g. Gibb, 2002, 238; Hägg & Peltonen, 2013, 23).

The discussion concerning EE in Finland was, according to Kyrö (2001, 92), stirred in the 1990s, when society started noticing the importance of SMEs and the discourse was steered towards educational viewpoints. Up until then, the discourse had been in the field of entrepreneurial traits and biological heritage. (Kyrö, 2001, 92.) In the past decades, the EE concept has become more popular and it has become trivial inside educational institutions. However, different viewpoints to entrepreneurship and EE still remain without a solid consensus. Hägg and Peltonen (2013) discuss different viewpoints in Anglo-American and continental contexts. According to them, EE is seen as entrepreneurial learning – in other words, learning entrepreneurial behavior and skills – but the viewpoints vary from the Anglo-

American aim of teaching the subject or skills to the continental goal to teach behavior. (Hägg & Peltonen, 2013, 23.)

Various scholars describe the meaning of the individual's background, identity, traits and motivations in EE (e.g. Duval-Couetil, Gotch & Yi, 2014; Farhangmehr, Gonalves & Sarmiento, 2016; Hägg, 2011; Tarling, Jones & Murphy, 2016). Recently, the focus has much been in entrepreneurial self-efficacy (SE) and entrepreneurship intention (EI) (see e.g. Joensuu, Viljamaa, Varamäki & Tornikoski, 2013; Shinnar, Hsu & Powell, 2014; Westhead & Soleswick, 2016; Wilson, Kickul & Marlino, 2007). Much of the work also relies on the theory of planned behavior (PBT) (e.g. Yang, 2013). Thus, the human aspect of EE, acknowledging a wide range of personal traits and the impact of the person's background is solid among scholars.

In this paper, my focus is on EE that does not necessarily include the idea of founding a venture or running a business. In this sense the focus is not in the explicit understanding of entrepreneurship and skills, but in the notion of entrepreneurial behavior, where I see that entrepreneurship "includes the idea of human behavior", as Kyrö (2001, 93) frames it. According to Kyrö, EE discussion without educational background, in other words human activity is meaningless and makes the whole conversation redundant (Kyrö 2001, 93). Due to the limitation conveyed by the other aspects mentioned in this paper (embodiment and gender), I do not reject the idea of EE being a subject of entrepreneurship skills either. Narrowing the subject would leave very little material to investigate. This paper concentrates on EE that takes place in an educational institution setting, while also acknowledging different mentoring programs and informal education as a way of learning and teaching entrepreneurship.

2.3 Feminist approach

Feminist thought has gained increasing attention lately especially in popular writings but also in academia. In this chapter, I introduce a few basic notions about feminist approach and feminist thought. I find these notions important because they help in gaining a general picture and the aims of the feminist approach.

Wilkinson and Kitzinger (1995, 7) state that many social scientists have argued that there is no single feminist research method. Thus, there are no precisely feminist

methods for data collection nor analysis. This is confirmed by Griffin, Hennessy, Jackson and Roseneil (2000, 5), who write that feminist theory is the home of various intellectual and political affiliations and theoretical positions which exist among feminists. Thus, feminist research is multidisciplinary by nature and it is applicable in various fields of study. According to Griffin et al. (2000, 5), gender and women are emphasized in feminist research, but other identities intersecting with gender, such as class, ethnicity, nationality and sexuality have diversified and pluralized feminist theorizing. A more fundamental guideline for (critical) feminist scholars would be a general aim of changing existing power relations and inequalities. As stated by do Mar Pereira (2012, 284),

Many feminist scholars understand their work as a project of both cumulative and critical intervention in the academy: they seek not just to generate more knowledge but also, and centrally, to question and transform existing modes, frameworks and institutions of knowledge production. (do Mar Pereira, 2012.)

Indeed, feminist scholars have gained some foothold in academia (Lovell, 2000, 26). While it has been the purpose of feminist research to act as a catalyst of change, the approach has also been criticized for replicating the system with unequal power relations. However, as Lovell (2000, 27) points out, unless we think that there is an alternative, there is no purpose in unmasking the machinations of the social ‘unconscious’.

Intersectional feminist approach might be the closest we can get to pluralist feminist thought. The approach takes into consideration the different identities of the individual and the intersections of the identities. One of the forerunners of the thought is Crenshaw (e.g. 2016), who has questioned the structures that define the position of black women. In this paper, I focus on gendered embodiment, but I do not reject the thought that includes other identities, such as class and ethnic background, to the discussion. In terms of entrepreneurship, Berglund (2013, 722) writes that even though entrepreneurship discourses have emphasized the various possibilities of entrepreneurial self in both entrepreneurship and employability for all of us, gender segregation is a noted phenomenon in the field of entrepreneurship (Berglund, 2013, 722). Ahl and Marlow (2012, 543) share Berglund’s view by stating that there is a gender bias in entrepreneurship discourse. I would see this as a call for a feminist intervention. This I state acknowledging the critique political

feminism has encountered. The critique claims, for instance, that feminist theorizing of patriarchy has sometimes consequentially led to using the patriarchal structures as a shortcut for creating a joined experience of oppression for all women (Butler, 2006, 51).

2.4 Body and gender

As stated above, this paper is grounded in the notion that identity is bound to the body and the body is, in the light of this paper, always gendered. However, the notions of biological gender and social gender are agreed not to be straightforward (see e.g. Butler, 2006; Butler, 1993). The terms are used and further elaborated in sociology and psychology, but in other disciplines, they are often misused or invisible. Here I clarify the meaning of the terms gender and body in the way they are seen in this paper.

It has been stated that while biological gender is defined by nature, the way would be defining gender as socially or culturally constructed. Consequently, this would mean that social gender is fluid, while sex would be restricted to the biological fact (de Bouvier, 2009). Butler (2006, 55) ponders upon the arrangement of biological and social genders. She writes that the original purpose of the division of gender into biological and social was in fact to reverse the thought that the biological gender (sex) would set us up with a fixed destiny. However, the matter of the gender is more complex and makes Butler (2009, 56–80) question how possible it actually is to divide gender to culturally constructed social and naturally given biological entities.

According to Bourdieu the body reflects the way it is maintained, fed or kept, for instance. In another words, it can reflect the person's habitus, as being a pure manifestation of class taste. (Woodward, 1997, 110.) Now, gender can also be seen to represent a class that one is assigned to based on certain classification. Thus, the body is the home of different identities, which are on one hand, bound to biology, but on the other hand a matter of social structures as well as cultural performances (see e.g. Butler, 1990; Gregory, Johnston, Pratt & Watts, 2009). Bouvier (2009, 41–42) has concluded that in terms of discussing gender and subjectivity, being a female is seen as a personal feature, which is so profound that actually all other personal characters are built upon it, whereas being a male does not represent a special feature. Male is the absolute human type. (Bouvier, 2009, 41–42.) In this

paper I understand that viewing the body as a biological entity is simplification and as Woodward suggests:

[...] a satisfactory analysis of human embodiment requires an appreciation of how our fleshy physicality is molded by social as well as 'natural' processes. In this context, the human body is important not only because it provides us with the basic ability to live, but because it shapes our identities and structures out interventions in, and classifications of, the world. (Woodward, 1997, 65.)

Thus, in this paper, I rely on the concept of gender as it is performed and structured, not strictly restricted to biology. Following de Bouvier (2009, 98), the body is the means of grasping the world, and that is why the world seems different for each of us depending on the position the world is seen from. However, de Bouvier refuses to believe that the body would bind the woman to an inevitable faith. Biological facts cannot alone define the hierarchy nor do they define the eternal role of the woman. (de Bouvier, 2009, 98.)

Some ideas concerning the gendered body in the context of entrepreneurship and EE, I have obtained while observing a class debate in the study unit Entrepreneurship and Innovations Tourism at the Lapland University of Applied Sciences. These observations were complemented by the reflective learning diaries of the students. I asked the students for a permission to use the course debate and material as research data and they signed a research consent. The debate theme was roughly framed as the startup scene in Finnish Lapland and we provided some provoking topics for the debate. One of the topics was "(Startup) entrepreneurship is not suitable for women." During the debate, a (female) student made exclamations doubting, for instance, the consistency of female decisions because of menstrual pain. In addition, the team on the defensive side claimed that women are too emotional for entrepreneurship. Even though this paper does not concentrate solely on discourses or apply discourse analysis, I take the liberty to note that noteworthy philosophers such as Aristoteles doubted the rationality of female thinking already in the ancient Greece (e.g. Butler, 2009, 42), which would make statements like this vessels of the patriarchal world view.

Later, in a learning diary another student wrote about this debate and mentioned a successful female entrepreneur. It caught my attention that the student wrote that the entrepreneur is a great mother. Intriguing, yet not surprising would be the fact

that being a woman connotes motherhood or mother (see e.g. Gordon, 2001, 5). Our society is strongly steered by neoliberalism (e.g. Hilpelä, 2010, 193) and in terms of entrepreneurship gender has very little meaning in the neoliberal worldview at least, since it is based on the thought of people being born with similar possibilities regardless of the personal background and being responsible for individual success. If this is the case, if we now emphasize the meaning of individual regardless of the gender identity, why does the word woman automatically connote motherhood and fertility (i.e. bodily issues) even in the (masculine) context of entrepreneurship? De Bouvier (2009, 44–47) has explained this kind of reaction to womanhood with the category of the other. I acknowledge that the *Other Gender* by de Bouvier was originally published 1949, but the arguments still seem to have a foothold even today.

Hence, these small provocations made in the classroom and the responses they received raise a question; what happens to the body when it is brought to the field of EE? How does female body relate to entrepreneurship and EE? Is the entrepreneur male heterosexual by default?

2.5 Methods

My initial hypothesis was that the database searches would not result in massive amounts of papers and therefore a narrative review was used (see Baumeister & Leary, 1997, 312) and basically aim at accomplishing a general picture of the previous research concerning EE and gendered embodiment. The goal of narrative literature review is manifold. In addition to the goal of this paper, a literature review can be used in forming new theories or evaluating the research conducted on existing ones or exposing a research gap. (Baumeister & Leary, 1997, 312.) I also expected the viewpoint of embodiment to decrease the review results and, thus, widened the perspective by including research that would emphasize the role of gender, but not necessarily include embodiment as a term.

In the first phase, I conducted the literature scanning by making an open search in two databases in English: EBSCO and Science Direct. Both searches included the same search words and the search included all fields. I first conducted a search on EBSCO, including the Business source database and Academic source database, after which I continued by excluding articles that did not include both themes: entrepreneurship education and gender. This limited the results to 31 articles

altogether. However, a deeper examination of the articles showed me that the body was in fact still missing from a majority of the articles leaving me with five articles that deal with the issue of gendered embodiment and entrepreneurship education. Applying some additional search words resulted in no mentionable additional results. After the search in EBSCO I continued by searching Science Direct with similar terms.

The search from the two different databases resulted in altogether seven articles that deal with gender and embodiment in terms of entrepreneurship education. Indeed, a significant proportion of the entrepreneurship education research that includes gender issues uses gender as a background variable and almost all of the studies measuring the impact of gender have been produced as quantitative research. I decided to look up some specific journals that might have field-specific articles that would suit the purpose of this paper. Namely, the journals I looked into were two Finnish journals; *Kasvatus* and *Sukupuolentutkimus*. In these journals I searched for articles and studies that would incorporate both gender and entrepreneurship education. In the first phase, I collected all articles that included these themes and after that, in the second phase, I narrowed the results to deal more specifically with the subject of gendered embodiment and EE. Some of the articles in the journal *Kasvatus* concentrate on equality and sexuality (Lehtonen 2009) or gender and segregation (Haapala-Samuel 2010) in the field of education. However, EE as a special field is quite absent from these articles. However, the journal has published a special issue in gender issues and one of the articles focused on EE. This additional search resulted in one additional article in Finnish in addition to the prior search on EBSCO and Science Direct, since the journal *Sukupuolentutkimus* did not add to the results.

2.6 Findings

This chapter introduces the findings of the literature review. I introduce eight articles selected to the final sampling. The final sample for this paper is collected in List 1. Reviewed articles

List 1. Reviewed articles:

- Ahl, H. (2007). Sex business in the toy store: A narrative analysis of a teaching case. *Journal of Business Venturing*, 22, 673–693.
- Gupta, V. K., Goktan, A. B., & Gunay, G. (2014). Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective. *Journal of Business Venturing*, 29, 273–288.
- Hytti, U., & Heinonen, J. (2013). Heroic and humane entrepreneurs: Identity work in entrepreneurship education. *Education + Training*, 55(8), 886–898.
- Jones, S. (2014). Gendered discourses of entrepreneurship in UK higher education: The fictive entrepreneur and the fictive students. *International Small Business Journal*, 32(2), 237–258.
- Keskitalo-Foley, S., Komulainen, K., & Naskali, P. (2007). Yrittäjämинуuden sukupuoli koulutuksessa. *Kasvatus*, 38(2), 110–121.
- Knight, M. (2013). 'New markets must be conquered': Race, gender, and the embodiment of entrepreneurship within texts. *Canadian Geographer*, 57(3), 345–353.
- Komulainen, K., Korhonen, M., & Rätty, H. (2009). Risk-taking abilities for everyone? Finnish entrepreneurship education and the enterprising selves imagined by pupils. *Gender & Education*, 21(6), 631–649.
- Wilson, F., Marlino, D., & Kickul, J. (2004). Our entrepreneurial future: Examining the diverse attitudes and motivations of teens across gender and ethnic identity. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9(3), 177–197.

The articles in the sampling date back to a decade-long period (2004–2014) and geographically they cover the European and North-American continents. From these details, I could see that the subject of gendered issues in EE is quite new and, thus, the articles were produced quite recently. In addition, from the small sample I could draw a conclusion that the way the discussion of gender in EE is located could imply that there might be use for non-Western insights in the discussion, even though there are some intersectional takes in some of the articles. The articles were published in various business and entrepreneurship as well as educational journals. Thus, it can be concluded that the research on the theme is somewhat scattered.

It is noteworthy that the authors of the feminist branch of EE particularly focus on narrations, representation and discourses in entrepreneurship (education). In terms

of methods, the articles were practically unanimous using various texts from students (e.g. Hytti & Heinonen, 2013; Keskitalo-Foley, Komulainen & Naskali, 2007; Komulainen, Korhonen & Rätty, 2009), policy papers (Jones, 2014) and other narrations (Ahl, 2007) as data, while the analyses were made by using discourse, narrative and constructivist analysis. Two of the articles explored quantitative data. Analyzing discourses and constructions is most suitable for critical feminist research while quantitative research is a common way of obtaining students' feedback and, thus, gaining data concerning students' opinions.

The findings of the articles produced a convergent viewpoint to gender in EE. First, it can be concluded that the segregation between genders concerning entrepreneurship, entrepreneurial behavior and traits exists and it has implications to EE as well. All the articles confirmed this. For instance, opportunity evaluation is affected by stereotyped threat (Gupta et al., 2014) and in a similar vein; the construction of entrepreneurial self is gendered (Hytti & Heinonen, 2013). The growing ground for the gender bias can be found in discourses and constructions that are reasoned, replicated, realized and reinforced in everyday activities and narrations. Hytti and Heinonen (2013, 891) see differences between genders as they write:

Although we do not wish to overemphasise the divide between men and women in our programme and research materials, it became obvious that the identity construction and identity work processes are gendered. For the men, the heroic entrepreneur identity as such is acceptable and even self-evident, and something attainable following the acquisition of additional experience and required knowledge of entrepreneurship [...]. (Hytti & Heinonen, 2013, 891.)

Based on the findings, I must conclude that the entrepreneur in EE is in fact usually disembodied and this is because the ideal entrepreneur is usually seen as a male, whereas females do not fit the criteria. The entrepreneur is described with masculine attributes, which makes it easier for the males to benefit from EE, entrepreneurship training for instance (see e.g. Jones, 2014). In the eight articles the body is less pronounced as a term, whereas the gender is quite explicitly understood as at least partly socially constructed, having an impact on the way females identify themselves as entrepreneurs. However, if we see the body as a corporeal manifestation of the self, which includes gender, class, ethnic background,

etc., the body is featured in all the articles in this review. Ahl (2007, 690) makes a more explicit notion about the body stating:

Elsewhere, I conclude that the discourses drawn upon in the toy story are equally present in academic entrepreneurship research, and they have the same effect in reproducing women's secondary position in society. Research on gender and entrepreneurship typically assume that certain traits go with certain bodies, and that these traits have an explanatory power for business performance and growth. (Ahl, 2007, 690.)

As a practical implication, based on this notion it is possible to conclude that the body has significant meaning in terms of entrepreneurship and power. In the end, the impact of the disembodied entrepreneurs are seen in the working life. A news was published recently stating that vast majority of Finnish startup managers are men (Laitinen 2017). In the background of this development are various, but one way to decrease segregation between genders in the work market could be in taking a more critical viewpoint to entrepreneurship education in the future.

2.7 Discussion

As said, a significant amount of EE research is based on quantitative data in which gender is used as a background variable. These studies have produced valuable evidence that the different identities, such as the gender identity of a person, have an impact on entrepreneurial intention or self-efficacy. However, within the field of EE, it is also important to gain insight into how these differences are born and why they exist. This could be produced with qualitative research which asks how or why rather than what. EE as a field of research could benefit from critical research in general. Asking why is a way of questioning our existing stereotypes. It provides new viewpoints to issues we often take for granted.

In this study, I have aimed at reinforcing knowhow on how gendered bodies are seen in EE, and there are two conclusions I am able to draw from the results: 1) the entrepreneur is actually disembodied and as such most often seen as a male. The identity cannot be without the body, which makes gender an essential part of entrepreneurial identity as well, whether we speak about it or not. 2) The body is the corporeal manifestation of class, which also includes other classifications

besides gender, and it would be useful to study multiple inequalities and their impact on the EE.

There are also practical implications of EE research that emphasizes the meaning of gender. On one hand, by naming entrepreneurship programs for women or men, for instance, we might end up replicating or reinforcing segregating stereotypes. On the other hand, unless the gender is addressed, the entrepreneur might become male by default. It might not be enough to practice EE aimed for all genders alike, because the gender bias exists in social structures. Ahl (2007, 691) has some simple, readymade suggestions for distracting the existing situation. As an example, she simply proposes that 50% of heroic entrepreneurs would be presented as women in entrepreneurial narratives. She also encourages to produce new kind of narratives for male entrepreneurs who can at the same time be caring parents. (Ahl, 2007, 691.)

In the future, producing studies that would provide alternative viewpoints to EE would be needed. Hence, the future research could include studies that take into consideration some of the intersectional positions of the entrepreneurial identities or use different ways of gaining insights to EE. For future studies, it would be important not to forget about the body either.

References

- Ahl, H. (2007). Sex business in the toy store: A narrative analysis of a teaching case. *Journal of Business Venturing*, 22, 673–693.
- Ahl, H., & Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: Advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5), 543–562.
- Baumeister, R.F., & Leary, M.R. (1997). Writing narrative literature reviews. *Review of general psychology*, 1(3), 311–320.
- Berglund, K. (2013). Fighting against all odds: Entrepreneurship education as employability training. *Ephemera: theory & politics in organization*, 13(4), 717–735.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble*. New York: Routledge.
- Butler, J. (2006). *Hankala sukupuoli. Feminismi ja identiteetin kumous*. Helsinki: Gaudeamus.
- Crenshaw, K. (2016, March 17). On Intersectionality Keynote – WOW 2016. Women of the World Festival. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=-DW4HLgYPIA>
- Gregory, D., Johnston, R., Pratt, G., Watts, M., & Whatmore, S. (2009). *The dictionary of human geography*. West Sussex: Wiley-Blackwell.

- de Bouvier, S. (2009). *Toinen sukupuoli. Osa I*. Helsinki: Tammi.
- do Mar Pereira, M. (2012). 'Feminist theory is proper knowledge, but ...': *The status of feminist scholarship in the academy. Feminist Theory, 13*(3), 283–303.
- Duval-Couetil, N., Gotch, C. M., & Yi, S. (2014). The characteristics and motivations of contemporary entrepreneurship students. *Journal of Education for Business, 89*(8), 441–449.
- Farhangmehr, M., Goncalves, P., & Sarmiento, M. (2016). Predicting entrepreneurial motivation among university students. *Education + Training, 58*(7), 861–881.
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: Creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews, 4*(3), 233–269.
- Gordon, T. (2001). Johdanto. In M. Nikunen, T. Gordon, S. Kivimäki & R. Pirinen (Eds.), *Nainen / naisuus / naisellisuus*. (p. 8–18). Tampere: Tampere University Press.
- Griffin, G., Hennessy, R., Jackson, S. & Roseneil, S. (2000). *Editorial. Feminist Theory, 1*(1), 5–9.
- Gupta, V. K., Goktan, A. B., & Gunay, G. (2014). Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective. *Journal of Business Venturing, 29*, 273–288.
- Haapala-Samuel, A. (2010). ”Tällä aiheella ei mua satuteta.” Ammattiin opiskelevat ainokaiset naiset puhuvat seksismistä. *Kasvatus, 41*(3), 252–262.
- Hilpelä, J. (2010). Yksilöllisyys ja yhteisöllisyys. *Kasvatus, 41*(3), 209–213.
- Hytti, U., & Heinonen, J. (2013). Heroic and humane entrepreneurs: Identity work in entrepreneurship education. *Education + Training, 55*(8), 886–898.
- Hyvärinen, H. (2017). *Taantuuko tasa-arvo?* Aikalainen. Retrieved from <http://aikalainen.uta.fi/2017/01/27/taantuuko-tasa-arvo/>
- Hägg, O. (2011). *Yrittäjyysvalmennus ja yrittäjäidentiteetti*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.
- Hägg, O., & Peltonen, K. (2014). Towards a conceptual understanding of entrepreneurial pedagogy. *Yrittäjyyskasvatuksen aikakauskirja, 1*(2013), 21–44.
- Laitinen, J. (2017). Startup-yritysten ylin johto: Naisia vain neljä sadasta. Karjalainen. Retrieved from <https://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/kotimaa/item/149054-startup-yritysten-ylin-johto-naisia-vain-neljae-sadasta>.
- Lehdonvirta, V. (2013). The Helsinki Spring: An essay on entrepreneurship and cultural change. *Research on Finnish Society, 6*(2013), 25–28.
- Lehtonen, J. (2009). Ei-heteroseksuaaliset nuoret, koulutuksen keskeyttäminen ja heteronormatiivisuus. *Kasvatus 40*(5), 465–474.
- Lovell, T. (2000). Thinking feminism. *Feminist Theory, 1*(1), 11–32.
- Joensuu, S., Viljamaa, A., Varamäki, E., & Tornikoski, E. (2013). Development of entrepreneurial intention in higher education and the effect of gender a latent growth curve analysis. *Education + Training, 55*(8), 781–803.
- Jones, S. (2014). Gendered discourses of entrepreneurship in UK higher education: The fictive entrepreneur and the fictive students. *International small business journal, 32*(2), 237–258.

- Keskitalo-Foley, S., Komulainen, K. & Naskali, P. (2007). Yrittäjämинуuden sukupuoli koulutuksessa. *Kasvatus*, 38(2), 110–121.
- Knight, M. (2013). 'New markets must be conquered': Race, gender, and the embodiment of entrepreneurship within texts. *Canadian Geographer*, 57(3), 345–353.
- Komulainen, K., Korhonen, M. & Rätty, H. (2009). Risk-taking abilities for everyone? Finnish entrepreneurship education and the enterprising selves imagined by pupils. *Gender and Education*, 21(6), 631 – 649.
- Kyrö, P. (2001). Yrittäjyyskasvatuksen pedagogisia lähtökohtia pohtimassa. *Aikuiskasvatus: Aikuiskasvatustieteellinen aikakauslehti*, 21(2), 92–101.
- Ministry of Economic Affairs. (2017). Kasvun agenda. Yritysten menestyksestä työtä ja toimeentuloa. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, 11/2017.
- MTV. (2016). Slush-ahdistelutapaukset suututtavat tapahtuman naiskävijöitä – "Siellä oli meneillään Taharruslush". Retrieved from <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/slush-ahdistelutapaukset-suututtavat-tapahtuman-naiskavijoita-siella-oli-meneillaan-taharruslush/6199856>
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K., & Powell, B. C. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *International Journal of Management Education (Elsevier Science)*, 12(3), 561–570.
- Suomen yrittäjät. (2017). Pk-yritysbarometri 1/2017. Retrieved from <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/tutkimukset/pk-yritysbarometrit/pk-yritysbarometri-12017-549090>
- Tarling, C., Jones, P., & Murphy, L. (2016). Influence of early exposure to family business experience on developing entrepreneurs. *Education + Training*, 58(7), 733–750.
- Valliere, D. (2014). An Effectuation Measure of Entrepreneurial Intent. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169 131–142.
- Vassallo, T., Levy, E., Madansky, M., Mickell, H., Porter, B., Leas, M., & Oberweis, J. (2017). Elephant in the valley. Women in Tech. Stanford University. Retrieved from <https://www.elephantinthevalley.com/>
- Viljamaa, A., Varamäki, E., & Joensuu, S. (2014). Yrittäjyysaikomusten muutos ja aikomusten yhteys käyttäytymiseen valmistumisen jälkeen. *Liiketaloudellinen aikakauskirja*, 63. 211–232.
- Westhead, P., & Solesvik, M. Z. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit? *International Small Business Journal*, 34(8), 979–1003.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 31(3), 387–406.
- Wilson, F., Marlino, D., & Kickul, J. (2004). Our entrepreneurial future: Examining the diverse attitudes and motivations of teens across gender and ethnic identity. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9(3), 177–197.
- Woodward, K. (1997). Introduction. In K. Woodward (Ed.), *Identity and Difference*. London: Sage Publications. 65–67.

Yang, J. (2013). The theory of planned behavior and prediction of entrepreneurial intention among Chinese undergraduates. *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 41(3), 367–376.

3 Learning technology entrepreneurship via step-by-step deepening collaboration

Juha Saukkonen

University of Applied Sciences, Jyväskylä

Abstract

The research paper aims at shedding light on a new educational set-up in the International Business-program at JAMK' School of Business in Jyväskylä, Finland, that introduced in Fall 2016 a new curriculum for 2nd year of BBA-studies. The new curriculum has as a central concept Academic Tracks, i.e. specialization programs - one of them being the track titled "Tech Business and Future Foresight", that the author of the paper was responsible for. The track in questions aimed at 1) conceptual learning via traditional teaching- and workshop-based action 2) application of learning to real-life context via project assignments from start-up technology companies from the local incubator 3) Thesis work, assigned research and development work done in the given context, in majority of cases for the same companies as in phase 2.

Via students' own reflection of their learning and feedback of the entrepreneur collaborators the learning impacts of different phases were studied. The results show that different forms of Enterprise-Education (E-E) activities spread across the academic year support each other in what comes to reaching the ILOs set for the program. However, different forms of E-E emphasize different skills.

Keywords: curriculum employability entrepreneurship, learning, projects, self-efficacy

3.1 Introduction

The importance of the new educational practice and of this research paper lies in the very nature of start-up businesses and the job market of today (and future?). Firstly, startup companies are in most cases born global – having global opportunity but also meeting global competition – so they have the most urging needs to tap into the international talent pool of young students. Secondly, startup companies

are chronically short of resources compared to their opportunities and challenges they face as well as to the pace of development they should reach. Thirdly, startup companies are the main engine of net job growth, so the employability of graduating students into startup should be enhanced for societal benefit.

In order to address the needs for deepened and more impactful Enterprise-Education cooperation and enhance the employability of future graduates, the International Business – undergraduate program at JAMK University of Applied Sciences introduced a new curriculum model in 2016. The key change to earlier model was to start the specialization of the students already at their second year of studies and create opportunities for students and faculty to collaborate more widely and deeply with the business community in the chosen fields of specialization options.

In figure 1 the schematic model of the new curriculum is introduced. This research focuses on the 2nd year of studies as a unit of analysis.

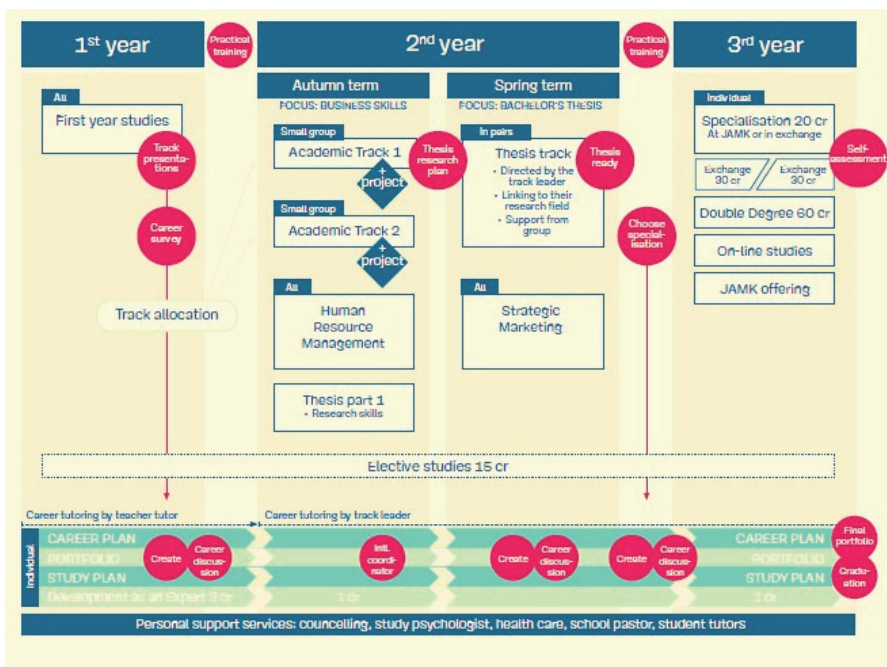


Figure 1. The program curriculum with Academic Tracks in the 2nd year.

The new curriculum has as a central concept Academic Tracks, i.e. specialization programmes – one of them being the track titled “Tech Business and Future Foresight” (later in this paper Tech Business for fluency), that the author of the paper was responsible for. The track in questions aimed at:

1. Conceptual learning via traditional teaching- and workshop-based action (fall term, 2,5 months)
2. Application of learning to real-life context via project assignments from start-up technology companies from the local incubator (fall term, 2,5 months)
3. Thesis work, assigned research and development work done in the given context (in majority of cases for the same companies as in the stage 2. spring term, 4 months).

The new Tech Business track did not start from a clean slate. The program had earlier had an optional full-semester specialization course of High Tech Management that had contained both traditional teaching modules as well as corporate interaction in form of project work. Earlier studies (Saukkonen, 2013; Saukkonen, Nukari, Ballard & Levie, 2015) has shown that both the project-based learning as well as close E-E interaction had had positive impacts to the self-assessed capability building and self-efficacy over standard courses. However, in the new setup the true research element of thesis work was added and the entity was moved 1-2 years earlier in the curriculum, as the optional predecessor course was available for 3rd and 4th year students. Thus the need to understand the learning processes and outcomes of the new curriculum emerged.

Another important factor was the strong commitment in the program in question to Intended Learning Outcomes (ILOs) as an important tool of program level (PILOs = Program’s intended learning outcomes) and course level (CILOs = Courses’ ILOs) planning and evaluation. In 2016 the program published its 8 ILOs (see List 1), combinations of which create a planned set of ILOs for each course, project and track in the curriculum.

Knowledge and Understanding (KU)

Upon the completion of the programme a student is able to

- *Employ* theoretical and conceptual knowledge to *identify* and *analyze* business problems in global contexts. (KU1)
- *Identify and place into practice* information-based decision making approaches to business and managerial problems. (KU2)

Intellectual Skills (IS): Information Management in Business

Upon the completion of the programme a student is able to

- *gather, analyse, and evaluate* business data and information and *transform* empirical data into useful and actionable information (IS1)
- *interpret* and *analyse* complex business issues from multiple perspectives and *critically review* academic literature and other relevant information sources (IS2)

Practical Skills (PS): Intercultural Competency

Upon the completion of the programme a student is able to

- *apply* proven theoretical and conceptual knowledge of global business challenges in multicultural contexts. (PS1)
- *operate* effectively within a multicultural team environment *demonstrating* team-building and intercultural communication skills. (PS2)

Transferable Skills (TS): Intercultural Communication in Business

Upon the completion of the programme a student *is able* to

- *communicate* effectively in English in oral, written and electronic formats *using* communication and information technology for business applications, and is able *prepare* and *present* reports. (TS1)
- *exercise* initiative and *take* personal responsibility for one's own work in terms of timeliness, professional behaviour, personal motivation and planning skills. (TS2)

List 1. The PILOs of JAMK's International Business-program.

The academic track in question has as units of assessment its CILOs all PILOs but TS2, the project related to the track contained PILOs IS1, IS2, PS2, TS1 and TS2. This narrowing of CILOs aimed at students being able to focus on the practical applied work as assigned by companies and leave the more theoretical approaches to the Thesis phase.

The research objective in short was to see the learning effects that the multi-phased specialization track has overall as well as to understand how the phases added on or supported the learnings from other phases – both against ILOs as well as in students’ more free format reflections of learning.

Figure 2 shows the learning phases attached to the learning process of the Tech Business track in the timeline of the academic year.

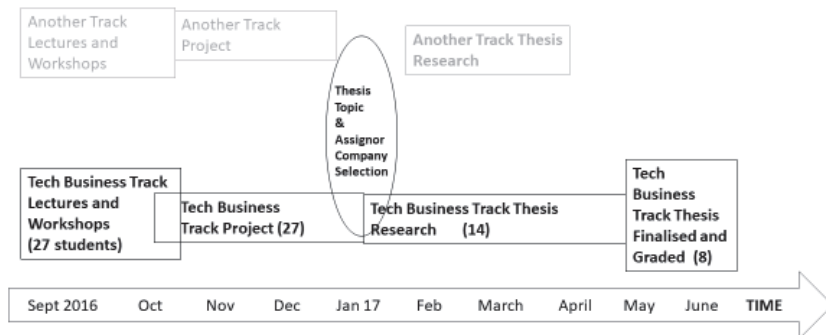


Figure 2. The sequence of actions in the studied time period in studies.

3.2 Literature review

Education in and for entrepreneurship – The basic rationale

Institution of higher education, often referred to with the abbreviation of HEI, are given numerous tasks and expectations to fulfill. A Shapiro (2009) argues that these forces have made a modern university to evolve into a multifaceted organization with complex connections to government, business and the community. Fostering entrepreneurship (in skills and mindset) is one of the issue areas that societies have increasingly added to the “wish list” for HEIs. The concept of “entrepreneurial university” has expanded from creating new enterprises by students and faculty members and disseminating knowledge and technology to entrepreneurs towards a more holistic and wider term impact: enhancing entrepreneurship capital and

facilitating behavior to prosper in an entrepreneurial society. (Audretsch, 2014) This request has often been made very explicit. In the UK one of the government's key economic and educational objectives is to help secure a skilled productive workforce able to act in an enterprising way (Department of Trade and Industry, 2000, 2001; Department of Trade and Industry/Department for Education and Employment, 2001). Jones and Ireland have worked on that concept and summarized what it means in the educational realities in HEIs, stating that partnerships between education and business (that the government encourages) are seen to offer opportunities to make education more relevant to life and work. It does so by raising standards and levels of attainment and raising enterprise awareness and business understanding amongst teachers and students. The more long-term aim is to develop advice and counselling so that individuals are better placed to build on and use their skills (e.g. in entrepreneurial field).

Stephenson and Yorke (2013) state that the new roles of HEIs involve a notably wider range of purposes than the original rationale of universities focusing on knowledge creation and distribution and intellectual skills. According to Stephenson and Yorke (*ibid.*) higher education should be judged by the extent to which it a) impacts the confidence and ability of students to take responsibility for their continuing development b) prepares students to be personally effective in their lives and work c) promotes the pursuit of excellence in developing, acquiring and applying knowledge and skill.

The societal need for entrepreneurial studies and practices matches well to the life goals of present student generations in (or soon coming in) in HEIs. Eisner (2005) pictured the then rising generation Z as the “so far most technically literate, educated, and ethnically diverse generation in history, and it tends to want intellectual challenge, needs to succeed, seeks those who will further its professional development, strives to make a difference, and measures its own success”. Mirroring these attributes against the aforementioned tasks given to entrepreneurship education there seems to be a potential bridging of the needs: Personal goals are likely to matter to Generation Y, as is performing meaningful work that better the world and working with committed co-workers with shared values.

The elements and practices in making E-E collaboration

The benefits of Enterprise-Education cooperation are quite well accepted and agreed on across societies and between different stakeholders in that process. The conceptual and practical ways to arrange the E-E vary a lot. Already in the 1980s Jamieson made a note that entrepreneurship education and E-e cooperation can take forms of (1) education about enterprise; (2) education for enterprise; and (3) education in enterprise.

In practice the action in E_E can be made e.g. of work placements, start-up simulations, research and consultancy projects, careers talks, business ideas generations. With all these arrangements enterprise educators aim to the same goal: to increase young people's awareness of the world of work including knowledge of small and medium-sized enterprises, the society of which they are a part and provide insight into entrepreneurship (Jones & Iredale, 2010).

There has been mixed results whether the need of society for increased entrepreneurship in volume and quality as well as success in entrepreneurial context have been achieved by entrepreneurship education. In individual studies (e.g. Oosterbek et al, 2010) there has even been a negative effect of students to start new ventures. Piperopoulos and Dimov (2015) conclude that nature of the entrepreneurship course creates a contextual frame for entrepreneurship that may work in either promotion or prevention terms. Coupled with students' self-efficacy beliefs, this frame can potentially strengthen or weaken their intentions for future entrepreneurial efforts. Examining the entrepreneurial intentions of students at two universities' entrepreneurship courses, Souitaris et al. found out that although the course taken increased the student's subjective norms and intentions, this was attributed to the 'inspirational' part of the course rather than the knowledge and the resources it provided (Souitaris, Zerbinati and Al-Laham, 2007). Additional difficulty in assessing the impact of learning is their long term of developing into (own) entrepreneurial effort. A realistic assessment of impact could be like the one by Casey et al. (2009) that a successful programs has "helped to support sharing and wide - spread learning opportunities in enterprise and entrepreneurship which could lead to increased entrepreneurial intent and activity in the future" .

The question does not seem to be all about the content of the entrepreneurial knowledge but also about the method of delivering it. Also the operational method

of knowledge creation should reflect the nature and strength of the HEI in question. Ying (2009) argues that “because of the differences in the orientation of institutions of higher learning and their aim of talent production, the cooperation of colleges should be different from that of research-oriented universities and higher vocational institutions”. According to field study by Ying, some models of university-enterprise cooperation, mainly including education-oriented model, research-oriented model, unification of teaching and service model, have been constructed and adopted”.

The context of this study is a Finnish (though with lots of international students) university of applied sciences, that should then following the Ying’s principle run programs and courses based on its mission and principles of relevancy of and for world of work, applied research and impact to the surrounding community. The Ying’s idea of combination of teaching (to students) and service in form of live projects (to assigning companies) seems to be suited for the context. Earlier knowledge also supports that setting. Quality in Business Education -project (QuBE) published in 2009 illustration of the synchronous vs. asynchronous human interaction and their effect on the level of student engagement. According to this approach (Figure 3), live projects create highest level of engagement for students at the high touch – end of the spectrum.

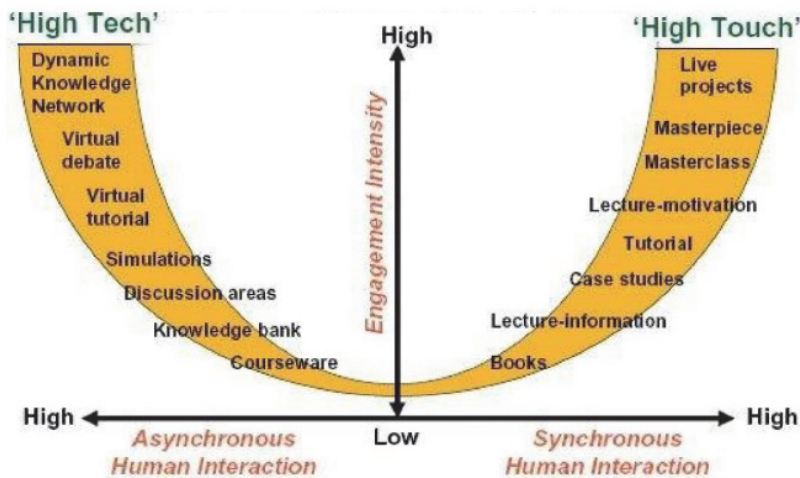


Figure 3. The synchronous vs. asynchronous human interaction.

Earlier studies in the same environment (Saukkonen, 2014; Saukkonen et al., 2016) have shown that the project-based learning modes are positively regarded by the students in what comes to their self-assessed learning achievements and motivation. The learning arrangements where students and startup entrepreneurs share the same sessions and collaborate in business planning, research and development for the entrepreneurs' businesses, seem to have a positive impact in learning skills and gaining knowledge of both parties.

Revisiting Jamieson's (1984) trichotomy, it can be said that a learning arrangement combining:

1. education about enterprise (the "traditional teaching & learning phase")
2. education for enterprise (networking with and working for real entrepreneurs in a short term project")
3. education in enterprise (making full semester assigned research in close cooperation with the enterprise) seems to be one that would create fertile ground for learning for all parties (student, enterprise, HEI).

3.3 Research approach and method

The primary data of the research consists of assessments of skills levels for the ILOs (Intended Learning Outcomes) reached throughout the Phases as well as verbal learning reflections (short narratives) written by students across the different Learning Phases; Teaching-based (Lectures and workshops/Project for assignor companies /Thesis research). ILOs for the learning track in question fall into categories of Knowledge & Understanding skills, Intellectual Skills, Practical Skills and Transferable skills – all bound to the context, i.e. to Technology Business.

The data were gathered between September of 2016 and May of 2017 using the online survey tools of Webropol-platform. The surveys to students – according to school university policy – were made anonymously, so only the people who had answered could be identified but linking the person and answers was not possible. The numerical answers are treated in this paper as averages in order to highlight the changes in learning experiences between stages. The qualitative data aims to the same goal – shedding light on how different phases in the learning path differ – via word maps compiled by Webropol-interface, that searches the keywords of the verbal narratives based on their frequency and shows how they join together in

the narratives. The word maps (see Figure 1 for conceptual model) are combined with researcher's interpretation of reading the narratives in detail and looking for patterns surging from the data for each phase of learning. Illustrative excerpts of the qualitative data are used in this short paper very cautiously due to limitations of time and space usable for them, to be worked on more in the future revisions for journal purposes.

The interpretations of the data gathered face some limitations due to the nature of the curriculum in two ways. As the case under study concerns one new specialization track inside a single undergraduate program, the sheer amount of respondents does not allow full scale statistical analysis, that can be first utilized once the track has been running for longer time and greater number of students have been "exposed" to it. Also the curriculum obliges all students to take simultaneously two specialization tracks that are both continued with a project work linked to the track topic, but naturally every student will only do in the next phase only one thesis research. This choice of track to be continued to the very end and commitment to thesis assignor (that often is the project owner in one of the two tracks the student chooses) limit the interest to the track left to the second importance and thus limits the likelihood to respond to learning surveys of the lower priority track. As a result of these factors, the sample sizes and compositions of respondent pools varied between the stages, so the results at this stage of data accumulation should be seen as indicative.

The numerical ILO assessments were done in four time points:

- in September 2017 the students assessed their Initial skill levels (later in this paper referred as T-1, as it refers to the knowledge gained prior to the study track in question) and the level of skill they want to achieve in the ILOs (T0, as it does not yet relate to the learning of the course but reflects the idea of learning targeted at start ("day zero"))
- In the end of October the students assessed their achievement: What level of skill was achieved in each ILO as the result of the "traditional" learning phase of the track, that consisted of lectures and workshops as a method of disseminating knowledge of the topic area of the track. Referred in the results as T1, since the results point to the learning occurred to the first real phase of track contents-

- In November/December, dependent on the closing date of the project, the project assignor companies assessed students' skill levels across a set of ILOs specifically set for the project work –phase of learning. That was the second phase in the learning track, thus that measurement point is referred to as T2. Students did not do the evaluation, as the project was given a separate grade solely based on assignors' ILO-evaluation, and the potential clash of opinions for this graded item was avoided (this solution gets reviewed later on in the discussion-chapter).
- The student who had continued their learning path in the Tech Business –track up to making a bachelor's thesis research on the field, assessed the ILO skill levels gained after the that third phase of learning (T3). This sample consisted of both students having completed their Thesis at the time as well as those still having work in progress.
- Separate to the ILO-based approach – the finalized thesis were assessed by two independent evaluators and reviewed by the faculty's thesis committee. This last (T4) measurement was added to the data to see if the skills possessed by students also get a manifestation in their more scientific/academic output compared to course- and project-based learning.

In the figure 4 the sequence of the measurements in relation to learning actions and phases taken place.

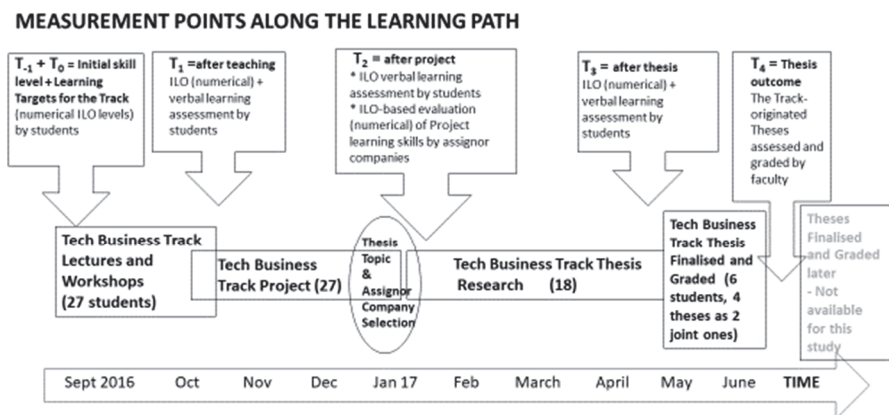


Figure 4. Track action and measurement sequence.

3.4 Results

The assessment on accumulation of learning throughout the stages happened in two ways.

Firstly, the students assessed (with a scale of 1 to 5) their initial level, targets and learning achievements against the ILOs set for the track phases. Also the project assignor companies participated to the assessment by grading the project work done by students using a template derived from the ILO set specifically selected for the Project phase of the track. The ILO-based assessments by companies were then converted into project grades by faculty weighing the ILOs in a pre-determined way. The weighing was informed to the students at the start of the project work both to the students and to the project-assigning companies.

Secondly, the students reflected their learning experiences and knowledge gained by short verbal narratives after each of the different steps of the learning process: teaching, projects and thesis research phases. In this section (page 52) overall summaries and illustrations of qualitative data are presented and differences between the phases are highlighted.

Table 1 below summarizes the evolution of students across different learning stages.

ILO achievement across Phases (numerical from 1 to 5)						
	T-1 = Initial Skill level possessed before the track	T0 = Skill (ILO) Targets by students for track	T1 = after teaching	T2 = after project (companies)	T3 = after Thesis	T4 = Thesis grades
ILO 1 = Knowledge and Understanding Skill 1 (employ theoretical and conceptual knowledge)	1,72	4,39	4,18		3,89	
ILO 2 = Knowledge and Understanding Skill 2 (information-based decision making)	1,83	4,61	4,27		4,11	
ILO 3 = Intellectual Skill 1 (collecting and analysing data)	1,67	4,39	4,18	4,42	4,33	
ILO 4 = Intellectual Skill 2 (interpreting and analysing business issues)	1,78	4,5	4,36	4,42	4,11	
ILO 5 = Practical Skill 1 (apply theoretical and conceptual knowledge for business challenges)	1,89	4,44	4,27		4,11	
ILO 6 = Practical Skill 2 (operating in teams across cultures)	2,83	4,72	4,64	4,26	4,56	
ILO 7 = Transferable Skill 1 (communicate and report effectively)	3,39	4,72	4,55	4,53	4,67	
ILO 8 = Transferable Skill 2 (show initiative and responsibility)				4,37		
Averages	2,16	4,54	4,35	4,41	4,25	4

Table 1. ILO-based skill evaluations across phases.

The findings show that significant learning impact can be achieved – at least when assessed by the learners – with this kind of short-term but intensive learning track. Impact seem to cover all ILOs targeted for the course. However, there are two additional remarks to be made that require attention for the further development of

the learning track. Firstly, the learners do not assess their skill levels going up (on the contrary the levels go down in some ILOs) after the first phase of learning based on traditional teaching by lectures, simulations and workshop. This can either indicate that 1) the content of the different learning phases repeat rather than build on the initial learnings 2) the later phases of learning are so special compared to the rest of the curriculum that the ILOs (originally decided just for the Phase 1) are not a good measurement for them or 3) that the students get more critical and demanding to themselves in terms of level of skills possessed when they learn more and more what the technology business really is (via projects and thesis research). The last interpretation gets support from earlier research by Saukkonen et al. (2016), where the entrepreneur participants of a joint start-up coaching program ranked themselves in skills clearly lower than their student peers of the program one year after the program. Being “exposed” to real-life demands can lead one to re-calibrate the scale; what seemed appropriate knowledge on the educational setting might not be enough (or is simplified) for real-life business development. Secondly, the evaluations from the external evaluators (project assignor companies and faculty) do not match the skills students report themselves to have. This might be a sign of over-criticality towards one’s own knowledge or the items of schoolwork being too far from the relevant ILOS. Discussing these differences would be beneficial to the development of students as to the improvements in both course contents and pedagogy.

3.5 Qualitative reflections of the learning from different phases of the learning process

In the qualitative part the students wrote a short narrative of their learning, answering the question set by the researcher, pointing to the learning specific to each learning phase under study.

The traditional teaching phase

The questions set for students after the first phase – 2 months traditional learning consisting of lectures, workshops and school-based assignments – were: “What are/were your key learnings of Tech Business and start-up activity arising from your action with and for the project companies? What new did you get to understand of the business challenges and opportunities in Tech Business via your project - as well as daily life and managerial work in them?”

The word maps summarizing the content of this T1 phase learning evaluations are shown below (Figure 5).



Figure 5. Word maps of learning experiences after Phase 1 (traditional teaching).

The concepts that students linked in their feedback to their learning and understanding of Tech Business understandably reflect to a big extent educational vocabulary (track, teaching, thesis, course, workshop) but the journey towards seeing the world from the entrepreneur angle has also commenced – e.g. the word map of technology-company-about-business –important. From the chosen brief excerpts below it can be seen that students’ learning was mostly of collecting toolbox for later phases, and there was an expressed need for even closer and exercised – or practiced in a real-life setting - look at those tools.

Excerpts of the narratives (positive tone):

“I think that technology business is not just about Tech Pioneer companies. That is larger and covers all the fields of human's life”

“The basics of technology business, a bunch of ideas and frameworks regarding start-ups and tech business solutions”

“We were taught a wide variety of ways to think, operate and plan for the future of business. It took into consideration many different elements such as culture, industry and focused on the emerging technologies which will be shaping the future world which we will work in”

Excerpts of the narratives (negative tone):

“Maybe, I needed more defined definitions for every process in the technology business, although it was mentioned, the technology sciences are quite young, so there is not only one approach to any concept or definition”

“I would only prefer more practice in tools implementation. For example, every tool could be asked to apply on a specific case. There have been such exercises, but it would be better to have it for every tool learnt. However, I understand that there is not so many time for it.”

The project work phase

The task given by the researcher for the qualitative part of the T2 assessment point (after the project work for companies was completed) was: “What are/were your key learnings of Tech Business and start-up activity arising from your action with and for the project companies? What new did you got to understand of the business challenges and opportunities in Tech Business via your project - as well as daily life and managerial work in them?”

The word maps summarizing the content of this T2 phase learning evaluations are shown below (Figure 6).



Figure 6. The word maps summarizing the content of T2 phase.

This phase, as could be anticipated, added the notions of market and ideas into the big picture of Tech Business held after previous phase. The application value of the learning for the parties involved was also visible in the word map made of words: useful-experience-great-companies as well as individual words of research and important coming in.

New words appearing since the previous point of measurement also included e.g. those of future, challenge and startup. The focus seems to be moving towards assignor companies and their opportunities/challenges, even though many learnings expressed still look at the doer (the student) instead of the deeds or results, as can be seen from narrative excerpts below. There is indication that students' self-

efficacy and -confidence grow in this kind of setup where students are clearly the project owners. The comments given also indicate the need to synchronize better or even run parallel the conceptual learning and the usage of the concepts, questioning the idea of the sequential learning track that assumes new modes can be built on earlier learned issues and tools. There also is raised a question of uniformity of learning experience, projects cannot be the same for all in demand level, assignor support and resourcing.

Excerpts of the narratives (positive tone):

“At first, it was exciting and overwhelming in terms of how to approach the customer. This required for me personally to overcome some modesty, and, thus, increased my confidence and self-esteem.”

“Possibility to extend the research into something bigger in the future, as well as to build long-term business relationships, strengthened the seriousness of my attitude towards the project and its implementation.”

Excerpts of the narratives (negative tone):

“It is a good base for hands-on and applicable studies, but maybe in the future I would like to see common get-togethers in the classroom with all the Entrepreneurs and students. The learning purposes were a bit of a mystery, because every project is very different.”

“All these theoretical concepts and models of looking on tech companies that we learnt during lectures were at some point useful, but mostly they were going somewhere in my long-term memory - i.e. maybe I will use them, but when - I don't know. And moreover, I may not even think about them when the practical matter come - so to me they were mostly useless - but I think, that's my own problem.”

The thesis research phase

The quest for reflection to be given right after or close to finalizing the thesis was given as follows: “What are/were your key learnings of Tech Business, Futures and start-up activity arising from your thesis work? What new did you get to understand of the business challenges and opportunities in Tech Business via your Thesis?”

The word maps summarizing the content of this T3 phase learning evaluations are shown below (Figure 7).



Figure 6. The word maps summarizing the content of T3 phase.

The word maps show that the tendency for the students was to describe less their own development and process and put more weight into the results achieved and applicable learning gained. Both the word maps as well as narratives show that students have adopted the phenomena of multi-faceted nature and ambiguity (reflected in words such as compare, multiple, various) of technology business. This varies notably of the positive feeling after the phase 1 (traditional teaching) where the general feeling was that right answers to challenges can be found and recognition of opportunities overruled obstacles related to the field of technology business.

Excerpts of the narratives (positive tone)

“Tech business is a living organism that is constantly growing and evolving; it is volatile, but also full of opportunities that many start-ups successfully seize”

“I used tools for business analysis, which helped me to place the product properly in the market and as a result to build a proper pricing model. General knowledge about Tech start-ups helped me a lot in my thesis process, because I knew how such organizations are working and how they solve problems that may occur. “

Excerpts of the narratives (negative tone)

“While most people who participated in the research process of my thesis were really interested towards new technologies, some serious issues were also pointed out. As technologies might give easy access to new kinds of data and services there are multiple aspects that should be always considered when it comes to using those technologies like legal issues.”

3.6 Conclusions

Results show that the general dynamics of a business sector can be taught in a short and intensive manner so that the learners feel an improved capability measured in ILO-achievements. Those learnings can to a large extent be utilized also in the real-life business context, as observed by the project-assigning companies. Furthermore, living in a close collaboration relationship with the companies in the field (via project and thesis-work) brings additional learning that is difficult to achieve inside the universities' internal context.

The results point out the relevant issues for entrepreneurial educators and ecosystems to consider when setting up new practices that aim at both student employability to novel companies and start-up development support. It also works as an evaluation and development basis for the program in the focus of the paper and adds to the earlier research on the value of project-based learning and joint learning and development experiences between (technology) business students and entrepreneurs.

To get a full picture of the learning effects and benefits to all parties in the kind of sequential learning track as in this case, the measurements from stage to stage should be used by all parties (student, companies, faculty) across the phases. The assessments of students' skills should use ILOs also when grading their achievements for the school purposes, since now the measurement by the faculty is based on the artefacts created (exams, reports, presentations) that reflect the ILOs but are not tightly linked into them.

3.7 Discussion, needs and ideas for further research

Since the implementation of the case – specialization track for the 2nd year undergrad students was the first one of its kind, the amount of students and thus observations are still limited in number. The learning track needs to run for several years to allow true quantitative study on the subject. Meanwhile qualitative approach to understand the dynamics of learning needs deeper approach. The narratives do not reveal the cause and effect relationships as well as in-depth interviews. The varying numbers of respondents per measurement should be collected from all categories of students; from those ones who commit to the track and continue to the very end of it but also for those who abandon the track and continue to the other track (on other topic area) they started as the same time. This would reveal the dispelling factors of the track.

The big and challenging theme for research and development would be extending the ILO-based assessment to all phases of learning in a transparent manner. For the purposes of this research the numerical ILO-assessments were independent to the grading of the students output, that had their own criteria (except in the case of the project work assessed by assignor companies). Deconstructing items such as exams and group tasks into individual ILOs and then compiling again an ILO-based grade for the course or thesis research seems a challenging task that is likely to need testing and evaluation as a separate project.

References

- Audretsch, D. B. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *The Journal of Technology Transfer*, 39(3), 313–321
- Carey, C., Smith, K., & Martin, L. M. (2009). Cross-university enterprise education collaboration as a community of practice. *Education+ Training*, 51(8/9), 696–706.

- Department of trade and industry (2000), *Excellence and opportunity – A science and innovation policy for the 21st century, White Paper*, Cm 4814, London: The Stationery Office.
- Department of Trade and Industry (2001), *Productivity in the UK: Enterprise and the productivity challenge*. London: HMSO.
- Department of trade and industry/department for education and employment (2001), *Opportunity for all in a world of change: A White Paper on Enterprise, Skills and Innovation*, Cm 5052, HMSO, London
- Eisner, S. P. (2005). Managing generation Y. *SAM Advanced Management Journal*, 70(4), 4.
- In Watts, A.G. and Moran, P. (Eds). Jamieson, I. (1984). Education for enterprise. 19–27, CRAC, Ballinger, Cambridge.
- Jones, B., & Iredale, N. (2010). Enterprise education as pedagogy. *Education+ training*, 52(1), 7–19.
- Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European economic review*, 54(3), 442–454.
- QuBE (2009). High-Tech High Touch Combination and Student Engagement Intensity. Retrieved from <http://www.qube.ac.uk/QuBE/toolbox/think/think2>.
- Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015). Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970 – 985.
- Saukkonen, J. (2014): Effects of project-based learning in education-enterprise collaboration to learning experience and student engagement. Finnish Business Review. Retrieved from: <http://verkkoledet.jamk.fi/finnish-business-review/2014/12/16/effects-of-project-based-learning-in-education-enterprise-collaboration-to-learning-experience-and-student-engagement/>
- Saukkonen, J., Nukari, J., Ballard, S., & Levie, J. (2016). Start-up entrepreneurs and university students in a co-learning mode: Learning effects of a collaborative entrepreneurial coaching programme. *Industry and Higher Education*, 30(3), 224–238.
- Souitaris, V., Zerbinati, S. and Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22: 566–591.
- Shapiro, H. T. (2009). *A larger sense of purpose: Higher education and society*. Princeton University Press
- Ying, C. H. E. N. (2009). An Investigation of College-Enterprise Cooperation Model for Application-oriented Colleges and Universities [J]. *Journal of Higher Education Management*, 6, (0-15).

4 University level entrepreneurship education – Balancing of academic rigor and relevance with the realities of entrepreneurship

Veikko Seppänen, Irina Atkova, Anne Keränen, Pauliina Ulkuniemi & Petri Ahokangas

University of Oulu

Abstract

Entrepreneurship education has become important also in higher education institutions, but its scope and implementation may vary a lot. Especially in multidisciplinary universities, it is obvious that students from non-business disciplines are interested in and should strengthen their knowledge and skills related to entrepreneurship, which will also foster the school's impact on its environment. This involves not only support for new research-based start-ups, but also renewal of businesses in general. However, in addition to relevant skills, rigorous knowledge should be offered, as well as views to the reality of enterprises. What would be the most effective approach to implement entrepreneurship education includes also the question of the proper target audience. Should it be targeted to selected or all students and interested research scientists as well? Moreover, should it be implemented as a separate learning module or be embedded in other disciplines? This paper addresses experiences in developing entrepreneurship education at the multi-disciplinary University of Oulu, which resulted in a study package that consists of scientific knowledge of entrepreneurship associated not only with relevant topics, but also with real-life business cases.

Keywords: business hubs, curriculum development, education, entrepreneurship, minor studies

4.1 Entrepreneurship education at higher education institutions

“The entrepreneurial mystique? It’s not magic, it’s not mysterious, and it has nothing to do with the genes.

It’s a discipline. And, like any discipline, it can be learned” Drucker, 1985

Entrepreneurship education has become an important topic in higher education institutions (HEIs) globally, but there are quite many approaches to implement it. This is on one hand a consequence of educational developments over a longer period of time, cf. for example Kuratko (2005) and Wilson et al. (2009). On the other hand, the scope of education requested and provided has in practice varied from entire institutions focusing exclusively on entrepreneurship, cf. Babson College (<http://www.babson.edu/Pages/default.aspx>), to dedicated programs and modules of mere individual courses providing some basic understanding. Moreover, it has not always been a straightforward to resolve how to manage and develop further the chosen educational approaches. Quoting Lilischkis et al. (2015): “[U]niversities perform a wealth of approaches to entrepreneurship education (EE). However, impediments to develop EE further remain.”

Volkman and Bischoff (2015) discuss a recent study of entrepreneurship education across Europe, including altogether twenty qualitative case studies of HEIs, of which three were pilot case studies and seventeen were follow-up case studies. One of the cases was Tampere University of Applied Sciences in Finland. Their main findings were as follows. Heterogeneity of entrepreneurship education with regard to its length, comprehensiveness in terms of the breadth of curricular and extra-curricular activities, inter-disciplinary view as far as diffusion into faculties and target groups is concerned, internal anchoring especially what comes to the support of university management and actual student demand, and co-operation with external stakeholders varies.

These results can be linked to the historical development of the entrepreneurship education. Entrepreneurship education began to take root in business schools in the early 1970s. By the early 1980 already over 300 universities were running courses in entrepreneurship and small business (Katz, 2003). Various entrepreneurship programs developed at the business schools emphasized *scientific rigor*, focusing on the understanding of different theories that explain entrepreneurial behaviors and phenomena. However, attention has also been paid to the impact of scientifically-driven entrepreneurship education on the real-life businesses (Kirby, 2006). In this vein, Charney and Libecap (2000) found that students exposed to the entrepreneurship education are more likely to start-up new ventures, become self-employed and be more successful in case of pursuing traditional career paths.

Given the peculiarities of the historical development, it is not surprising that currently most of the entrepreneurship-related programs are located in colleges or business schools. Yet, as Winkel et al. (2013) warn, it can preclude entrepreneurship programs to cross disciplinary boundaries, as business schools increasingly tend to be specialized in certain functional areas, be it marketing, finance, human resources, etc. This can partially explain the emergence of entrepreneurship education in the technical universities (Streeter & Jaquette, 2004) promoting commercialization of technical innovations. Most of the related programs have been *entrepreneurial relevance* driven, aiming at providing business and entrepreneurship skills thought to be needed in practice.

The importance of infusing entrepreneurship education in other non-business programs has been increasingly acknowledged (Laukkanen, 2000; Streeter & Jaquette, 2004). Streeter and Jaquette (2004) emphasize that there is demand and interest in entrepreneurship education outside of the business school in such areas as science and the arts. It can partially be attributed, among others, to the positive influence of entrepreneurship education on innovation and self-employment (Kuckertz, 2013). Additionally, it provides an opportunity to learn and network not only inside but also outside of the classroom (Solomon et al., 2002). Consequently, entrepreneurship education is being developed within education, sociology and humanities, aiming at understanding *entrepreneurial realities* for providing e.g., future teachers skills about entrepreneurship.

Today, many entrepreneurial education programs blend the elements of scientific rigor, entrepreneurial relevance and entrepreneurial realities to support, among others, the development of an education institution as a whole and to nurture business ecosystems and infrastructures on a wider societal scale – often also in connection with regional or joint domestic agendas and networks. Also, in many cases successful entrepreneurs' support back to their universities plays an important role in the funding of the universities. In summary, it has become more and more important for multidisciplinary HEIs to ensure that students from various non-business disciplines are equipped with entrepreneurship skills, to strengthen their employability and to foster the school's impact on the surrounding environment. In connection with the emerging interest in start-ups and new businesses, there have indeed been considerable developments in entrepreneurship skills building. Different kinds of start-up incubators and infrastructures to support businesses arising from research have become popular extra-curricular activities.

4.2 Starting point and needs

Despite of the many developments it is often somewhat unclear, what would be the most effective strategy to implement entrepreneurship education in multi-disciplinary HEIs. For example, who should be the main targets of entrepreneurship education – interested students or everyone from freshmen to scientists aiming at making business out of their research results? Another crucial question is whether the entrepreneurship education should be implemented as a separate learning module or be embedded within the main disciplines of the students. The intended learning goals and outcomes may for these questions become quite blurred.

In the following we will present, analyze and discuss our experiences in developing entrepreneurship education at the multi-disciplinary University of Oulu, based on a rather long but quite scattered earlier educational efforts and a concern to “do something”. In short, there had been several different efforts at least from the early nineties in the form of distinct courses and one part-time professorship devoted to entrepreneurship. These were stemming from and related to the management and commercialization of technical innovations. Moreover, at least one attempt had been made later in the nineties to pull together a set of entrepreneurship courses by the Faculty of Economics, but actually quite much related to more general business management and in part corporate law topics, and not directly associated with any research on entrepreneurship. Both of the mentioned had faded away, and basically only one or two courses were left in the Business School of the university, in addition to some special entrepreneurship related activities carried out, for example, by the Faculty of Education and Department of Industrial Engineering. In other words, there was obviously no widely common foundation for the development of an entrepreneurship related curriculum at the university.

However, the status and needs of entrepreneurship education in the HEIs of the Oulu region had been evaluated some years earlier and were reported in Harvio (2007). At that time as many as 78% of the participants of her study considered entrepreneurship education important in several different study disciplines. Still, there was a concern regarding the interest of students in the topic during their studies, as opposed to afterwards, when at least some of them had been exposed to entrepreneurship. Moreover, connections to particular industries and business domains from entrepreneurship education were seen to be rather weak, indicating

that the realities of establishing and running of enterprises had not been considered as a driving factor in the education.

Yet, such reservations against entrepreneurship as what, for example, Volkmann and Bischoff (2015) found out in their study a few years later, including entrepreneurship seen as too much profit-oriented and conflicting with the neutrality and independence of science, were not found in Harvio (2007). These would have also meant, for example, that entrepreneurship would not have been considered as a scientific or theoretical topic, but as a practical field, and that different study disciplines would have had quite different views regarding the importance of the subject.

Concerns in Harvio (2007) related to students' interest may be traced to the question, if they preferred becoming and being employees rather than self-employed business persons or company owners. Moreover, blended learning concerns were also raised related to business domains and practices, whereas the problem of centralized or distributed entrepreneurship education responsibility was not directly addressed. The results show, however, that the actual situation was much the latter, no responsibility for entrepreneurship education was attained, and there were no remarkably strong requests for the business domain or practice related education either.

Referring to the evaluation of the impact of entrepreneurship education – or vice versa to the goals set for it, cf. for example Favolle et al. (2006) and Von Graevenitz et al. (2010), no other indications were found in Harvio (2007) than it was seen as “useful”. Although this is perhaps a nuance, it is worth mentioning in contrast with the very special and strategic high-technology profile that had emerged in the region, and that had been made visible and supported also by many educational activities in the Oulu region, cf. (Simonen et al., 2016), we have lacked larger-scale, focused entrepreneurship education. Except “sales, internationalization, exports” and “growth” kinds of phrases, no special aims or criteria had been put forward towards the impact of entrepreneurship education in the Oulu region, according to Harvio (2007).

4.3 Development of an entrepreneurship education package

Development of entrepreneurship education at the University of Oulu took altogether about two years, starting from Spring 2015, and resulted most visibly in a study package available quite widely, for the university's all faculties and the joint doctoral school, as well as through the open university.

Roots of the development work

Initially, the development had started a few years earlier focusing predominantly on the entrepreneurship realities. As part of regional innovation collaboration, new business incubation activities had been launched in which university students were involved mainly in resolving innovation-driven problems for external parties. In 2011, the University of Oulu together with the Oulu University of Applied Sciences and with the help of the City of Oulu had established a start-up and new business hub called the Business Kitchen (<https://www.businesskitchen.fi/>), in order to get the universities to the start-up arena, where some others already had operated. Although education-oriented activities were not in the original focus of the Business Kitchen, several consultative and educational concepts emerged, in practice. In particular, the Oulu University of Applied Sciences established what they called Labs, learning by doing oriented team setups, and the so called Academy program in which students could establish new businesses in connection with their studies (<http://www.oamk.fi/fi/koulutus/opiskelu-ja-elama/terwa-akatemia>).

Moreover, both universities started to take part in the Demola network (<https://www.demola.net/>), which is an innovation-oriented collaboration format for students to earn credit points by producing new solutions to external clients, and thereby possibly also creating new businesses of their own. At first Demola projects were integrated at the University of Oulu into individual students' personal study plans in an ad hoc manner and the respective study credits were agreed case by case, which illustrates well the gap between discipline-based curricula and something considered as extra-curricular activities. The Oulu University of Applied Sciences was visibly more prepared to modify and even create new curricula based on the mentioned entrepreneurship related activities.

The legacy of entrepreneurship education at the University of Oulu, including both the innovation-oriented earliest activities and the subsequent offerings went much unnoticed. Overall, it may be fair to state that neither education nor research on entrepreneurship was much in the core of these activities at the university side – as opposed to skills and realities of entrepreneurship. The entrepreneurship training was more based on the opportunity recognized within the Business Kitchen activities than a wider-scale interest across the university’s many faculties as a whole.

Piloting of the entrepreneurship education

Maybe because of the lack of any existing entrepreneurship degree program at the university and the concern to offer entrepreneurship education across disciplines and faculties. It was the Centre for supplementary studies of the university (Topik) which established a pilot study package on entrepreneurship after few years of the Business Kitchen and Demola types of activities. There was clearly room for addressing the topic again and Topik had the authority and possibility to grasp it. Moreover, there were direct links at the level of individual responsible teachers of Topik and Business Kitchen people, as well as an association with executive education, which was somewhat related and pretty much “discipline-free”. From the beginning, Topik aimed at offering the entrepreneurship education to the university students, not to external parties.

The initial 25 ECTS credit points study package was named “Working life and entrepreneurship skills”, reflecting its intended goals. The individual 5 ECTS modules were coded to Topik, as opposed to any faculty, and included the following:

- 910001S Working Life and Studies
- 910002S Toward Entrepreneurial Mindsets
- 910003S Building Business through Creativity and Collaboration
- 910004S Turning Opportunities to Business
- 910005S Entrepreneurial Field Project.

The last of these, the entrepreneurial field project, was organized through Demola collaboration and the project comprised “facilitated and supported real-life problem definition, data collection, problem solving, implementation and communication”

(<https://www.demola.net/>). For doctoral students it was possible to bring their own problems or challenges to the course.

The study package raised quite much interest, but it was not financially self-sustainable. Moreover, the students took in practice whatever courses they preferred according to their own schedules. They also arranged by themselves how to make use of the earned credits in their studies in different study programs and for different degrees.

Team-based study package development

Next, the Business School that was involved in implementing the pilot study package, initiated a further development project to address entrepreneurship education needs across faculties, disciplines and student groups, to elaborate the existing educational contents further, as well as to identify a baseline among domestic and selected foreign entrepreneurship curricula.

There was, however, a discussion whether this would belong to the newly established innovation, entrepreneurship and industrial collaboration service unit of the university, and what would be the role of Topik in the future. In other words, responsibilities regarding, who would take the lead in organizing and implementing entrepreneurship studies, were not clear. This illustrates also well the different views with regard to entrepreneurship education. In practice, a development team was established, that was led by the Business School, but in which people from the other mentioned units also participated. Planning and discussions on how to develop the study package further continued for several months, and resulted into a revised study package consisting of six different modules, in which knowledge of entrepreneurship was associated with a set of practical assignments and activities in the context of the Business Kitchen start-up infrastructure.

We carried out a desk review of entrepreneurship education in Finnish HEIs, including 10 universities and 11 universities of applied sciences. Babson College and the Copenhagen Business School were chosen from the foreign institutions to the desk review, keeping in mind that with the former a collaboration agreement regarding entrepreneurship education was signed in 2016. The following topics were found to be addressed and learning methods used:

- Orientation: Culture and dimensions of entrepreneurship, including "basics" and "essence" of entrepreneurship; Opportunity building and success factors; Theory of entrepreneurship
- Business competence creation: Generic economics and business management topics; Market-specific and domain-specific topics; (Open) innovation, creativity, idea management and knowledge creation; International business; Strategy and growth; Markets, marketing and market entry; Supply chains; Business intelligence and foresight; Finance; Accounting; Business planning; Leadership; Legal issues and IPR; Sustainability in business Tools for technology use; Product management; New product development
- Seminars: Open format, events and "Business weeks"; Traditional study seminars; Few directly business-driven events;
- Theses: No special formats or requirements; No team-based assignments
- Emerging and special issues: Research topics including literature studies; Other "advanced issues"; Co-operative business; E-business, Social entrepreneurship; Family business; Domain/market/country specific businesses; Corporate entrepreneurship; Consultancy business; Technology-based new businesses; Entrepreneurship environments
- Field work: Individual assignments and case studies; Company given project; Team-based assignments; "Working ", "studio" and "seminar" modules; Very few business games and actual business execution exercises; New venture labs often separate; Hackatons and alike mainly missing
- Learning methods: Plenty of courses and individual reading; Not much blended or e-learning; Project and field work assignments play a role, but are not in the center
- Other findings: Research is not visible as a foundation for selected topics except emerging issues and literature studies; Not much about practicalities in establishing a new company or business; Something on consultancy and self-employed professionals, but almost nothing special on micro-enterprises; External business experts used quite extensively, but business mentors and partner companies not so explicit; Neither owners' and boards' perspectives nor institutional and social structures and entrepreneurship policies much addressed
- In the Copenhagen Business School a clear domain/market-specific portfolio of programs and relatively little generic matters; In Babson College a great variety in undergraduate courses and a tight experience-oriented package for graduate studies.

In addition to the desk review, we interviewed representatives of the faculties of the university and followed the ongoing work towards a joint Finnish electronic business administration and economics education minor package that would include one course of entrepreneurship. The planning team worked for six to seven months, producing a study package that was brought into the AACSB accredited educational planning, implementation and management process of the Business School, launched in Fall 2017. The six modules of the ECTS 25 credit points study package, each 5 ECTS credit points, are as follows:

- 724811P Entrepreneurship for tomorrow
- 724812P Building change through entrepreneurship
- 724813P Entrepreneurship in action
- 724814P Introduction to business development
- 724815P Entrepreneurial assignment
- 910003S Building Business through Creativity and Collaboration.

Compared to the initial package, there were changes in the course module “Working Life and Studies” that was left out and in the course module “Toward Entrepreneurial Mindsets” that was replaced by two new course modules. The modules “Entrepreneurial Field Project” and “Turning Opportunities to Business” were also developed into two alternative skills building modules. Moreover, a new course module on introduction to entrepreneurship was set up for students with no earlier knowledge of business subjects. The only module that remained much intact from the pilot package was “Building Business through Creativity and Collaboration”, providing hands-on experiences in innovation, but leaning from arts and creativity rather than on focusing on technical innovations only.

In the end, the main issue was how to balance course modules with other learning modules and who would provide the education – “practitioners” or “faculty teachers”. In the study by Volkmann and Bischoff (2015) a vast majority (88%) of entrepreneurship education curricular formats was courses given by professors and other academic staff, despite of the over 50% presence of entrepreneurs and other business professionals in more formal roles than a guest speaker only – including coaching, mentoring and advising students, but almost always lecturing and presenting, too. Even in extra-curricular activities the volume of lectures or workshops was as high (73%) as start-up competition and award related activities.

We chose a somewhat more practice-related route, because three out of the six modules are clearly devoted to skills building with little lecturing and direct faculty teacher participation. Instead, a broad enough perspective to and responsibility in entrepreneurship were emphasized in the learning goal: “Upon completion of the entrepreneurship minor, the students form their own entrepreneurial experience in the context of responsible business: Students understand entrepreneurship as a broad phenomenon and are able to apply entrepreneurial knowledge and skills in practice; Students act responsibly and ethically in their roles as entrepreneurs.”

4.4 Discussion and future outlook

Rigor and relevance, if seen from the academic perspective, has proved not that easy to become combined with practical entrepreneuring realities. In Oulu we started with more practically oriented content and pedagogy, and later on drifted to build upon a more academic review of other universities’ educational contents, with an aim all the time to balance between academic rigor/relevance and entrepreneurial realities. In contrast to Volkmann and Bischoff (2015), where the biggest entrepreneurship education driver (83%) was university teachers, in our case changes in the external environment and the resulting non-curricular entrepreneurship development actions can be seen as a driver. From education content perspective the challenge in all university level entrepreneurship education is the competence gap of most university professors regarding entrepreneuring: few professors have much or any entrepreneurial experience. This may well explain why external drivers play such an important role in entrepreneurship education development. In Oulu, however, a few of the teachers do have their own experience as entrepreneurs, combined with academic interest and qualifications in the field.

In a recent study by Volkmann and Bischoff (2015) entrepreneurship education was seen as a key part of the strategy by 47% of the altogether fifteen university cases and it was predominantly centrally coordinated. What comes to the impact analysis, it was mainly carried out based on keeping track of start-ups, but every fifth university did not evaluate the impact by any means. Although the higher profile of entrepreneurship in the strategy of the University of Oulu is obvious, as well as interest in following the emergence of innovations and new businesses as impact factors, the actual entrepreneurship education developments emerged without much central control. What comes to extra-curricular platforms, Volkmann and Bischoff (2015) consider them on regional, national or international level. In our

case the initial perspective taken to them was fully regional, but widened then to domestic and international collaboration, and became related to the entrepreneurship studies.

However, education policy makers, professional associations and wider implications for entrepreneurship educators through, for example, the exchange of practices, remain to be done. There is at the moment some discussion at the university level about providing “elementary EE” course for everyone studying at the university. However, so far this has been regarded as too expensive to realize, or there has not been enough “external pressure” from ministries to trigger real activities. Moreover, no detailed feedback or experience gathering has been carried among the students or faculties, so that adequate impact analysis would have been possible. Because of this, the overall strategy for developing entrepreneurship research and education, as well as collaborating with external business actors what comes to the realities of entrepreneuring, remains to be seen. However, compared to the earlier quite sporadic and ad hoc developments, very short-term funding decisions and scattered collaboration activities, the situation is clearly better in many regards. The entrepreneurship study package nicely balances scientific rigor and entrepreneurial relevance, as well as addresses the entrepreneurial realities. It utilizes the research efforts of the University of Oulu, as well as national and international studies, allowing to provide a comprehensive outlook with regard to the contemporary achievements in the field of entrepreneurship research. Integration of Business Kitchen and Demola activities allows preserving strong connections with the industry and business domains (Harvio, 2007). Participation in the Babson College collaborative supports continuous development of the entrepreneurship education utilizing the experiences of institutions from around the world. This ensures both scientific rigor and entrepreneurial relevance in connection with entrepreneurial realities.

Although extant research on entrepreneurship education acknowledges the need to integrate entrepreneurship education in non-business programs (Laukkanen, 2000; Streeter & Jaquette, 2004), it does not address the problem of the lack of basic entrepreneurship-knowledge and skills among non-entrepreneurial audiences. The entrepreneurship study package developed at the University of Oulu includes “Introduction to business development” module that covers the basics of the entrepreneurship studies, ensuring a relatively equal level of knowledge among the students. Feedback collection is planned to be implemented via a university-wide

feedback collection system. Responses from the participants will allow determining the content's relevance and suitability of the implementation forms. Additionally, it fosters continuous development of the study package, giving an opportunity to respond to the participants' needs beyond just being useful (Harvio, 2007).

References

- Drucker, P.F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720.
- Harvio, S. (2007). Yritysten ja yrittäjyyden tukeminen Oulun yliopiston ja Oulun seudun ammattikorkeakoulun koulutuksella, tutkimuksella ja laiteinfrastruktuurilla. Oulu Innovation Oy.
- Katz, J.A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876–1999. *Journal of Business Venturing*, 18, 293–300.
- Kirby, D. A. (2004). Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge? *Education+ Training*, 46(8/9), 510–519.
- Kuckertz, A. (2013). Entrepreneurship education: status quo and prospective developments. *Journal of Entrepreneurship Education*, 16, 59–71.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–598.
- Laukkanen, M. (2000). Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: Creating micromechanisms for endogenous regional growth. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(1), 25–47.
- Lilischkis, S., Volkmann, C., Gruenhagen, M., Bischoff K., & Halbfas, B. (2015). *Supporting the entrepreneurial potential of higher education*. Final report. European Commission, Education and Culture.
- Simonen, J., Koivumäki, T., Seppänen, V., Sohlo, S., & Svento, R. (2016). What happened to the growth? The case of the ICT industry in Oulu, Finland. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 29(2), 287–308.
- Solomon, G.T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 65–86.
- Streeter, D., & Jaquette, J. (2004). University-wide entrepreneurship education: Alternative models and current trends. *Southern Rural Sociology*, 20(2), 44–71.
- Wilson, K. E., Vyakarnam, S., Volkmann, C., Mariotti, S., & Rabuzzi, D. (2009). *Educating the next wave of entrepreneurs: Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st century*. In World Economic Forum: A Report of the Global Education Initiative.

- Winkel, D., Vanevenhoven, J., Drago, W. A., & Clements, C. (2013). The structure and scope of entrepreneurship programs in higher education around the world. *Journal of Entrepreneurship Education*, 16, 15–29.
- Volkman, C. K., & Bischoff, K. (2015). *Entrepreneurship Education in Europe: Findings and Conclusions from Case Studies of 20 Universities*. From higher education to entrepreneurship seminar. Helsinki, October 6th, 2015. 37
- Von Graevenitz, G., Harhoff, D., & Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90–112.

5 aisyrittäjien työkyvyn, työpaikkaterveyden edistämisen ja yrityksen taloudellisen kannattavuuden väliset yhteydet

Merja Turpeinen, Nina Nevanperä, Jarno Turunen, Elina Weiste, Anne Salmi & Jaana Laitinen

Työterveyslaitos

Abstrakti

Pienyrityksen menestystä mitataan usein taloudellisella kannattavuudella ja kasvulla. Menestystä selitetään esimerkiksi yrittäjän ominaisuuksilla, kuten yritteliäisyydellä, ahkeruudella, henkisellä pääomalla, verkostoilla ja riskinottohalukkuudella tai ympäristötekijöillä, kuten esimerkiksi rahoituksen saatavuudella ja ympäristön yrittäjyysmyönteisyydellä. Menestys – tai edes yrittäjyys – ei kuitenkaan ole mahdollista ilman yrittäjän työkykyä. Työkyky on siis yhteydessä taloudelliseen menestykseen, mutta miten? Tutkimustietoa yhteyksistä ei juuri löydy.

Tämän tutkimuksen tarkoitus on selvittää yhteyksiä pienyrittäjänäisten työkyvyn ja taloudellisen kannattavuuden välillä. Työkyky ymmärretään laaja-alaisesti yrittäjän voimavaroina suhteessa työn vaatimuksiin. Voimavaroja ovat esimerkiksi hyvä terveys, osaaminen ja ammattitaito. Työkykyyn vaikuttavat myös johtaminen, työyhteisö ja työolot sekä arvot, asenteet ja motivaatio.

Tutkimusote oli monimenetelmällinen. Määrällinen aineisto koostuu 69 pienyrittäjän taloudelliseen kannattavuuteen ja omaan työkykyyn liittyvistä vastauksista Naiset työssä-ESR-hankkeen webropol-kyselyyn. Kysely lähetettiin 92 naisyrittäjälle Pohjois-Pohjanmaalta syksyllä 2015. Laadullinen tutkimusaineisto koostuu kyselytutkimuksen avoimista vastauksista (yht.48 kpl) sekä viiden vertaisryhmän tapaamisissa kuvatusta videoaineistosta (yht. 37,5 tuntia). Työkyvyn edistämiseen ja elintapaohjaukseen keskittyviin vertaisryhmiin osallistui yhteensä 27 pienyrittäjän. Kukin ryhmä kokoontui viisi kertaa ja 1,5 tuntia kerrallaan. Avoimista vastauksista löydettiin 19 (40 % kaikista vastauksista) ja videoaineistosta 82 kannanottoa työkyvyn ja taloudellisen kannattavuuden yhteyksiin liittyen (N = 101). Lausumia tarkasteltiin asiayhteyksissään, joissa pienyrittäjänaiset ottivat kantaa ja tekivät ymmärrettäväksi kannanottojaan.

Sisällönanalyyseissä kysyttiin mitä tai millaisia asioita pienyrittäjänaiset toivat esiin taloudelliseen kannattavuudesta työkykyyn liittyen. Mitä tai millaisia yhteyksiä tai vaikutussuhteita he nostivat esiin?

Koettu työkyky oli hyvä 40 yrittäjällä (58%) ja huono 29 yrittäjällä (42%). Yrityksen kannattavuus oli yhteydessä yrittäjän työkykyyn ($p=0.03$). Yrittäjistä, joiden kannattavuus oli heikentynyt, 62.5 prosentilla oli huono työkyky. Yrittäjistä, joiden kannattavuus oli parantunut, huono työkyky oli 20.8 prosentilla. Kannanotoissaan yrittäjät painottivat, kuinka yrityksen taloudellinen kannattavuus on yrittäjän toimeentulon edellytys. Työkyvyn näkökulmasta toimeentulo nähtiin voimavarana, joka luo hyvän elämän ja työkyvyn edistämisen edellytyksiä. Taloudellinen epävarmuus on kuormittavaa ja niukka toimeentulo kaventaa valintojen mahdollisuuksia. Taloudellinen kannattavuus määriteltiin myös yritystoiminnan mielekkyyden perustaksi ja yrittäjänä onnistumisen kokemusta tukevaksi. Pienyrittäjät selvittivät, kuinka ilman työkykyä, esimerkiksi sairastuessa, yritystoiminta on vaarassa tai pysähtyy. Onnistuneet työkyvyn tuen tai edistämisen ratkaisut, kuten työmäärän sääntely tai lisätyövoiman palkkaus jaksamisen tueksi, edellyttävät taloudellisten tekijöiden huomioon ottamista ja liiketoiminnallista arviointia ja osaamista. Ratkaisuisaan yrittäjä on sidoksissa toimintaympäristöönsä, kuten asiakkaidensa aikatauluihin ja markkinatilanteeseen.

Tulokset lisäävät ymmärrystä pienyrityksen taloudellisen kannattavuuden merkityksestä ja yhteydestä yrittäjän työkyvyn eri ulottuvuuksien, kuten terveyden, motivaation, osaamisen sekä työn piirteiden ja työympäristön välillä. Yrittäjä on itse vastuussa työkyvyn edistämisen ratkaisuista, mutta riippuvainen toimintaympäristöstä liiketoiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi.

Yrittäjäyyskasvatuksessa on tärkeä avata yrittäjän työkyvyn eri ulottuvuuksien merkitystä ja yhteyttä yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen. Tulevia yrittäjiä tulee ohjata itsestä ja omasta työkyvystä huolehtimiseen, opastaa terveyttä ja työkykyä ylläpitäviin työkäytäntöihin sekä tarjota konkreettisia vinkkejä yrittäjän arjen ja jaksamisen tueksi.

Keywords: kannattavuus, naisyrittäjä, pienyrittäjä, terveyden edistäminen, työkyky

5.1 Johdanto

Menestyäkseen taloudellisesti, yrittäjällä tulee olla hyvä liikeidea, jonka ympärille hän sovittaa omaa ja yrityksensä toimintaa ja toimintakykyä. Yrittäjänä menestystä selitetään tutkimuskirjallisuudessa usein yrittäjän ominaisuuksilla, kuten yritteliäisyydellä, ahkeruudella, riskinsietokyvyllä, persoonallisuuden piirteillä, voimavaroilla, verkostoilla tai ympäristötekijöillä, esimerkiksi yrittäjyysmyönteisyydellä ja rahoituksen saatavuudella (Korunka ym., 2010; Markman & Baron 2003; Segal, 2005). Oletettavasti terveys ja työkyky ovat itsensä työllistäjille ja mikroyritysten yrittäjille keskeisiä menestyksen mahdollistajia, mutta asiaa ei ole juurikaan tutkittu.

Yrittäjiä koskevassa tutkimuskirjallisuudessa on harvoin keskitytty työkykyyn tai terveyteen ja terveyteen liittyvässä tutkimuskirjallisuudessa puolestaan harvoin yrittäjiin. Samoin taloudellisen menestyksen ja työkyvyn ja terveyden yhteys on saanut varsin vähän huomiota. Myös yrittäjien oma ymmärrys terveydestä yrityksen resurssina on todettu rajalliseksi (ks. Volery & Pulich 2010). Myöskään vähemmässä määrin ilmestyneessä naisyrittäjiä koskevassa tutkimuskirjallisuudessa ei ole paneuduttu naisyrittäjien työkyvyn ja terveyden edistämisen ja yrityksen taloudellisen kannattavuuden välisen suhteen tarkasteluun.

Työkyky on kokonaisvaltainen ja voimavaralähtöinen käsite, jota on kehitetty terveyden ja hyvinvoinnin tutkimiseen työpaikoilla. Käsitettä on kehitetty palkkatyötä tekevien työntekijöiden ja johtajien koskevien tutkimusten pohjalta. Yrittäjien työkyvyn ja terveyden edistämisen kysymykset ovat kuitenkin moniulotteisempia kuin palkkatyösuhteessa työskentelevien esimerkiksi vastuunkanto liiketoiminnasta on toisenlaista. Pien- ja mikroyrittäjien sekä itsensä työllistäjien työkyvyn ja terveyden edistämisen konteksti on myös erilainen verrattuna suurempien yritysten yrittäjien tilanteeseen. Yrittäjien omasta näkökulmasta ei ole toistaiseksi esitetty kokonaisvaltaista mallia tai esitystä, joka kokoaisi yhteen yrittäjän työkyvyn voimavaratekijöitä. Mallin tarve on ilmeinen itsensä työllistämisen ja mikroyrittäjyyden jatkuvasti lisääntyessä. Pyrimme luomaan tällaiselle pohjaa.

Selvitämme pien- ja mikroyrittäjän työkyvyn ja terveyden edistämisen ja taloudellisen kannattavuuden välisiä yhteyksiä. Organisaatiotutkimuksessa on aiemmin selvitetty yrityksen kannattavuuden ja työntekijöiden terveyden välistä

yhteyttä ja todettu muun muassa organisaatioiden piirteet, kuten johtamiskäytännöt, kulttuuri ja arvot tekijöiksi, jotka vaikuttavat sekä organisaation että yksilön terveyteen. (vrt. McIntosh ym. 2007). Esimerkiksi ”Terve organisaatio”-mallin (Healthy Work Organization Model) validointitutkimuksessa osoitettiin, kuinka johtamiskäytännöt voivat ehkäistä työntekijöiden stressiä ja samanaikaisesti parantaa organisaation tehokkuutta ja tuloksellisuutta (Browne, 2002, s. 212). Mallit perustuvat kuitenkin samaan suuremmissa organisaatioissa tehtyihin tutkimuksiin.

Tavoittelemmekin aiempaa syvällisempää ymmärrystä erityisesti pien- ja mikroyrittäjien näkemyksistä oman työkykynsä sekä terveytensä edistämisen yhteyksistä yrityksen taloudelliseen menestykseen naisryttäjien kontekstissa. Kehittämistä tukevaa tutkimusta tarvitaan myös Suomessa, sillä kaikista yrityksistämme miltei 99 prosenttia on pien- ja mikroyrityksiä. Näissä yrityksissä työskentelee yli 640 000 työntekijää, eli miltei puolet yksityisen sektorin työntekijöistä ja heistä muun muassa lähes puolet tekee säännöllisesti palkansaajia pidempää työviikkoa. (Tilastokeskus 2015). Pien- ja mikroyrityksiä pidetään myös talouskasvun moottoreina, jotka työllistävät paljon ja joiden odotetaan työllistävän entistä suuremman osan työvoimasta tulevaisuudessa.

Pienyrittäjien työkykyä ja terveyden edistämistä koskevan tutkimuksen vähäisyyden lisäksi tutkimuskirjallisuus on stressi- ja ongelmakeskeistä. Terveyden edistämisen on yhteiskunnan tasolla usein myös sairauskeskeistä ja kansantaloudelliseen näkökulmaan perustuvaa. Työpaikkaterveyden edistämisen ajatukseen sisältyvä voimavara- ja ratkaisukeskeisyys samoin kuin organisatoristen prosessien sekä toimintaympäristön huomioon ottaminen on harvinaista. Tästä syystä pyrimme rakentamaan kokonaisvaltaisempaa ja voimavarakeskeistä resurssien hallintaan perustuvaa viitekehystä.

Naisyrittäjyyteen liittyvien erityiskysymysten esiin nosto työkyvyn ja terveyden edistämisen näkökulmasta on tarpeellista, koska naisaloiksi miellettyjä aloja, kuten hoiva-alaa, pidetään kasvupyrkimysten kannalta otollisina, kun Suomen väestö ikääntyy. Tämä puoltaa uudenlaista voimavara- ja ratkaisukeskeisen ajattelun tuomista myös naisyrittäjyyttä koskevaan tutkimuskirjallisuuteen. Sukupuoleen liittyvät kysymykset nostammekin esiin siltä pohjalta, kun niitä aiemmassa tutkimuksessa tai empiirisessä aineistossa tuodaan esiin.

Tutkimuksen lähestymistapa

Yrittäjien tai itsensä työllistäjien näkökulmasta rakennettua mallia työkyvystä ei ole olemassa, joten käytämme palkkatyökontekstissa koottua jäsenystä työkyvystä työnteon voimavarana. Voimavaratekijöinä toimivat esimerkiksi terveys, motivaatio, osaaminen sekä arvojensa mukaan toimiminen. Ympäristötekijöinä toimivat työn piirteet, työympäristö, työyhteisö ja toimintaympäristö (Ilmarinen 2006; Ilmarinen ja Tuomi 2004).

Yrityksen tuotantoon liittyen tukeudumme perinteiseen taloustieteen käsitykseen tuotannon järjestämisestä ja tuotantofunktiosta (ks. Varian 1999). Yritykset tuottavat erilaisia tuotoksia, kuten esimerkiksi palveluja, välituotteita ja lopputuotteita. Tuotannossa yritykset hyödyntävät tuotannontekijöitä. Tuotannontekijöitä käsitellään tutkimuskirjallisuudessa usein laajemmin eri pääoman muotoina, joita hyödynnetään erilaisina yhdistelminä. Pääomien käyttöä tuotannossa määrittävät tuotettava tuotos, mutta myös käytettävissä olevat pääomat. Käytettävissä olevien tuotannontekijöiden hyödyntämistä mahdollisimman suuren tuotoksen tuottamiseksi kutsutaan tuotantofunktioksi.

Perinteisesti tuotannontekijöinä on käsitelty maata, työvoimaa, raakamateriaaleja ja pääomia, kuten taloudellista pääomaa sekä fyysistä pääomaa eli esimerkiksi käytettävissä olevia koneita ja rakennuksia (Varian 1999). Becker (1962) esitteli perinteisten pääomien lajien ohelle inhimillisen pääoman (Human Capital) käsitteen, joka nimensä mukaisesti ei ole erotettavissa ihmisistä ja heidän kyvystään, tiedoistaan tai terveydestään. Sovellamme inhimillisen pääoman teoriaa yrittäjiin ja heidän voimavaroihinsa ymmärtäen yrittäjän työkyvyn ja terveyden yrittäjänä toimimista mahdollistavaksi keskeiseksi inhimillisen pääoman lajiksi.

Lähestymme pien- ja mikroyrityksiä organisaatioina systeemiteoreettiseen perinteeseen kiinnittyen. Yrittäminen edellyttää olemassa ja saatavilla olevien resurssien aktiivista hallintaa ja vuorovaikutusta muiden toimijoiden ja toimintaympäristön kanssa ja pyrimmekin tutkiessamme siirtymään staattisesta, henkilöiden välisestä lähestymisestä kohti dynaamisempaa tutkimustapaa, jossa yksilöitä ja heidän toimintaansa tarkasteltaessa otetaan huomioon erilaiset yksilölliset muutosprosessit sekä lähi- ja laajempi toimintaympäristö (vrt. Gorgievski and Stephan 2016, s. 448–451). Ymmärrämme yrittäjien inhimillisten

voimavarat jatkuvasti muotoutuvina ja kompleksisina organisatorisina prosesseina (vrt. Colbert 2004; MacIntosh ym. 2007). Voimavarojen, kuten yrittäjän työkyvyn ja terveyden edistämisen ja yrityksen taloudellisen kannattavuuden keskinäistä yhteyttä lähestymme resurssien hallinnan ja kehittämisen näkökulmasta.

Kompleksisuus kytkeytyy hyvin yhteen prosessi- ja resurssinäkökulman kanssa. Organisaatioissa inhimilliset voimavarat ja niiden kehittäminen ovat kilpailukyvyn keskeisiä tekijöitä. Voimavarojen hallitseminen ja potentiaalinen strateginen hyödyntäminen ovat kuitenkin sosiaalisesti kompleksinen prosessi, jossa korostuu linkki esimerkiksi HR-käytäntöjen, inhimillisten voimavarojen ja yrityksen tuloksen välillä (Colbert 2004). Muun muassa Nielsen kumppaneineen (2017) selvittivät meta-analyysissään työpaikkojen mahdollisuuksia parantaa sekä työntekijöiden hyvinvointia, että yrityksen tulosta. Kehittäminen millä tahansa organisaation tasolla (yksilön resurssit, ryhmän tuki ja vuorovaikutussuhteet, johdon toiminta tai organisaation resurssit) voi saada aikaan sekä hyvinvoinnin että tuloksellisuuden kasvua. Niiden keskinäinen vuorovaikutus voi luoda myös lisäresursseja yhteisvaikutuksen avulla. Ymmärrystä tarvitaan myös pienyrittäjistä, jotka harjoittavat liiketoimintaansa isompiin työpaikkoihin ja niiden johtoon verrattuna usein hyvin itsenäisesti.

Tarkastelemme pien- ja mikroyrittäjien liiketoiminnan edellytyksiä resurssien hallinnan näkökulmasta voimavarakeskeistä COR (Conservation Of Resources) – teoriaa soveltaen (Hobföll 1989). Teorian mukaan yksilöt pyrkivät hankkimaan, säilyttämään tai lisäämään resursseja, joita tarvitsevat itselle tärkeiden päämäärien saavuttamisessa. Voimavaroja ovat asiat, joita ihminen arvostaa, kuten aineelliset objektit (esim. koti), olosuhteet (esim. työpaikka, avioliitto), henkilökohtaiset ominaisuudet (esim. itsensä arvostus) ja energiamuodot (aika, raha, tieto). Jos yksilö menettää tai uhkaa menettää voimavarojaan, syntyy stressiä. Yksilö pyrkii suojaamaan itseään voimavarojen menetykseltä. Esimerkiksi stressintutkimuksessa työuupumus nähdään menetysten spiraalina, jossa jokainen edellinen menetys saattaa johtaa uusien voimavarojen menetykseen.

Keskeiset tutkimuksemme käsitteet

Yrittäjät ovat ryhmänä moninainen joukko. Yrittäjät organisoivat ja toteuttavat liiketoimintaa liikeidean mukaisesti ja yrittäjä omistaa ainakin osan johtamastaan yrityksestä. Itsensä työllistäjä on yrittäjä, jolla ei ole työntekijöitä tai henkilö, joka

tekee töitä toimeksiantosopimuksen tai muun sopimuksen paitsi työsopimuksen nojalla jollekin toiselle työn tilaajalle. Puhumme yleisesti yrittäjistä. Yrittäjyydellä tarkoitamme yrittäjänä toimimista. Mikroyrityksellä tarkoitamme yritystä, jossa on alle 10 työntekijää. Pienyrityksellä tarkoitamme yritystä, jossa on 11–50 työntekijää.

Terveys on WHO:n (1948) määritelmän mukaan kokonaisvaltainen fyysisen, mentaalisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin tila. Pysyvän asiantilan sijaan näemme terveyden enemmän prosessina, joka muotoutuu biologisten, psykologisten ja organisatoristen prosessien vuorovaikutuksessa (MacIntosh ym. 2007).

Työkyky on kokonaisvaltainen ja voimavaralähtöinen käsite terveyden ja hyvinvoinnin tutkimiseen työssä ja työpaikoilla. Se määritellään esimerkiksi tasapainoksi yksilön henkilökohtaisten voimavarojen ja työn vaatimusten välillä (Ilmarinen 2006; Ilmarinen ja Tuomi 2004). Yksilön työnteon voimavaroiksi ymmärretään terveys, osaaminen, motivaatio ja mahdollisuus arvojen mukaiseen toimintaan sekä työn piirteet, kuten hyvä työyhteisö ja turvallinen ja työntekoa tukeva työympäristö mukaan lukien johtaminen ja työpaikan käytännöt. Myös lähitai laajempi toimintaympäristö vaikuttavat työnteon edellytyksiin ja voimavaroihin. Työkyvyllä on monia kompleksisia, laaja-alaisia ja dynaamisia ulottuvuuksia (Tengland 2011). Hyödynsimme edellä kuvattua tasapainomallin ulottuvuuksia tutkimuksemme alustavana jäsennyksenä, koska se toimi myös empiirisen aineistonkeruun mahdollistaneen hankkeen viitekehyyksenä.

Hyvinvointi on käsite, jota käytetään useimmiten kuvaamaan subjektiivista hyvinvoinnin tai onnellisuuden tilaa. Käsite tulee lähelle terveyttä ja työkykyä, mutta on laajempi representoiden myös joitain terveyteen kiinnittyviä tekijöitä. Esimerkiksi Dienerin ja Sellgmanin (2004) mukaan on kolmenlaista hyvinvointia: fyysistä, psykologista ja sosiaalista hyvinvointia. Rajat ovat häilyviä ja ulottuvuudet kiinnittyvät toisiinsa, mutta ainakin kaksi ensimmäistä luetaan yleensä mukaan myös terveyteen.

Terveyden edistäminen työpaikalla voidaan nähdä yrityksen näkökulmasta voimavarana, joka edesauttaa yrityksiä kilpailemaan markkinoilla. WHO:n mukaan työpaikka on yksi keskeisimmistä terveyden edistämisen areenoista, sillä se vaikuttaa suoraan työntekijöiden fyysiseen, mentaaliseen, taloudelliseen sekä sosiaaliseen hyvinvointiin sekä välillisesti heidän perheidensä, lähiyhteisöjensä ja

koko väestön terveyteen. Kansakunnille kehitystyö terveyttä edistävien työpaikojen aikaansaamiseksi on edellytys taloudellisesti ja sosiaalisesti kestävästä kehityksen takeeksi. (http://www.who.int/occupational_health/topics/workplace/).

Taloudellisesti menestynyt yritys tuottaa tuottoa sijoitetulla pääomalla ja taloudellista hyvinvointia yrittäjälle. Yrityksen taloudellisen menestyksen mittaamiseen on monia laskennallisia tapoja, kuten yleisimpinä taloudelliset tunnusluvut, kokonaispääoman tuottoprosentti tai sijoitetun pääoman tuottoprosentti. Koska meillä ei ollut pääsyä tutkittavien yritysten tuloslaskelmiin, käytämme taloudellisen menestyksen mittareina tässä tutkimuksessa yrittäjien subjektiivista kokemusta menestyksestä.

5.2 Yrittäjien työkyvyn ja terveyden edistäminen yhteydessä yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen?

Yrittäjäyys työkyvyn ja terveyden vaikuttavana tekijänä

Yrittäjäyys ja yrittäjän työn piirteet nähdään tutkimuksissa itsessään tekijänä, joka vaikuttaa usealla tavalla yksilön hyvinvointiin ja työkykyyn liittyviin tekijöihin. 1970 – luvulta lähtien kirjallisuudessa on vertailtu yrittäjien ja työntekijöiden kokemuksia työhön liittyvistä arvoista, työn luonteesta ja työoloista sekä niiden yhteyttä terveyteen, erityisesti mielenterveyteen ja stressiin. Yrittäjien on todettu olevan tyytyväisempiä työhönsä (Andersson 2008; Benz & Frey 2008; Berglund ym., 2015; Blanchflower 2004; Eden 1975; Fuchs-Schündeln 2009 & Naughton 1987), mutta myös tyytyväisempiä elämäänsä (Andersson 2008; Binder ja Coad 2013).

Yrittäjäyys tarjoaa enemmän työn autonomiaa (Alstete 2002; Eden 1975; Kirkwood 2009; Naughton 1987). Yrittäjillä on myös jo kauan todettu olevan kiinnostavammaksi koettu työ (Benz & Frey 2008a; Eden 1975). Työtyytyväisyyteen vaikuttavat esimerkiksi hierarkian puute, omana pomonaan oleminen, omien työtuntien ja työhön käytetyn vaivan hallinta ja tyytyväisyys työhön on pysyvää riippumatta työtunneista tai työllä saavutetusta tulotasosta (Benz ja Frey 2008b). Erityisesti naisyrittäjillä on todettu hallittavimmat työn vaatimukset verrattuna palkansaajiin (Parslow ym. 2013). Binder ja Coad (2013) osoittivatkin yleisen tyytyväisyyden paranevan niillä, jotka siirtyvät työntekijöistä yrittäjiksi.

Yrittäjyys motivoi monia. Yrittäjäksi valikoitumisen mekanisme selittää pull-teorian mukaan houkuttelevat liiketoimintamahdollisuudet, halu itsenäisyyteen ja odotukset toimeentulon parantumisesta, kun taas push-teorian mukaan yrittäjäksi ajaututaan olosuhteiden pakosta (Gilad ja Levine 1986). Myös terveyttä on pidetty yhtenä potentiaalisena vaikuttajana yrittäjäksi valikoitumiseen (Baron ym., 2016; Rietveld ym., 2015 & Renko ym., 2016). Push- ja pull-tekijät ovat useimmiten samoja sekä miehillä että naisilla (Kirkwood, 2009 & Rosa & Dawson, 2006).

Yrittäjän tyytyväisyydellä on kuitenkin hintansa. Edenin (1975) mukaan työntekijät kokevat työnsä olevan turvatumpi sekä työtuntien olevan sopivammat verrattuna yrittäjiin. Taloudellisten haasteiden aiheuttavat tai ovat yhteydessä stressiin tai kuormitukseen (Annink ym., 2016b; Dijkhuizen ym., 2016; Gorgievski ym., 2010). Yrittäjät joutuvat jatkuvasti tekemisiin taloudellisten kysymysten kanssa (Gorgievski ym., 2010), mikä voi olla hyvin kuormittavaa. Blanchflowerin (2004) mukaan yrittäjät OECD-maissa ovat jatkuvasti rasittuneita, menettävät yöunia huolten vuoksi ja antavat enemmän arvoa työlle kuin vapaa-ajalle. Dolinsky ja Caputo (2003) huomioivat pidemmät ja useammat työpäivät ja kollegoiden puutteen kuormittavina tekijöinä. Panoksena voi olla palkan lisäksi myös omaisuuden menetys. Yrittäjiltä puuttuu lisäksi työyhteisön ja esimiehen tuki (Annink ym. 2016a).

Terveyden osalta yrittäjiä pidetään palkansaajia terveempinä (Rietveld ym., 2016 & Stephan & Roesler 2010) tai sairaampina (Andersson 2008; Cordon & Patel 2015; Dolinsky & Caputo 2003) tai terveyseroja ei ole todettu (Jamal 1997; Naughton 1987; Saarni ym., 2008). Parslow ym. (2013) huomioivat, että naisyrittäjillä on huonompi terveys kuin palkansaajanaissilla, mutta miehillä ei ole eroa. Yrittäjillä on matalampi kuolleisuus somaattisiin ja mielenterveyden sairauksiin, matalampi verenpaine, vähemmän somaattisia vaivoja, korkeampia arvoja myönteisissä terveysindikaattoreissa sekä korkeampaa koettua hyvinvointia (Stephan & Roesler 2010). Dolinsky ja Caputo (2003) eivät löytäneet yrittäjyyden vaikutusta terveyteen pitkittäisasetelmassa, kun taas työttömyydellä oli negatiivinen ja työntekijänä ololla positiivinen vaikutus terveyteen. Cardon ja Patel (2015) huomioivat yrittäjien kokevan enemmän sekä stressiä että sen aiheuttamaa fyysisen terveyden huonontumista. Boyd ja Gumpert (1983) totesivat valtaosalla tutkimuksensa yrittäjistä olleen selkäongelmia, ruoansulatushäiriöitä, unettomuutta ja päänsärkyä. Lisäksi he tunnistivat neljä stressin lähdettä yrittäjyyteen liittyen: yksinäisyys,

bisnekseen uppoutuminen, henkilösuhteisiin liittyvät ongelmat ja tarve saavuttaa tavoitteita. Myös Volery ja Pulich (2010) totesivat näiden olevan keskeisimmät stressin aiheuttajat yrittäjillä, viimeistä lukuun ottamatta. Fernet ym. (2016) totesivat, että kyseiset stressin aiheuttajat vaikuttavat kielteisesti terveyteen ja ennakoivat burnoutia, erityisesti ammatillisen yksinäisyyden kautta.

Yrittäjyyteen näyttää valikoituvan – ja siellä pysyy – henkilöitä, joilla on korkea stressin sieto- ja hallintakyky (Baron ym. 2016). Yksimielisyyttä yrittäjyyden aiheuttamista terveyshyödyistä tai -haitoista ei kuitenkaan ole.

Yksilölliset piirteet ja toimintatavat sekä yrityksen piirteet ja toimintaympäristö yrittämiseen ja yrittäjän hyvinvointiin vaikuttavina tekijöinä

Yrittäjän terveys on nähty myös yksilöllisenä piirteenä, joka vaikuttaa yrittämiseen. Hyvä terveys on yhteydessä itseluottamukseen yrittäjänä (Rietveld ja 2016). Tyytyväisyys omaan terveyteen on yhteydessä työtyytyväisyyteen ja vaikutti itsensä työllistäneillä työurien pituuteen myöhäisemmällä eläköitymisellä (Kauttonen ym. 2012). Selviytymismekanismien ja coping-strategioiden erot selittävät Vollery ja Pullichin (2010) mukaan puolestaan yrittäjien hyvinvointia. Ratkaisukeskeisiä strategioita omaavat yrittäjät kokevat vähemmän ahdistusta ja tasapainottomuutta. Yrittäjän hyvää terveyttä ylläpitäviä strategioita ovat hyvä työn suunnittelu ja työnhallinta, joustavuus, hyvät perhesuhteet ja vuorovaikutus ystävien ja muiden yrittäjien kanssa sekä säännöllinen fyysinen liikunta (Gunnarsson & Josephson 2011). Myös Parasuraman (1996) korosti perheen ja työn yhteensovittamista stressiä hillitseväksi tekijäksi. Taris ym. (2008) totesivat, kuinka puutteellinen irrottautuminen työstä oli yhteydessä voimakkaampaan väsymykseen, laajempaan fyysiseen oirehdintaan sekä vähäisempään tehokkuuteen.

Yrityksen piirteistä yrityksen koon ja toimialan on arvioitu vaikuttavan yrittäjän hyvinvoinnin edellytyksiin, kuten työyhteisön ja kollegoiden puutteeseen (Pollack ym., 2012). Mikroyrittäjillä voi olla vähemmän mahdollisuuksia säädellä työnsä vaatimusten ja resurssien määrää. Esimerkiksi yksinyrittäjien ja henkilöstöä palkanneiden pienyrittäjien välillä on todettu olevan eroa vapaa-ajan mahdollisuuksien osalta (Saarni ym., 2008), mikä on yhteydessä muun muassa palautumiseen. Yrittäjyys voi tuoda myös kokemuksen työn ja perheen yhteensovittamisen vaikeudesta erityisesti työtuntien määrän, lyhyellä varoitussajalla työskentelyn, työn epävarmuuden ja esimiestyön osalta (Annink ym.,

2016a). Toimialan vaikutuksista esimerkiksi maatalousyrittäjillä on osoitettu olevan muuta väestöä huonompi työkyky, terveyteen liittyvä ja subjektiivinen elämänlaatu verrattuna muuhun työssäkävään väestöön (Saarni ym., 2008).

Toimintaympäristö nähdään etenkin stressitutkimuksissa tekijänä, joka vaikuttaa yrittäjän hyvinvointiin toisin kuin palkkatyöntekijään. Palkkatyöhön verrattuna yrittäjän hyvinvointi nähdään suoraviivaisemmin riippuvaiseksi toimintaympäristöstä. Esimerkiksi taloudellisessa taantumassa sosiaalipoliittiset toimet vaikuttavat yrittäjien hyvinvointiin (Annink ym., 2016b; Volery ja Pulich 2010,), kuten sosiaalinen luottamus, turvallisuus ja koulutus (Annink ym., 2016b).

Sukupuolten välillä eroja yrittäjäksi motivoitumisessa, yrittämisen määrässä ja yrittäjänä kohdatuissa haasteissa

Naisyrittäjiä koskevaa tutkimuskirjallisuus on 2000-luvulla lisääntynyt (Hughes ym., 2012), mutta sitä on kritisoitu vähäiseksi, yksilökeskeiseksi ja miesyrittäjyyden normiin pohjautuvaksi. Naisyrittäjyyden erityisyyden tavoittamiseksi on peräänkuulutettu vankempaa teoreettista ja naisyrittäjyyden kontekstin huomioon ottavaa perustaa sekä kvalitatiivisten menetelmien hyödyntämistä (Achtenhagen & Tillmar 2013; Henry ym. 2016; Yadav & Unni 2016).

Naisten ryhtymisessä yrittäjäksi on nähty keskeiseksi perheeseen liittyvät motivaatiotekijät, kuten palkka- ja kotityön yhdistäminen sekä parempi tasapaino työn ja perheen välillä. (Kirkwood 2009). Naiset on arvioitu saattavan arvostaa yrittäjyydessä enemmän muita kuin rahan liittyviä asioita (Clain 2000). Gimenez-Nadal ym. (2012) totesivatkin ajankäyttötutkimuksessaan itsensä työllistävien äitien käyttävän vähemmän aikaa työhön ja näin yhdistävän työ- ja perhe-elämää verrattuna palkansaajiin. Wellingtonin (2006) mukaan naiset saattavat toimia yrittäjinä yhdistääkseen työ- ja perhe-elämää, mutta ilmiö ei ole yleistynyt verrattuna aiempiin vuosikymmeniin. Hughes (2003) totesi push-tekijöiden olleen aliarvioituja naisyrittäjien kohdalla aiemmassa tutkimuskirjallisuudessa, kun taas Orhan ja Scott (2001) korostivat motivaatiotekijöiden moninaisuutta. Parasuraman (2006) kuitenkin totesi naisyrittäjien omistautuvan enemmän perheelleen kuin miesyrittäjät. Alstete (2002) mielsi yhden sukupuolesta riippumattoman yrittäjyyteen kannustavan tekijän olevan perinnön luominen perheelle ja lapsille.

Joka tapauksessa naiset toimivat yrittäjinä miehiä harvemmin (Blancflower 2000). Syiksi on esitetty esimerkiksi naisten innottomuus yrittäjyyteen (Haus ym. 2013; Verheul ym. 2012). Viimeksi mainitut lisäsivät innottomuuden johtuvan asenteista yrittäjätoiminnan aloittamiseen, subjektiivisista normeista ja oman käyttäytymisen kontrolloinnin painetta. Yrittäjän oletetaan tarvitsevan muun muassa maskuliinisina pidettyjä piirteitä, ja näitä piirteitä omaavilla henkilöillä on myös yrittäjyysaikeita verrattain enemmän (Gupta ym., 2009). Thebaud (2010) totesikin naiset eivät aina pidä itseään sopivana toimimaan yrittäjänä.

Naissukupuolesta on todettukin seuraavan kulttuurisia tai käytännöllisiä esteitä yrittäjänä toimimiseen suuressa osassa länsimaita (Verheul ym. 2012) ja se on jopa yrittäjyyden este yrityksen perustamisvaiheessa esimerkiksi Singaporessa ja Irlannissa (McClelland). Huarng ym. (2012) pitivät pääsyinä esteisiin yrittäjien koulutuksen ja johtamistaitojen puutetta. Työ- ja perheroolien mukaan toimiminen on jatkuva haaste erityisesti naisille (Shelton 2006). Perhevastuisiin liittyen miesyrittäjät kaipaavat enemmän lasten- ja kodinhoitoon liittyvää tukea puolisoiltaan, kun taas naisyrittäjät kaipaavat enemmän taloudellista tukea (Hillbrecht 2016). Rosa ja Dawson (2006) totesivat akateemisen naisyrittäjyyden tuottavan työ- ja perhe-elämän konfliktia. Menestyvämmät naisyrittäjät sovitivat Sheltonin (2006) mukaan rooliristiriitoja tehokkaimmin hyödyntämällä ulkoisia resursseja, kuten puolison tukea.

Aiemmin löydetty yhteydet yrittäjien työkyvyn ja terveyden edistämisen ja taloudellisen menestyksen välillä

Yrittäjien terveyden mahdollistaman menestyksen osoittaminen tilastollisesti on hankalaa muun muassa siksi, että ne edistävät toisiaan. Sherman kumppaneineen (2016) totesivat tutkimuksessaan yrittäjien subjektiivisen hyvinvoinnin lisääntyvän, kun yrittäjä kokee yrityksensä tuottavuuden kasvavan. Taloudellisten vaikeuksien on osoitettu olevan yhteydessä pahoinvointiin eurooppalaisilla yrittäjillä (Annink ym. 2016b). Gorgievski ja Stephan (2016) arvioivat yrittäjän hyvinvoinnilla tai sen puutteella olevan vastavuoroista yhteyttä yrityksen taloudelliseen menestykseen. Seuraukset näkyvät muun muassa yrittäjien vuorovaikutuksessa ja suhteessa työkontekstiinsa.

Yrittäjät kokevat enemmän stressiä verrattuna palkansaajiin, mutta yrittäjien kokemalla stressillä osoitettiin myös positiivinen vaikutus tulotasoon, vaikkakin

negatiivinen vaikutus fyysiseen terveyteen (Cardon ja Patel 2015). Gorkievski kumppaneineen (2010) puolestaan esittivät, että mitä enemmän yrittäjä kokee taloudellista stressiä, sitä todennäköisemmin hän ajautuu yrittäjyydessään niin sanottuun negatiiviseen kierteeseen, jossa koetaan stressiä ja harkitaan yrityksen lopettamista, objektiivisesta tilanteesta huolimatta. Itsensä työllistäneelle yrittäjälle oma terveys toimeentulon ja liiketoiminnan edellytyksenä voi olla suurempi huolenaihe kuin palkansaajille, jotka saavat palkkaa sairausajalta ja joita sijaistetaan työssä (Kautonen ym. 2012).

5.3 Tutkimusaineistot ja menetelmät

Tutkimusaineisto koostuu 1) videonauhoituksista, jotka kerättiin pienyrittäjänäisten työkyvyn ryhmäohjaustilanteissa sekä 2) kyselytutkimusaineistosta 3) avoimien vastauksineen. Tutkimusaineisto kerättiin ”Naiset työssä. Yrittäjinä toimivien naisten työkyvyn ja terveyden edistäminen työpaikoilla yhdessä heidän kanssaan 2015 – 2018” -hankkeessa. Hanke tarjoaa maksutonta tukea työkyvyn ja terveyden edistämiseen työssä, kuten mahdollisuuden saada vertaistukea muilta yrittäjinä toimivilta naisilta ja tukea omasta työkyvystä huolehtimiseen henkilökohtaisten tavoitteiden pohjalta. Kutsu osallistua hankkeen järjestämiin vertaisryhmiin ja verkkokyselylomake työkyvystä, terveyskäyttäytymisestä ja hyvinvoinnista lähetettiin kaikille Pohjois-Pohjanmaan alueen naisyrittäjille.

Tutkimuksessamme sovelsimme monimenetelmällistä tutkimusotetta. Analysoimme kvantitatiivisen aineiston ensin. Löydettyämme yhteyden yrityksen heikentyneen taloudellisen tilanteen ja heikentyneen työkyvyn välillä tutkimme yhteyttä tarkemmin laadullisen aineiston pohjalta (explanatory sequential design). Raportoimme määrälliset ja laadulliset tulokset erikseen. Integroimme tulokset tulkinnan ja johtopäätösten tasolla, joiden muodostumisessa pääpaino oli kvalitatiivisilla tuloksilla (Fetters ym. 2013; Ivankova ym. 2006; Johnson ym. 2007).

Kyselytutkimusaineisto ja yhteyksien tilastollinen tarkastelu

Verkkokyselylomake lähetettiin 92 naisyrittäjälle, jotka olivat halukkaita osallistumaan hankkeeseen ja lähettivät sähköpostiosoitteensa. Näistä 69 vastasi lomakkeeseen. Vastajat arvioivat työkykyään, terveyskäyttäytymistään,

yrittäjänsä taloudellista tilannetta, ammatillista kompetenssiaan, stressitasoaan, työtuntejaan sekä vapaa-aikaansa. Data kerättiin elo-lokakuussa 2015. Jokainen osallistuja informoitiin ja heitä pyydettiin lukemaan tiedon luottamuksellisuuteen ja turvallisuuteen liittyvät tiedot ennen lomakkeeseen vastaamista.

Määrällisestä aineistosta selvitimme työkyvyn, yrityksen kannattavuuden sekä liiketoimintasuunnitelmien ja budjetoinnin yhteyksiä. Taloudellista kannattavuutta kysyttiin kysymyksellä ”Onko yrityksesi kannattavuus viimeisen kolmen vuoden aikana 1) heikentynyt (n=24), 2) pysynyt ennallaan (n=14), 3) parantunut (n=24) 4) en osaa sanoa (n=6).” Koettua työkykyä arvioitiin asteikolla 0-10, kun 10 tarkoitti työkykyä, joka henkilöllä on ollut parhaimmillaan. Työkyky jaettiin kahteen luokkaan: hyvä (8–10) ja huono (0–7). Osallistuvat arvioivat myös olivatko tehneet liiketoimintasuunnitelma ja/tai budjetin v. 2015 (kyllä/ei). Osallistujilta kysyttiin myös, oliko heidän ollut mahdollista nostaa palkkaa yrityksestään vastausvaihtoehdoin: kuukausittain, puolivuositain, satunnaisesti tai ei ollenkaan. Lisäksi osallistujat vastasivat kysymyksiin, koskien ikää, yrittäjänä toimimisen vuosia, koulutusta, siviilisäädystä, lapsia (kyllä/ei) ja olivatko he yksinyrittäjiä vai työnantajia.

Määrällinen aineisto analysoitiin IBM SPSS Statistics -ohjelmalla. Keskiarvojen erot työkyvyn, iän ja yrittäjänä toimimisen vuosien välillä tutkittiin raportoimalla 95 % luottamusväli ja Mann-Whitney U-testillä. Ristiintaulukointi ja khiin neliötestit tehtiin, kun tutkittiin yhteyksiä työkyvyn, taloudellisten muuttujien, koulutuksen, siviilisäädyn, lapsien ja yksinyrittäjyyden/työnantajana toimimisen välillä.

Kyselyn avoimet vastaukset ja elintapaohjauksen videoaineistosta kootut pienyrittäjänäisten lausumat sisällönanalyysin kohteena

Laadullinen tutkimusaineisto koostuu kyselytutkimuksen avoimista vastauksista (yht. 48 kpl) sekä viiden vertaisryhmän tapaamisissa kuvattua videoaineistosta (yht. 37,5 tuntia). Työkyvyn edistämiseen ja elintapaohjaukseen keskittyviin vertaisryhmiin osallistui yhteensä 27 pienyrittäjänäistä. Kukin ryhmä kokoontui viisi kertaa ja 1,5 tuntia kerrallaan. Ryhmätapaamisten tavoitteena oli edistää vertaistukea osallistujien välillä ja parantaa heidän työkykyään, terveyttään, ongelmaratkaisutaitojaan ja pärjäämistä. Lisäksi tavoitteena oli tukea osallistujien henkilökohtaisia tavoitteita ja muutoksia omissa ajattelu- ja toimintatavoissa.

Laadullisesta tutkimusaineistosta kokosimme analyysiin mukaan kaikki lausumat, jotka liittyivät yrityksen taloudellisen tuloksellisuuden ja yrittäjän terveyden, työkyvyn sekä näiden edistämisen edellytysten yhteyksiin sillä tavoin kuin mikroyrittäjät itse niitä määrittelivät. Analyysiyksikkönä molemmissa olivat taloudellisia termejä sisältävät lausumat ja sanat kuten, kuten talous, raha, euro, kannattavuus, tulo, voitto, maksu, tili, liikevaihto, hinta, budjetti, kustannus jne. Niitä tarkasteltiin asiayhteyksissään.

Avoimista vastauksista löydettiin 19 (40 % vastauksista) ja videoaineistosta 82 kannanottoa työkyvyn ja taloudellisen kannattavuuden yhteyksiin liittyen (N = 101). Sisällönanalyyseissa kysyttiin mitä tai millaisia asioita pienyrittäjänaiset toivat esiin taloudelliseen kannattavuudesta työkykyyn liittyen. Mitä tai millaisia yhteyksiä tai vaikutussuhteita he nostivat esiin?

Laadullinen aineisto ymmärrettiin mikroyrittäjänaisien kannanottoina ja selontekoina, joita he esittivät pienyrittäjänaisille suunnatun työkyvyn edistämisen intervention kyselytutkimuksen ja ohjauskertojen yhteydessä eli institutionaalisissa vuorovaikutustilanteissa (Arminen 2005; Drew and Heritage 1992). Sekä kysely että videovälitteiset ohjaustilanteet muodostavat lausumien asiayhteydet ja vuorovaikutuksellisen kehyksen, jonka puitteissa yrittäjänaiset ottivat kantaa ja selvittivät ja tekivät ymmärrettäväksi omia kannanottojaan kyselyn lähettäneille tutkijoille ja ohjaustilanteissa ryhmänohjaajille ja muille osallistujille.

Toiseksi aineisto luokiteltiin temaattisesti sen pohjalta, miten niissä selvitettiin yhteyksiä taloudellisen ja työkyvyn välillä (esille tuodut vaikutussuhteet, mekanismit tms.). Kolmanneksi luokiteltiin kaikki talouteen liittyvä aineisto mahdollisuuksien mukaan työkyvyn mukaisiin ulottuvuuksiin ja lopuksi kirjoitettiin tiivistelmä, johon sisällytettiin aineisto-otteita.

5.4 Tulokset

Kyselytutkimuksen tulokset yrityksen taloudellisen kannattavuuden ja yrittäjien hyvinvoinnin yhteyksistä

Osallistujien kokeman työkyvyn keskiarvo oli 7.5 (95 % CI 7.2, 7.9). Heidän keski-ikänsä oli 47 vuotta (44.7, 49.3) ja he olivat työskennelleet yrittäjinä keskimäärin

14.2 vuotta (11.2, 17.1). Yrittäjät, jotka raportoivat heikosta työkyvystä [19.2 (14.9, 23.4)], olivat työskennelleet tilastollisesti merkitsevästi pidempään yrittäjinä kuin ne, joilla työkyky oli hyvä [10.6 (7.0, 14.2), $p=0.007$]. Siviilisääty, lasten omaaminen tai työnantajana toimiminen ei ollut yhteydessä työkykyyn (Taulukko 1.)

Alle puolet osallistujista oli laatinut liiketoimintasuunnitelman ja/tai budjetin vuodelle 2015 (Taulukko 1). Noin kolmannes yrityksistä oli onnistunut ja noin yksi kolmannes oli epäonnistunut lisäämään kannattavuuttaan viimeisen kolmen vuoden aikana. Useimmat yrittäjistä nostivat palkkaa yrityksestään kuukausittain, mutta neljäsosa pystyi siihen vain satunnaisesti ja yksi kymmenestä ei nostonut lainkaan palkkaa yrityksestään.

Työkyvyn ja liiketoimintasuunnitelman tai budjetin olemassa olon välillä ei ollut yhteyttä (Taulukko 1). Myöskään palkannosto ei ollut yhteydessä työkykyyn. Kuitenkin kannattavuuden kehitys viimeisen kolmen vuoden aikana oli yhteydessä työkykyyn. Ne yrittäjät, joiden yrityksen kannattavuus oli heikentynyt, raportoivat muita useammin huonosta työkyvystä.

Taulukko 1. Frequences of economic variables at baseline and their associations with poor work ability among female entrepreneurs (n=69).

		All (%)	Poor Work Ability (0-7)
Business plan for year 2015	Yes	31 (45.6)	13 (41.9)
	No	37 (54.4)	15 (40.5)
p*			n.s.
Budget for year 2015	Yes	33 (47.8)	15 (45.5)
	No	36 (52.2)	14 (38.9)
p*			n.s.
Profitability during last 3 years	Impaired	24 (34.8)	15 (62.5)

	Same	15 (21.7)	7 (46.7)
	Improved	24 (34.8)	5 (20.8)
	I don't know	6 (8.7)	2 (17.2)
P*			0.03
Can you draw payment from your company	Monthly	43 (62.3)	16 (37.2)
	Every half year	1 (1.4)	1 (100)
	Occasionally	18 (26.1)	7 (38.9)
	Not at all	7 (10.1)	5 (71.4)
P*			n.s.
Education	Basic education	4 (6.1)	2 (50.0)
	Secondary education	1 (1.5)	1 (3.6)
	Vocational education	10 (15.2)	4 (14.3)
	Opistotasoinen	19 (28.8)	8 (28.6)
	Polytechnic / university degree	32 (48.4)	13 (XX)
P*			n.s.
Marital Status	Married / registered relationship / cohabitation	57 (82.6)	23 (40.4)
	Single	4 (5.8)	1 (25.0)
	Divorced	7 (10.1)	4 (57.1)

	Widow	1 (1.4)	1 (100)
P*			n.s.
Children	Yes	57 (82.6)	24 (42.1)
	No	12 (17.4)	5 (41.7)
P*			n.s.
Employees	Sole Entrepreneur	42 (63.6)	17 (40.5)
	Employer	24 (36.4)	12 (50.0)
P*			n.s.

*Chi-square test to predict differences between groups.

Laadullisen aineistoanalyysin tulokset

Tulokset ryhmiteltiin sen pohjalta mitä ja miten pienyrittäjä naiset toivat esiin ja yhdistivät taloudelliseen kannattavuuteen liittyviä tekijöitä, asioita tai asiantiloja työkykyyn tai terveyden edistämiseen. Määrällisesti eniten pienyrittäjänaiset toivat laadullisessa aineistossa esiin taloudellisen toimeentulon merkitystä hyvän elämän edellytyksenä sekä arvioivat työkyvyn edistämisen ratkaisuja ja niiden tekoa taloudellisesta näkökulmasta.

Naisyrittäjät kuvaavat kannanotoissaan ja selonteoissaan, kuinka mikroyrityksen taloudellinen kannattavuus ja yrittäjän toimeentulo ovat riippuvaisia omasta terveydestä ja työkyvystä. Toimeentulo on niukkaa tai olematonta ja yritystoiminta pysähtyy, jos yrittäjä esimerkiksi sairastuu.

”... se mun yritystoiminta, joka välillä on ollu ihan seis, koska mä oon ollu niin huonossa kunnossa sit näitten leikkausten jälkeen.” (Ryhmä1Kerta1)

Toimeentulo esitetään tärkeäksi tekijäksi yrittäjyydessä. Taloudellinen kannattavuus luo toimeentulon perustan, jos muita tulonlähteitä ei ole. Yrittäjän yrityksestään nostama palkka osoitetaan riippuvaiseksi yrityksen kannattavuudesta.

”Miksi tekemäsi työ on tärkeää? Kerro kolme syytä... Ja sitten kolmas syy on se, että siitä tulee rahaa.” (Ryhmä1Kerta1)

”... et jos se nyt ei tänä syksynä rupee näyttää niinku tulokselliselta, ni mä lopetan tän yrittämisen.” (Ryhmä4Kerta5).

Yrityksen hyvä kannattavuus ja yrittäjän riittävä toimeentulo osoitetaan työkyvyn ja sen edistämisen voimavaroiksi. Niiden osoitetaan luovan konkreettisia työkyvyn ja sen edistämisen edellytyksiä. Riittävä toimeentulo kuvataan ”hyvän elämän edellytykseksi”, joka mahdollistaa taloudellista toimeliaisuutta ja valintoja. Tällöin ”voi investoida omaan terveyteen” ja ”on varaa harrastaa”. Yritystoiminnan kannattavuus luo ”mielenrauhaa”, ”eikä ole hätää”, ”eikä tarvitse koko ajan stressata raha-asioita”. Vakavaraisuus auttaa selviytymään esimerkiksi toimintaympäristön ja markkinatilanteen muutoksissa.

”... ku on talous kunnossa, on laskut maksettu, euroja on tilillä, ni sä voit panostaa itteesi, harrastuksiin, lähtiä vaikka lomalle.” (Ryhmä5Kerta1)

Yrityksen heikko taloudellinen kannattavuus ja heikko toimeentulo määrittellään työkyvyn tai sen edistämisen ongelmaksi. Oman toimeentulon epävarmuus tai riittämättömyys kuormittavat henkisesti, jos oma toimeentulo on yrityksestä saatavista tuloista riippuvainen.

”... minä nyt oon ollu monta vuotta huolissani justiin tämän, tavallaan tämän taloudellisen tilanteen takia avioeron jälkeen, että miten minä selviän tästä kaikesta yksin...” (Ryhmä3Kerta5)

Heikko taloudellinen tilanne tuodaan esiin tekijänä, joka rajoittaa omia valintoja ja työkyvyn edistämisen ratkaisuja. Rahanpuute rajoittaa esimerkiksi elintapavalintoja tai mahdollisuuksia säädellä työn kuormitusta esimerkiksi lomailemalla.

”Työ hankaloittaa ... taloustilannetta ja siksi tulee ostettua ruokaa, joka on halpaa” (avovastaus)

”... Et no money no funny.” (Ryhmä5Kerta1)

Pienyrittäjänaiset arvioivat, kuinka yrityksen taloudellinen kannattavuus mahdollistaa omien arvojen toteuttamista ja motivoi yrittämiseen. Hyvä toimeentulo mahdollistaa itselle merkityksellisiä asioita. Tällöin voidaan tehdä esimerkiksi työntekoa ja oman työkyvyn edistämistä koskevia päätöksiä omien tarpeiden ja arvojen pohjalta.

”Työ mahdollistaa... rahaa toteuttaa itselle tärkeitä asioita.” (avovastaus)

” ... että mä teen valintoja niinku nimenomaan omien arvojen pohjalta, mä oon ollu kaheksan viikkoa viime kesänä lomalla... Mut se on ratkasu sitte taas, että kyllähä se näkyy siellä tulopuolessa, että ei... että mistään tuu liikevaihto sillon ku on ite lomalla.” (Ryhmä3Tapaaminen4)

Yrittäjänaiset kuvaavat selonteoissaan, kuinka taloudellinen vastuu ”painaa” ja kuormittaa. Yrityksen kannattavuus mahdollistaa vastuunkantoa tärkeäksi koetuista asioista, kuten perheestä ja perheen taloudesta, palkollisista ja näiden perheiden taloudesta. Yrittäjä-äitinä tai puolisona voidaan olla esimerkiksi vastuussa koko perheen taloudesta. Suhteessa yhteiskuntaan kannetaan vastuuta ”kansalaisena ja veronmaksajana”. ”Velkakin motivoi” yrittämään.

”Mul o viis työntekijää, ja tuota niille kuulkaa pitää saada ne palkkarahat koottua ja mä sanon suoraan, että ei niinku itelle alkaa jäädä mitää... Sulla vaan on oltava ne rahat.” (Ryhmä4Kerta2)

Yrityksen taloudellinen kannattavuus ja oman toimeentulon ansaitseminen yritystoiminnalla osoittaa, että ”hoitaa vastuunsa” ja ”pärjää yrittäjänä”. Tuloksellisuus tuo työhön lisäksi mielekkyyttä, on merkki onnistumisesta ja innostaa jatkamaan. Jos yritystoiminta ei ole taloudellisesti kannattavaa, eikä siitä tarvitessaan saa riittävää toimeentuloa, täytyy yrittäjän ”miettiä muita vaihtoehtoja”, vaikka työ olisi ”kutsumustyötä”.

”... että jos siitä (yrittämisestä) ei saa niinku kunnollista korvausta tai ei oikeestaa niinku lähellekää sitä, mitä sais palkkatöissä, ja kuitenkin tekkee enemmän, ni ni ei se niinku ei sitä jaksu loputtomasti, se vaikke se ois kuinka mahtavaa se työ.”(Ryhmä4Kerta5).

Pienyrittäjänaiset selvittävät myös, kuinka jokaisen yrittäjän tilanne on erilainen ja yksilölliset piirteet, omat arvot tai tilanne vaikuttavat työntekoon ja yrittäjyyden motiiveihin. Taloudelliset tekijät eivät ole esimerkiksi ensisijaisia, jos työtä tehdään ”kutsumuksesta”. Taloudellisen toimeentulon välttämättömyys ja turva arvioidaan kuitenkin välttämättömiksi hyvän elämän edellytyksiksi useimmissa aineisto-otteessa.

Kannanotoissa nostetaan esiin, kuinka yrityksen kannattavuus ja taloudelliset tekijät vaikuttavat työkyvyn edistämisen ratkaisuihin. Ratkaisuja muotoillaan ja arvioidaan taloudellisin perustein, kun ”pitää miettiä mihin on varaa”. Esimerkiksi

kuormituksesta palautumiseen tarvittavaa lomaa tai kuormitusta helpottavaa lisätökyvoiman palkkausta arvioidaan työkyvyn edistämisen ratkaisuna suhteessa yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen.

”Työ mahdollistaa omat aikataulut, jos ei mieti taloutta.” (avovastaus)

Yrittäjänä onnistuminen ja oma toimeentulo edellyttävät ajan ja työpanoksen ja muiden mahdollisten resurssien investointia sekä liiketoiminnan kannattavuutta. Yrittäjällä voi olla myös ”velkaa omasta työpaikasta”. Aktiivinen työkyvyn ylläpito tai edistäminen työkuormitusta vähentämällä voidaan nähdä liiketoiminnan näkökulmasta riskinä. Vastaavasti se voidaan nähdä investointina hyvinvointiin.

”... että ku mul oli riskinä, että mitä jos rahat ei riitä, et jos mä teen niin vähä töitä, pysyykö tää niinku pystyssä tämä homma...” (Ryhmä1Kerta4)

”... että kaikesta taloudellista tilanteesta huolimatta se on panostaminen siihen omaan jaksamiseen, että, että jospa se ei ollu turha ostos.” (Ryhmä3Kerta4)

Pienyrittäjänaiset tuovat ohjaustilanteissa esiin, kuinka yrityksen taloudellinen menestyminen edellyttää liiketoimintaosaamista sekä kysynnän ja muiden tuotannon tekijöiden huomioon ottamista ja arviointia. Samoin työkyvyn edistämisen ratkaisuista päätettäessä tulee laskea niiden liiketoiminnallinen kannattavuus sekä ennakoita ja arvioida vaikutukset liiketoiminnalle.

”Nii, että vaikka niitä asiakkaita riittäski kahdelle, niinniist ei sitte kuitenkaa saa semmosta katetta, että pystyis kahden palkan maksamaan.” (Ryhmä4Kerta2)

Toimintaympäristö tuodaan esiin tekijänä, joka vaikuttaa yrittäjän työkykyyn ja terveyden edistämisen edellytyksiin sekä yrityksen menestymiseen monin tavoin. Yrittäjänä onnistumisen osoitetaan olevan riippuvaista oman investoinnin ja työpanoksen lisäksi markkinoista ja tuotteiden tai palvelujen myynnistä sekä palkattujen työntekijöiden työpanoksesta.

”...töitä pitää tehdä silloin ku niitä on tarjolla.” (Ryhmä1Kerta4)

Työkyvyn edistämisen ratkaisuissa, kuten työn jaksottamisessa ja työaikojen sääntelyssä, täytyy yrittäjän ottaa huomioon toimintaympäristön tarpeet, kuten kysyntä ja asiakkaiden suhtautuminen muutoksiin, jotta varmistetaan liiketoiminnan ja oman toimeentulon jatkumisen edellytykset. Esimerkiksi työn kuormitusta helpottava ja työmäärän vähentämisen mahdollistava ”hinnankorotus on aina riski”.

”No mites nä asiakkaat suhtautu hinnan korotuksiin?... Nii, se o tietenki se aina se riski...” (Ryhmä1Kerta4)

Myös yhteiskunta yrittämisen toimintaympäristö säätelee yrittäjyyttä. Naisyrittäjät toivat esiin, kuinka esimerkiksi yritystuet mahdollistavat työkykyä edistäviä ratkaisuja.

5.5 Tulosten pohdinta

Yrittäjiä koskevan tutkimuskirjallisuuden pohjalta yrittäjien työkykyyn ja terveyden edistämiseen liittyvistä tekijöistä sekä näiden yhteydestä yrityksen taloudelliseen menestykseen muotoutuu monitahoinen ja osin ristiriitainen kuva. Yrittäjät ovat heterogeeninen joukko terveytensä, työkykynsä ja näihin vaikuttavien tekijöiden osalta. Yrittäjyys nähdään itsessään tekijäksi, joka vaikuttaa yrittäjien työkykyyn ja terveyden edistämiseen. Hyvä työkyky ja terveys näyttävät myös jossain määrin olevan osa – ja tukevan – yrittäjänä onnistumisen kykyä, kuten itseluottamusta ja lisääntynyttä hyvinvointia. Toisaalta yrittäjyyteen liittyy myös lukuisia terveydellisiä riskitekijöitä, jotka toteutuessaan heikentävät yrittäjän menestymisen mahdollisuuksia.

Tutkimuksen tulokset nostavat esiin työkyvyn ja terveyden edistämisen merkitystä pienyrityksen menestystekijänä. Kyselytutkimuksen tuloksissa löytyi yhteys yrityksen heikentyneen taloudellisen kannattavuuden ja yrittäjän heikentyneen työkyvyn välillä. Tutkimuksen laadullisen aineiston tulokset avasivat pienyrityksen taloudellisen kannattavuuden ja yrittäjän työkyvyn välisen suhteen moniulotteisuutta.

Pienyrittäjänaiset selvittivät yrityksen kannattavuutta toimeentuloa ja hyvinvointia tuovana hyvän elämän perustana, työkyvyn ja terveyden edistämisen voimavarana tai haasteena sekä työkyvyn edistämisen ratkaisuihin vaikuttavana tekijänä. Työkyvyn ja taloudellisen kannattavuuden he osoittivat yrittäjyyden voimavaroiksi, jotka rakentuvat vuorovaikutuksessa muiden toimijoiden ja toimintaympäristön kanssa sekä suhteessa toisiinsa.

Pienyrityksen taloudellisen kannattavuuden suhde yrittäjän työkykyyn ja terveyden edistämiseen näytti rakentuvan myös ekspansiivisessa vuorovaikutussuhteessa toisiinsa. Kun yritys on taloudellisesti kannattava ja toimeentulo hyvä, ovat

yrittäjän työkyvyn ja sen edistämisen edellytykset paremmat. Taloudellisen kannattavuuden lisääntyessä ja/tai toimeentulon parantuessa lisääntyvät myös työkyvyn ja sen edistämisen edellytykset. Resursseissa tapahtuvan edistymisen ja niiden yhteisvaikutusten myötä yrittäjän resurssit vastata hyvinvointia uhkaavan yritystoiminnan ja muun elämän haasteisiin kasvavat. Vastaavasti, kun yrityksen taloudellinen kannattavuus ja/tai yrittäjän toimeentulo on heikko tai heikkenevät, ovat yrittäjän työkyvyn ja sen edistämisen edellytykset heikkomat. Tämä vaikeuttaa taas yrityksen liiketoiminnallisiin haasteisiin vastaamista.

Tulokset vastaavat (CoR)-teorian oletuksia. Voimavarojen yhteisvaikutuksen muodostumista on todettu myös isompien organisaatioiden henkilöstön hyvinvoinnin ja tuottavuuden kehittämistä tutkittaessa (Nielsen ym. 2017).

Tutkimuskirjallisuuden vähäisyys samoin kuin tämän tutkimuksen kohdejoukon pienuus ja alueellinen valikoituminen puoltavat lisätutkimusta aiheesta. Yrittäjät eivät itsekään aina miellä terveyttään yritystoimintansa voimavarana, joten työkykyäkään ei välttämättä edistetä siinä määrin, kuin olisi suotavaa. Mikäli yrittäjät pystyvät muuttamaan terveyttään yritystoimintansa yhdeksi tulokseksi, kuten Cardon ja Patel (2015) ehdottavat, on yrittäjille äärimmäisen tärkeää pystyä tukemaan työkykyään ja palautumaan stressistä. Voimavarakeskeinen lähestymistapa ja työkyky inhimillisen pääoman lajina näyttäisi muodostavan tähän käyttökelpoisen perustan. Jatkotutkimuksessa voidaan selvittää työkyvyn ja terveyden edistämisen yhteyttä yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen esimerkiksi kyselyn avulla, jossa hyödynnetään tässä saatuja tuloksia.

Yrittäjyyttä koskevaan tutkimukseen tutkimustulokset muistuttavat siitä, kuinka pien- ja mikroyrityksille yrityksen taloudellinen kannattavuus muodostaa usein myös henkilökohtaisen toimeentulon perustan ja hyvän elämän taloudelliset edellytykset.

Pienyrittäjät painottavat yrityksen kannattavuudesta ja omasta toimeentulosta huolehtimista myös työkykyyn ja sen edistämiseen liittyvissä kysymyksissä. Pienyrittäjä kantaa itse työkyvyn edistämisen liittyvien muutosratkaisuihin mahdollisesti liittyvän liiketoiminnallisen riskin. Palkkatyössä ansaintalogiikka on toisenlainen ja työkyvyn ylläpito- ja edistämismvastuu on lakisääteisesti myös työnantajan vastuulla. Työntajaorganisaatio muodostaa palkansaajaa

suojaavan ”puskurin” paitsi taloudellisen toimeentuloon liittyvän riskin kantamisen osalta myös työkyvyn ja sen edistämisen resurssina.

Jos mikro- tai pienyrittäjä arvioi liiketoimintansa jatkumisen ja omasta toimeentulosta huolehtimisen ensisijaiseksi ennen omasta työkyvystään huolehtimista, on tämä paradoksaalista, sillä ilman työkykyä ei yrittäjyyden ja työnteon jatkuvuudelle ole edellytyksiä. Oma työkyky ja terveys sekä työkyky ja terveyttä edistävät toimintatavat ovatkin yrittäjän liiketoiminnan ja toimeentulon turvaavia voimavaroja. Resurssinäkökulmasta tutkimuksemme tuo lisää Volery ja Pullichin (2010) tutkimuksessa tehtyihin huomioihin siitä, kuinka yrittäjät ovat harvoin tietoisia terveydestään resurssina, joka voi vaikuttaa heidän yrityksensä toimintaan pidemmällä tähtäimellä.

Tulosten pohjalta voi kritisoida yrittäjätutkimuksen yksilökeskeisyyttä. Yrityksen tuloksellisuus ja yrittäjän terveys, työkyky ja sen edistämisen edellytykset ovat tekijöitä, jotka ovat kompleksisesti yhteydessä toisiinsa. Ne liittyvät yrittäjänä ja muussa elämässä toimimisen prosesseihin sekä yksilöllisiin ja kontekstuaalisiin tekijöihin, jotka edistävät tai ehkäisevät liiketoimintaa (vrt. Gorkievski and Stephan 2016, s. 450–451).

Sukupuolisensitiivisen yrittäjätutkimuksen näkökulmasta empiiriset tulokset viittaavat siihen, että naisyrittäjät eivät välttämättä koe haastavaksi pelkästään työn ja perheen yhteensovittamista. Tässä aineistossa kannettiin vastuuta myös perheen toimeentulosta ja koettiin se haastavaksi erityisesti, jos yrittäjä kantoi tätä vastuuta yksin. Esimerkiksi Annik kumppaneineen (2016) ovat todenneet, että parisuhteessa elävät pienyrittäjät saattavat kokea vähemmän taloudelliseen toimeentuloon liittyviä ongelmia, koska myös kumppani osallistuu perheen tuloihin. Tulokset vahvistavatkin sukupuolen huomioon ottamista pienyrittäjien hyvinvointia koskevassa tutkimuksessa ja kehittämisessä.

Yrittäjyyskasvatuksessa on perusteltua nostaa esiin yrittäjän työkyvyn eri ulottuvuuksien merkitystä ja yhteyttä yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen. Liiketoimintaosaaminen ymmärretään osaksi yrittäjän ammattitaitoa ja työkykyä, mutta nähdäänkö työkykyosaaminen ja omasta työkyvystä huolehtiminen osaksi menestyvää liiketoimintaa? Dijkhuizen kumppaneineen (2016) huomauttavat yrittäjien voivan saavuttaa kilpailuetua oppiessaan pärjäämään työn vaatimusten ja työhön liittyvän kuormituksen kanssa.

Tulevia yrittäjiä on tärkeä ohjata itsestä ja omasta työkyvystä huolehtimiseen, opastaa terveyttä ja työkykyä ylläpitäviin työkäytäntöihin sekä tarjota konkreettisia vinkkejä yrittäjän arjen ja jaksamisen tueksi. Kasvuyrityksissä yrittäjä tulee lakisääteisesti vastuulliseksi myös palkkaamiensa työntekijöiden työkyvyn turvaamisesta, jolloin yrittäjän työkykyosaamisen tarpeet lisääntyvät.

Kun yrittäjänä opetellaan tunnistamaan liiketaloudellisia mahdollisuuksia, ongelmia ja ratkaisuvaihtoehtoja, olisi tärkeä oppia tunnistamaan myös niiden yhteydet yrittäjän omaan työkykyyn ja terveyden edistämiseen sekä päinvastoin. Useimmat oman työkyvyn edistämisen ratkaisut edellyttävät yrittäjältä myös liiketaloudellista arviointia ja päätöksentekoa. Tärkeää on ymmärtää myös työkyvyn ja terveyden edistämisen ratkaisut voimavaroja turvaavina sekä niihin liittyvien ongelmien ratkaisematta jättämiseen liittyvät riskit.

Koulutuksen sisällöissä tulisi ottaa myös sukupuoli yhtenä näkökulmana huomioon, sillä naisten yrittäjyysinnostus on todettu miehiä vähäisemmäksi. Shinnar ym. (2014) havaitsivat, kuinka yrittäjyyskoulutus vaikuttaa puutteellisesti potentiaalisten naisyrittäjien minäpystyvyyteen ja yrittäjyysaikeisiin verrattuna potentiaalisiin miesyrittäjiin.

Lähdeluettelo

- Achtenhagen L., Tillmar M. 2013. Studies on women's entrepreneurship from Nordic countries and beyond. *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 5(1), 4–16.
- Alstete J. W. 2002. On becoming an entrepreneur. An evolving typology. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 8, 222–234.
- Andersson P. 2008. Happiness and health. Well-being among the self-employed. *The Journal of Socio-Economics* 37, 213–236.
- Annink A., Den Dulk L. & Steijn B. 2016a. Work-Family conflict among employees and the self-employed across Europe. *Social indicators research* 126, 571–593.
- Annink A., Gorgievski M. & Den Dulk L. 2016b. Financial hardship and well-being. A cross-national comparison among the European self-employed. *European Journal of Work and Organizational Psychology* 25, 645–657.
- Arminen I. 2005. Institutional Interaction. Studies of Talk at Work. Aldershot, England.
- Baron R. A., Franklin R. J. & Hmieleski K. M. 2016: Why entrepreneurs often experience low, not high, levels of stress: The joint effects of section and psychological capital. *Journal of Management* 42, 742–768.

- Becker G. S. 1962. Investment in human capital: A theoretical analysis. *Journal of Political Economy* 70, 9–49.
- Benz M. & Frey B. S. 2008a. The value of doing what you like: Evidence from the self-employed in 23 countries. *Journal of Economic Behavior & Organization* 68, 445–455.
- Benz M. & Frey B. S. 2008b. The value of doing what you like: Evidence from the self-employed in 23 countries. *Journal of Economic Behavior & Organization* 68, 445–455.
- Binder M. & Coad A. 2013. Life satisfaction and self-employment: A matching approach 40, 1009–1033.
- Blanchflower D. G. 2000. Self-employment in OECD countries. *Labour Economics* 7, 471–505.
- Boyd, D. & Gumpert, D. 1983. *Coping with entrepreneurial stress*. Harvard Business Review, March/April.
- Cardon M. S. & Patel P. C. 2015. Is stress worth it? Stress-related health and wealth trade-offs for entrepreneurs. *Applied Psychology: An International Review* 64, 379–420.
- Colbert B. A. 2004. The Complex Resource-based View. Implications for theory and practice in strategic human resource management. *Academy of Management Review* 29, 341–358.
- Diener, E., Seligman M.E.P. 2004. Beyond Money. Toward an economy of well-being. *Psychological Science in the Public Interest*. 5, 1, 1–31.
- Dijkhuizen J., Gorgievski M., van Veldhoven M. & Schalk R. 2016. Feeling successful as an entrepreneur: A job demands resources approach. *International Entrepreneurship and Management Journal* 12, 555–573.
- Dolinsky A. L. & Caputo R. K. 2003. Health and female self-employment. *Journal of Small Business Management* 41, 233–241.
- Drew P. & Heritage J. (Ed.) 1992. *Talk at work: Interaction in institutional settings*. New York: Cambridge University Press.
- Eden D. 1975. Organizational membership vs. self-employment: Another blow to the American dream. *Organizational Behavior and Human Performance* 13, 79–94.
- Fernet C., Torr s O., Austin S. & St-Pierre J. 2016. The psychological costs of owning and managing an SME. Linking job stressors, occupational loneliness, entrepreneurial orientation and burnout. *Burnout Research* 3, 45–53.
- Fetters, M. D., Curry, L. A., & Creswell, J. W. 2013. Achieving integration in mixed methods designs – Principles and practices. *Health Services Research*, 48, 6/2, 2134–2156.
- Fuchs-Sch ndeln N. 2009. On preferences for being self-employed. *Journal of Economic Behavior and Organization* 71, 162–171.
- Gimenez-Nadal J. I., Molina J. A. & Ortega R. 2012. Self-employed mothers and the work-family conflict. *Applied Economics* 44, 2133–2147.
- Gorgievski M. J., Bakker A. B., Schaufeli W. B., van der Veen H. B. & Giesen C. W. M. 2010. Financial problems and psychological distress: Investigating reciprocal effects among business owners. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 83, 513–530.

- Gorgievski M. J. & Stephan U. 2016. Advancing the psychology of entrepreneurship: A review of the psychological literature and an introduction. *Applied Psychology: An International Review* 65, 437–468.
- Gould R., Ilmarinen J., Järvisalo J. & Koskinen S. 2008. Factors affecting work ability. Teoksessa Gould R., Ilmarinen J., Järvisalo J., Koskinen S. (toim.), *Dimensions of work ability: Results of the health 2000 survey*. Helsinki: Finnish Centre of Pensions, The Social Insurance Institution, National Public Health Institute, Finnish Institute of Occupational Health.
- Gupta V. K., Turban D. B., Wasti S. A. & Sikdar A. 2009. The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice* March 2009, 397–417.
- Haus I., Steinmetz H., Isidor R. & Kabst R. 2013. Gender effects on entrepreneurial intention: a meta-analytical structural equation model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 5, 130–156.
- Henry, C., Forss L., Ahl, H. 2016. Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal* 34(3), 217–241.
- Hillbrecht M. 2016. Self-employment and experiences of support in work – family context. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 28, 75–96.
- Hobföll S. E. 1989. Conservation of resources a new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist* 44, 513–524.
- Huang K-H., Mas-Tur A. & Yu T. H-K. 2012. Factors affecting the success of women entrepreneurs. *International entrepreneurship and management journal* 8(4), 487–497.
- Hughes K. D. 2003. Pusher or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership. *Gender, Work and Organization* 10, 433–454.
- Hughes K. D., Jennings J. E., Brush C., Carter S. & Welter F. 2012. Extending women's entrepreneurship research in new directions. *Entrepreneurship theory and practice*, May 2012, 429–442.
- Ilmarinen J. & Tuomi K. 2004. Past, present and future of work ability. Teoksessa Ilmarinen J and Lehtinen S (toim.), *Past, present and future work ability*. Finnish institute of occupational health. *People and work research reports* 65:1–25.
- Ilmarinen J., Tuomi K., Seitsamo J. 2005. New dimensions of work ability. Teoksessa Costa G., Goedhard W. J. A. and Ilmarinen J. (toim.), *Assessment and promotion of work ability*. (p. 3–7). Health and well-being of ageing workers. International Congress Series 1280.
- Ivankova, N.V., Creswell J.W., ja Stick, S. (2006) Using mixed-methods sequential explanatory design: From Theory to Practice. *Field Methods* 18, 3–20.
- Jamal M. 1997. Job stress, satisfaction, and mental health: An empirical examination of self-employed and non-self-employed Canadians. *Journal of Small Business Management* 1997, 48–57.
- Johnson R. B., Onwuegbuzie A. J., & Turner L. A. 2007. Toward a definition of mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112–133.
- Kirkwood J. 2009. Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal* 24, 346–364.

- Korunka C., Kessler A., Frank H. & Lueger M. 2010. Personal characteristics, resources and environment as predictors of business survival. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 83, 1025–1051.
- Lanivich S.E. 2015. The RICH Entrepreneur: Using conservation of resources theory in contexts of uncertainty. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 7, 863–894.
- MacIntosh R., MacLean D. & Burns H. 2007. Health in organization: Towards a process-based view. *Journal of Management Studies* 44, 206–221.
- Markman G. D. & Baron R. A. 2003. Person – entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review* 13, 281–301.
- Naughton T. J. 1987. Quality of working life and the self-employed manager. *American Journal of Small Business* 1987, 33–40.
- Nielsen K., Nielsen M. B., Ogbonnaya C., Känslä M., Saari E. & Isaksson K. 2017. Workplace resources to improve both employee well-being and performance: A systematic review and meta-analysis. *Work & Stress* 31, 101–120.
- Orhan M. & Scott D. 2001. Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model. *Women in Management Review* 16, 232–243.
- Parasuraman S., Purohit Y. S., Godshalk V. M. & Beutell N. J. 1996. Work and family variables, entrepreneurial career success, and psychological well-being. *Journal of Vocational Behavior* 48, 275–300.
- Parslow R. A., Jorm A. F., Christensen H., Rodgers B., Strazdins L. & D’Souza R. M. 2004. The associations between work stress and mental health: A comparison of organizationally employed and self-employed workers. *Work & Stress*, 18(3).
- Pollack J.M., Vanepps E.M., Hayes A.F. 2012. On Entrepreneurs’ depressed affect and withdrawal intentions in response to economic stress. *Journal of Organizational Behaviour* 33, 6, 789–810.
- Renko M., Parker Harris S. & Caldwell K. 2016. Entrepreneurial entry by people with disabilities. *International Small Business Journal* 34, 555–578.
- Rietveld C. A., Bailey H., Hessels J. & van der Zwan P. 2016. Health and entrepreneurship in four Caribbean Basin countries. *Economics and Human Biology* 21, 84–89.
- Rietveld C. A., Van Kippersluis H. & Thurik A. R. 2015. Self-employment and health: Barriers or benefits? *Health Economics* 24, 1302–1313.
- Roche M., Haar J. M. & Luthans F. 2014. The role of mindfulness and psychological capital on the well-being of leaders. *Journal of Occupational Health Psychology* 19, 476–489.
- Rosa P. & Dawson A. 2006. Gender and the commercialization of university science: Academic founders of spinout companies. *Entrepreneurship & Regional Development* 18, 341–366.
- Saarni S., Saarni E. S. & Saarni H. 2008. Quality of life, work ability and self-employment: a population survey of entrepreneurs, farmers and salary earners. *Occupational and Environmental Medicine* 65, 98–103.
- Segal G., Borgia D. & Schoenfeld J. 2005. The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 11, 42–57.

- Sherman, C.L., Randall, C., & Kauanui, S.K. 2015. Are you happy yet? Entrepreneurs' subjective well-being. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 13, 1, 7–23.
- Shinnar R. S., Hsu D. K. & Powell B. C. 2014. Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *The International Journal of Management Education* 12, 561–570.
- Shelton L. M. 2006. Female entrepreneurs, work-family conflict, and venture-performance: New insights into the work-family interface. *Journal of Small Business Management* 44, 285–297.
- Stephan U. & Roesler U. 2010. Health of entrepreneurs versus employees in a national representative sample. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 83, 717–738.
- Taris T. W., Geurts S. A. E., Schaufeli W. B., Blonk R. W. B. & Lagerveld S. E. 2008. All day and all of the night: The relative contribution of two dimensions of workaholism to well-being in self-employed workers. *Work & Stress* 22, 153–165.
- Tengland P.A. 2011. The concept of work ability. *Journal of Occupational Rehabilitation* 21: 275–285.
- Thebaud S. 2010. Gender and entrepreneurship as a career choice. Do self-assessments of ability matter? *Social Psychology Quarterly* 73, 288–304.
- Tilastokeskus 2015. Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Helsinki, Tilastokeskus. Haettu osoitteesta: <http://www.stat.fi/til/yrty/index.html>
- Tuomi K., Ilmarinen J., Jahkola A., Katajarinne L. & Tulkki A. 2006. Work ability index, occupational health care no 19.2. Helsinki: Finnish Institute of Occupational Health.
- Varian H. V. 1999. Intermediate microeconomics a modern approach 5th Ed. New York, W. W. Norton & Company.
- Verheul I., Thurik R., Grilo I. & van der Zwan P. 2012. Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology* 33, 325–341.
- Volery T. & Pullich J. 2010. Healthy entrepreneurs for healthy businesses: An exploratory study of the perception of health and well-being by entrepreneurs. *New Zealand Journal of Employment Relations* 35, 4–16.
- Wellington A. J. 2006. Self-employment: the new solution for balancing family and career. *Labour Economics* 13, 357–386.
- WHO; Health Promoting Workplace HPW. Retrieved from: http://www.who.int/occupational_health/topics/workplace/en/
- Yadav V. & Jeemol U. 2016. Women entrepreneurship: Research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research* 6, 12.

Acknowledgements

The study was funded by The European Social Fund. The authors declare that they have no conflict of interest.

The study was approved by the Ethics Committee of the Finnish Institute of Occupational Health. Informed consent was obtained from all participants for being included in the study.

6 FCM-mallit opiskelijoiden yrittäjyysaikomusten tarkastelussa

Salla Kettunen, Sanna Joensuu-Salo & Kirsti Sorama

Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Abstrakti

Korkeakouluopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia on tutkittu useissa tutkimuksissa (mm. Liñán & Fayolle, 2015), samoin naisten motiiveja ryhtyä yrittäjiksi ja mies- ja naisyrittäjien eroavaisuuksia (mm. Koellinger, Minnitti & Schaden, 2013; McGowan ym., 2012). Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että naisopiskelijat pelkäävät epäonnistumista ja kompetenssin, asiantuntemuksen puutetta enemmän kuin miespuoliset opiskelijat (Shinnar, Giacomini & Jansen, 2012). Siksi naisyrittäjyyden lisäämiseksi on olennaista tukea naisten uskoa omaan kykyihinsä. Naisopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia pystytään myös tukemaan miesopiskelijoita paremmin (Joensuu ym., 2014). Omaan kykyihin uskomisen vaikuttaa myös yrittäjyyteen sitoutumiseen. Sitoutuminen jo suunnitteluvaiheessa puolestaan ennakoit yrityksen parempaa tulevaisuutta ja menestystä. (Armstrong 2011.) Sitoutumisen lisäksi aikomuksiin liittyvillä tarkemmilla suunnittelustrategioilla (implementation intention) (Gollwitzer, 1993, 1999) on merkitys yrittäjyysprosessissa. Yrittäjyysaikomustutkimus on ollut pääsääntöisesti määrällistä ja syvempää tietoa yrittäjyyteen vaikuttavista mentaaleista malleista ei juuri ole. Tarvitaan lisää tutkimusta siitä, miten erityisesti naisopiskelijat hahmottavat omaa yrittäjyyttään ja millaisia mentaalisia malleja yrittäjyyteen liittyy.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää: 1) mitkä asiat ovat vaikuttaneet opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin, 2) millaisia tavoitteita ammattikorkeakoulun naisopiskelijoilla on omaan yrittäjyyteen liittyen ja 3) kuinka yrittäjyyden etenemisen suhteen eri vaiheissa olevia naisopiskelijoita voidaan parhaiten tukea. Tutkimus tuottaa uutta tietoa naisopiskelijoiden mentaalisista malleista yrittäjyyteen liittyen ja antaa tietoa ammattikorkeakouluille siitä, millaisilla menetelmillä yrittäjyyttä voidaan tehokkaimmin edistää.

Laadullinen aineisto on kerätty Smart Ladies in Digital World -hankkeessa, johon osallistuvat opiskelijat jo harkitsevat yrittäjyyttä omakohtaisena uravaihtoehtona. Aineisto koostuu 19 naisopiskelijan vastauksista. Opiskelijoita pyydettiin vapaasti kirjoittamaan omista motiiveistaan, tavoitteistaan ja tilanteestaan yrittäjyyden suhteen. Lisäksi näistä samoista opiskelijoista viisi kirjoitti vapaamuotoisen yrittäjätarinan, jota on käytetty aineistoa täydentämässä.

Aineiston analyysi tehtiin luokittelemalla ja FCM (Fuzzy Cognitive Mapping) menetelmää ja Mental modeler analyysityökalua käyttämällä. Opiskelijoiden mainitsemia yrittäjyyttä edistäviä toimenpiteitä tarkasteltaessa löytyi neljä solmukohtaa: suunnitelmien tekeminen omasta yritysideasta, opinnot, yritys- tai liiketoimintakauppa ja suurimpana yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona.

Opiskelijat jaettiin suunnitelman etenemistason mukaisesti kolmeen ryhmään: ei suunnitelmia, suunnitelmat yleisellä tasolla ja suunnitelmat konkreettisella tasolla. FCM skenaariotyökalun avulla testattiin, millä asioilla on suurin merkitys kunkin ryhmän suunnitelmien etenemiseen. Tätä tietoa voidaan hyödyntää kohdennettaessa yrittäjyyskasvatuksen toimenpiteitä.

Tulosten mukaan kaikissa ryhmissä opinnoilla on vahva vaikutus yrittäjyyden edistämiseen. Varhaisessa vaiheessa roolimallit ovat tärkeitä, samoin oman yrittäjyysidentiteetin hahmottaminen. Suunnitelmien kanssa pidemmällä olevat hyötyvät enemmän suunnitelmien laatimisesta omaan yritystoimintaan, opintojen saattamisesta loppuun ja siitä, että ovat saaneet kokemusta yrittäjänä tarvittavista ominaisuuksista (esim. asiakaspalvelu, ongelmanratkaisu). Tulokset vahvistavat käsitystä, jonka mukaan naisopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia voidaan tukea opintojen ja niiden aikana tehtävien suunnitelmien avulla.

Keywords: ammattikorkeakouluopiskelija, naisyrittäjyys, mentaaliset mallit, yrittäjyysaikomukset, yrittäjyyden tavoitteet

6.1 Johdanto

Naiset ovat edelleen vähemmistönä, kun tarkastellaan uusien start-up-yritysten perustamista varsinkin kasvuyrityksiin liittyen. Brem (2008) on tiivistänyt aiempien tutkimustulosten pohjalta naisyrittäjyyteen liittyviä uskomuksia

seuraavasti: naisyrittäjillä on miehiin verrattuna pienempiä yrityksiä sekä liikevaihdon että henkilöstön määrän perusteella mitattuna, naisyrittäjät epätodennäköisemmin omistavat useita yrityksiä, naisyrittäjillä on vähemmän kiinnostusta kasvuyrittäjyyteen, naiset perustavat pienempiä yrityksiä kuin miehet, miehet haluavat kasvattaa yritystä ja naiset puolestaan työskennellä mieluummin osa-aikaisesti, naisten yritykset toimivat useimmiten palvelusektorilla, naiset välttävät riskejä enemmän kuin miehet ja naiset verkostoituvat vähemmän. Jotta naisyrittäjyyttä voitaisiin paremmin edistää yhteiskunnassa, myös korkeakoulutuksessa olisi huomioitava naisyrittäjyyden tukeminen. Jotta korkeakouluopinnoissa naisyrittäjyyttä voitaisiin parhaiten tukea, tarvitaan lisää ymmärrystä siitä, millaisia naisten yrittäjyysaikomukset, yrittäjyyteen liittyvät motiivit ja tavoitteet ovat. Samoin tarvitaan tietoa siitä, minkä asioiden naisopiskelijat itse kokevat tukeneen omaa yrittäjyysprosessiaan.

Yrittäjyysaikomuksia on tutkittu jo pitkään myös sukupuolinäkökulmasta. Kuitenkin, suurin osa yrittäjyysaikomuksiin liittyvästä tutkimuksesta on luonteeltaan määrällistä (Liñan & Fayolle, 2015) ja niissä on vain vähän tietoa yrittäjyysprosessiin liittyvistä mentaaleista malleista. Henry, Foss ja Ahl (2015) huomauttavatkin, että sukupuoleen liittyvä yrittäjyystutkimus vaatii syvempiä, laadullisia metodologioita, kuten elämäntarinoiden analysointia, tapaustutkimusta sekä diskurssianalyysiä. Tämän tutkimuksen tavoitteena on osaltaan tuoda lisää tietoa mentaalisten mallien ymmärtämisestä suhteessa naisyrittäjien motiiveihin ja tavoitteisiin.

Yrittäjyyteen kannustavia tekijöitä on tutkittu useissa tutkimuksissa (mm. Kyrö, 2004; Liñan & Fayolle, 2015; McGowan ym., 2012). Osa tekijöistä on henkilön tilanteeseen liittyviä vetovoimatekijöitä ja osa puolestaan yrittäjyyteen työntäviä tilannetekijöitä. Lisäksi tiedetään, että miehet ryhtyvät helpommin yrittäjiksi kuin naiset (mm. Crant, 1996; Yordanova & Tarrazon, 2010; Wang & Wong, 2004). Edelleen on näyttöä siitä, että naisten yrittäjyysaikomuksia pystytään tukemaan opintojen aikana paremmin kuin miesten (Joensuu ym., 2014).

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää: 1) mitkä asiat ovat vaikuttaneet opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin, 2) millaisia tavoitteita ammattikorkeakoulun naisopiskelijoilla on omaan yrittäjyyteen liittyen ja 3) kuinka yrittäjyyden etenemisen suhteen eri vaiheissa olevia naisopiskelijoita voidaan parhaiten tukea. Tutkimus tuottaa uutta tietoa naisopiskelijoiden mentaalisista malleista

yrittäjyyteen liittyen ja antaa tietoa ammattikorkeakouluille siitä, millaisilla menetelmillä yrittäjyyttä voidaan tehokkaimmin edistää.

Tutkimuksen aineisto on kerätty Seinäjoen ammattikorkeakoulun toteuttamassa Smart Ladies in Digital World -hankkeessa, jossa ns. Yritystalliin osallistuneet naisopiskelijat kehittävät omia yritysideoitaan yhteistyössä toimivien naisyrittäjien kanssa. Aineistossa on yhteensä 19 vastaajaa. Aineiston lisäosana toimivat viiden opiskelijan vapaasti kirjoittamat tarinat omasta yrittäjyydestään. Analysoinnissa on käytetty ns. sumeat mentaalimallit -menetelmää (Fuzzy Cognitive Mapping), jonka avulla voidaan tarkastella muuttujien tai käsitteiden muodostaman verkoston keskinäisiä vuorovaikutuksia.

6.2 Teoriataustaa

Yrittäjyysaikomukset, sitoutuminen ja suunnittelustrategiat

Korkeakouluopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia on tutkittu useissa tutkimuksissa (mm. Liñán & Fayolle, 2015), samoin naisten motiiveja ryhtyä yrittäjiksi ja mies- ja naisyrittäjien eroavaisuuksia ovat tutkineet mm. McGowan, Lewis Redeker, Cooper & Greenan, (2012) sekä Koellinger, Minnitti ja Schaden (2013). Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että naisopiskelijat pelkäävät epäonnistumista ja kompetenssin, asiantuntemuksen puutetta enemmän kuin miespuoliset opiskelijat (Shinnar, Giacomini & Jansen, 2012). Siksi naisyrittäjyyden lisäämiseksi on olennaista tukea naisten uskoa omaan kykyihinsä. Kun uskoo omaan pystyvyyteensä ja kykenemiseensä yrittäjyyteen, sitoutuu suunnitteluun paremmin. Sitoutuminen jo suunnitteluvaiheessa ennakoii yrityksen parempaa tulevaisuutta ja menestystä (Armstrong, 2011.) Sitoutumisen lisäksi aikomuksiin liittyvillä tarkemmilla suunnittelustrategioilla (implementation intention) on merkitystä yrittäjyysprosessissa. Gollwitzer (1993, 1999) tarkoittaa aikomuksiin liittyvällä suunnittelulla sitä, kuinka tarkasti yksilö määrittelee miten, missä ja kuinka tietty asia toteutuu.

Ajzenin (1991) suunnitellun käyttäytymisen teoria (Theory of Planned Behavior, TPB) on pitkään ollut vallitseva malli yrittäjyysaikomusten tutkimisessa (Schlaegel & Koenig, 2014). Teorian mukaan aikomukset (intention) selittävät keskeisesti yksilön myöhempää käyttäytymistä. Mitä voimakkaampia aikomuksia yksilöllä on, sitä todennäköisemmin toteutuu itse käyttäytyminen (Ajzen, 1991.) TPB:n idea on,

että aikomuksia selittävät kolme tekijää: asenteet tiettyä käyttäytymistä kohtaan, yksilön kokemus lähipiirin tuki käyttäytymiseen liittyen ja pystyvyysuskomus eli se, kuinka todennäköisenä yksilö pitää omaa menestymistään kyseiseen käyttäytymiseen liittyen (Ajzen, 1991). Aikomuksen ja käyttäytymisen välinen yhteys näyttää ainakin osin toimivan yrittäjyyden kontekstissa (Kautonen, van Gelderen & Tornikoski, 2013). On myös osoitettu, että asenteet, lähiympäristön tuki ja pystyvyysuskomus puolestaan selittävät yhteensä 59 prosenttia yrittäjyysaikomusten vaihtelusta (Kautonen, van Gelderen & Fink, 2015). Osatekijöiden suhteellinen tärkeys voi kuitenkin vaihdella tilanteesta toiseen. Suurin osa tutkimuksista on kuitenkin havainnot pystyvyysuskomuksen olevan merkittävin yrittäjyysaikomusten selittäjä (Boyd & Vozikis, 1994; Drost & McGuire, 2011; Pihie & Bagheri, 2011; Shapero & Sokol, 1982). Tästä syystä voi ajatella, että juuri pystyvyysuskomuksen kehittäminen naisopiskelijoiden osalta olisi tärkeää. Pystyvyysuskomuksella on itse asiassa kaksoisrooli: se vaikuttaa aikomusten lisäksi myös suoraan käyttäytymiseen (Ajzen, 1991).

Toisaalta on kuitenkin osoitettu, että pelkkä intentio selittää vain 28 prosenttia tavoitteellisesta käyttäytymisestä (Sheeran, 2002) ja psykologisilla mekanismeilla kuten sitoutumisella ja suunnittelustrategioilla on suuri merkitys prosessissa (Adam & Fayolle, 2015; Gollwitzer, 1993, 1999). Adam & Fayolle (2015) ehdottavatkin, että suunnittelustrategiat (implementation intention) voivat moderoida intention ja käyttäytymisen välistä linkkiä ja sitoutuminen on yhteydessä sekä yrittäjyysaikomuksiin että lopulliseen käyttäytymiseen. Tämä voi osaltaan selittää sen, että korkeatkaan yrittäjyysaikomukset eivät välttämättä johda yrityksen perustamiseen (ks. Joensuu ym., 2014), jos sitoutuminen ja suunnittelustrategiat puuttuvat.

Fayolle & Liñan (2013) luokittelivat vuosina 2006–2012 julkaistuja yrittäjyysaikomustutkimuksia viiteen eri luokkaan. Ensimmäiseen luokkaan liittyvät tutkimukset, joissa on testattu vaihtoehtoisia yrittäjyysaikomusmalleja. Toisen luokan muodostavat henkilötason muuttujien tutkiminen yrittäjyysaikomuksiin liittyen. Tähän kuuluvat mm. sukupuolen vaikutukseen liittyvät tutkimukset. Kolmanteen luokkaan kuuluvat tutkimukset, joissa on selvitetty yrittäjyyskasvatuksen vaikutusta yrittäjyysaikomuksiin eri koulutusasteilla ja neljänteen luokkaan tutkimukset, joissa on selvitetty yrittäjyysaikomuksia tietyssä kontekstissa ja tehty kansainvälisiä vertailuja. Viimeiseen eli viidenteen luokkaan liittyvät tutkimukset yrittäjyysprosessista ja

aikomusten ja käyttäytymisen välisestä linkistä. Näitä tutkimuksia on kaikista vähiten. Fayolle & Liñan (2013) huomauttavatkin, että lisää tutkimuksia tarvitaan yrittäjyyden koko prosessin ymmärtämisestä.

Aikaisempien tutkimusten mukaan yrittäjyyskasvatuksella on todettu voitavan vaikuttaa niin yrittäjyysaikomuksiin kuin myös käyttäytymiseen (Martin, McNally & Kay, 2013; Rauch & Hulsink, 2015). Tutkijoiden mielestä on kuitenkin harvoja sellaisia tutkimuksia, joissa olisi tutkittu, onko yrittäjyyskasvatuksella todellista vaikutusta yrittäjyyteen liittyvään käyttäytymiseen, kuten mahdollisuuksien tunnistamiseen tai uuden yrityksen perustamiseen, vaikka sillä on osoitettu olevan vaikutusta asenteisiin yrittäjyyttä kohtaan (Rauch & Hulsink, 2015). Tutkijat kuitenkin toteavat, että käyttäytymiseen vaikuttaminen olisi tärkeä tavoite yrittäjyyskasvatuksessa, koska pelkät aiomukset eivät vielä saa aikaa yrittäjyyttä.

Naisten yritykset ja yrittäjyys

Naisyrittäjyydelle ominaisia piirteitä ovat mm. paikallisuus, sosiaalinen vuorovaikutus ja yhteisöllisyydestä lähtevä toiminta. Naisten toiminnan piirteitä kuvataan niin, että se täydentää usein julkista sektoria, liittyy naisten arkeen, vastaa paikalliseen kysyntään, liittyy paikalliseen osaamiseen ja sen kehittämiseen, perustuu yhteisöllisyyteen, vahvistaa paikallista identiteettiä, on usein pienimuotoista ja perustuu ruohonjuuritason naisten aloitteellisuuteen. (MoniNainen ja uudistuva naisyrittäjyys, 2010.)

Naisten perustamien ja omistamien yritysten matkalla tunnistetaan kolme kriittistä vaihetta. Ensimmäinen on yrittäjyysintentioiden kehittyminen ja kypsyminen. Naisilla ennen perustamista oleva harkintavaihe on usein hyvin perusteellinen. Toinen kriittinen vaihe on eloonjäämiskriisi yrityksen perustamisen jälkeen, jolloin yrityksen elinvoimaisuus punnitaan. Voidaan kuitenkin todeta, että tämä vaihe liittyy kaikkiin startup-yrityksiin, eikä kohdistu erityisesti naisyrittäjien yrityksiin. Kolmas kriittinen vaihe on kasvuhaluukkuus, johon luetaan myös kansainvälistyminen ja muiden työllistäminen. (Naisyrittäjyys, 2005.) Osa tutkijoista liittää henkilökohtaiset verkostot, kontaktit toisiin yrittäjiin ja verkostoitumisen naisten johtamista kasvuyrityksistä (mm. Bogren, von Friedrichs, Rennemo & Widding, 2013), mutta suomalaisissa kasvuyritystutkimuksissa nämä tekijät liittyvät yleisesti kasvuyrityksiin, eivät erityisesti naisten johtamiin (ks. esim. Sorama ym., 2015).

Tervo ja Haapanen (2007) tarkastelivat tutkimuksessaan naisten ja miesten yrittäjyyteen vaikuttavia tekijöitä. Heidän lähtöolettamuksensa on, että yrittäjäksi ryhdytään silloin kun yksilö kokee yrittäjyyden kautta saatavilla olevien hyötyjen olevan suurempia kuin palkkatyön kautta saatujen hyötyjen. Aineisto osoittaa, että naiset saattavat usein tienata yrittäjänä vähemmän kuin palkkatyössä, joten raha ei riitä selittämään naisten motivaatiota.

Koellingerin, Minnittin ja Schaden (2013) vertaillessa mies- ja naisyrittäjiä he havaitsivat, että naiset pelkäävät miehiä enemmän epäonnistumista ja toisaalta luottavat vähemmän omiin yrittäjätaitoihinsa. Suurempi pelko epäonnistumisesta, vähemmän yrittäjätuttavia ja heikompi luottamus yrittäjätaitoihin vähentävät todennäköisyyttä sille, että nainen perustaa yrityksen.

Kyrö (2004) on tutkinut suomalaisten naisyrittäjien todellisuutta. Hänen havaintonsa mukaan naisyrittäjien menestystä mitataan miesten yrityksiin ja yritystoiminnalta odotettuihin tuloksiin perustuvalla mittaristolla, vaikka naisten käsitys menestyksestä ei ole sama. Talouselämän sijaan naiset painottavat enemmän perheen sekä yrittäjyyden ja yrityksen yhteiskunnallista merkitystä.

Naisyrittäjille taloudellinen tulos voi usein tarkoittaa riittävää toimeentuloa pikemmin kuin liiketaloudellisen voiton maksimointia (Naisyrittäjyys, 2005). Samansuuntaisia tuloksia on saatu Pohjois-Irlannissa tehdyssä tutkimuksessa, jonka mukaan naisia motivoi yrittäjäksi ryhtymisessä ajatus paremmasta tasapainosta työn velvoitteiden, elannon hankkimisen ja kotiin liittyvien tehtävien hoitamisen välillä (McGowan ym., 2012).

Naisten yrittäjyyteen liittyy vahvasti työtyytyväisyys ja yrittäjyys osana kokonaisvaltaista elämää. Suomalaiset naisyrittäjät kokivat tärkeäksi oman yrityksen omistamisen. He halusivat olla pomona itselleen ja toteuttaa unelmiaan. (Kyrö, 2004.) McGowan ja kollegat (2012) havaitsivat saman irlantilaisten naisyrittäjien osalta. Naisyrittäjät eivät mittaa menestystään vain talouslukuina. Heille menestyminen on vaikkakin pienen, mutta vakaan yrityksen hoitamista, itsenäisyyttä ja oman itsensä herrana työskentelemistä.

Kyrön (2004) tutkimuksen mukaan perhe ja perheen tuki yrittäjyydelle ovat tärkeitä – ja perheeseen linkittyi tarve luoda joustavuutta elämään. Lisäksi korostuivat

asiakastytyväisyys ja hyvän ammatillisen suorituksen merkitys, itsensä toteuttamisen tarve, taloudellisten tekijöiden vähäisempi merkitys sekä niiden rooli enemmän välttämättömyytenä kuin tavoitteena. Nämä käsitteet ja niiden väliset vuorovaikutukset tulivat esiin menestystä kuvailtaessa.

McGowan ym. (2012) tarkastelivat naisten motiiveja yrittäjäksi ryhtymiselle. Motiiveista vetovoimaisiksi ajateltavia olivat uudenlaiset haasteet työelämässä, mielekkyys, kontrolli päätöksenteosta, parempi joustavuus työn ja yksityiselämän yhdistämisessä ja se, että lapsuudenperheessä oli paljon yrittäjiä. Haastateltavat eivät viitanneet taloudelliseen motivaatioon sinänsä, mutta painottivat sitä, että työstä saadut edut tulevat heille itselleen. Positiiviset ajatukset liittyivät henkilökohtaisten tavoitteiden ja yrittäjyyden tavoitteiden joustavampaan yhdistämiseen, samoin työn ja perheen yhdistämiseen. Odotuksena oli myös parempi tyytyväisyys työhön.

Yrittäjyyteen työntäviä motiiveja olivat tyytymättömyys palkkatyössä, palvelun heikko laatu, heikot ylenemismahdollisuudet, työhön panostaminen ei saanut tunnustusta, tulehtuneet henkilösuhteet, turhautuminen byrokraatiaan ja henkilökohtaisempana syynä se, että aiemmin keskustellut joustot eivät toteutuneetkaan äitiyslomalta palattaessa. Negatiiviset odotukset liittyivät säännöllisen palkan katoamiseen, palkkatyön turvallisuuden loppumiseen ja pärjäämiseen; yrityksen on pärjättävä tai se kuolee pois. Myös ajankäytön kanssa joutuu tasapainoilemaan. Oma hyvinvointi, jaksaminen, tunne siitä, että on eristetty muista ja paine henkilökohtaisten suhteiden hoitamisesta, tunnistettiin negatiivisiksi piirteiksi. Naiset kohtasivat myös sosiokulttuurisia odotuksia, joiden mukaan heidän tehtävänä on ensisijaisesti huolehtia kodista ja lapsista. Yrittäjyyskokemuksen puute heijastui taloudellisen riskinoton ja velan pelkona ja mikä mielenkiintoista myös roolimallien puutteena. (McGowan ym., 2012.)

Todennäköisyys toimia yrittäjänä kasvaa avo- tai avioliiton myötä, etenkin jos puoliso on yrittäjä. Mielenkiintoinen löytö on myös se, että alle 3-vuotiaiden lasten äitejä on suhteessa paljon yrittäjinä. Tulos antaa viitteitä siitä, että näin pyritään yhdistämään perhe ja työ – itsensä työllistäminen tuo vapautta. (Tervo & Haapanen, 2007.)

Korkeasti koulutettu puoliso lisää naisen yrittäjälttiutta, samoin kuin isän koulutustaso. Äidin yrittäjätausta lisää tyttärien todennäköisyyttä alkaa yrittäjäksi.

Tervo ja Haapanen (2007) päättävät tulosten perusteella, että naisten ja miesten välinen yrittäjyysasteiden ero johtuu ennen kaikkea erilaisesta käyttäytymisestä, ei niinkään erilaisista ominaisuuksista, vaikka naisten osalla henkilökohtaiset ominaisuudet korostuvat enemmän kuin miehillä.

Sosiaali- ja terveysalalla tapahtuneista ja tapahtuvista muutoksista odotettiin naisyrittäjyyden kannustajaa. Naiset toimivat usein palvelualalla sekä sosiaali- ja terveysalalla. Tilastokeskuksen työssäkäyntitilasto (2016) ei kuitenkaan osoita näin käyneen. Naisia on ollut 2000-luvun alussa yrittäjistä noin 35,1 % ja vuonna 2015 osuus oli laskenut 33,4 %:iin. Suuret hoiva-alan yritykset ovat vallanneet markkinoita itselleen ja pienten yritysten on ollut hankala pärjätä tarjous- ja hintakilpailuissa.

Yrittäjäksi ryhtyvän on olennaista tiedostaa sekä yrittäjyyden ilot että surut. Samalla yrittäjyyttä tulisi lähestyä realistisin odotuksin, ilman pilvilinnoja. Kuinka menestystä sitten halutaankin mitata, täytyy hyväksyä, että sen saavuttaminen vaatii sitoutumista. (McGowan ym. 2012.) Tuomalla kokeneita naisyrittäjiä ja yrittäjyyttä harkitsevia opiskelijoita keskustelemaan yrittäjyyteen ja yrittäjän arkeen liittyvistä niin positiivisista kuin negatiivisistakin asioista saadaan välitettyä kokemusperäistä tietoa opiskelijoille. Hyvien puolien esiin tuominen rohkaisee yrittäjyyttä aikovaa etenemään suunnitelmissaan, mutta realismi yrittäjän arjesta ja kokemuksista auttaa tiedostamaan, että työssä on myös vaikeita ja haastavia puolia. Kun ne eivät tule yllätyksenä, on edellytykset yrittäjyydelle hyvät. Hyvin tärkeässä asemassa on myös yrittäjän toimiminen roolimallina.

6.3 Metodit

Aineisto

Tutkimuksen aineisto on kerätty SeAMK:n toteuttamassa Smart Ladies in Digital World – naisten yrittäjyyden ja johtajuuden tukeminen digitaalisessa maailmassa hankkeessa, jossa omaa yritysideaansa opintojen aikana sitoutuneet naisopiskelijat kehittävät omia yritysideoitaan yhteistyössä toimivien naisyrittäjien kanssa. Hankkeen alussa toteutettiin kysely, jossa opiskelijat saivat itse kirjoittaa omasta polustaan kohti yrittäjyyttä. Kyselynä kerätyssä aineistossa on yhteensä 19

vastaajaa. Kysely toteutettiin sähköisesti Webropol-ohjelmiston avulla. Opiskelijoilta kysyttiin seuraavat avoimet kysymykset:

1. Kerro tarina omasta polustasi kohti yrittäjyyttä (esim. miten ajatuksesi yrittäjyydestä ovat kehittyneet elämäsi aikana, mitä tärkeitä hetkiä nostaisit esille, onko jokin asia sysännyt sinua eteenpäin?)
2. Millaisia tulevaisuuden tavoitteita sinulla on yrittäjyyden suhteen ja mitkä ovat suunnitelmasi keskeiset toimenpiteet niiden saavuttamiseksi? Yritä kertoa mahdollisimman tarkasti mitä aiot tehdä ja milloin yrittäjyyden suhteen.

Tiedonkeruun tavaksi valittiin nettikysely, johon jokainen sai vastata itselleen sopivana ajankohtana (kevätlukukauden 2016 aikana). Vastaajat saivat itsenäisesti vastata kysymyksiin kenenkään vaikuttamatta tähän tilanteeseen. Toisaalta, pyydettyä vastauksia omia yrittäjyysaikomuksia koskeviin kysymyksiin, saatiin opiskelijat pohtimaan omaa henkilöhistoriaansa sekä tulevia tavoitteitaan.

Aineistoa täydennettiin vielä viiden opiskelijan yrittäjätarinalla, jossa he kertoivat vapaasti, kuinka he ovat yrittäjyyttä ryhtyneet ajattelemaan, kuinka tarina on edennyt ja millaisia ajatuksia yrittäjyyden suhteen heillä on tällä hetkellä. Yrittäjätarinat kirjoitettiin keväällä 2017. Lopullinen aineisto koostuu siis 19 opiskelijan vastauksista avoimiin kysymyksiin sekä viidestä vapaasti kirjoitetusta yritystarinasta.

Opiskelijat voitiin luokitella kolmeen ryhmään sen mukaan, kuinka pitkällä yrittäjyysprosessi oli. Ensimmäisessä ryhmässä olivat opiskelijat, joilla oli jo aiempaa kokemusta yrittäjyydestä (5 hlö), toisessa ryhmässä opiskelijat, joilla oli jo valmiita suunnitelmia yrityksen perustamiseksi (8 hlö) ja kolmannessa opiskelijoita, joilla yritysidea oli vasta hahmottumassa (6 hlö).

Analysoinnissa on käytetty ns. sumeat mentaalimallit -menetelmää (Fuzzy Cognitive Mapping), jonka avulla voidaan tarkastella muuttujien tai käsitteiden muodostaman verkoston keskinäisiä vuorovaikutuksia. Vastaukset vietiin Mental Modeler -ohjelman sumeaan kognitiiviseen karttaan. Ohjelma laskee syötettyjen kausaalisuhteiden ja ilmoitettujen arvojen avulla noodien (kuvan tekstilaatikot) välisiä suhteita. Tiedot ovat katsottavissa matriisimuotoisina ja niistä voi laatia skenaarioita testaamalla, kuinka noodien välisten suhteiden muutokset vaikuttavat muihin noodeihin.

Sumeat kognitiiviset kartat

Kognitiivisten karttojen kehittäjäksi katsotaan KJW Craik (1943), joka esitteli niiden käyttämistä tutkimusmenetelmänä kirjassaan (Craik, Gray ym., 2014 mukaan). Hänen tavoitteenaan oli löytää keino, jolla saadaan näkyväksi se, kuinka ihminen käsittää mielessään tutkittavia asioita. Myöhemmin tietotekniikan ja algoritmien tullessa mukaan alkoivat syntyä sumeat kognitiiviset kartat (Fuzzy Cognitive Mapping, FCM). Menetelmää on alun perin kehittänyt Robert Axelrod (1976) ja edelleen Bart Kosko (mm. Kosko, 1986). Heidän mallinsa pohjautuivat vahvasti tietokoneiden matriiseihin ja näyttivät vielä hyvin matemaattisina.

Usein (sumeat) kognitiiviset kartat pyrkivät kuvaamaan kohdetta funktionaalisesti, ei niinkään absoluuttisen tarkasti. Kartta muodostaa yksinkertaistetun kuvan todellisuudesta, jonka avulla ihmiset voivat jäsentää maailmaa (Jones, Ross, Lynam, Perez & Leitch, 2011). Menetelmä pohjaa usein tutkijan tekemiin luokitteluihin aineistosta sekä luokkien välisiin syy-seuraussuhteisiin (Kandasamy & Smarandache, 2003). Menetelmää on kehitetty eteenpäin, sillä matemaattisesti laaditut hyvätkään mallit eivät aina toimi reaali maailmassa; tai toisin päin, reaali maailmassa toimivat mallit eivät matemaattisten mallien mukaan ole toimintakelpoisia. Laskennalliset mallit voivat olla liian yksinkertaistettuja. Lisäksi tilastollisten menetelmien taustaoletuksena on usein muuttujia koskevat ehdot, ja jos ne eivät täyty, ei välttämättä vaihtoehtoisia menetelmiä ole tarjolla. Näitä heikkouksia on pyritty vähentämään kehittämällä oppivia ja älykkäitä järjestelmiä. (Niskanen, 2010.)

Sumean kognitiivisen kartan (FCM) avulla voidaan tarkastella muuttujien tai käsitteiden muodostaman verkoston keskinäisiä vuorovaikutuksia. Menetelmässä kysytään ”entä jos” kysymyksiä ja tarkastellaan kuinka yhden (tai useamman) muuttujan muutos vaikuttaa muihin. (Niskanen, 2010). Nimitys sumea tulee siitä, että arvojen muutoksilla ei ole tarkkaa kohtaa. Esimerkiksi opintojen vaikutus lisää todennäköisyyttä yrityksen perustamiseen. Kuitenkin on mahdotonta antaa tarkkoja lukuja siitä kuinka paljon tai missä kohtaa.

Tutkimuksen taustalla olevan hankkeen aikana on tavoitteena saada lisää tietoa siitä, millä toimilla naisopiskelijoiden yrittäjyyttä voidaan tukea. Mental Modeler ja sen tarjoamat mahdollisuudet eri skenaarioiden laatimiseen tarjoavat tähän hyvän

mahdollisuuden. Kun tiedot on syötetty malliin, sen avulla voidaan lisätä tai heikentää eri muuttujien välisiä yhteyksiä ja katsoa kuinka tuo muutos vaikuttaa muihin mallissa esiintyviin tekijöihin.

Tieto, mitä syötetään sumean kognitiivisen kartan malliin, on tutkijan ryhmittelyiden avulla aikaansaama tulkinta tutkittavan ryhmän tilanteesta (vrt. Gray, Zarne & Gray, 2014). Kuten Carley ja Palmquist (1992) toteavat, kognitiivinen kartta on laadittavissa myös kirjallisista dokumenteista ja haastatteluista kerätyistä käsitteistä ja suhteista. Lopullisia johtopäätöksiä tehtäessä tätä tulkintaa peilataan lisäksi aiempaan tutkimustietoon sekä tutkimusryhmän kokemuspohjaiseen tietoon ja esiymmärrykseen tutkittavasta ilmiöstä.

FCM mallinnuksen vahvuuksia ovat Kandasamyn ja Smarandachen (2003) mukaan senhetkisen tilanteen sekä tilanteen kehittymisen kuvaaminen interaktiivisessa raamissa, kuvioita pystyy laatimaan nopeasti ja niiden avulla voi esittää tuloksia. Kausaalista rakenteista voidaan nähdä samankaltaisuuksia tai poikkeavuuksia paikallisissa ja laajemmissakin yhteyksissä. Özesmi ja Özesmi (2004) lisäävät, että menetelmällä voidaan tutkia sellaistenkin muuttujien suhteita, joita ei voida määritellä tarkoilta arvoilla. Siinä voidaan hyödyntää asiantuntija- tai paikallista tietoa, vaikka tieteellistä tietoa ei olisikaan. Menetelmä on nopea ja siinä voidaan yhdistää eri lähteitä. Tuloksena voidaan saada nopeastikin skenaarioita eri menettelyvaihtoehdoista.

Heikkouksina vastaavasti ovat se, että malli esittää sekä tutkijan tiedon, että tietämättömyyden, viisauden tai ennakkoluulot. Malli voi jo sisältää tutkijan tulkinnan esitettävästä asiasta. Malli antaa vastauksia ”entä jos” tilanteisiin, mutta ei kerro ”miksi”. Suhteet eivät ole tilastollisesti tarkkoja, eikä aikaulottuvuutta saada malliin mukaan. (Kandasamyn & Smarandachen, 2003; Özesmi & Özesmi, 2004.) Niskanen (2006) muistuttaa, että ongelmina sumeiden kognitiivisten karttojen käytössä on noodien valinta ja niiden välisten vuorovaikutussuhteiden perustuminen pelkkään intuitioon tai asiantuntemukseen. Toisena ongelmana on se, että numeerisissa kognitiivisissa kartoissa vaikutussuhteet ovat monotonisia ja kolmantena hän nostaa ongelmaksi sen, että toisissa yhteyksissä ilmiöt ovat lyhytaikaisia ja toisissa pitkäaikaisia, kuitenkin niin, että numeerisissa kartoissa ne ilmenevät samalla tavalla.

Mental Modeler -ohjelmassa on kolme pääkohtaa. Aluksi laaditaan kognitiivinen kartta, johon määritellään tekijöiden väliset suhteet, suhteiden suunnat ja niiden voimakkuus. Suhteille pystytään antamaan arvoja välillä $[-1,1]$. Tietoja voi tarkastella myös matriisinäkymässä, jossa suhteiden arvoja on mahdollista tarpeen vaatiessa korjata. Kolmannessa näkymässä on mahdollista laatia skenaarioita muuttamalla mallissa olevia arvoja (muuttamatta kuitenkaan alkuperäistä mallia). (Gray, Gray, Cox & Henly-Shepard, 2013.) Menetelmää on käytetty ainakin ympäristötutkimuksissa (Gray ym., 2013), yhteisöllisen suunnittelun tutkimuksessa (Henley-Shepard ym., 2015) ja eri intressiryhmien uskomusten tarkastelussa (Halbrendt ym. 2014.)

Tässä tutkimuksessa on käytetty skenaariotyökaluna hyperbolista tangenttia, joka saa arvot tarkasteluväliltä $[-1,1]$. Sumean kognitiivisen kartan nooiden välisiä arvoja kasvattamalla tai pienentämällä saadaan skenaariotyökalusta tietoa sen vaikutuksista muihin noodeihin. Toisin sanoen, tämän avulla voidaan testata mikä tekijä vaikuttaa mihinkin.

6.4 Tulokset

Yrittäjyysaikomuksiin vaikuttavat tekijät

Omaan yrittäjyyteen tai yrittäjyysaikomuksiin vaikuttaneet tekijät voidaan jaotella opintojen vaikutukseen, kokemukseen pystyvyydestä, roolimalleihin ja elämänmuutokseen. Tieto ja kokemukset yrittäjyydestä auttavat ymmärtämään mm. mitä itsellä on annettavaa asiakkaille ja madaltavat näin kynnystä yritystoiminnan aloittamiseen. Työkokemus lisää uskoa omaan pystyvyyteen. Roolimalleja voi löytyä lähiympäristöstä tai vaikkapa opintojen aikana. Elämänmuutos voi tuoda äkillisiä muutoksia suunnitelmiin ja pakottaa miettimään lähtökohtia ja tavoitteita uudelleen. (Joensuu-Salo, Sorama & Kettunen, 2016).

Opiskelijoiden kirjoittamissa yrittäjätarinoissa (5 kpl) löytyy 14 mainintaa yrittäjyyteen vetävistä tekijöistä ja 9 mainintaa yrittäjyyteen työntävistä tai intoa vähentävistä tekijöistä. Nämä löytyvät ryhmiteltynä taulukosta 1. Vetotekijät määritellään yrittäjyyteen houkuttelevina positiivisina asioina, kun taas työntötekijät ovat asioita, joihin yksilö ei ole tyytyväinen nykyisessä elämäntilanteessaan tai työurallaan. Viitalan ja Jylhän (2013) mukaan Suomessa

yrittäjyyspäättöksen taustalla on useammin positiiviset motiivit ja intentiot kuin yrittäjäksi ryhtyminen pakon edessä.

Taulukko 1. Opiskelijoiden mainitsemia yrittäjyyteen vetäviä ja työntäviä tekijöitä.

vetotekijät	työntötekijät /intoa vähentävät
mahdollisuus päättää omista <ul style="list-style-type: none"> - aikatauluista - asioista - työn tahdistusta ja tavoitteista 	heikentynyt työkyky
jatkajaksi perheyrytykseen	vastuu kaikesta koko ajan ja paljon työtä
palkitsevaa <ul style="list-style-type: none"> - oman työn tulokset näkyvät - oppimisprosessi 	elämänmuutos (irtisanominen, läheisen kuolema)
uusien toimintojen päänavaajana toimiminen	muitakin kiinnostavia uravaihtoehtoja
mahdollisuus työskennellä itseä kiinnostavien asioiden parissa	irtisanominen palkkatyöstä
saa toteuttaa itseään, käyttää mielikuvitusta ja luovuutta	luovuutta ja mielikuvitusta pitää käyttää, sillä ei valmiita vastauksia
hyvä idea, joka jalostui	ikä ja ala; palkkatöitä vähän tarjolla

Realisoituakseen yrittäjyysaikomus vaatii idean kehittymisen toteutuskelpoiseksi. Opiskelijoiden yrittäjäideoiden kehittyminen ei ole tapahtunut suoraviivaisesti, vaan siinä on ollut useita vaiheita. Alkuperäinen suunnitelma on lähtenyt oivalluksesta tai omasta kiinnostuksesta. Vastanneiden opiskelijoiden tavoite yrittäjyyden suhteen oli ennemminkin mahdollistaa asuminen haluamallaan paikkakunnalla kuin työllistää itsensä yrittäjänä. Jos esimerkiksi asiakaskunta todettiin riittämättömäksi, sillä paikkakunnalla, jolle ideaa oli suunniteltu, näissä tapauksissa idea hylättiin sen sijaan, että sitä olisi lähdetty toteuttamaan sinne, missä asiakaskunta olisi riittävä tai markkina parempi.

Yritysideaa puntaroidaan esimerkiksi opintojen yhteydessä tehtävien selvitysten avulla. Idea voi osoittautua olevan liian kilpaillulla alalla. Ideaa punnitaan työmäärän ja oletettujen tuottojen ja paikkakunnan markkinan koon suhteen. Se voi välillä jäädä unohduksiin ja nousta taas elämäntilanteen muuttuessa esiin. Ideoita myös hylätään, vaihdetaan ja kehitellään edelleen.

Vastajamäärän puitteissa (5) on mahdollista todeta, että yritysideat muuttuvat ja jalostuvat opintojen aikana. Erilaisten suunnitelmien ja kriittistenkin tarkastelujen tekeminen opintojen aikana auttaa ideaa jalostumaan edelleen ja hyödyttää näin opiskelijaa.

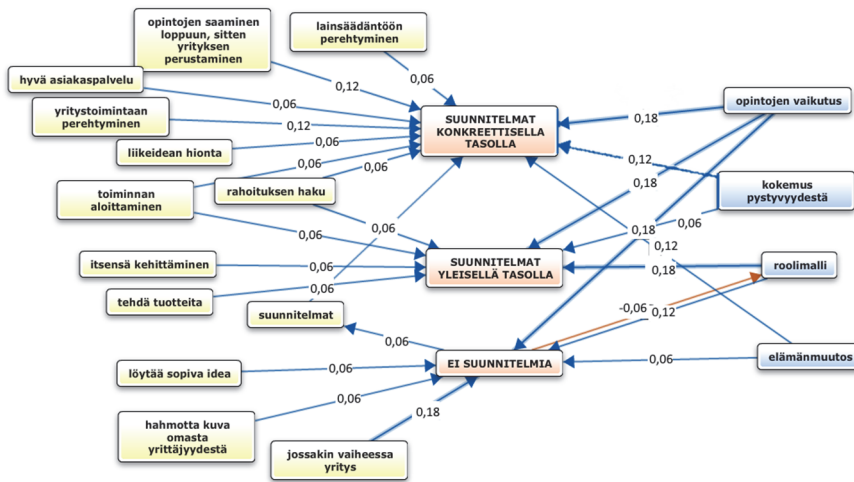
Tavoitteet yrittäjyyden suhteen ja yrittäjyyden tukemiseen vaikuttavat tekijät

Tavoitteita yrittäjyyden suhteen tarkasteltiin 19 vastaajan aineistosta. Opiskelijat on jaoteltu suunnitelmallisuuden asteensa suhteen kolmeen ryhmään: suunnitelmat konkreettisella tasolla, yleisellä tasolla ja ei suunnitelmia. Opiskelijoista neljällä (4) on jo olemassa yritystoimintaa. Lisäksi kahdeksalla (8) on suunnitelmissa yrityksen perustaminen tulevaisuudessa. Tilanteet vaihtelevat yrityksessä jo työskentelemisen, perustamisvaiheessa olemisen ja toimintakonseptin testauksen välillä. Toimenpiteinä yritysidean eteenpäin viemiseksi ovat opintojen aikana osin harjoitustyönä tehtävät selvitykset, liiketoimintasuunnitelmat, itsensä kehittäminen ja yrittäjänä tarvittavien taitojen kehittäminen, yrityskulttuuriin perehtyminen sekä sopivan paikan etsiminen yritykselle. Seitsemällä (7) opiskelijalla ei ollut tutkimushetkellä yritysideaa. Heistä kaksi ilmaisi suunnitelmakseen opiskeluajan hyödyntämisen ajatusten selkiyttämiseen. Osa vastaajista ei ilmaissut suunnitelmiaan.

Opiskelijoiden tavoitteita, suunnitelmia ja motiiveja tarkasteltiin FCM metodin ja Mental modeler työkalun avulla kahdella tavalla. Ensimmäisessä tarkastelussa malliin syötettiin tutkijoiden ryhmittelemä aineisto. Tarkastelun tavoitteena oli selvittää, kuinka yrittäjyysuunnitelmansa kanssa eri ryhmiin kuuluvat opiskelijat saisivat parhaiten hyötyä yrittäjyyden opinnoista. Toisessa tarkastelussa malliin syötettiin luokittelemattomina kaikki opiskelijoiden mainitsemat yrittäjyyteen ohjaavat sysäykset, tavoitteet ja motiivit. Mainintojen väliset yhteydet piirrettiin aineistossa esiin tulleiden seikkojen perusteella. Esimerkiksi opiskelijan kirjoittama: 'En halunnut yrittäjäksi, koska olin nähnyt kuinka työlästä se on, mutta oltuani työn puitteissa yrittäjäkurssilla huomasin, että yrittäminen voisi sittenkin

olla kiinnostavaa' näyttäyty mallissa roolimalli -> ei yrittäjäksi -> yrittäjäkoulutukset -> yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona. Tämän tarkastelun avulla selvitetiin, millaisiin solmukohtiin erilaiset tavoitteet, sysäykset ja motiivit opiskelijoita johdattavat. Toisin sanoen, voidaanko yrittäjyyteen päin vetäviä asioita tuoda opiskelijoille opintojen aikana lisää.

Aloituskyselyn perusteella piirretty sumea kognitiivinen kartta (FCM) opiskelijoiden yrittäjyyden tavoitteista ja sellaisista tekijöistä, jotka ovat vaikuttaneet yrittäjyydestä kiinnostumiseen näyttää kuvion 1 kaltaiselta. Yrittäjyydestä kiinnostumaan saaneet tekijät on luokiteltu neljään ryhmään: opintojen vaikutus, kokemus omasta pystyvyydestä, roolimalli ja elämänmuutos. Tavoitteet on kirjattu sen mukaan mitä opiskelijat ovat ilmoittaneet. Jos useammalla opiskelijalla oli sama tavoite, on arvo suurempi. Kaikista eniten julkilausuttuja tavoitteita on opiskelijaryhmällä, jonka suunnitelmat ovat konkreettisella tasolla.



Kuvio 1. Opiskelijoiden tavoitteet yrittäjyyden suhteen ovat vasemmalla reunalla, yrittäjyyden pariin hakeutumisen motiivit oikealla.

Tarkasteltaessa opiskelijoita, joilla ei vielä ole suunnitelmia yrittäjyyden suhteen, tavoitteet liittyivät oman yrittäjyysidentiteetin selkeyttämiseen, idean löytämiseen ja yleiseen tavoitteeseen jossakin vaiheessa perustaa yritys. Heihin suurin vaikutus

näyttäisi olevan opintojen tarjoamalla tuella. Toiseksi merkittävin vaikutus yrittäjyyden pariin hakeutumisella tällä ryhmällä oli roolimalleilla ja kolmanneksi elämänmuutoksella.

Skenaariotyökalun avulla tarkasteltuna ei suunnitelmia -ryhmää hyödyttävät eniten se, että he saavat opintojen kautta tietoa ja tukea oman yritysidentiteetin hahmottamiseen. Seuraavaksi eniten hyötyä saa roolimalleista. Nämä voivat olla omia sukulaisia tai opintojen aikana omaa toimintaansa esittelemään tulleita yrittäjiä. Kun kuva omasta yrittäjyydestä hahmottuu paremmin, kasvaa myös todennäköisyys yrittäjyydelle.

Toisessa ryhmässä opiskelijoiden suunnitelmat olivat yleisellä tasolla. Tässä ryhmässä tavoitteet yrittäjyyden suhteen liittyvät itsensä kehittämiseen, rahoituksen hakemiseen, tuotteiden tekemiseen ja toiminnan aloittamiseen. Heihin olivat vaikuttaneet eniten opinnot, roolimallit ja pystyvyyden kehittyminen. Suurin vaikutus näistä oli opinnoilla ja roolimalleilla.

Skenaariotyökalulla tehty tarkastelu kertoo, että ”suunnitelmat yleisellä tasolla” -ryhmässä selvästi suurimmat positiiviset vaikutukset yrittäjyyden edistämiseen saadaan opinnoilla ja roolimalleilla. Opintojen avulla omaan yrittäjyyteen liittyviä suunnitelmia saadaan vietyä eteenpäin. Roolimallien merkitys korostui tässä ryhmässä eniten. Käytännössä se tarkoittanee sitä, että kun oma suunnitelma alkaa hahmottua, roolimalleista saadaan eniten irti. Toimivien yrittäjien esimerkkejä voi tällöin peilata omiin suunnitelmiin.

Pystyvyyttä voidaan kehittää siten, että naisille tarjotaan mahdollisuuksia saada onnistumisen kokemuksia yrittäjyydestä: yhteistyö yritysten kanssa, harjoitustyöt yritysten kehittämiseen liittyen, erilaiset pelit ja konkreettiset yrittäjyyteen liittyvät tehtävät nostavat kokemusta yrittäjänä menestymisestä.

Yrittäjyyden suunnittelussa jo konkreettiselle tasolle päässeet opiskelijat tavoittelivat rahoituksen saamista, halusivat kehittää yritystä esim. asiakaspalvelun kautta, saattaa opinnot loppuun, perehtyä lainsäädäntöön ja yritystoimintaan sekä hioa liikeideaa. Heidän suunnitelmiinsa vaikuttivat eniten opinnot ja sen jälkeen yhtä suurella painoarvolla kokemus pystyvyydestä ja elämänmuutos. Yllättävää kyllä, tällä ryhmällä roolimalleilla ei ollut enää merkitystä.

Kun vaikutussuhteita testattiin skenaariomallin avulla, eniten vaikutusta ”suunnitelmat konkreettisella tasolla” -ryhmään oli edelleen opinnoilla. Opintojen saattaminen loppuun oli toiseksi merkittävin tekijä. Tämä selittyy sillä, että kun suunnitelmat ovat valmiita, halutaan ensin vielä valmistua ja vasta sitten aloittaa yritystoiminta. Tässä ryhmässä skenaarioita tarkasteltaessa oli eniten selvästi positiivisesti vaikuttavia tekijöitä. Edellä mainittujen lisäksi myös suunnitelmien tekeminen, liikeidean hiominen, yritystoimintaan perehtyminen ja kokemus yrittäjyydestä vaikuttivat edelleen positiivisesti.

Yrittäjyyden suunnittelussaan jo pitkällä olevat opiskelijat pitäisi ottaa erityisen hyvin huomioon opinnoissa. Opintojen kautta omaa yrittäjyyttä pystyy viemään eteenpäin, saamaan asiantuntija-apua oman liikeidean suhteen ja ammattikorkeakoulu voi auttaa löytämään oikeita verkostoja myös rahoitukseen liittyen. Roolimalleja kannattaa käyttää eniten opiskelijoiden kohdalla, joilla yrittäjyysuunnitelmat ovat yleisellä tasolla.

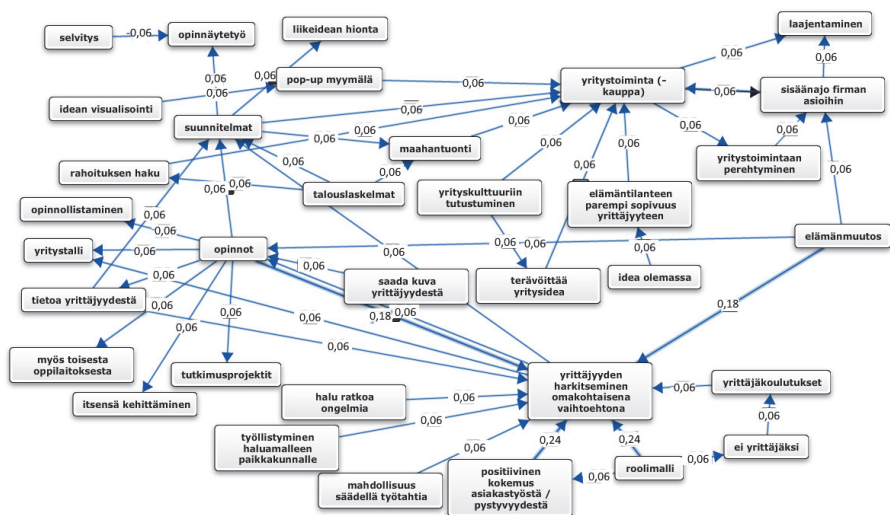
Elämänmuutos on tekijä, joka nousi esiin ryhmissä ”ei suunnitelmia” ja ”suunnitelmat konkreettisella tasolla”. Tätä ei kuitenkaan voida pitää mitenkään suositeltavana keinona yrittäjyyden lisäämiseksi, sillä käytännössä elämänmuutos on ollut esim. sairastumisen takia muuttuvat työelämän suunnitelmat, läheisen kuolema tai muutto vieraaseen ympäristöön. Nämä voidaan nähdä yrittäjyyteen työntävinä tekijöinä, yrittäjyyskasvatuksen avulla kuitenkin halutaan keskittyä vetovoimatekijöihin.

Taulukko 2. Skenaariotyökalun avulla (hyperbolinen tangenti) lasketut vaikutukset, kun tekijän painoarvoa nostetaan 0 -> 1.

noodi	ei suunnitelmia	suunnitelmat yleisellä tasolla	suunnitelmat konkreettisella tasolla
hahmottaa kuva omasta yrittäjyydestä	+0,08		
opintojen vaikutus	+0,16	+0,16	+0,16
roolimalli	+0.10	+0,16	
kokemus yrittäjyydestä			+0,12
suunnitelmat			+0,12
yritystoimintaan perehtyminen			+0,12

opintojen saattaminen loppuun			+0,14
liikeidean hionta			+0,08

Toisessa tarkastelussa ohjelmaan syötettiin opiskelijoiden mainitsemat motiivit, tavoitteet ja tärkeät sysäykset matkalla kohti yrittäjyyttä (Kuvio 2). Kuvio esittää mainittujen asioiden suhteita ilman luokitteluja. Suhteet muodostettiin sen mukaan, kuinka ne kirjallisissa lähteissä opiskelijoiden kertomina nousivat esiin. Siinä erottuu neljä solmukohtaa: yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona, opinnot, suunnitelmat ja liiketoiminta / yrityskauppa.



Kuvio 2. Opiskelijoiden mainitsemat motiivit, tavoitteet ja tärkeät sysäykset kohti yrittäjyyttä.

Hyperbolisen tangentin avulla luodusta skenaariosta nähdään, että suurin vaikutus saadaan kohtaan yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona. Voimakkain vaikutus saatiin kohottamalla roolimallien, positiivisten asiakaskokemusten ja opintojen vaikutusta. Yrittäjyydestä saatavalla tiedolla arvo nousi vielä hieman, mutta merkitys oli selvästi pienempi kuin kolmella aiemmalla tekijällä.

Samalla skenaariomenetelmällä voimakkain yhteys noodiin ”yrittäjätoiminta (-kauppa)” löydettiin elämäntilanteen paremmasta sopivuudesta yrittäjyyteen, rahoituksen hausta ja suunnitelmista. Heikompia yhteyksiä löytyi myös pop up -kaupasta, yritysidean terävöittämisestä ja yrityskulttuuriin tutustumisesta. Tulos korostaa entisestään sitä, että mikäli opintojen aikana halutaan parhaalla mahdollisella tavalla tukea yrittäjäksi aikovia, tulee toimenpiteet määritellä sen mukaan millaisessa yrittäjyyden suunnittelemisen vaiheessa opiskelija on.

Noodiin ”suunnitelmat” vahvin vaikutus on opinnoilla. Lisäksi siihen vaikuttavat positiivisimmin talouslaskelmien tekeminen, tiedon saaminen yrittäjyydestä sekä yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona.

Noodiin ”opinnot” puolestaan voimakkainta arvojen nousua edesauttoivat skenaariossa elämänmuutokset, kuvan saaminen yrittäjyydestä ja yrittäjyyden harkitseminen omakohtaisena vaihtoehtona. Mielenkiintoista kyllä, roolimallilla oli erittäin pieni vaikutus.

6.5 Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena oli selvittää, mitkä asiat ovat vaikuttaneet naisopiskelijoiden yrittäjyysaikomuksiin. Tutkimusta varten suoritettussa tiedonkeruussa opiskelijat mainitsivat useita samoja yrittäjyyden vetovoimatekijöitä (mahdollisuus päättää itse aikatauluista, asioista työtahdista, tavoitteista; oman itsensä toteuttaminen) kuin McGowan ym. (2012) (kontrolli päätöksenteosta, parempi joustavuus) ja Kyrö (2004) (pomona itselle ja unelmien toteuttaminen) löysivät tutkimuksissaan. Samoin yhtäläisyyksiä löytyi taloudellisen riskinoton välttelystä.

Toisena tavoitteena oli selvittää, millaisia tavoitteita ammattikorkeakoulun naisopiskelijoilla on omaan yrittäjyyteen liittyen. Tavoitteet vaihtelivat sen mukaan, missä vaiheessa opiskelijan oma yrittäjyysprosessi oli. Niillä opiskelijoilla, joilla ei vielä ollut tarkempia suunnitelmia yrittäjyyden suhteen, tavoitteet liittyivät oman yrittäjyysidentiteetin selkeyttämiseen, idean löytämiseen ja yleiseen tavoitteeseen jossakin vaiheessa perustaa yritys. Tavoitteet tarkentuivat sitä mukaa, mitä pidemmällä oma prosessi oli. Toisessa ryhmässä opiskelijoiden suunnitelmat olivat yleisellä tasolla, mutta heillä tavoitteet liittyivät jo selkeämmin rahoituksen hakemiseen, tuotteiden tekemiseen, toiminnan aloittamiseen ja itsensä

kehittämiseen. Konkreettisella tasolla suunnitelmissaan olevilla opiskelijoilla tavoitteet liittyivät rahoituksen saamiseen, asiakaspalvelun kehittämiseen, opintojen loppuun saattamiseen, lainsäädäntöön perehtymiseen ja liikeidean hiomiseen. Tässä voidaan nähdä viitettä aikomusten ja käyttäytymisen väliseen linkkiin, josta myös Fayolle & Liñan (2013) toivoivat lisätutkimuksia. Heidän mukaansa olisi tärkeää ymmärtää yrittäjyysprosessia kokonaisuutena. Lisäksi on ehdotettu, että suunnittelustrategioilla ja sitoutumisella on vaikutusta yrittäjyysprosessissa. Tämän tutkimuksen tulokset osoittavat, että nimenomaan suunnittelun konkreettisuus vie yrittäjyysprosessia eteenpäin aikomuksista käyttäytymiseen.

Yrittäjyysprosessin ymmärtäminen aikomuksista niitä toteuttavaan käyttäytymiseen on tärkeää yrittäjyyskasvatuksen näkökulmasta. Prosessin ymmärtäminen vaiheittain yrittäjyyteen sitoutumisen ja sitoutumisen astetta kuvaavien suunnitelmien konkreettisuuden kautta antaa hyvän lähtökohdan opintojen suunnitteluun. Opintojen aikana pitäisi pyrkiä tukemaan eri yrittäjyysprosessin vaiheissa olevia opiskelijoita sellaisilla toimenpiteillä, jotka auttavat opiskelijaa eteenpäin suunnitelmissaan ja näin sitoutumaan syvemmin omaan yrittäjyyteensä.

Tämän tutkimuksen kolmantena tavoitteena oli selvittää, kuinka yrittäjyyden etenemisen suhteen eri vaiheissa olevia naisopiskelijoita voidaan parhaiten tukea. Saadut tulokset osoittavat, että opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia voidaan tukea opintojen aikana. Pystyvyyden kokemukset, yrittäjyyttä edesauttavien suunnitelmien tekeminen ja liikeidean hiominen ovat konkreettisia toimia, joilla yrittäjyyttä pystytään tukemaan. Naisopiskelijoiden kannalta katsottuna suuri hyöty on siitä, että opiskelijat saavat kokemuksia omasta pystyvyydestään. Yhteistyö yritysten kanssa, harjoitustyöt oikeisiin yrityksiin liittyen, oman liikeidean hiominen sekä tieto eri kanavista mistä apua ja rahoitusta saa, edesauttavat eteenpäin.

Opiskelijoille roolimallit ovat tärkeitä. Pääsääntöisesti roolimallit löytyvät lähiympäristöstä, mutta niitä voidaan myös tuoda opintojaksoille. Käytännössä tämä tarkoittaa yrittäjävieraiden pyytämistä kursseille tai opintojaksolla tehdään yrityksille selvityksiä tai erilaisia kehittämissuunnitelmia, joiden kautta opiskelijat tutustuvat yrityksen liiketoimintaan, mutta usein myös itse yrittäjään. Nämä tapaamiset auttavat rakentamaan kuvaa siitä, mitä itse voisi mahdollisesti yrittäjänä

tehdä, millaisia asioita yrittäjältä edellytetään ja pystyisikö itse vastaamaan niihin vaatimuksiin. Etenkin siinä vaiheessa, kun omat suunnitelmat alkavat hahmottua, roolimalleista saadaan paras hyöty.

Koska roolimalleilla on osoitettu olevan merkitystä erityisesti yrittäjyyteen sitoutumisen kahdessa ensimmäisessä vaiheessa, olisi tärkeää etsiä jo toimivista naisyrittäjistä sellaisia, jotka "rikkovat" naisyrittäjyyteen liittyviä rajoja, kuten toimiala (ei esimerkiksi pelkästään palveluyrityksiä), yrityksen koko ja kasvuyrittäjyys mukaan lukien sarja- ja portfolio-yrittäjät sekä verkostoitumiseen panostavat naisyrittäjät. Usein tällaiset yrittäjät ovat myös kiinnostuneita oppilaitosyhteistyöstä.

Tutkimus osoitti, että naisopiskelijoiden yrittäjyyden tukemisessa olisi otettava paremmin huomioon yrittäjyysprosessin vaihe. Suunnitelmien tukeminen yleiseltä tasolta yhä konkreettisemmiksi, vie prosessia eteenpäin. Lisäksi on mielenkiintoista havaita, että erilaiset asiat ovat merkityksellisiä yrittäjyysprosessin eri vaiheissa. Vaikka opinnoilla on suurin merkitys kaikissa vaiheissa, sisällöt vaihtelevat yrittäjyysprosessin vaiheen mukaan. Taulukkoon 3 on koottu yrittäjyyttä tukevia toimintatapoja suhteessa opiskelijoiden suunnitelmien tasoon.

Taulukko 3. Yrittäjyyttä tukevat asiat yrittäjyysprosessin eri vaiheissa.

Suunnitelmien taso	Yrittäjyyttä parhaiten tukevat toimenpiteet
Ei suunnitelmia	<ul style="list-style-type: none"> • Opintojen kautta tietoa ja tukea oman yritysidentiteetin hahmottamiseen • Roolimallit
Suunnitelmat yleisellä tasolla	<ul style="list-style-type: none"> • Opintojen kautta tukea yrittäjyysprosessin etenemiseen (suunnitelmat, rahoitus, itsensä kehittäminen) • Roolimallit • Yhteistyö yritysten kanssa, projektityöt yritysten kanssa
Suunnitelmat konkreettisella tasolla	<ul style="list-style-type: none"> • Opintojen kautta tukea yritystoiminnan aloittamiseen (ohjaaminen myös muille asiantuntijoille) • Opintojen loppuun saattaminen • Konkreettiset kokemukset omasta yrittäjyydestä

On mielenkiintoista, että tutkimus osoitti selvästi opintojen vaikutuksen yrittäjyysprosessin eteenpäin viemisessä. Tämä tuo uudenlaista näkökulmaa korkeakouluopintojen vaikutuksesta yrittäjyyteen, koska useissa aiemmissa tutkimuksissa on havaittu, että korkeakouluopinnot laskevat todennäköisyyttä ryhtyä yrittäjäksi (Henley, 2005; Joensuu ym., 2013; Kangasharju & Pekkala, 2002; Pihkala, 2008; Nabi ym., 2010). Toisaalta tässä tutkimuksessa kyse oli erityisestä joukosta, joka on valmiiksi kiinnostunut yrittäjyydestä. Yleisellä tasolla korkeakouluopetus saattaa laskea yrittäjyysaikomuksia. Siksi olisikin erittäin tärkeää tunnistaa korkeakouluopintojen aikana ne naisopiskelijat, joilla on kiinnostusta yrittäjyyteen ja suunnata heihin konkreettisia toimenpiteitä. He hyötyvät siitä paljon oman yrittäjyysprosessinsa eteenpäin viemisessä.

Yrittäjyyden tukemista ja yrittäjyyskasvatusta pohdittaessa, on määriteltävä, onko tavoitteena oppia yrittäjyydestä (about entrepreneurship) vai yrittäjyyttä varten (for entrepreneurship) (Jamieson, 1984). Tässä tutkimuksessa keskitytään jälkimmäiseen edellä mainituista. Koska hankkeeseen osallistuvat opiskelijat ovat tehneet Yritystalliosopimuksen, heillä on jo selkeä tavoite ja aikomus yrittäjyyteen. Näin ollen opetukseen liittyvissä toimenpiteissä korostuu käyttäytymisen vahvistaminen. Opetuksessa painottuu tällöin parhaimmillaan yrityksen käynnistämisen valmistelu ja opetusfilosofia on tällöin käytäntö- ja toimintapainotteista (Rauch & Hulsink, 2015). Yrittäjyyskasvatuksen tuloksia arvioitaessa jako kahteen kategoriaan tavoitteen mukaan on perusteltavissa, koska se antaa perusteet sille, minkälaisin pedagogisin keinoin tavoitteet saavutetaan.

Yleisesti yrittäjyyskasvatuksen tavoitteet liittyvät kahteen taustateoriaan: inhimillisen pääoman teoriaan (human capital theory) ja suunnitellun käyttäytymisen teoriaan (theory of planned behavior, TPB). Inhimillisen pääoman teoriaan perustuvat lähestymistavat korostavat sellaisia opetuksen tuloksia kuin osaaminen, taidot ja kyvyt (Fayolle, 2006) ja ne perustuvat oletukseen, että tällaisilla oppimistuloksilla tuotetaan yrittäjiä, jotka kykenevät tuloksellisesti aloittamaan ja johtamaan yritystä. Myös yrittäjyyteen sitoutuminen ja sen syvyyttä osoittava suunnitelmallisuuden aste - toisin sanoen se yrittäjyysprosessin kolmesta vaiheesta, jossa opiskelija kulloinkin on - perustuu sekä suunnitellun käyttäytymisen teoriaan, että inhimillisen pääoman teoreettiseen lähestymistapaan. Prosessin alkuvaiheessa TPB on vahvempi ja tässä vaiheessa opiskelijat hakevat yrittäjyysidentiteettiään ja aikomuksiaan. Kahdessa seuraavassa vaiheessa

puolestaan korostuu enemmän inhimillisen pääoman teoriaan perustuva lähestymistapa. Pidemmällä suunnitelmissaan olevien opiskelijoiden kuvaamat toimenpiteet oman ideansa eteenpäin viemiseksi olivat mm. harjoitustyönä tehtävät selvitykset, liiketoimintasuunnitelmat, itsensä kehittäminen ja yrittäjänä tarvittavien taitojen kehittäminen. Nämä kaikki liittyvät enemmän osaamiseen ja kykyihin kuin vaikkapa asenteisiin ja tunteisiin. Rauch ja Hulsink (2015) toteavat, että Ajzenin mallin (1991) vahvuus on sen kyvyssä määritellä erityisesti yrittäjyysaikomuksia luotettavasti.

Tällä tutkimuksella on myös rajoituksia. Tutkimuksen kohdejoukkona on yksi ryhmä naisopiskelijoita, jotka ovat jo valmiiksi kiinnostuneita yrittäjyydestä. Koska kyse on vain yhden ammattikorkeakoulun yhdestä ryhmästä, tuloksia ei voida yleistää koskemaan kaikkia yrittäjyydestä kiinnostuneita naisopiskelijoita. Tutkimuksessa ei myöskään verrattu naisopiskelijoiden ajatuksia miesopiskelijoiden ajatuksiin. Näin ollen ei voida myöskään todeta, että tutkimuksessa esiin nousseet tulokset eroaisivat jotenkin miesopiskelijoiden vastaavista tuloksista. Kuitenkin tutkimus antaa lisäymmärrystä naisopiskelijoiden yrittäjyysprosessin ymmärtämiseen ja osaltaan vastaa Liñan & Fayollen (2015) ja Henry, Foss & Ahlin (2015) toiveisiin saada lisää tutkimusta mentaalisisistä malleista laadullisia menetelmiä käyttämällä.

Lähdeluettelo

- Adam, A. & Fayolle, A. (2015). Bridging the entrepreneurial intention-behaviour gap: The role of commitment and implementation intention. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(1), 36–54.
- Ajzen I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Armstrong, C.E. (2011). Thinking and slaking or doing and feeling? Gender and the interplay of cognition and affect in new venture planning. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(2), 213–226.
- Axelrod (1976). Structure of decision: The cognitive maps of political elites. Princeton Legacy Library: Princeton university press.
- Bogren, M., von Friedrichs, Y., Rennemo, Ø. & Widding, Ø. (2013). Networking women entrepreneurs: Fruitful for business growth? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(1), 60–77.
- Boyd, N. & Vozikis, G. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77.

- Brem, A. (2008). The boundaries of innovation and entrepreneurship. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Carley, K. & Palmquist, M. (1992). Extracting, representing and analyzing mental models. *Social Forces*, 70, 601–635.
- Crant, M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42–49.
- Drost, E. & McGuire, J. (2011). Fostering entrepreneurship among Finnish business students: Antecedents of entrepreneurial intent and implications for entrepreneurship education. *International Review of Entrepreneurship*, 9(2), 83–112.
- Fayolle, A. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–710.
- Fayolle, A. & Liñán, F. (2013). Entrepreneurial intentions: Literature review and new research perspectives, A paper presented at The 3rd GIKA Annual Conference, 7.-9.7.2013, Valencia, Spain.
- Gollwitzer, P.M. (1993). Goal achievement: The role of intentions. *European Review of Social Psychology*, 4(1), 141–185.
- Gollwitzer, P.M. (1999). Implementation intentions: Strong effects of simple plans. *American Psychologist*, 54(7), 493–503.
- Gray, S.A., Gray, S., Cox, L.J. & Henly-Shepard, S. (2013). Mental Modeler: A fuzzy-logic cognitive mapping-modeling tool for adaptive environmental management. 46th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Gray, S., Zarne, E. & Gray S. (2014). Fuzzy cognitive maps as representations of mental models and group beliefs. Teoksessa. E. I. Papageorgiou (toim.), *Fuzzy cognitive maps for applied sciences and engineering: From fundamentals to extensions and learning algorithms*. Intelligent systems reference library, 54. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Halbrendt, J., Gray, S., Radovich, T., Crow, S. & Kimura, A. (2014). Differences in farmer and expert beliefs and the perceived impacts of conservation agriculture. *Global Environmental Change*, 28, 50–62.
- Henley, A. (2005). From entrepreneurial aspiration to business start-up: Evidence from British longitudinal study. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 10(1–2), 1–2.
- Henley-Shepard, S., Gray, S. & Cox, L. (2015). The use of participatory modeling to promote social learning and facilitate community disaster planning. *Environmental Science & Policy*, 45, 109–122.
- Henry, C., Foss, L. and Ahl, H. (2015). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International small business journal*.
- Jamieson, I. (1984). *Education for enterprise*. (s. 19–27). Teoksessa A.G. Watts & P. Moran (toim.), Education for Enterprise. Cambridge, MA: CRAC, Ballinger.
- Joensuu, S., Varamäki, E., Viljamaa, A., Heikkilä, T. & Katajavirta, M. (2014). Yrittäjäyhteisöt, yrittäjäyhteisöjen muutos ja näihin vaikuttavat tekijät koulutuksen aikana. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja A16. Seinäjoen ammattikorkeakoulu: Seinäjoki. Haettu osoitteesta:
<http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/74669/A16.pdf?sequence=1>.

- Joensuu, S., Viljamaa, A., Varamäki, E. & Tornikoski, E. (2013). Development of entrepreneurial intention in higher education and the effect of gender – a latent growth curve analysis. *Education + Training*, 55(8/9), 781–803.
- Joensuu-Salo, S., Sorama, K. & Kettunen, S. (2016). Matka yrittäjyyteen – amk-opiskelijanaisten polut ja suunnitelman oman yrittäjäuran aloittamisessa. Conference Proceedings 10th Entrepreneurship Education Conference 13th to 14th September 2016, Jyväskylä, Finland. School of Business and Economics no 383/2016.
- Jones, N. A., Ross, H., Lynam, T., Perez, P. & Leitch, A. (2011). Mental models: An interdisciplinary synthesis of theory and methods. *Ecology and Society*, 16(1).
- Kandasamy, V. & Smarandache, F. (2003). Fuzzy cognitive maps and neutrosophic cognitive maps. Phoneix: Xiquan.
- Kangasharju, A. & Pekkala, S. (2002). The role of education in self-employment success in Finland. *Growth and Change*, 33(2), 216–237.
- Kautonen, T., van Gelderen, M. & Tornikoski, E. (2013). Predicting entrepreneurial behavior: A test of the theory of planned behavior. *Applied Economics*, 45(6), 697–707.
- Kautonen, T., van Gelderen M. & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655–674.
- Koellinger, P., Minniti, M. & Shaden, C. (2013). Gender differences in entrepreneurial propensity. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 75(2), 213–234.
- Kosko, B. (1986). Fuzzy cognitive maps. *International Journal of Man-machine Studies*, 24, 65–75.
- Kyrö, P. (2004). Naisyrittäjien toisenlainen todellisuus. *Aikuiskasvatus*, 4/2004, 295–308.
- Liñán, F. & Fayolle, A. (2015). A Systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933.
- Liñán, F. & Chen, Y-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Martin, B.C., McNally, J.J. & Kay, M.J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224.
- McGowan, P., Lewis Redeker, C., Cooper, S. Y & Greenan, K. (2012). Female Entrepreneurship and management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1–2), 53–72.
- MoniNainen ja uudistuva naisyrittäjyys (2010). Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmän loppuraportti. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Työ ja yrittäjyys 4/2010. Haettu osoitteesta: http://viestinta2.kpakk.fi/yty/uploads/TEM_4_2010.pdf
- Nabi, G., Holden R. & Walmsley, A. (2010). From student to entrepreneur: Towards a model of graduate entrepreneurial career making. *Journal of Education and Work*, 23(5), 389–415
- Naisyrittäjyys (2005). *Nykytilanne ja toimenpide-ehdotuksia*. KTM julkaisuja 11. Elinkeino-osasto. Edita.

- Niskanen, V. (2006). Application of fuzzy linguistic cognitive maps to prisoner's dilemma. *International Journal of Innovative Computing, Information and Control*, 2(1), 139–152.
- Niskanen, V. (2010). Pehmomalleja ihmistieteisiin. Älykkäät ja oppivat järjestelmät tutkijan tukena. Helsingin yliopisto. Haettu osoitteesta: <http://www.mv.helsinki.fi/home/niskanen/>
- Papageorgiou, E. I. (Ed.) (2014). Fuzzy cognitive maps for applied sciences and engineering. From fundamentals to extensions and learning algorithms. Springer: Lamia, Greece.
- Pihie, Z. & Bagheri, A. (2011). Malay secondary school students' entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial self-efficacy: A descriptive study. *Journal of Applied Sciences*, 11, 316–322.
- Pihkala, J. (2008). *Ammattikorkeakoulutuksen aikaiset yrittäjyysintentioiden muutokset*. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja, (1), Helsinki. In Finnish.
- Rauch, A. & Hulsink W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact on entrepreneurial behaviour. *Academy of Management Learning and Education*, 14(2), 187–204.
- Schlaegel, C. & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332.
- Shapiro, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship, in C. Kent, D. Sexton and K. Vesper (eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. (p. 72–90). Prentice-Hall, Englewood Cliffs NY.
- Sheeran, P. (2002). Intention-behavior relations: A conceptual and empirical review, in W. Strobe and M. Hewstone (eds.), *European Review of Social Psychology*, 12, (p. 1–30). Chichester: Wiley,
- Shinnar, R., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, May 2012.
- Sorama K., Varamäki E., Joensuu S., Viljamaa A., K. E., Petäjä E., Lämsiluoto A., Heikkilä T., Vuorinen T., (2015). Mistä tunnet sä kasvajan - seuranta tutkimus eteläpohjalaisista kasvuyrityksistä. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja A. Tutkimuksia 20, Seinäjoen ammattikorkeakoulu.
- Tilastokeskuksen työssäkäyntitilasto (2016). Väestö pääasiallisen toiminnan, kansalaisuuden, ammattiaseman, sukupuolen, iän ja vuoden mukaan. Haettu osoitteesta: http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vrm__tyokay/?tablelist=true&rxid=b7521b28-2c63-4f65-964e-df63213ee109
- Tervo, H. & Haapanen, M. (2007). Miksi naisia on vain vähän yrittäjinä? *Kansantaloudellinen aikakauskirja*, 103(1) 28–43.
- Wang, C. & Wong, P. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, 24(2), 161–172.
- Yordanova, D. & Tarrazon, M-A. (2010). Gender differences in entrepreneurial intentions: evidence from Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(3), 245–261.
- Özemesi, U. & Özemesi, S. L. (2004). Ecological models based on people's knowledge: a multi-step fuzzy cognitive mapping approach. *Ecological modelling*, 176, 43–64.

7 Opettajan yrittäjämäisyyden ja yritysysteistyön helppouden vaikutus yrittäjyyttä tuekvien opetusmenetelmien käyttöön

Sanna Joensuu-Salo, Kati Peltonen, Katta Siltavirta, Kaija Arhio, Minna Tunkkari-Eskelinen, Heikki Hannula, Tuula Hämäläinen, Päivi Söderström & Minna Hämäläinen

Seinäjoen ammattikorkeakoulu, Lahden ammattikorkeakoulu, Oulun ammattikorkeakoulu, Centria-ammattikorkeakoulu, Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Hämeen ammattikorkeakoulu, Saimaan ammattikorkeakoulu, Haaga-Helia, & Lappeenrannan teknillinen yliopisto

Abstrakti

Opetus- ja kulttuuriministeriö julkaisi koulutuksen yrittäjyyslinjaukset keväällä 2017, joissa yrittäjyyden edistämiseen on kiinnitetty huomiota sekä strategisella että operatiivisella tasolla (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2017). Yrittäjyys nousee siis yhä keskeisemmäksi näkökulmaksi tarkastella oppimisympäristöjä ja myös ammattikorkeakoulun toimintaa. Samoin yritysysteistyö on oleellinen osa ammattikorkeakoulun tehtäväkenttää. Opettajilla on keskeinen rooli yrittäjyyden edistämässä ja yrittäjyyden oppimisympäristön rakentamisessa (Hytti & O’Gorman, 2004; Matlay, 2011; 2006; Peltonen, 2014). Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää 1) miten opettajan oma yrittäjämäisyys ja 2) opettajan kokema yritysysteistyön helppous vaikuttavat yrittäjyyden opetusmenetelmien käyttöön.

Tutkimuksen aineisto perustuu Opettajan yrittäjyysmittaristo -työkalulla kerättyyn dataan. Opettajan yrittäjyysmittaristo on verkkopohjainen itsearviointijärjestelmä, jonka avulla opettaja voi itsearvioida sekä kehittää toimintaansa yrittäjyyden edistäjänä. Itsearviointityökalu sisältää 72 kysymystä liittyen yrittäjyyden edistämisen eri osa-alueisiin. Dataa on kerätty tietokantaan vuosina 2014-2017. Aineistossa on 706 vastaajaa yhteensä 21:stä ammattikorkeakoulusta. 27 % vastanneista työskenteli yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alalla, samoin 27 % tekniikan ja liikenteen alalla sekä 20 % sosiaali-, terveys- ja liikunta-

alalla. Muilta koulutusaloilta vastaajia oli alle 10 %. Aineisto käsiteltiin SPSS 24.0 sekä Amos -ohjelmistoilla.

Lineaarisen regressioanalyysin avulla testattiin mallia, jossa ensin pelkkä opettajan yrittäjämäisyys selitti yrittäjyydessä käytettäviä opetusmenetelmiä ja sen jälkeen mallia, jossa sekä opettajan yrittäjämäisyys sekä koettu yritysysteistyön helppous selittivät yhdessä yrittäjyydessä käytettäviä opetusmenetelmiä. Ensimmäisessä mallissa opettajan yrittäjämäisyydellä oli tilastollisesti merkitsevä vaikutus ($\beta=0.37^{***}$) yrittäjyydessä käytettävien opetusmenetelmien käyttöön. Malli selitti 13 % opetusmenetelmien vaihtelusta. Kun toiseen malliin lisättiin yritysysteistyön helppous, yrittäjämäisyyden tilastollinen merkitsevyys hävisi. Toinen malli selitti 40 % opetusmenetelmien käytön vaihtelusta. Koska tarkempi analyysi osoitti, että opettajan yrittäjämäisyys vaikutti tilastollisesti erittäin merkitsevästi koettuun yritysysteistyön helppouteen, viittasi se muuttujien välillä oleviin epäsuoriin vaikutussuhteisiin. Tätä testattiin tarkemmin polkuanalyysin avulla. Polkumallin testaus osoitti, että yritysysteistyön helppous toimi mallissa mediaattorina. Tämä tarkoittaa sitä, että opettajan oman yrittäjämäisyyden vaikutus välittyy koetun yritysysteistyön helppouden kautta käytettävien opetusmenetelmien käyttöön. Opettajan oma yrittäjämäisyys vaikuttaa tilastollisesti erittäin merkitsevästi koettuun yritysysteistyön helppouteen, joka vuorostaan vaikuttaa yrittäjyyden opetusmenetelmien käyttöön. Opettajan yrittäjämäisyydellä ei ole suoraa vaikutusta yrittäjyyden opetusmenetelmien käyttöön, vaan vaikutus on epäsuora (epäsuora vaikutus $\beta=0.33$). Koko malli selittää yrittäjyyden opetusmenetelmien käytön vaihtelusta 40 % ja yritysysteistyön helppouden vaihtelusta 27 %.

Tutkimuksen mukaan opettajan kokemus yritysysteistyön helppous ja se, että opettaja aktiivisesti lisää yrityskontaktiansa määrää, toimii keskeisessä roolissa yrittäjyyden opetusmenetelmien käytössä. On mielenkiintoista, että pelkkä oma yrittäjämäisyys ja yrittäjämäinen ajattelutapa ei yksistään riitä monipuolistamaan yrittäjyydessä käytettäviä opetusmenetelmiä, vaan siihen tarvitaan kokemusta yritysysteistyön helppoudesta. Ammattikorkeakoulussa on tärkeää rakentaa siltoja yritys-elämän ja korkeakoulun välille, joissa opettajien on helppo löytää uusia kontakteja. Yritysysteistyö auttaa opettajaa monipuolistamaan käyttämiään yrittäjyyteen liittyviä opetusmenetelmiä.

Keywords: ammattikorkeakoulu, yritysysteistyö, yrittäjyysmittaristo, yrittäjämäisyys

7.1 Johdanto

Yrittäjyyteen ja yritteliäisyyteen kasvattaminen ovat olleet keskeisesti esillä koulutuspoliittisissa keskusteluissa viime vuosina ja opetussuunnitelmauudistusten myötä yrittäjyyskasvatusta on pyritty integroimaan eri koulutusasteille. Tavoitteista huolimatta yrittäjyyskasvatuksen strategiat ja yrittäjyyskasvatuksen läpivieminen osana opetussuunnitelmauudistuksia eivät ole realisoituneet ja juurtuneet riittävässä määrin arjen koulutyöhön. Opetus- ja kulttuuriministeriö julkaisi keväällä 2017 koulutuksen yrittäjyyslinjaukset, joissa yrittäjyyden edistämiseen on kiinnitetty huomiota sekä strategisella että operatiivisella tasolla (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2017). Yrittäjyys nousee siis yhä keskeisemmäksi näkökulmaksi oppimisympäristöjen tarkastelussa ja ammattikorkeakoulun toiminnassa. Samoin yritysysteistyö on oleellinen osa ammattikorkeakoulun tehtäväkenttää.

Opettajilla on keskeinen rooli yrittäjyyden edistämisessä ja yrittäjyyden oppimisympäristön rakentamisessa (Hytti & O’Gorman, 2004; Peltonen, 2014; Matlay, 2011; 2006;). Tutkimusten (esim. Pihkala ym., 2011) mukaan yrittäjyyskasvatuksen jalkauttaminen pedagogisiksi käytännöiksi on pitkälti kiinni siitä, miten opettajat sisäistävät yrittäjyyskasvatukselle asetetut tavoitteet ja pystyvät viemään ne käytäntöön.

Vaikka opettajien näkökulma yrittäjyyskasvatukseen on vahvistunut viime vuosina yrittäjyyskasvatuksen tutkimuskentässä, on edelleen tarpeen avata opettajan pedagogisten valintojen taustalla olevia tekijöitä, jotka vaikuttavat yrittäjyyskasvatuksen toteutumiseen käytännössä. Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten 1) opettajan oma yrittäjämäisyys ja 2) opettajan kokema yritysysteistyön helppous vaikuttavat yrittäjyyden opetusmenetelmien käyttöön.

Opettajan oma yrittäjämäisyys ja sen lisääntyminen vaikuttavat jo edellä kuvatunkin mukaan sitä, kuinka opetus voidaan rakentaa monipuoliseksi ja yrittäjyyttä tukevaksi. Luukkaisen (2008, 197) mukaan opettaja tarvitsee entistä parempaa osaamista käytännön tekemisen linkittämisestä teoreettiseen tietoainekseen. Hakkarainen (2008, 124) jatkaa, että opettajan tulee osata reflektoida yritysysteistyön kautta hankittua taitoa yhtä lailla opiskelijan ja yrityksen kanssa. Ammattikorkeakoulun laissakin määrittellään, että ammattikorkeakoulujen tulee tukea elinikäistä oppimista. Yrittäjämäisesti toimiva

opettaja on sekä itseään että toimintaansa kehittävä yksilö. Tämän toiminnan kautta myös ympäristö, jossa yrittäjämäinen opettaja toimii, kehittyy.

7.2 Teoreettinen viitekehys

Opettajan yrittäjämäisyys ja yrittäjyyskasvatus

Opetuksen kontekstissa yrittäjämäisyys voidaan ymmärtää opettajien yrittäjämäisenä ajattelu-, toiminta- ja suhtautumistapana, joka ilmenee aktiivisena toimijuutena, rohkeutena tehdä aloitteita ja uudistaa opetusta, kykynä kyseenalaistaa ja reflektoida omia totuttuja ajattelu- ja toimintatapoja sekä haluna jatkuvasti oppia uutta ja uudistua opettajana (Koiranen & Peltonen, 1995, 9; Peltonen, 2014, 128). Yrittäjämäisen toiminnan voidaan nähdä olevan osa opettajan professionaalisuutta. Tähän kuuluu aktiivinen oman työn ja osaamisen kehittäminen, jonka kautta pyritään tukemaan oppilaiden yritteliään työ- ja elämänorientaation sekä toimintatavan kehittymistä ja antamaan eväitä ja valmiuksia yrityksen perustamiseen. (Peltonen, 2014, 128–129.) Peltosen (2014, 125) mukaan: ”*opettajien yrittäjyyskasvatusvalmiudet koostuvat myönteisestä asennoitumisesta yrittäjyyttä ja yrittäjyyskasvatusta kohtaan ja kyvystä ymmärtää yrittäjyys laaja-alaisena työ- ja elämänorientaationa. Siihen sisältyy myös kyky soveltaa yrittäjämäistä toimintaa edistäviä opetusmenetelmiä, kyky toimia yrittäjämäisenä roolimallina, kykyä yrittäjämäisten oppimisprosessien ohjaamiseen sekä kyky yrittäjämäisten verkostojen ja oppimisympäristöjen luomiseen ja kyky omien valmiuksien ja opetustyön jatkuvaan kehittämiseen.*”

Opettajan yrittäjämäisyyden voidaan nähdä siten koostuvan useasta eri osatekijästä, joiden taustalla vaikuttavat opettajan arvopohja, kiinnostuksen kohteet, motivationaaliset tekijät sekä aikaisemmat kokemukset. Bécharadin ja Grégoiren (2005) mukaan etenkin pedagogisten valintojen taustalla vaikuttavat etenkin seuraavat: käsitykset oppimisesta ja opettajan roolista, käsitykset oppijoista, näkemykset tiedon luonteesta sekä opetuksen tavoitteista ja pedagogisten menetelmien soveltuvuudesta sekä ja arvioinnista. Yrittäjyyskasvatuksen tutkimuskentässä näistä teemoista eniten on avattu erilaisten pedagogisten menetelmien soveltuvuutta.

Yrittäjämäisyys ilmenee yrittäjämäisenä käyttäytymisenä (Gibb, 2005, 47) missä tahansa olosuhteissa ja ympäristöissä. Sitä voidaan oppia parhaiten yrittäjyyteen kasvua tukevissa oppimistilanteissa (in entrepreneurship). Näin ollen opettajan didaktiset ratkaisutkin tulee tehdä siten, että ne tukevat tällaista oppimista mahdollisimman hyvin. Pohdinnat yrittäjyyskasvatuksen toteutumisesta eri kouluasteilla ja opettajien roolista yrittäjyyskasvatuksen toteuttajina linkittyvätkin keskusteluihin opetuksen laadun parantamisesta ja entistä innovatiivisempien ja oppilaita innostavien opetusmenetelmien omaksumisesta (Balan & Metcalfe, 2012; Matlay, 2011). Yrittäjämäisen oppimisen kulmakivinä nostetaan usein esiin kokemuksellinen toimintaoppiminen ja siihen liittyvä reflektointi. Nämä ajatukset eivät ole opettajille uusia, mutta tästä huolimatta valossa yrittäjyyskasvatuksen implementointi osoittautuu usein haasteelliseksi. Vaikka opettajat pääsääntöisesti suhtautuvat yrittäjyyskasvatukseen positiivisesti, he kaipaavat lisää tietoa yrittäjyyskasvatuksen tavoitteista ja toteuttamisen tavoista sekä uskallusta ja uskoa omiin yrittäjyyskasvatusvalmiuksiinsa (Peltonen, 2015).

Yrittäjyyskasvatuksen toteuttamistavat ovat moninaiset ja hyviä esimerkkejä on saatavilla. Yritysyhteistyö on nostettu useassa tutkimuksessa esiin yhtenä yrittäjyyskasvatuksen keskeisenä toteuttamistapana (ks. esim. Peltonen, Raappana & Kiijärvi-Pihkala, 2017). Seuraavaksi avaamme tätä tarkemmin.

Yritysyhteistyö ammattikorkeakoulussa

Terminä yritysyhteistyöllä saatetaan käsittää sekä yritysten välistä yhteistyötä, että yritysten ja muiden toimijoiden yhteistyötä ja verkostoitumista. Tässä käsitellään koulutusorganisaation ja yritysten (laajemmin elinkeinoelämän) yhteistyönä ammattikorkeakoulun kontekstissa. Ammattikorkeakoulun laissakin määriteltynä perustehtävänä on tukea alueen elinkeinoelämää. Tämä toteutuu useimmiten yritysyhteistyössä paikallisten yritysten kanssa. Vaikka ammattikorkeakoulujen viestinnässä korostuvat tietyt tutkimuksen ja kehityksen painopisteet (esim. <http://www.arene.fi/fi/ammattikorkeakoulut/tki-toiminta>), on käytännön yritysyhteistyö usein ruohonjuuritason yhteyksiä opettajan ja yritysten välillä. Onnistuminen yhteistyössä edellyttää opettajalta (tai muulta ammattikorkeakoulun henkilöstöltä) laajaa alueen yritysten tuntemusta ja verkostoitumista. Ståhle ja Laento (2000) toteavat, että todellisen kumppanuuden syntyminen edellyttääkin vankan tietopääoman lisäksi eri osapuolten välistä syvää luottamusta. Kun koulutusta ja työelämää hyödyntävä lisäarvo saadaan rakennettua luottamukseen ja

tietopääomaan perustuvan yhteistyön kautta, on yhteistyössä mukana olevien organisaatioiden mahdollista oppia uutta ja synnyttää muun muassa uusia liiketoiminta- ja tuoteinnovaatioita ja toimintamalleja yritys yhteistyön kautta.

Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisemien yrittäjyyslinjausten (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2017) mukaisesti yritys- ja työelämäyhteistyö on tärkeä osa yrittäjyyskasvatusta. Myös ammattikorkeakoulujen rehtorineuvoston laatimissa yrittäjyys suosituksissa (Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto, 2015) työelämäyhteistyö nähdään yrittäjyyttä edistävänä elementtinä. Yritys yhteistyö mahdollista oppijoille autenttisen kokemuksen yrittäjyydestä. Pedagogisesta näkökulmasta yritys yhteistyö on “learning by doing”. Yrittäjyyskasvatus ja siihen liittyvät pedagogiset menetelmät vaativat uudelleen arviointia. Pittaway ja Cope (2007) korostavat oppimisen kokonaisvaltaisuutta, jossa oppimisympäristöjen tulisi kehittyä entistä laajemmaksi.

Opetushallituksen (2016) mukaan tulevaisuuden työtehtävät kokevat muutoksia, ne monimutkaistuvat ja laaja-alaistuvat. Samaan aikaan vaatimukset työelämän suhteen kokevat samat mullistukset. Tarve oppia uutta ja saada uutta osaamista kasvaa sekä oppilaitoksilla, opettajilla ja yrityksillä. Nämä muutokset haastavat yritys yhteistyön kehittämiseen, kun käytettävät työmenetelmät ja tekniikat kehittyvät vauhdilla. Erilaiset yrittäjyyttä tukevat oppimisympäristöt ja ammatilliset verkostot tulevat olemaan tulevaisuudessa hyvin merkittäviä. Näiden myötä tulee pystyä haastamaan oppimista yhdessä oppimisen ja tiedon jakamisen suuntaan. Voitaneen todeta, että seuraavaksi esiteltävät yritys yhteistyön erilaiset muodot tukevat tätä tavoitetta.

Yritys yhteistyö ammattikorkeakoulussa on perinteisesti ollut kiinteä osa opetusta. Useimmilla ammattikorkeakoulun opettajilla on taustalla useamman vuoden työkokemus yritys elämässä. Mittariston kysymyksissä yritys yhteistyön kokonaisuuteen liittyvät niin yritys vierailut kuin laajat opiskelijoiden projektit yrityksissä. Korkeakoulujen yritys yhteistyön muodot ovat moninaiset. Vihervaaran (2015) mukaan yleisimpiä yhteistyömuotoja opetuksessa ovat vierailuluento, yritys vierailu, case-opetus, työharjoittelu, kilpailut, opinnäytetyöt, opiskelijaprojektit ja yritys vetoinen kurssi.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun StartUp Schoolissa opiskelijat tutustuvat aitoihin yrittäjyys esimerkkeihin ja yrittäjyyteen liittyviin käytännön kysymyksiin

asiantuntijavierailijoiden kautta. Omaa kyvykkyyttä ja mahdollisuuksia toimia yrittäjänä testataan verkkototeutuksen ja ohjaajan fasilitoimien vertaistapaamisten yhdistelmänä. Ne, joilla on aitoa halua ja kykyä toimia yrittäjänä, jatkavat oman ideansa kehittämistä ohjaajan tukemana ja oppiminen tapahtuu aidossa ympäristössä tekemällä oppimalla oman yritysideokehittämisen kautta. Opiskelija määrittelee itselleen aikataulun ja tavoitteet. Oppimistavoitteiden saavuttaminen arvioidaan yhdessä ohjaajan kanssa reflektointiin perustuen. (Kotila & Mäki, 2015.)

Oulun ammattikorkeakoulussa on vastaavasti luotu oma Terwa-akatemia malli. Terwa-akatemiassa opiskelijat suuntautuvat yrittäjyyteen ja perustavat omat tiimiyritykset. Mallissa opiskelijat oppivat teorian ja saavat kokemukset aidosta liike-elämästä ja siihen liittyvästä vastuusta. Tämä oppimismalli sulauttaa teorian, tiimioppimisen ja käytännön. Terwa-akatemiassa opettajat toimivat valmentajina ja he tukevat opiskelijoiden oppimisprosessia fasilioimalla tiimitapaamisia, ohjaavat tutustumaan teoretietoon ja antamalla vastuuta opiskelijoiden oppimisesta.

Yritysyhteistyötä tukevia yhteistoiminta-alustoja, 'platformeja' on kehitetty useissa ammattikorkeakouluissa ja yliopistoissa. Tällaiselle alustalle tyypillisinä ominaisuuksina pidetään sitä, että se on joko fyysinen tai virtuaalinen kohtaamispaikka ja siinä on kokoelma erilaisia yhteistyömuotoja. Lisäksi alustan ylläpitoon ja kehittämiseen tulee kiinnittää henkilöresursseja, jotta se toimii. (Vihervaara, 2015, 152.) Oulussa toimii tällainen yhteistoiminta-alusta, Business Kitchen, yhteistyössä Oulun ammattikorkeakoulun ja Oulun yliopiston kanssa. Business Kitchenin päätoimintoalueet ovat Vihervaaran (2015, 157–159) mukaan uuden liiketoiminnan luominen, korkeakoulujen ja yritysten välisen yhteistyön lisääminen, erilaisten oppimisympäristöjen luominen yrittäjyyttä tukeviksi. Lisäksi Business Kitchen tarjoaa tiloja yrittäjäksi aikoville tai jo yritystoiminnan käynnistäneille. Business Kitchenin kautta järjestetään myös paljon erilaisia tapahtumia tukemaan yrittäjyyttä.

Erityyppisistä yritysyhteistyön toteutuksista löytyy siis runsaasti esimerkkejä. Centria-ammattikorkeakoulun Ylivieskan kampuksella TKI:n ja opetuksen kiinteässä yhteistyössä opiskelijat ovat mm. osallistuneet Kalajoen yli kaavoitettujen kevyen liikenteen siltojen suunnitteluun. Nämä työpajat järjestettiin osana Future Possibilities of CLT-hanketta (Puumies, 2017). Nuoriyrittäjyys-ohjelmassa perustettu NY-yritys on tarjonnut alueen pk-yrityksille tuotannon

kehittämiseen ja lean-ajatteluun liittyvää konsultointiapua (Huotari & Arhio, 2017). Seinäjoen ammattikorkeakoulussa on vuorostaan käytössä FramiPro-oppimisympäristö, jossa opiskelijat ratkovat yritys-elämän ongelmia monialaisissa tiimeissä. Yritysyhteistyön monet muodot ja niiden kehittäminen edelleen yhteistyössä yritysten, opiskelijoiden ja muiden toimijoiden kanssa haastaa opettajan uudenlaiseen pedagogiseen ajatteluun.

Yrittäjyyttä tukevat opetusmenetelmät ammattikorkeakouluissa

Euroopan unionin vuonna 2012 julkaisemassa strategiassa Rethinking Education / Koulutuksen uudelleenajattelu, nostetaan yrittäjyyskasvatuksen ja siinä tarvittavien yrittäjyystaitojen kehittäminen koulutuksen tärkeimmäksi painopisteeksi. Jäsenvaltioiden olisi edistettävä yrittäjyystaitoja *“uusilla, luovilla opetus- ja oppimismenetelmillä alemmalta perusasteelta alkaen, ja toisen ja korkea-asteen koulutuksessa olisi keskityttävä käsittelemään yrityksen perustamismahdollisuutta uravaihtoehtona. Ongelmalähtöisen oppimisen ja yrityskontaktien kautta syntyviä käytännön kokemuksia olisi sisällytettävä kaikkiin oppiaineisiin, ja niitä olisi räätälöitävä jokaista koulutustasoa varten. Kaikkien nuorten olisi saatava vähintään yksi kokemus yrityksissä tapahtuvasta työharjoittelusta ennen oppivelvollisuutensa päättymistä.”* (Euroopan komissio, 2012.) Tähän näkökulmaan pohjautuen yrittäjyyttä tukevia opetusmenetelmiä on todellakin syytä tarkastella lähemmin ja niitä tulee kehittää jatkuvasti. Opetusmenetelmien monipuolinen käyttö tukee myös käytössä olevien monipuolisten menetelmien jakamista muidenkin opettajien käyttöön.

Vihervaaran (2015, 85–117) mukaan yritysyhteistyötä tukevia opetusmenetelmiä ovat muun muassa vierailuluennot, yritysvierailut, case-opetus, työharjoittelu ja erilaiset opiskelijaprojektit (ks. myös Mwasalwiba, 2010). Nämä menetelmät ovat luonteeltaan sellaisia, että ne vaativat opettajalta verkostoja toteutuakseen. Opettajan rooli muuttunee yrittäjyyttä tukevissa opetusmenetelmissä tiedon kaatajasta asiantuntijaksi ja ohjaajaksi. Tämä vaatii myös opettajalta opiskelijan lisäksi oman toiminnan reflektointia ja vertaistukea kollegoilta. Yrittäjyyttä tukevana käytänteenä myös yhteisopettajuus (co-teaching), sen kehittäminen ja käyttö ammattikorkeakoulussa muuttaa opettajan roolia. Tässä muutoksessa organisaation johdon tuki on oleellinen. (esim. Kangastie, 2016.)

Ammattikorkeakoulut ovat panostaneet viime vuosina työelämän ja koulun välisen siltojen rakentamiseen, yhteistyömuotojen monipuolistamiseen sekä yhteisten osaamiskeskittymien rakentamiseen. Avoimet kampukset mahdollistavat korkeakoulutoimijoiden, elinkeinoelämän, julkisen sektorin ja järjestöjen toimijoiden kohtaamisen ja yhteiskehittelyn. Yhteiset osaamiskeskittymät ja yritys yhteistyön syventäminen edistävät autenttisten oppimisympäristöjen luomista, jotka puolestaan tukevat opiskelijoiden työelämä- ja yrittäjävalmiuksien kehittymistä. (Peltonen, Raappana & Kiijärvi-Pihkala, 2017; Peltonen, 2014.)

7.3 Menetelmät ja aineiston keruu

Tutkimuksen aineisto perustuu Opettajan yrittäjyysmittaristo -työkalulla kerättyyn dataan. Opettajan yrittäjyysmittaristo on ammattikorkeakouluille suunniteltu verkkopohjainen itsearviointijärjestelmä, jonka avulla opettaja voi arvioida sekä kehittää toimintaansa yrittäjyyden edistäjänä. Itsearviointityökalu sisältää 72 kysymystä liittyen opettajan tekemään yritys yhteistyöhön, yrittäjyyden näkymiseen ja rooliin opetuksessa, yrittäjänä toimimista tukeviin pedagogisiin ratkaisuihin ja niiden arviointiin, yrittäjämäisten valmiuksien ohjaamiseen sekä vastaajan toimintaan yrittäjyyden edistäjänä työyhteisössään yrittäjyyden edistämisen eri osa-alueisiin. Työkaluun voi tutustua verkossa osoitteessa: www.lut.fi/yrittajyysmittaristo.

Samalla kun opettaja arvioi toimintaansa, anonyymit vastaukset tallentuvat tutkimusryhmän käytössä olevaan tietokantaan. Dataa on kerätty tietokantaan vuosina 2014-2017. Tässä tutkimuksessa analysoitiin 14 kysymystä, joiden mitta-asteikkona käytettiin liukuvaa viisiportaista asteikkoa, jossa 1=täysin eri mieltä ja 5=täysin samaa mieltä. Tämän tutkimuksen aineistossa on 706 vastaajaa yhteensä 21:stä ammattikorkeakoulusta. 27 % vastanneista työskenteli yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alalla, samoin 27 % tekniikan ja liikenteen alalla sekä 20 % sosiaali-, terveys- ja liikunta-alalla. Muilta koulutusaloilta vastaajia oli alle 10 %.

Analyysia varten aineisto käsiteltiin SPSS 24.0 sekä Amos -ohjelmistoilla. Analyysimenetelminä on käytetty faktorianalyysiä, regressioanalyysiä ja lopuksi epäsuorien vaikutussuhteiden testaamiseen polkuanalyysiä.

7.4 Tulokset

Alustava analyysi erilaisten faktoreiden löytämiseksi tehtiin faktorianalyysin avulla, jossa kaikki aineiston väittämät otettiin mukaan faktorointiin. Faktorianalyysin soveltuvuutta aineistoon testattiin KMO- ja Bartlettin-testillä, joiden mukaan aineisto soveltui hyvin faktorianalyysin toteuttamiseksi (KMO 0.94 ja Bartlett p-arvo 0.000). Faktorianalyysissä löydettiin yhteensä seitsemän faktoria. Tässä tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan kolmea faktoroinnissa löytynyttä ulottuvuutta, jotka kuvasivat opettajan omaa yrittäjämäisyyttä, koettua yritysysteistyön helppoutta ja yrittäjyydessä käytettäviä opetusmenetelmiä. Tarkemmassa analyysissä yksi väittämistä (“Hyödynnän yrityksiä, yrittäjiä ja heidän tarinoitaan opetuksessani”) latautui kahdelle faktorille, joten se jätettiin myöhemmässä tarkastelussa pois. Taulukossa 1 on kuvattu väittämien latautuminen kolmelle eri faktorille.

Taulukko 1. Väittämien latautuminen eri faktoreille (rotatoitu faktorimatriisi).

<i>Väittämät</i>	<i>Faktorit</i>		
	1	2	3
28 Uskallan kokeilla uusia toimintatapoja, vaikka koen onnistumisen epävarmana.	,159	,669	,104
29 Uusien ideoiden tuottaminen on minulle helppoa	,210	,754	,190
30 Löydän ongelmiin yleensä enemmän ratkaisuvaihtoehtoja kuin muut	,216	,695	,177
31 Kykenen kyseenalaistamaan totuttuja toimintatapoja	,027	,781	,188
32 Pyrin etsimään parempia tapoja asioiden tekemiseksi	,003	,708	,216

16R Hyödynnän yrittäjyyttä edistäviä kilpailuja (esim. liikeideakilpailu) ja tapahtumia opetuksessani	,661	,148	,222
18R Ohjaan opiskelijoitani oppimaan yrittäjyyttä työharjoittelussa	,547	,089	,230
19R Käytän opetuksessani yrittäjyyttä ja/tai yritystoimintaa simuloivia menetelmiä, kuten yrityksen perustamisharjoituksia, yritys pelejä tai harjoitusyritystoimintaa	,627	,121	,144
19.1R Omaan opetukseeni kuuluu opiskelijoiden osuuskunnassa tms. tiimiyrityksessä toimiminen	,608	,035	,096
20R Yrittäjyys on mukana arviointikohteena ja/tai arviointikriteerinä opetuksessani	,751	,127	,128
21 Arvioin säännöllisesti kehittymistäni yrittäjyyden edistäjänä	,751	,118	,200
33 Pysin aktiivisesti laajentamaan yrityskontaktieni määrää	,385	,211	,625
34 Minun on helppo aloittaa yritysyhteistyö	,237	,314	,836
35 Minun on helppoa tehdä yhteistyötä yritysten kanssa	,241	,304	,841

Faktorit nimettiin seuraavasti ja niistä muodostettiin myös keskiarvomuuttajat:

1. Yrittäjyydessä käytettävät opetusmenetelmät, väittämät 16R - 21 (Cronbachin alpha 0.84)
2. Opettajan oma yrittäjämäisyys, väittämät 28 - 32 (Cronbachin alpha 0.86)

3. Koettu yritysysteistyön helppous, väittämät 33 - 35 (Cronbachin alpha 0.88)

Keskiarvomuuttujien korrelaatiomatriisi on esitetty taulukossa 2. Multikollineaarisuus testattiin tarkastelemalla VIF-arvoja, jotka osoittivat, ettei kyseistä ongelmaa ole. Opettajan oma yrittäjämäisyys korreloi tilastollisesti erittäin merkittävästi sekä yrittäjyydessä käytettyjen opetusmenetelmien ($r=0,37^{***}$) että yritysysteistyön helppouden ($r=0,52^{***}$) kanssa.

Taulukko 2. Korrelaatiomatriisi keskiarvomuuttujien välillä.

	Opettajan oma yrittäjämäisyys	Yrittäjyydessä käytettävät opetusmenetelmät	Yritysysteistyön helppous
Opettajan oma yrittäjämäisyys	1	,367**	,515**
Yrittäjyydessä käytettävät opetusmenetelmät	,367**	1	,573**
Yritysysteistyön helppous	,515**	,573**	1
* p< .05. ** p< .01. *** p<.001			

Lineaarisen regressioanalyysin avulla testattiin mallia, jossa ensin pelkkä opettajan yrittäjämäisyys selitti yrittäjyydessä käytettäviä opetusmenetelmiä ja sen jälkeen mallia, jossa sekä opettajan yrittäjämäisyys sekä koettu yritysysteistyön helppous selittivät yhdessä yrittäjyydessä käytettäviä opetusmenetelmiä. Ensimmäisessä mallissa opettajan yrittäjämäisyydellä oli tilastollisesti merkittävä vaikutus ($\beta=0.37^{***}$) yrittäjyydessä käytettävien opetusmenetelmien käyttöön. Malli selitti 13 % opetusmenetelmien vaihtelusta. Kun toiseen malliin lisättiin yritysysteistyön helppous, yrittäjämäisyyden tilastollinen merkittävyys hävisi. Toinen malli selitti 41 % opetusmenetelmien käytön vaihtelusta. Regressioanalyysin tulokset on esitetty taulukossa 3.

Taulukko 3. Lineaarisen regressioanalyysin tulokset.

Selitettävä muuttuja: Yrittäjyydessä käytettävät opetusmenetelmät

Malli 1	
Opettajan oma yrittäjämäisyys	β 0.37***
Adjusted R ²	0.13***
F-statistics	109.627***
Malli 2	
Opettajan oma yrittäjämäisyys	β 0.05
Yritysyhteistyön helppous	β 0.61***
Adjusted R ²	0.41***
F-statistics	240.957***
F Change	322.260***

* p< .05. ** p< .01. *** p<.001

Koska mallissa 2 yritysyhteistyön helppouden lisääminen malliin poisti opettajan oman yrittäjämäisyyden vaikutuksen, viittasi tämä muuttujien välillä oleviin epäsuoriin vaikutussuhteisiin. Vaikutussuhteita analysoitiin tarkemmin Baronin & Kennyn (1986) kehittämän helpon neljän askeleen testin kautta, jolla muuttujien mediointia voi testata useiden, perättäisten regressioanalyysien avulla. Ensimmäisessä vaiheessa regressioanalyysin avulla testataan opettajan oman yrittäjämäisyyden vaikutusta opetusmenetelmien käyttöön, toisessa vaiheessa yritysyhteistyön helppouden vaikutusta opetusmenetelmien käyttöön ja kolmannessa opettajan oman yrittäjämäisyyden vaikutusta yritysyhteistyön helppouteen. Jos nämä kaikki ovat tilastollisesti merkitseviä, kuten tässä

tapauksessa, voidaan edetä vaiheeseen neljä. Neljännessä vaiheessa toteutetaan regressioanalyysin mallin 2 tavalla: jos opettajan oman yrittäjämäisyyden vaikutus poistuu, kun yritysysteistyön helppous lisätään malliin, viittaa tämä täydelliseen medioimiseen. Kuten malli 2 osoittaa, Baronin & Kennyn (1986) mukaan kyseessä on täydellinen mediointi. Tätä testattiin tarkemmin polkuanalyysin avulla, jossa nämä regressioanalyysit voidaan toteuttaa yhtäaikaaisesti.

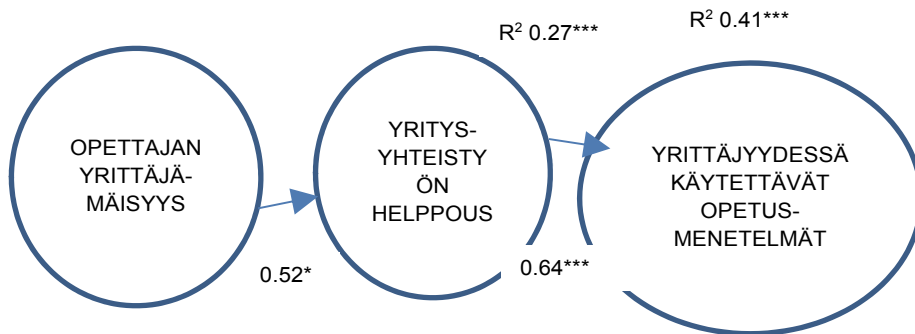
Polkuanalyysi testattiin käyttämällä AMOS-ohjelmistoa. Mallin sopivuuden testaamiseen voidaan käyttää eri mittareita. Tässä tapauksessa käytettiin Byrnen (2010) suosittelemia arvoja, joissa hyväksyttävä mallin sopivuus arvioidaan X^2 /vapausasteet (df) arvolla (CMIN/DF) pienempi kuin 3.0, Comparative Fit Index (CFI) arvolla suurempi kuin .90, Normal Fit Index (NFI) arvolla suurempi kuin 0.95 ja Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) arvolla pienempi kuin .08. Lisäksi aineiston koko on huomioitava, jotta sopivuusarvoja voidaan tulkita onnistuneesti. Hoyle (1995) suosittelee aineiston kooksi vähintään 100-200 havaintoa. Lisäksi mallissa testattavien muuttujien määrä vaikuttaa tarvittavan aineiston kokoon. Aineiston koko on oltava 10 - 20 kertaa testattavien muuttujien määrä (Mitchell 1993). Tässä tapauksessa aineiston koko on hyvin riittävä (706 havaintoa), samoin muuttujien määrän suhde aineistoon (muuttujia ainoastaan kolme testattavassa mallissa).

Polkumallin avulla testattiin mallia, jossa yritysysteistyön helppous toimi mallissa mediaattorina. Tämä tarkoittaa sitä, että opettajan oman yrittäjämäisyyden vaikutus välittyy koetun yritysysteistyön helppouden kautta käytettävien opetusmenetelmien käyttöön. Mallin arvot ovat hyvät (Chi-square 2.249, $p=0.134$; CMIN/DF 2,249; NFI 0.99; CFI 0.99; RMSEA=0.042). Taulukossa 4 on kuvattu mallin estimaatit ja merkitsevyydet. Opettajan oma yrittäjämäisyys vaikuttaa tilastollisesti erittäin merkitsevästi koettuun yritysysteistyön helppouteen, joka vuorostaan vaikuttaa yrittäjyyden opetusmenetelmien käyttöön. Opettajan yrittäjämäisyydellä ei ole suoraa vaikutusta yrittäjyyden opetusmenetelmien käyttöön, vaan vaikutus on epäsuora ja välittyy yritysysteistyön helppouden kautta (epäsuora vaikutus $\beta=0.33$). Toisin sanoen: pelkkä yrittäjämäisyys ei suoraan vaikuta käytettäviin opetusmenetelmiin, vaan keskiössä on yritysysteistyön helppous, jonka kautta vaikutus välittyy.

Taulukko 4. Polkuanalyysit estimaatit.

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Yritysyhteistyön helppous	←	Opettajan yrittäjämäisyys	,735	,046	16,097	***
Yrittäjyydessä käytettävät opetusmenetelmät	←	Yritysyhteistyön helppous	,651	,030	21,898	***

Koko malli selittää yrittäjyyden opetusmenetelmien käytön vaihtelusta 41 % ja yritysyhteistyön helppouden vaihtelusta 27 %. Kuviossa 1 on esitetty lopullinen malli, jossa standardoidut regressiokertoimet.



Kuvio 1. Malli opettajan yrittäjämäisyyden ja yritysyhteistyön helppouden vaikutuksesta yrittäjyydessä käytettävien opetusmenetelmien käyttöön.

7.5 Pohdintaa

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten 1) opettajan oma yrittäjämäisyys ja 2) opettajan kokemus yritysyhteistyön helppoudesta vaikuttavat yrittäjyyden opetusmenetelmien käyttöön. Ensinnäkin voidaan todeta, että opettajan omalla yrittäjämäisyydellä on vaikutusta siihen, kuinka monipuolisesti opettaja käyttää erilaisia yrittäjyyden opetusmenetelmiä. Vaikutus ei ole kuitenkaan suora, vaan välittyy sen kautta, kuinka helpoksi ja luontevaksi opettaja kokee yritysyhteistyön. Yritysyhteistyön helppous toimii keskiössä: sillä on suora vaikutus siihen, kuinka yrittäjyyden opetusmenetelmiä käytetään. Mitä

helpommaksi yritysysteistyö koetaan, sen monipuolisempia ovat opettajan käyttämät yrittäjyyden opetusmenetelmät. Toisaalta tutkimus osoitti, että opettajan oma yrittäjämäisyys vaikuttaa puolestaan siihen, kuinka helpoksi yritysysteistyö koetaan. Mitä korkeammalla tasolla opettajan oma yrittäjämäisyys on, sen helpompaa pääsääntöisesti on myös yritysysteistyö. On mielenkiintoista, että pelkkä oma yrittäjämäisyys ja yrittäjämäinen ajattelutapa ei kuitenkaan yksistään riitä monipuolistamaan yrittäjyydessä käytettäviä opetusmenetelmiä, vaan siihen tarvitaan kokemusta yritysysteistyön helppoudesta. Tämä tulos vahvistaa osaltaan myönteisten kokemusten merkitystä opettajan yrittäjyyskasvatusvalmiuksien kehittymisprosessissa (ks. Peltonen, 2015).

Ammattikorkeakoulussa on tärkeää rakentaa siltoja yritys-elämän ja korkeakoulun välille, joissa opettajien on helppo löytää uusia kontakteja. Yritysysteistyö auttaa opettajaa monipuolistamaan käyttämiään yrittäjyyteen liittyviä opetusmenetelmiä. Ja mikä tärkeintä, parhaimmillaan siitä hyötyvät myös yritykset. Opiskelijan näkökulmasta yritysysteistyö on autenttinen oppimiskokemus todellisessa ympäristössä ja se varmasti motivoi paremmin kuin perinteinen luokkaopetus. Vaikka opettaja olisi kuinka yrittäjämäinen tahansa, yrittäjyyden monipuolisia opetusmenetelmiä ei kyetä käyttämään ilman yrityskontakteja ja yritysysteistyötä. Tästä syystä opettajien tukeminen verkostoitumiseen yritys-elämän kanssa on erittäin tärkeää. Monipuolisten opetusmenetelmien käyttäminen yrittäjyyden opetuksessa ja opiskelijoiden yrittäjyysprosessin tukemisessa on tärkeää. Ammattikorkeakoulujen opiskelijoiden yrittäjyysaikomusten kehittymistä seuranneessa pitkittäistutkimuksessa osoitettiin, että opiskelijoiden omaa aktiivisuutta edellyttävät menetelmät (esimerkiksi projektityöt yritysten kautta, yrittäjyyteen liittyvät kilpailut, osuuskunnat) vaikuttavat positiivisesti yrittäjyysaikomusten kehittymiseen (Joensuu ym. 2014).

Ammattikorkeakoulut alueellisina toimijoina ovat luontaisesti lähellä yrityksiä. Yritysysteistyön mahdollisuuksia siis on, mutta osataanko niitä kuitenkaan hyödyntää tarpeeksi. Joskus oppilaitoksen omat rakenteet ja aikataulut eivät josta yritys-elämän tarpeiden mukaan. Opetusta suunniteltaessa olisikin kiinnitettävä enemmän huomiota joustavuuteen ja siihen, että opetuksen monipuolisuus vaatii usein vähän erilaiset raamit kuin perinteinen luento-opetus. Opettaja tarvitsee yhteisön tukea oman yrittäjyysopetuksensa kehittämiseen ja yrityskontaktien lisäämiseen. Mittaristo itsearviointityökaluna avaa opettajalle nykytilan ja parhaassa tapauksessa kannustaa edelleen kehittämään yritysysteistyötä.

Tällä kuten muillakin tutkimuksilla on rajoitteensa. Nyt tutkittiin ainoastaan suomalaisten ammattikorkeakoulujen opettajien vastauksia. Tulevaisuudessa voisikin olla mielenkiintoista laajentaa tutkimusasetelmaa kansainväliseksi ja esimerkiksi selvittää, kuinka EU-maiden yrittäjyyden edistämisen linjaukset, toimenpiteet ja käytännöt eroavat toisistaan. Toisaalta, myös suomalaistutkimusta voisi olla mielenkiintoista syventää ja esimerkiksi tehdä vertailuja siitä, kuinka eri koulutusalat mahdollisesti eroavat toisistaan. Jatkotutkimuksena myös erilaiset pitkittäisasetelmat voisivat olla kiintoisia. Vastaavasti myös joihinkin osatekijöihin kvalitatiivinen pureutuminen voisi nostaa esiin mielenkiintoisia havaintoja. Yrittäjyyden edistämisen tutkimuksessa lienee näin vielä monta mielenkiintoista lähestymiskulmaa, jotka odottavat selvyyttä. Ilmeiseltä vaikuttaa, että yrittäjyyden edistämisen kansallinen ja kansainvälinen mielenkiinto ei ole vielä saavuttanut lakipistettään.

Lähdeluettelo

- Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto. (2015). Arenen yrittäjyysuositukset. Haettu osoitteesta:
<http://www.arena.fi/sites/default/files/PDF/2015/Arenen%20YS%2012032015.pdf>
- Balan, P. & Metcalfe, M. (2012). Identifying teaching methods that engage entrepreneurship students. *Education + Training*, 54(5), 368–384.
- Baron, R. & Kenny, D. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173–1182.
- Euroopan komissio. (2012). Strasbourg 20.11.2012, COM (2012) 669 final, Komission tiedonanto Euroopan parlamentille, neuvostolle, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle ja alueiden komitealle. Koulutuksen uudelleenajattelu: sosioekonomisten vaikutusten parantaminen investoimalla taitoihin.
- Gibb, A. (2005). The future of entrepreneurship education in schools and further education determining the basis for coherent policy and practice? Teoksessa Kyrö, P. & Carrier, C. (toim.), *The dynamics of learning entrepreneurship in a cross-cultural university context*. (s. 44–66). University of Tampere. Research Centre for Vocational and Professional Education,
- Hakkarainen, K. (2008). Asiantuntijuus ja oppiminen työelämässä psykologisia näkökulmia. Teoksessa Helakorpi, S. (toim.), *Postmoderni ammattikasvatus-haasteena ubiikkiyhteiskunta*, (s. 111–130). Hämeenlinna. HAMK.
- Hoyle, R.H. (Ed.) (1995). Structural equation modeling. SAGE Publications, Inc. Thousand Oaks, CA.

- Huotari, E. & Arhio, K. (2017). Yrittäjyyden edistäminen Centriassa–opiskelijan ääni. NUORET TEKEVÄT TULEVAISUUDEN. Centria-ammattikorkeakoulun juhla-julkaisu. Haettu osoitteesta <http://centriabulletin.fi/>
- Hytti, U. & O’Gorman, C. (2004). What is “enterprise education? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries”, *Education + Training*, 46(1), 11–23.
- Joensuu, S., Varamäki, E., Viljamaa, A., Heikkilä, T. & Katajavirta, M. (2014). Yrittäjyysaikomukset, yrittäjyysaikomusten muutos ja näihin vaikuttavat tekijät koulutuksen aikana. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja A16. Seinäjoen ammattikorkeakoulu: Seinäjoki. Haettu osoitteesta: <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/74669/A16.pdf?sequence=1>.
- Kangastie, H. (2016). Yksin vai yhdessä – yhteisopettajuus ja osaamisen kehittäminen. Teoksessa Kangastie, H. (toim.), *Yhteisopettajuus Lapin ammattikorkeakoulussa – näkökulmia ja käytänteitä oppimisen organisointiin*. (s. 11–16). Sarja B. Raportit ja selvitykset 8/2016. Lapin ammattikorkeakoulu. Rovaniemi. 2016. Haettu osoitteesta: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/114157/B+8+2016+Yhteisopettajuus.pdf?sequence=1>.
- Koiranen, M. & Peltonen, M. (1995). *Yrittäjyyskasvatus*. Konetuumat Oy. Tammer-Paino.
- Kotila H. & Mäki K. (toim.), (2015). (s. 14–22). *21 tapaa tehostaa korkeakouluopintoja*. Haaga-Helia Ammatillinen opettajakorkeakoulu.
- Luukkainen, O. (2004). Opettajuus – Ajassa elämistä vai suunnan näyttämistä? Tampereen yliopisto. Acta Universitatis Tamperensis 986.
- Mwasalwiba, E. (2010). Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators, *Education+Training*, 52(1), 20–47. Haettu osoitteesta <http://dx.doi.org/10.1108/00400911011017663>
- Matlay, H. (2011). The influence of stakeholders on developing enterprising graduates in UK HEIs, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(2), 166 – 182.
- Mitchell, R.J. (1993). Path analysis: Pollination. Teoksessa Scheiner, S.M. and J. Gurevitch (toim.), *Design and Analysis of Ecological Experiments*. (s. 211–231). Chapman and New York, NY. Hall, Inc.
- OPETUSHALLITUS. (2016). Työelämäyhteistyö. Haettu osoitteesta: <http://www10.edu.fi/ammattipeda/?sivu=tyoelamayhteistyö>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. (2017). Yrittäjyyslinjaukset koulutukseen. Haettu osoitteesta <http://minedu.fi/documents/1410845/4363643/yrittajyyslinjaukset-koulutukseen-okm-2017.pdf/dd81b6e7-888e-45e4-8c08-40d0d5a5277e>
- Oulun ammattikorkeakoulu. (2017). Terwa-akatemia. Haettu osoitteesta: <http://www.oamk.fi/fi/koulutus/terwa-akatemia/>
- Peltonen, K. (2014). Opettajien yrittäjyyskasvatusvalmiuksien kehittyminen ja siihen vaikuttavat tekijät. Aalto University publication series. Doctoral Dissertations 175/2014. Aalto-yliopisto, Kauppakorkeakoulu, Johtamisen laitos.

- Peltonen, K., Raappana, A. & Kiijärvi-Pihkala, M. (2017, tulossa). Opiskelijoiden kokemuksia yritys yhteistyön tuottamasta hyödystä. Teoksessa Hyöty Mutanen, A., Houni, P. & Mäntyvaara, J. (toim.), Hyöty. Praba - Finnish Society for Practice Based Inquiry.
- Pihkala, T., Ruskovaara, E., Seikkula-Leino, J. & Pihkala, J. (2011). Yrittäjyyskasvatus monikerroksisena ilmiönä – Kohti yrittäjyyskasvatuksen ohjausjärjestelmää. Teoksessa Heinonen, J., Jytti, U. & Tiikkala, A. (toim.), Yrittäjämäinen oppiminen: Tavoitteita, toimintaa ja tuloksia. (s. 20–35). Turun yliopisto,
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Simulating entrepreneurial learning: integrating experiential and collaborative approaches to learning. *Management Learning*, 38(2): 211–233.
- Puumies. (2017). Siltasuunnittelua kansainvälisessä työpajassa. *Puumies* 6/2017: 36–37.
- Stähle, P. & Laento, K. (2000). Strateginen kumppanuus. Helsinki. WSOY.
- Vihervaara, T. (2015). Yritysyhteistyö opetuksessa. Käytännön käsikirja yliopistoille ja yrityksille. Aalto-yliopisto. Nordprint. Helsinki.

8 Yrittäjyyskasvatuksen uusi painopistealue – Tarkastelussa Laurean myyntiagenttiyrittäjyys

Antti Sekki

Laurea-ammattikorkeakoulu

8.1 Johdanto

Suomessa perustetaan vuosittain noin 30 000 yritystä vuodessa, mutta vain 200 yritystä saa venture capital – vaiheen pääomasijoituksen. Tämä on vain noin 0,6 prosenttia Suomen yrityskannasta (FVCA 2016). Pääomasijoitteisista kasvuyrityksistä on tullut lehdistön lempilapsia, vaikka ne edustavat vain hyvin marginaalista joukkoa Suomen yrityskannasta. Miksi?

Yrityksen menestystekijätutkimukset osoittavat hyvin yksiselitteisesti, että pääomasijoitustoiminnan yksi pääasiallisimmista sijoituskriteereistä on yrittäjän ja/tai tiimin tausta. Yrittäjän ominaisuuksia tarkasteltaessa tärkeimmiksi muuttujiksi nousevat yrittäjän aikaisempi toimialatuntemus (Littunen, 1996), johtamiskokemus (Storey ym., 1987) tai aiempi yrittäjäkokemus (Sekki 2016). Tämän lisäksi yksityinen pääomasijoitusraha on siirtynyt entistä voimallisemmin myöhäisempään vaiheeseen, koska seed-vaiheen sijoitusrahastot eivät ole tuottaneet sijoittajille voittoa. Jos näitä faktatietoja peilataan keskiverto-opiskelijan osaamistaustaan tai heidän omistamien innovaatioiden kypsyysoikeeseen, on markkinaehtoisen pääomarahoituksen hankkiminen äärimmäisen haasteellista ja se onnistuu vain ani harvalta.

Rahoitusmarkkinoiden raadollisuuden perusteella onkin syytä kysyä; miksi niin monen korkeakoulun yrittäjyyskasvatusmalli perustuu uuden idean innovointiin ja sen pohjalta perustettavan yritystoiminnan synnyttämiseen? Tämä on kaikista vaikein yrittäjyyden muoto. Lähes poikkeuksetta uuden innovaation kaupallistaminen edellyttää ulkoista pääomarahoitusta, jonka saaminen keskiverto-opiskelijalle on hyvin haasteellista.

Suomen start-up ekosysteemin nykytilaa on tarkasteltu laajemminkin ja tutkimukset osoittavat hyvin yksiselitteisesti sen epärealistisuuden tason. Antti

Hyrkkä (2016) toteaa väitöskirjassaan seuraavaa; ”Tutkimustulokset viittaavat siihen, että startup-kulttuuri palvelee huomattavaa määrää erilaisia funktioita. Näistä huomattavin on järjestelmällinen etäisyyden ylläpitäminen suhteessa olemassa olevaan markkinajärjestykseen ja sen maailmankuvaan... Etäisyys vallitsevaan markkinalogiikkaan mahdollistaa ainakin kaksi asiaa: (i) yrittäjyys näyttäytyy positiivisesti merkityksellisenä, vaikka se toimisi pitkiä aikoja ilman varsinaista liiketoimintaa (ii) etäisyys auttaa pitämään huomion poissa markkinoiden nykytilasta.... Tutkimustulokset antavat viitteitä siihen, että startup-yrittäjyydestä kannattaisi puhua spekulatiivisena kasvuyrittäjyytenä. Startup-kulttuuri on täynnä merkityksenantoa ja metodologiaa, jolla pidetään erillään teknologinen spekulatio (ongelmat ja ratkaisut) taloudellisesta spekulatiosta (liiketoimintamallit ja yrityksen arvon laskeminen)”. Hyrkin analyysi istuu hyvin myös korkeakoulun yrittäjyyskasvatuksen pariin ja tähän tulisi herätä laajemminkin.

Korkeakoulujen yrittäjyyskasvatus tulee palauttaa entistä konkreettisemmalle tasolle ja perinteisen yritystoiminnan arvostusta tulee korostaa opiskelijoiden keskuudessa. Kannattavan yritystoiminnan tärkein kulmakivi on asiakaslaskutus. Edes sijoittajilta saatu raha ei kompensoi tämän merkitystä. Tästä syystä jokaisen opiskelijan tulee ymmärtää asiakaslaskutuksen merkitys ja rahan kierron mekanismit käytännön yritystoiminnan näkökulmasta.

Vaikka Lean Start-up menetelmät perään kuuluttavat asiakaslähtöisyyttä ja sitä kautta tehtävän kehitystyön merkitystä, eivät ne tarjoa opiskelijoille realistista ymmärrystä aidosta myyntityöstä ja sen moninaisista vaiheista. Lean Start-up menetelmien toimivuutta ei sovi kritisoida, mutta käytännön kokemus osoittaa, että harva opiskelija osaa luoda toimivia hypoteeseja omien ideoidensa testaamiseen. Lean Start-up menetelmien hyödyntäminen edellyttää vankkaa kokemusta liike-elämästä, eikä siitä syystä palvele korkeakoulun yrittäjyyskasvatusta toivotulla tavalla.

Korkeakoulujen yrittäjyyskasvatukseen pariin tulee rakentaa useita eri polkuja ja yrittäjyyden muotoja, joista yksi polku on myyntiagenttiyrittäjyys. Se on keino palauttaa korkeakoulujen yrittäjyyskasvatus astetta realistisemmalle tasolle ja tarjoaa opiskelijalle konkreettisia oppeja yritystoiminnan käynnistämiseen. Myyntiagenttiyrittäjyyden avulla voidaan lieventää kuoleman laakson syvyyttä ja

tarjota opiskelijoille realistinen ja autenttinen oppimisympäristö yrittäjyyden oppimisen pariin. Aika ei kulu epärealistisiin sijoitusneuvotteluihin, vaan aitoihin asiakasneuvotteluihin ja markkinoiden toimivuuden ymmärtämiseen. Tästä näkökulmasta yrittäjyyden käsite on aikoinaan saanut alkunsa.

Myyntiagenttiyrittäjyyden parissa opiskelija valitsee olemassa olevan tuotteen tai palvelun, jota haluaa lähteä kaupallistamaan. Ensitöikseen hän laatii virallisen edustus sopimuksen valitun päämiehen kanssa ja ryhtyy suunnittelemaan tarkempaa kaupallistamissuunnitelmaa. Tärkeä osa myyntiagenttiyrittäjyyden sisältöä on yrittäjämäinen toiminta, joka konkretisoituu käytännön kokeiluihin myynti- ja markkinointitoimenpiteiden muodossa. Onnistuessaan opiskelija kykenee löytämään markkinoita kiinnostavan tuotteen, identifioimaan kiinnostavan asiakassegmentin ja hankkimaan aitoa asiakaslaskutusta. Aina tämä ei johda uuteen yritystoimintaan, vaan yrittäjämäisen toimintatavan oppimiseen ja kyseisen opin hyödyntämiseen työuran myöhäisemmässä vaiheessa.

Opiskelijoiden aito myyntityö on mahdollista vain olemassa olevia tuotteita ostamalla ja myymällä, myyntiagenttiyrittäjyyden kautta. Myös Opetus- ja kulttuuriministeriö on nostanut nämä autenttiset asiakaskokemukset yhdeksi yrittäjyyskasvatuksen painopistealueeksi, johon jokaisen korkeakoulun tulisi pyrkiä (www.minedu.fi). Myös tieteellisessä mielessä yrittäjyyttä on tutkittu myynnin- ja markkinoinnin teorioiden kautta ja pyritty todentamaan näiden osalueiden yhtäläisyyksiä yritystoiminnan alkutaipaleella (Webb, yms., 2011). Tulevaisuuden yrittäjäkasvatuksessa painopistettä tulisi viedä entistä voimallisemmin juuri tähän suuntaan, josta myös Laurean myyntiagenttiyrittäjyys on yksi konkreettinen esimerkki.

Kyseinen artikkeli kuvaa pähkinänkuoressaan myyntiagenttiyrittäjyyden yhteyden yrittäjyysteoriaan ja suunnitellun opetus- sekä harjoitustyösisällön käytännössä. Opetuksen toteutuksessa huomioidaan digitaalisen markkinoinnin ulottuvuus, joka on keskeisessä roolissa osana nykypäivän yrittäjyyttä. Digitaalisen oppimisympäristön kautta opiskelijat kykenevät myymään valitsemiaan tuotteita - ja saamaan aitoja käytännön kokemuksia myös sähköisen kaupankäynnin saralta. Käytännön rahaliikenne konkretisoi sekä yrittäjyyden raadollisuuden, että onnistumisen elämykset.

8.2 Yrittäjysteorian lähtökohdat myyntiagenttiyrittäjyydelle

Richard Cantillo (1680-1734) oli varhaisin tiedemies, joka antoi taloudellisen merkityksen käsitteelle "Entrepreneur". Taloudellisessa järjestelmässä hän tunnisti kolme erilaista tahoja; i) maanomistajat (kapitalistinen), (ii) yrittäjät (välimiehet) ja (iii) vuokraajat (palkkatyöntekijät). Cantillo mukaan yrittäjät olivat keskeisessä asemassa tässä järjestelmässä, koska he olivat ihmisiä, jotka toimivat maanomistajan ja vuokraajan välillä. Cantillon taloudellisen näkemyksen mukaan yrittäjät olivat taho, jotka vastasivat vaihdantataloudesta ja talouden kierrosta (van Praag, 1999). Tämän mukaan yrittäjyyden ensimmäinen tieteellinen määritelmä on rakentunut paljolti myyntiagenttiyrittäjyyden pohjalle. Myöhemmin yrittäjyys on kuitenkin saanut useita vaihtoehtoisia määritelmiä ja näkemyksiä rinnalleen, kuten pienen yrityksen johdon kautta ymmärretty yrittäjyys (ks. Scott & Bruce, 1987), innovatiivisuuteen peilattu yrittäjyys (Schumpeter, 1934), verkottumistaitoihin liitetty yrittäjyys (esim. Larson & Starr, 1993), saamalla asiat tapahtumaan (Johannisson, 1988) tai toteuttamalla ovat ideat vaikka tarvittavat resurssit olisivat kuinka rajalliset (Stevenson & Jarillo, 1990).

Yrittäjyyspedagogiikan parissa ei sovi unohtaa edellä kuvattua lähtökohtaa. Yrittäjyys on edelleen kaupankäyntiä joko omilla- tai muiden tuotteilla. Tämä vaihdantatalouteen liittyvä yrittäjyyden dynamiikka tulee istuttaa jokaiselle yrittäjyyden opiskelijalle. Sitä voidaan pitää yrittäjyyden peruslähtökohtana, jonka pohjalta opiskelijoille voidaan tarjota monimutkaisempiakin yrittäjyyden muotoja.

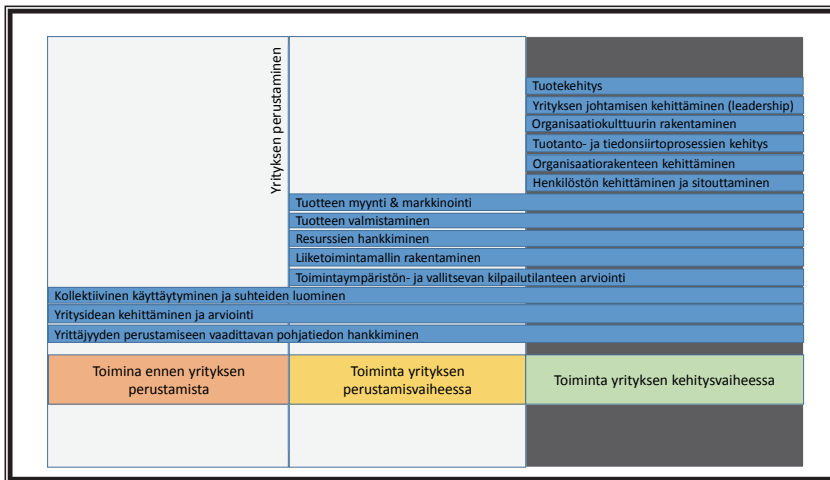
Yrittäjysteorian nykysuuntaus

Valtaosa nykyajan yrittäjyystutkijoista yhtyvät näkemykseen, että pienet yritykset eroavat suuremmista yrityksistä muutenkin kuin kokonsa puolesta. Tästä syystä myös organisaatiotason oppien soveltuvuutta yritystutkimuksen kentässä on ryhdytty kyseenalaistamaan voimakkaasti - ja tutkijat ovat peräänkuuluttaneet oman yrittäjysteorian kehittämistä.

Keskustelua yrittäjyyden erityispiirteistä heräteltiin ensimmäisen kerran henkiin jo 1980-luvun loppupuolella (Gartner 1985, 1988), mutta keskustelu lähti kunnolla käyntiin vasta Shane & Venkataramanin artikkelista vuonna 2000. Kyseisessä julkaisussa kyseenalaistettiin koko yrittäjysteoreeman olemassa olon, ellei sitä kyetä selkeästi erottamaan muista tieteenhaaroista, kuten strategisen johtamisen

opeista, jonka oppien voidaan katsoa pohjautuneen yksinomaan suuremmista yrityksistä kerättyyn tietopääomaan. Tämän tieteellisen keskustelun ansiosta yrittäjyystutkimuksen saralla vallitsee vahva konsensus siitä, että analyysien keskiössä tulisi olla yrittäjä, ei yritys. Tämä on ainoa keino erottaa yrittäjyys muista organisaatiotason teorioista.

Historian valossa yrittäjyyttä on toki tutkittu yksilön eri ominaisuuksien kautta, kuten yrittäjän psykologisten ominaispiirteiden, persoonallisuuteen liittyvien ominaisuuksien ja/tai muiden henkilöön liittyvien taustamuuttujien kautta. Nämä kirjallisuuden haarat ovat sisällöllisesti edelleen relevanttia luettavaa, mutta yrittäjyyden perusdilemma on nostanut entistä voimallisemmin esiin kysymyksen siitä, ”mitä yrittäjät tekevät, ei millainen yrittäjä on” (Gartner, 1988, 11). Tämä kirjallisuuden haara on nimetty yrittäjän toimenpidetutkimukseksi (behavioural approach) ja se on jaettu kolmeen eri vaiheeseen; (i) toiminta ennen yrityksen perustamista (opportunity recognition behavior), (ii) toiminta yrityksen perustamisvaiheessa (entrepreneurial behavior during new venture creation), ja (iii) toiminta yrityksen kehitysvaiheessa (entrepreneurial behavior during new venture development). Kuvio 1 esittää yrittäjän toimenpidekirjallisuuden eri osa-alueet ja yrittäjän toimenpidekokonaisuudet yrityksen eri kehitysvaiheissa. Jokainen toimenpidekokonaisuus sisältää lukuisia yksittäisiä toimenpiteitä, jotka kirjallisuuden mukaan ovat yhteydessä yrityksen menestymiseen.



Kuvio 1: Yrittäjän toimenpidekirjallisuuden tieteellinen viitekehys (Sekki 2007).

Kyseinen kuvio konkretisoi yrittäjän moninaisen tehtäväkentän, jonka pohjalle yrityksen menestyminen rakentuu. Mitä haasteellisempaa yrittäjyyden muotoa suunnitellaan, sitä monimutkaisemmaksi myös yrittäjän toimenpidekenttä muodostuu.

Yrittäjyyden luokittelu

Yrittäjyyskasvatuksen pariin tarvitaan yrittäjyyden viitekehys, joka havainnollistaa yrittäjyyden monimuotoisuuden ja kykenee erottelemaan eri yrittäjyysmuotojen haasteellisuustason toisistaan. Tällaisen jaottelun pohjalta kyetään paremmin keskustelemaan yrittäjyyspedagogiikan substanssisisällöstä sekä suuntaamaan opetusta astetta yksinkertaisempaan yrittäjyyden muotoon.

Vaikka aiempi yrittäjyyskirjallisuus on tehnyt monia jaotteluja yrittäjyyden monimuotoisuuden esittämiseksi, kuten Thurikin (1996) nelikantajaottelu tai Mainalan (1996) ysikantajaottelu osoittavat, mikään näistä edellä mainituista jaotteluista ei kuitenkaan ole saanut yksiselitteistä suosiota. Tällaiselle jaottelulle on edelleen tarve etenkin yrittäjyyskasvatuksen saralle.

Taulukko 1 esittää yhden ehdotuksen yrittäjyysmuotojen kategoriointiin, joka on laadittu puhtaasti opetuksellisesta näkökulmasta. Kyseinen luokittelu ei ole tieteellisesti pätevä, saati yksi totuus asiaan. Sen sijaan, kyseisen taulukon tarkoituksena on toimia keskustelun avaajana, jotta yrittäjyyden monimuotoisuus ymmärrettäisiin aiempaa paremmin myös yrittäjyyskasvatuksen parissa. Taulukossa on huomioitu myös aiemmin esitetyt toimenpidekokonaisuudet ja alustavan käsityksen mukaan analysoitu, kuinka haasteellinen eri toimenpidekokonaisuuksien tehtäväkenttä eri yrittäjyyskategorioissa on. Taulukko on rakentunut seuraavan luokittelun mukaisesti:

- Kolme plussaa (+++) erittäin haasteellinen
- Kaksi plussaa (++) haasteellinen
- Yksi plussa (+) vähän haasteellinen

Taulukko 1: Yrittäjyyden eri muodot ja niihin liittyvien toimenpidekokonaisuuksien haasteellisuusaste.

Toimenpidekokonaisuus	Start-up yrittäjyys (oman idean kaupallistaminen)	Myyntiagentti-yrittäjyys (tuotteiden osto ja myynti)	Palveluyrittäjyys (oman osaamisen kaupallistaminen)	Omistajavahdos-yrittäjyys (olemassa olevan yrityksen jatkaminen)	Franchising yrittäjyys (olemassa olevan konseptin käynnistäminen)
Yrityksen perustamiseen vaadittavan pohjatiedon hankinta	+++	+	+	++	+
Yritysidean kehittäminen ja potentiaalinarviointi	+++	+	+	++	+
Kollektiivinen käyttäytymisen ja suhteiden luominen	+++	+	+	+	+
Toimintaympäristön- ja vallitsevan kilpailutilanteen arviointi	+++	+	+	++	+
Liiketoimintamallin rakentaminen	+++	+	+	+	+

Resurssien hankinta	+++	+	+	+++	++
Tuotteen/palvelun valmistaminen	+++		+	+	+
Tuotteen myynti & markkinointi	+++	+	+	++	+
Henkilöstön kehittäminen ja sitouttaminen	+++	+	+	++	+
Organisaatiokentän kehittäminen	+++	+	+	++	+
Tuotanto- ja tiedonsiirtoprosessien kehittäminen	+++	+	+	+	+
Organisaatiokulttuurin rakentaminen	+++	+	+	++	+
Yrityksen johtamisen kehittäminen	+++	++	++	++	+
Tuotekehitys	+++	+	+	+	+

Vaikka kyseisessä taulukoinnissa on otettu paljon vapausasteita ja arvio on subjektiivinen, tarjoaa se jonkinasteisen esitystavan eri yrittäjyysmuotojen vaikeusasteesta. Helppouden näkökulmasta taulukosta nousee selvästi esiin i)

myyntiagenttiyrittäjyys, ii) palveluyrittäjyys sekä iii) franchising-yrittäjyys. Kyseiset yrittäjyydenmuodot ovat start-up yrittäjyyteen verrattuna huomattavasti helpompia. Omistajavaihdosyrittäjyys asettuu vaikeusasteeltaan näiden väliin.

Korkeakouluopiskelijan yrittäjyyspolku tulisi tehdä mahdollisimman kevyeksi ja suunnitella opetuksen sisältö sellaiseksi, että jokainen nuori kykenee kokeilemaan käytännön yrittäjyyttä mahdollisimman pienellä vaivalla, aidossa ja autenttisessa oppimisympäristössä. Myyntiagenttiyrittäjyyden kautta opiskelija pääsee helposti kiinni aitoon yrittäjämäiseen toimintaan. Kirjoittajan mielestä koko yrittäjyyspedagogiikka tulisi kääntää päälaelleen ja aloittaa yrittäjyyskasvatus aidosta myyntityöstä ja katsoa kuka tähän aidosti kykenee. Vasta tämän jälkeen tulisi siirtyä vaativimpiin yrittäjyyden muotoihin, kuten oman idean kaupallistaminen.

Opiskelijoita ei voi kieltää omien liikeideoiden kehittämistä, mutta sijoittajatapaamisten sijaan heidän tulisi tavata asiakkaita. Tästä syystä oman idean kehittäjillekin tulisi laatia harjoitustyö, jossa opiskelijoita kannustetaan samankaltaisten tuote-edustusten etsimiseen ja niiden myyntiharjoituksiin ennen oman tuotteen kaupallistamista. Tällä tavoin opiskelijat joutuvat syventymään suunnitteilla olevan tuotteen kilpailukenttään tekevät monia mielenkiintoisia löydöksiä. Aito myyntityö antaa puolestaan aidon kuvan siitä, kuinka helppoa uusien (tai olemassa olevien) tuotteiden vieminen markkinoille on. Mikä parasta, muiden tuotteita myydessään he kykenevät tekemään ennakkomyyntiä omalle tuotteelle ja solmimaan asiakassuhteita. Myynnin teorian toteavat, että olemassa oleviin asiakkaisiin lisämyynti on noin 10 kertaa edullisempaa (ja helpompaa) kuin uusasiakashankinta, tätä faktatietoa tulee osata hyödyntää myös yrittäjyyskasvatuksen osa-alueella.

Myös tieteellisessä mielessä on käyty monia eri keskusteluja kasvun ja kannattavuuden suhteesta toisiinsa. Yrityksen kasvuteorioita tutkinut Penrose (1995, 31–33) toteaa hyvin yksiselitteisesti, että kannattavuus on kasvun perusedellytys. Tämä näkökulma tulee muistaa myös yrittäjyyskasvatuksen saralla. Käytännön tasolla tämä tarkoittaa perusliiketoiminnan rakentamista kannattavaksi ja vastan sen jälkeen kasvun tavoittelua, esimerkiksi sijoittajan rahoilla. Tämän näkökulman korostaminen yrittäjyyskasvatuksen saralla pitäisi olla aivan keskiössä, jota myös myyntiagenttiyrittäjyysnäkökulma tukee.

Kannattavan liiketoiminnan merkityksen ohella opiskelijoille tulee kyetä kertomaan myös start-up yrittäjyyden realismi. Eri tutkimusten mukaan noin 10 – 25 prosenttia uusista start-up yrityksistä on hengissä muutama vuosi perustamisen jälkeen. Uutta start-up yritystä perustettaessa harva opiskelija myöskään ymmärtää, mitä kaikkea kannattavan liiketoiminnan rakentaminen edellyttää.

Buggadiken (1987) mukaan innovatiivisen yrityksen käyntiin saattamisvaihe kestää keskimäärin noin kahdeksan vuotta. Vasta tämän ajanjakson jälkeen voidaan puhua yrityksestä, jolla on organisaatorakenne ja toimivat prosessit. Monesti tämä kahdeksan vuoden ajanjakso on synonyymi myös kannattavan liiketoimintarajan saavuttamiseen. Aina opiskelijan resurssit ja osaaminen eivät riitä näin pitkään kokeilujaksoon ja kannattavuusrajan saavuttamiseen, ainakaan opintojen aikana toteutettuna. Innovatiivisenkin yrityksen kohdalla asiakaslaskutus tekee toiminnasta huomattavasti mielekkäämpää ja riskittömämpää. Tämän näkökulman merkitys tulee muistaa yrittäjyyskasvatuksen saralla.

8.3 Myyntiagenttiyrittäjyys

Käytännön näkökulmasta myyntiagenttiyrittäjyys on hyvin yksinkertainen konsepti. Opiskelijat etsivät itseään kiinnostavia tuotteita, tekevät valitsemilleen tuotteille myynti- ja markkinointisuunnitelman ja alkavat toteuttaa tekemäänsä suunnitelmaa. Toisin sanoen, opiskelijat joutuvat kohtaamaan asiakkaan ja myymään itse valitsemiaan tuotteita.

Jokaisessa koulussa on aiemminkin tehty lukemattomat määrät myynti- ja markkinointisuunnitelmia, mutta myyntiagenttiyrittäjyyden alaisuudessa tehdyt suunnitelmat eroavat näistä vanhoista suunnitelmista usealla eri tavalla:

1. Myynti- ja markkinointisuunnitelman kohde, yksittäiset tuotteet, valitaan puhtaasti kaupallisesta näkökulmasta. Valintojen keskiössä on tuotteen kaupallinen potentiaali.
2. Opiskelijoista tulee tuotteiden ”omistajia”. Tällöin intressistä tulee aito, aivan kuin todellisessa yritystoiminnassakin.
3. Myyntiagenttiyrittäjyyden parissa opiskelijat lähtevät toteuttamaan tekemiään suunnitelmia. Perinteisen kaavan mukaan tehdyt myynti- ja markkinointisuunnitelman jäävät yleensä pöytälaatikkoon, tai valituin osin yritysten itsensä toteuttamiksi.

4. Suunnitelmien toteuttamisvaihe mahdollistaa kokemusperäisen oppimisen. Kokeilujakson jälkeen opiskelijat ymmärtävät, mitkä suunnitelman osa-alueet aidosti toimivat ja mitä eivät. Tästä syntyy myös erinomainen palautekeskustelu jaettavaksi koko luokan keskuudessa.

Konseptin yksinkertaisuudesta huolimatta sen jalkauttaminen osaksi korkeakoulun yrittäjyyskasvatusta sekä organisaation olemassa olevia rakenteita ei ole yksinkertaista. Onnistunut implementointi edellyttää suunnittelua ja oman organisaation ymmärtämistä ennen käytännön toteutuksen aloittamista. Alla lyhyt kuvaus siitä, millaisia asioita Laureassa on kohdattu ennen ensimmäistä käytännön toteutusta. Samanlaisiin haasteisiin ja osatekijöihin jokaisen korkeakoulun kannattaa varautua ja suhtautua niihin vakavasti, mikäli haluaa jalkauttaa myyntiagenttiyrittäjyyden osaksi organisaation toimintaa.

1. Tietoisuuden levittäminen ja opettajien ”kouluttaminen” myyntiagenttiyrittäjyyttä kohtaan. Tämän hetken yrittäjyyskasvatus on start-up henkistä, joissa keskiöön on nostettu oman idean kaupallistaminen. Tästä syystä myyntiagenttiyrittäjyyden valistustyö tarvitsee yllättävän paljon jalkatyötä, jotta opettajat ymmärtävät yrittäjyyden eri muodot sekä myyntiagenttiyrittäjyyden ulottuvuuden käytännön toteutuksen näkökulmasta. Tämä ”koulutustyö” tulee tehdä kasvotusten ja kestää yllättävän pitkään. Olemassa olevan ajatusmaailman muutos on yksi suurimmista käytännön esteistä, jonka roolia ei kannata aliarvioida.
2. Tietoisuuden ja ymmärryksen syventäminen opiskelijoiden suuntaan. Nykypäivän korkeakouluopiskelijat ovat opettajia voimallisemmin ”hurahtaneet” start-up yrittäjyyden pariin ja siitä syystä myös heidän ymmärryksen lisääminen yrittäjyyden eri vaihtoehdoista on äärimmäisen tärkeää. Laurean tapauksessa valistustyöhön on otettu mukaan LaureaES, joiden kanssa on keskusteltu yrittäjyyden monimuotoisuudesta ja he ovat tietoisesta alkaneet kutsua omiin tilaisuuksiinsa puhujiksi myös perinteisiä yrittäjiä. Vaikka start-up yrittäjyys ja oman idean kehittäminen on opiskelijoiden keskuudessa huomattavasti trendikkäämpää, tulee yrittäjyyden realismia lisätä opiskelijoiden keskuuteen.
3. Yhteistyön tiivistäminen alueen pk-yritysten kanssa. Myyntiagenttiyrittäjyyden liikkeellelähtö on huomattavasti nopeampaa, jos korkeakoululla on olemassa oleva verkosto pk-yrityksiä, jotka haluaisivat

opiskelijoiden myyvän heidän tuotteita. Laureassa on jo pitkät perinteet LbD-pedagogiikasta, jonka keskiössä on projektioppiminen ja alueen yrityksille tehdyt toimeksiannot. Tämä on edesauttanut myyntiagenttiyrittäjyyden valistustyötä erityisesti opinnollistamisen näkökulmasta. Tähän Laurealla on jo sisäiset prosessit olemassa, eikä projektioppimisen rakenteita tarvitse luoda tyhjästä.

4. Opintopolun rakentaminen tukemaan myyntiagenttiyrittäjyyttä. Jokaisen korkeakoulun kannattaa pohtia erityisen tarkasti se, millaisia yrittäjyyden muotoja opintojen eri vaiheissa tarjotaan – ja kuinka myyntiagenttiyrittäjyys istuu tähän kokonaisuuteen. Jos nykymallissa opiskelijat joutuvat ensimmäisellä yrittäjyyskurssilla laatimaan sijoitusesityksen ja esittämään se potentiaalisille sijoittajille, silloin yrittäjyyskasvatuksessa kannattaa palata muutama askel taaksepäin.

Kirjoittajan oma näkemys on se, että alkuvaiheessa opiskelijalle tulee pyrkiä esittämään yrittäjyyden monimuotoisuus ja eri yrittäjyysvaihtoehtojen hyvät ja huonot puolet. Tällainen opintokokonaisuus voi pitää sisällään start-up linjan yhtenä vaihtoehtoisena yrittäjyyden muotona, mutta pelkästään siihen keskittyminen on väärää yrittäjyyskasvatusta nuorten korkeakouluopiskelijoiden keskuudessa.

Jotta myyntiagenttiyrittäjyydestä saadaan paras mahdollinen lopputulema, tulee jokaisen korkeakoulun käydä läpi oma kurssitarjonta ja määrittää se, mitkä kurssit opiskelijoiden tulee käydä ennen myyntiagenttiyrittäjyyden aloittamista. Jos myyntiagenttiyrittäjyys saadaan omana nimenä eri koulutusalojen opintosuunnitelmaan, on sillä viestinnällisesti hyvinkin tärkeä merkitys. Tätä opintopolkuasiaa kannattaa pohtia myös koulutusaloittain. Eri opintolinjoilla saattaa olla erilainen polku myyntiagenttiyrittäjyyden pariin

5. Myyntiagenttiyrittäjyyden perusolemuksen ymmärtäminen. Nykypäivän myyntityötä toteutetaan joko perinteisellä tavalla (soitot ja myyntikäynnit) tai sähköisiä työkaluja hyödyntäen (asiakkaaseen ei olla fyysisesti kontaktissa). Nämä eivät ole missään tapauksessa ole toisiaan poissulkevia näkökulmia, mutta tarkoittavat hyvin erilaista lähestymistä käytännön opetustyöhön. Parhaimmillaan nämä kaksi linjaa tukevat toisiaan ja niiden yhdistämisestä muodostuu voittajakokonaisuus. Joka tapauksessa, jokaisen korkeakoulun

tulee pohtia, kumman lähestymistavan nostavat opetuksen keskiöön, vai tarjotaanko opiskelijoille kumpikin linja samanaikaisesti.

Laurean näkökulmasta myyntiagenttiyrittäjyyden keskiöön on nostettu sähköinen kaupankäynti. Vaikka perinteinen myyntityö (soitot ja asiakaskäynnit) ovat äärimmäisen opettavainen kokemus jokaiselle oppilaalle, eivät kaikki nykypäivän opiskelijat uskalla ottaa puhelinta käteen ja soittaa tuntemattomalle asiakkaalle. Tätä väittämää todentavat vuotuiset ammattien arvostuskyselyt, joissa myyntiedustajat paistattelevat poikkeuksetta lähes viimeisillä sijoilla. Iso osa nykypäivän opiskelijoista ovat diginatiiveja ja se tulee hyväksyä ja ymmärtää myös opetuksen parissa. Myös Opetus- ja kulttuuriministeriön uudet yrittäjyyskasvatuslinjaukset peräänkuuluttavat sähköisen oppimisympäristön rakentamista, jonka myyntiagenttiyrittäjyys 2.0 mahdollistaa.

Näistä syistä Laurean myyntiagenttiyrittäjyyden keskiöön on nostettu sähköinen kaupankäynti. Myös perinteistä myyntityötä opetetaan ja sen pariin pyritään kannustamaan, mutta myyntiagenttiyrittäjyyskurssin voi suorittaa puhtaasti sähköisiä työkaluja hyödyntämällä. Tämä on todennäköisempi reitti siihen, että opiskelijat saadaan aidosti innostumaan myyntiagenttiyrittäjyyden koulutusohjelmasta. Jokaisen korkeakoulun kannattaa pohtia omat linjauksensa tarkoin ja aloittaa suunnittelu sen pohjalta.

Myyntiagenttiyrittäjyys 2.0

Vaikka sähköinen kaupankäynti saattaa kuulostaa hyvinkin yksinkertaiselta konseptilta, myös sen toteuttamiseen on lukuisia eri reittejä. Jokaisen korkeakoulun kannattaa tutustua sähköisen kaupankäynnin eri mahdollisuuksiin, linjata heille sopivin toimintatapa ja rakentaa koulutussisällöt tukemaan tätä valintaa.

Laureassa on käyty pohdintaa kolmen eri vaihtoehdon välillä, jotka kaikki mahdollistavat sähköisen myyntiagenttiyrittäjyyden koulutuksen hieman eri näkökulmista. Laureassa pohdittuja vaihtoehtoja ovat:

- a) Koulun oman verkkokauppa-alustan rakentaminen, jonne jokainen opiskelija voi helposti luoda henkilökohtaisen verkkokauppasivun ja/tai tuoda edustamiaan tuotteita myyntiin. Koulun omalle verkkokauppa-alustalle valitaan yksi domain, jonka käyttöä korkeakoulu (tai

korkeakoulun opiskelijat) hallinnoivat. Tässä tapauksessa maksuliikenne ja alustan kuukausimaksut kuuluvat korkeakoululle, joka voi ottaa välityspalkkiota opiskelijoiden myyvistä tuotteista. Kyseisen alustan suhteen korkeakoulun tulee myös määritellä, kuinka raha kulkee päämiehen, opiskelijan, alustan ja asiakkaan välillä.

- b) Markkinoilta löytyy monia eritasoisia alustoja, joiden hintahaitari liikkuu muutaman sadan euron kuukausimaksusta aina tuhanteen euroon asti. Kalleimmat sovellukset sisältävät paljon sellaisia ulottuvuuksia, joita halvemmat alustat eivät pidä sisällään ja palvelevat oppimistarkoitusta paremmin. Edullisimmat alustat sisältävät yhden verkkokauppapohjan, jonka hallinnointi on yhden henkilön käsissä. Kalleimmissa alustoissa jokainen opiskelija voi luoda oman verkkokaupan ja hallinnoida sitä haluamallaan tavalla. Eri alustoilla myös tietoturva (SSL-sertifikaatti) ja maksusysteemit on ratkaistu hyvin eritasoisesti.
- c) Kannustetaan opiskelijat oman verkkokaupan perustamiseen. Tässä skenaariossa jokaisella opiskelijalla on oma verkkokauppa, joiden maksuliikenne ja muut kustannukset kuuluvat opiskelijoille. Tätä ei voi luonnehtia aidoksi oppimisympäristöksi vaan opetuksen työkaluksi, jossa vastuu siirretään opiskelijoille.
- d) Maailmalta löytyy myös lukuisia kansainvälisiä verkkokauppa-alustoja (Amazon, Rakute, Yandex, yms), joihin kuka tahansa voi luoda oman tuotesivun. Myyntiagenttiyrittäjyyden opetuksen näkökulmasta tämä vaihtoehto jakautuu kahteen eri polkuun 1) kannustetaan kutakin opiskelijaa luomaan oma tili (esimerkiksi Amazon), tai 2) luodaan korkeakoululle yksi yhteinen tili (esimerkiksi Amazon), jonka kautta jokainen opiskelija voi myydä omia tuotteitaan kasainvälisesti. Amazon tilin luomisessa on pienet perustamis- ja ylläpitomaksut, mistä syystä yhden yhteisen tilin luominen voisi olla järkevämpi vaihtoehto. Jokaisen korkeakoulun on kuitenkin tärkeätä pohtia, mikä organisaatio voi toimia juridisesti Amazon-tilin luojana. Ennen kyseisen tilin luomista organisaation tulee kyetä osoittamaan muutama ostolasku päämiehiltä.

Näiden eri skenaarioiden väliseen pohdintaan tulee käyttää riittävästi aikaa ja syventää omaa ymmärrystä, jotta hahmottaa eri vaihtoehtojen haitat ja hyödyt

riittävän syvällisesti. Alla on esitetty alustavaa pohdintaa siitä, kuinka eri skenaariot eroavat toisistaan.

1. Potentiaalisten asiakkaiden tavoittaminen. Kansainvälisillä markkinapaikoilla potentiaaliset asiakkaat ovat valmiina. Onnistunut tuotelanseeraus kansainvälisellä myyntialustalla saattaa tavoittaa miljoonia ihmisiä. Luonnollisesti tämä edellyttää ammattitaitoa, liikenteen ohjausta sekä alustan sisäistä optimointityötä, mutta myyntivolyymit voivat olla alusta pitäen hyvinkin suurta. Korkeakoulun omalla alustalla asiakkaan tavoittaminen on todennäköisesti helpompaa kuin opiskelijan oman verkkokaupan kautta asiakkaan tavoittaminen. Mitä pidempään korkeakoulun oma alusta on markkinoilla ollut, sitä paremmin se löytyy Googlen orgaanisessa haussa ja edesauttaa tuotteiden myyntiä (koska opiskelijat tekevät liikenteenohjausta kyseiselle alustalle valitsemansa tuotteen suhteen). Luonnollisesti omassakin verkkokaupassa osaavalla liikenteen ohjauksella ja markkinoinnilla asiakkaita on mahdollista tavoittaa, mutta tällöin opiskelija on täysin oman osaamisen varassa. Kansainvälisillä verkkokauppa-alustoilla sekä korkeakoulun omilla alustoilla kokematonkin myyjä saattaa onnistua myymään vähän ja saada siten onnistumisen elämyksiä.
2. Tuoterepertuaarin laajuus. Korkeakoulun oman alusta vahvuus on siinä, että siinä on mahdollista myydä myös opiskelijoiden itse tekemiä tuotteita tai heidän suunnittelemaansa palveluja. Myyntiin on mahdollista laittaa vain muutamia yksittäisiä tuotteita, ja testata niiden menekki hyvinkin ketterästi. Kansainväliselle alustalle yksittäisten tuotteiden lähettäminen ei kannata, vaan toiminta on järkevää vasta isommalla tuotevolyymillä. Myös tuotteiden hintahaarukka rajoittaa hieman kansainvälisten alustojen käyttökelpoisuutta. Alle 10 euron tuotteista on haasteellista tehdä kannattavaa liiketoimintaa (jos käyttää Amazonin omaa logistiikkapalvelua) ja yli 70 euron tuotteita ostetaan vähemmän ja samalla alkaa sitoa varastoon rahaa melko paljon. Opiskelijan omalla verkkokauppa-alustalla on mahdollista myydä mitä vain, mutta fokus kannattanee pitää mielessä. Korkeakoulun omalla verkkokauppa-alustalla tuoterepertuaarin fokus voi olla laajempi. Varsinkin, jos se räätälöidään selvästi oppimisympäristöksi.
3. Oppimisympäristölouottuvuus. Alustavalinnassa on hyvä huomioida oppimisympäristön suhde aitoon kaupalliseen toimintaan. Korkeakoulun

omasta alustasta on mahdollista rakentaa puhdas oppimisympäristö ja viestiä siitä ulospäin. Sivustolle voi laittaa kuvauksen oppimisympäristön toiminnasta, jolloin asiakas tiedostaa jo ostaessaan alustan luonteen - ja parhaassa tapauksessa se saattaa herättää asiakkaan kiinnostuksen. Oma verkkokauppa ja kansainväliset kauppapaikat eivät mahdollista oppimisympäristön ulospäin esittämistä, vaan ne ovat kerrasta aitoa liiketoimintaa. Hyppäys aitoon liiketoimintaa saattaa osallistua joiltain opiskelijoilta, mutta ei välttämättä jokaiselta.

4. Jatkumon rakentaminen opiskelijan oman liiketoiminnan näkökulmasta. Opiskelijan oma verkkokaupan ja tai kansainvälisen verkkokauppa-alustan henkilökohtainen tuotesivu mahdollistavat selvän jatkumon opiskelijajyrittäjyyden pariin. Opiskelijat voivat opintojen aikana harjoittaa toimintaa näillä alustoilla ja valmistumisen jälkeen jatkaa (tai kehittää) kyseistä toimintaa. Toisin sanoen, näillä alustoilla opiskeluaikana tehty työ ei mene hukkaan oman yritystoiminnan näkökulmasta. Korkeakoulun oma verkkoalusta ei vastaavanlaista jatkumoa mahdollista, vaan ennemmin tai myöhemmin opiskelijan tulee siirtää opiskeluaikana harjoitettu myyntityö toiselle alustalle.
5. Markkinapaikan autenttisuus. Vaikka jokainen alusta muodostaa sangen autenttisen oppimisympäristön, paljastuu yrittäjyyden raadollisuus eri alustoilla hieman eritasoisesti. Oma verkkokauppa ja kansainvälinen markkinapaikka tarjoavat yrittäjyyden todellisen kuvan alusta alkaen. Oman verkkokaupan perustaminen sekä kansainväliselle verkkokauppa-alustalle tilin luominen maksavat hieman, jonka päälle kustannusrakennetta kerryttää inventaarion suuruus. Korkeakoulun oma alusta ei lähtökohtaisesti kustanna opiskelijalle mitään ja inventaariomielessä liikkeellelähtö voi olla hyvinkin helppoa (suomalaisen yrityksen kanssa on suhteellisen helppo sopia, että tuotteita myydään suoraan päämiehen varastosta). Tässä mielessä korkeakoulun oma alusta ei tarjoa aivan todellista kuvaa liiketoiminnan reunaehdoista ja tosielämän realismista.
6. Todellisten rahavirtojen ymmärtäminen. Jokaisen alustan ehdoton lisäarvo on siinä, että opiskelijat joutuvat tekemisiin aidon rahavirran kanssa ja joutuvat miettimään myyntikatteen merkitystä. Kansainvälisten markkinapaikkojen

kautta opiskelija oppii myös kansainvälisen kaupan perusteet (tuontitullut sekä kansainväliset arvonlisäverot) ja ovat siinä mielessä astetta opettavaisempia.

Taulukko 2: Sähköisten alustojen välinen vertailu ja soveltuvuus oppimisympäristöksi.

	Korkeakoulun oma alusta	Opiskelijan oma verkkokauppa	Kansainvälinen markkina-paikka / alusta
Potentiaalisten asiakkaiden tavoittaminen	++	+	+++
Tuoterepertuaarin laajuus	+++	+	+
Oppimisympäristöulottuvuus	+++	+	+
Jatkuman rakentaminen opiskelijan oman liiketoiminnan näkökulmasta	+	+++	+++
Markkinapaikan autenttisuus	++	+++	+++
Todellisten rahavirtojen ymmärtäminen	+++	+++	+++

Laurean linjausten mukaan opiskelijan mahdollisuuksia ei sovi rajata yhteen vaihtoehtoon, vaan opiskelijalla tulee tarjota erilaisia oppimispolkuja, joissa opiskelija voi perustaa oman verkkokaupan tai laittaa tuotteita myyntiin kansainväliselle verkkokauppa-alustalle. Sähköistä myyntiagenttiyrittäjyyttä ei kuitenkaan kannata aloittaa vaikeamman kautta, vaan ensivaiheessa opiskelijoille tulisi tarjota korkeakoulun hallinnoima alusta, jossa yksittäisten tuotteiden tai palvelujen myynti on mahdollisimman vaivatonta. Tämän kokemuksen jälkeen osaa opiskelijoista voi kannustaa haastavimmille alustoille ja siten oman yrityksen perustamisen suuntaan. Yhteinen alusta kannattaa ottaa käyttöön jo opintojen melko alkuvaiheessa, jotta mahdollisimman moni opiskelija saa luokkaympäristöä realistisemmän kuvan verkkokaupan toiminnasta. Korkeakoulun verkkokauppa-alustan voi integroida esimerkiksi myynti- ja markkinointikurssin jatkumoksi.

Käytännön toteutus

Kun korkeakoulu on tehnyt riittävän valistustyön sekä opettajien että opiskelijoiden suuntaan ja tehnyt oman linjauksensa perinteisen- tai sähköisen myyntiagenttiyrittäjyyden välillä, voidaan ensimmäiset toteutuksen aloittaa. Tämä toteutusvaihe voidaan jakaa karkeasti kahteen eri tasoon

1. myynti- ja markkinointisuunnitelman suunnitteluvaihe, joka kannattaa rakentaa yhdeksi vaihtoehtoiseksi väyläksi joko olemassa olevalle myynti- ja markkinointisuunnitelmakurssilla tai vaihtoehtoiseksi osaksi liiketoimintasuunnitelmakurssia. Jokaisesta korkeakoulusta löytyy vastaavia kursseja.
2. myynti- ja markkinointisuunnitelman toteutusvaihe, joka sisältänee osittain uusia ulottuvuuksia ja edellyttää osittain uuden opintosisällön luomista.

Myynti- ja markkinointisuunnitelman suunnitteluvaihe

Kuten aiemmin on todettu, jokaisesta koulusta löytynee olemassa oleva kurssi, jossa opiskelijat jo tällä hetkellä laativat myynti- tai markkinointisuunnitelmia tai tekevät yrityksille liiketoimintasuunnitelmia. Kaikista helpointa olisi integroida myyntiagenttiyrittäjyyden alkuvaihe osaksi olemassa olevia rakenteita ja tarjota opiskelijoille vaihtoehtoinen väylä, jossa he voivat tehdä vaadittavan kaupallistamissuunnitelman yhden tuotteen tarpeisiin. Käytännön näkökulmasta tämän vaihtoehtoisen väylän implementointi edellyttää uudenlaisen harjoitustyösisällön pohdintaa, joka mukaillee seuraavia vaiheita:

HARJOITUSTYÖN SISÄLTÖ OPISKELIJALLE

1. Etsi itseäsi kiinnostava tuote (kotimainen- tai ulkomainen), jota kohtaan koet suurta mielenkiintoa. Tarkoituksena ei ole innovoida uutta tuotetta, vaan löytää valmis ja mahdollisimman helposti myytävissä oleva tuote, jonka kautta on helppo toteuttaa käytännön myyntikokeiluja.
2. Ota yhteys valitsemasi tuotteen valmistajaan (tai maahantuojaan) ja käynnistää aidot neuvottelut mahdollisesta myyntiedustuksesta. Mikäli pääset yhteisymmärrykseen valitsemasi kumppanin kanssa, laadi myyntiedustuksen ehdoista kirjallinen sopimus. Kirjallinen sopimus pitää sisällään minimissään

tuotteen ostoehdot, myyntiprovisiot ja muut vastuut ja velvollisuudet. Viisaasti laaditussa sopimuksessa suunnittelet rahavirrat niin, ettet joudu sitomaan pääomia tuotteen varastointiin.

3. Ryhdy suunnittelemaan tuotteen alustavaa kaupallistamisstrategiaa ja valitse tuotteelle kiinnostavimmat asiakassegmentit. Joskus asiakassegmenttipohdinta tehdään samanaikaisesti myyntiedustussopimuksen kanssa ja tämä kirjataan osaksi sopimispaperia.
4. Sopimuksen synnyttyä laadi yksityiskohtaisempi myynti- ja markkinointisuunnitelma käytännön työn pohjaksi. Myynti- ja markkinointiulottuvuus voi pitää sisällään sekä perinteisen myyntityön että sähköisen kaupankäynnin työkalut.
5. Suunnitelman valmistuttua esitele se luokalle ja pohdi sen toteuttamiskelpoisuutta myös itse. Uskaltaisitko sijoittaa omaa rahaa/aikaa kyseisen suunnitelman toteuttamiseksi?

Myynti- ja markkinointisuunnitelman toteutusvaihe

Itse toteutusvaiheeseen kannattaa rakentaa suhteellisen matala kynnyks. Tätä kynnystä voi madaltaa korkeakoulun yhteisellä alustalla sekä tarjoamalla käyttöpääomalahdollisuutta opiskelijoille. Tämän lisäksi opiskelijoiden kiinnostusta voi lisätä sisäisellä myyntikilpailulla, joka tuo myyntiagenttiyrittäjyyden pariin pelillisen ulottuvuuden. Luonnollisesti opiskelijoiden suuntaan kiinnostusta kannattaa herättää myös ansaintamahdollisuudella. Onnistunut myynti tuo euroja jokaisen opiskelijan kukkaroon! Käyttöpääoman tarjoaminen ja kilpailun lopullinen pisteytys ovat vasta suunnittelun alla myös Laurean näkökulmasta ja siksi alustavia ajatuksia.

Käyttöpääomalahdollisuuden tarjoaminen

Ellei opiskelijalla ole omaa rahaa tuotteiden ostamiseen tai markkinoinnin aloittamiseen, voisivat he hakea pientä käyttöpääomalahdollisuutta toiminnan aloittamiseen. Korkeakoulu voisi määrittää sisäisen rajan euromääräiselle käyttöpääomalle (euromääräinen raja kannattaa pitää sadoissa euroissa).

Korkeakoulun lainamahdollisuus tulee todennäköisesti edellyttämään pienen käyttöpääoman siirtämistä erilliseen rahastoon (tai muuhun juridiseen yksikköön), jotta lainan myöntäminen mahdollistuu. Kyseinen laina voitaisiin myöntää kiinteällä 5-10 prosentin korolla, joka opiskelijatiimin tulee kokeilujakson jälkeen maksaa takaisin. Mikäli opiskelijatiimi ei kykene saamaan myyntiä aikaiseksi, voidaan laina antaa myöhemmin anteeksi ja tappio kirjataan korkeakoululle. Nämä tappiot pyritään kattamaan takaisin maksettujen lainojen koroilla ja/tai alustan kautta tulevilla myyntikomisioilla.

Käyttöpääomailaina voidaan myöntää esimerkiksi aiemmin tehtyjen toteuttamissuunnitelmien pohjalta. Esimerkiksi vitosen arvosana mahdollista käyttöpääomailainen myöntämisen. Tällä tavoin kurssien arvosana saadaan integroitua tiiviiksi osaksi opetusta. Lainasta ei siis kannata tehdä automaattia, vaan se kannattaa sitoa ennalta sovittuihin ehtoihin tai tapauskohtaiseen analysointiin.

Kilpailun pisteytys

99 prosentilla yrityksistä vain myynti- tai käyttökatteella on merkitystä. Liikevaihdon määrä ei ole itseisarvo, vaan toiminnan kannattavuus. Tätä näkökulmaa kannattaa painottaa opiskelijoille ja suunnitella kilpailun pisteytys sen mukaisesti. Kilpailussa ei kannata laskea opiskelijan itse käyttämää aikaa, vaan pisteytys kannattanee sitoa opiskelijan hankkimaan myyntikatteeseen (euromääräinen).

Myyntikilpailun suhteen suurimman euromääräisen myyntikatteen kerännyt opiskelija voisi voittaa rahallisen palkinnon. Myyntikatteen määrä kannattaa suhteuttaa tiimin kokoon. Eli, kolmen hengen tiimin keräämä myyntikate tulee jakaa kolmella, jotta se kyetään suhteuttamaan yhden henkilön hankkimaan myyntikatteen määrään.

Pistetystä tehtäessä kannattaa huomioida myös korkeakoulun mahdollinen lainainstrumentti. Opiskelijoiden maksama korko pienentää myyntikatteen määrää ja se kannattaa huomioida kilpailun sääntöjä kirjoittaessa ja viestittäessä. Mikäli opiskelija kykenee itse rahoittamaan toimintaa (tai tekemään päämiesten kanssa suotuisat sopimukset), se ei luonnollisestikaan pienennä opiskelijan hankkimaa myyntikatteen määrää.

8.4 Johtopäätökset

Laureassa on jo vuoden verran kehitetty sähköisen myyntiagenttiyrittäjyyden suuntausvaihtoehtoa. Keskusteluja on käyty paljon sekä opettajien että opiskelijoiden kanssa, jotka ovat syventäneet ajatusta toteutuksen suhteen. Tällä hetkellä myyntiagenttiyrittäjyyden suunnitteluvaihe on integroitu joidenkin kurssien osatoteutukseen. Näiden kurssien alaisuudessa opiskelijat voivat valita vaihtoehdoisen linjan, jossa laativat kurssitehtävän yhden tuotteen suhteen sillä ajatuksella, että lähtisivät itse sitä kaupallistamaan. Myös muutamia myyntikilpailuja on koitettu eri kurssien alaisuudessa, jotka ovat tarjonneet rohkaisevia tuloksia opiskelijoiden myyntikyvyistä. Aidosti myyntiagenttiyrittäjyyden toiseen vaiheeseen ei ole kuitenkaan vielä siirrytty.

Sähköisen alustan suhteen Laureassa on tehty paljon pohjatyötä ja ymmärrys asian suhteen on kasvanut. Eri koulutusalat tulevat tarvitsemaan erilaisia alustoja. Esimerkiksi liiketalouden parissa joillekin edistyneimmille opiskelijoille voisi tarjota mahdollisuuden kansainvälisen alustan hyödyntämiseen, mutta alkuvaiheen opiskelijoiden ja muiden koulutusalojen parissa korkeakoulun oma alusta lienee turvallisempi vaihtoehto aloittaa käytännön myyntikokeilut. Toivottavasti muutaman vuoden päästä Laurean myyntiagenttiyrittäjyyden parissa on useampi eri alustavaihtoehto käytössä, joihin eri vaiheessa olevia opiskelijoita voidaan ohjata.

Luonnollisesti mielenkiintoinen ja jatkopohdinnan paikka on se, tulisiko näitä alustoja rakentaa yhteistyössä eri korkeakoulujen kanssa. Kannattaako jokaisen korkeakoulun rakentaa oma alusta, vai voisiko voimat yhdistää alueellisesti tai koulutusalaakohtaisesti?

Lähdeluettelo

- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review* 10(4), 969–706.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–31.
- Hyrkäs, A (2016). Startup complexity – Tracing the conceptual shift behind disruptive entrepreneurship. Doctoral dissertation, Helsinki University.

- Littunen, H (1996). *Uusien yritysten menestymiseen vaikuttavat tekijät: Piirreteoreettinen ja kontingenssiteoreettisen lähestymistavan empiiristä koettelua*. Jyväskylän yliopisto, Keski-Suomen taloudellisen tutkimuskeskuksen julkaisuja 137.
- Mainala, M. (1996). Beyond innovators and imitators: A taxonomy of entrepreneurs. *Creativity and Innovation Management* 5(3), 179–185.
- Penrose, E (1995). *The theory of the growth of the firm*. 3rd. Edition. Originally Published in 1959. Oxford University Press. Oxford.UK
- Puhakka, V. (2002). Entrepreneurial business opportunity recognition: Relationships between intellectual and social capital, environmental dynamism, opportunity recognition behaviour, and performance. Doctoral Dissertation, Acta Wasaensia No. 104.
- Schumpeter, J. A. (2000). *The theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital Credit, Interest and the Business Cycle*. 6th Printing of 1983 edition. Originally published in 1934 by Transaction Publisher, London UK.
- Shane, S (2003). *A general theory of entrepreneurship. The individual-opportunity Nexus*. New Horizons: USA.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as the field of research. *Academic of Management Review*, 25(1), 217–226
- Sekki, A (2007). Successful new venturing process implemented by the founding entrepreneur: A case of Finnish sawmill industry, Acta Universitatis Lappeenrantaensis 266, LTY (doctoral dissertation).
- Sekki, A & Niemi, M (2016). *Menesty yrittäjänä – 68 käytännön ohjetta*. Talentum, 978-952-14-2766-4.
- Stevenson, H. H. & Jarillo, J. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27.
- Storey, D. J. & Johnson, S. (1987). *Job Generation and Labour Market Change*, Macmillan, Basingstoke.
- Thurik, R. (1996). Small firms, entrepreneurship and economic growth, In Acs, Z., Carlson, B. and Thurik, R. (Eds). *Small Business in the Modern Economy*. Blackwell. Oxford.
- van Praag, M (1999). Some classic views on entrepreneurship. *De Economist* 147(3), 311–325
- Webb, J., Ireland, R., Hitt, M., Kistruck, G., & Tihanyi, L. (2011). Where is the opportunity without the customer? An integration of marketing activities, the entrepreneurship process, and institutional theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(4), 537–554.

9 Jatko- ja seurantatutkimus toisen asteen opiskelijoiden yrittäjyysnäkemyksistä ja -asenteista

Erkki Nevanperä

Seinäjoen Yliopistokeskus

Abstrakti

Artikkelin tarkoituksena on selvittää toisen asteen opiskelijoiden tämän hetken yrittäjyysnäkemymiä ja -asenteita sekä onko koulujen opetussuunnitelman mukaisilla yrittäjyyskasvatukseen liittyvillä toimenpiteillä ollut niihin vaikutusta.

Tämän artikkelin kvantitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on selvittää (1) millaisia ovat tällä hetkellä toisen asteen opiskelijoiden yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet, (2) millaisia oppilaitosten välisiä eroja ilmenee opiskelijoiden keskinäisenä vertailuna sekä kansainvälisenä vertailuna Etelä-Puolassa sijaitsevien kahden lukion opiskelijoiden näkemuksiin ja asenteisiin, (3) onko eri sukupuolten välillä eroja yrittäjyysnäkemyksissä ja -asenteissa (4) onko roolimalleilla (isän, äidin ja lähisuvun/ystäväpiirin) yrittäjyydellä on positiivinen vaikutus. Lisäksi selvitetään (5) mihin suuntaan suomalaisten opiskelijoiden yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet ovat muuttuneet 15 vuoden takaisiin nuorten yrittäjyysnäkemuksiin ja -asenteisiin verrattuna. Demografisina tekijöitä ovat sukupuoli, koulu, yrittäjä- ja ei yrittäjätausta sekä lähipiirin ja/tai ystävien yrittäjyys. Tutkimus tuottaa vertailevaa tietoa kahdesta eri maasta yrittäjyysnäkemymiä vertaamalla.

Aineistoa on kerätty syksyllä 2014 osamittarilla Nevanperä (2003). Mittaria ja sen osia on testattu useita kertoja (Nevanperä & Kansikas 2008, Nevanperä & Kansikas 2009), Nevanperä (2014) sekä Joensuun ja Vaasan yliopistot.

Tutkimusosioiden A ja B yhteensä 70 väittämää (yrittäjänä onnistumisen kannalta tärkeät henkilökohtaiset ominaisuudet ja suhtautuminen yrittäjiin, yrityksiin ja pienyrittäjiin) faktoroiitiin kuudeksi faktoriksi. Muuttujien reliabiliteetit (Chronbachin alfat) olivat korkeita (0,79–0,96).

Vastaajia on yhteensä 324, joista ulkomaisia 100. Suomalaisista vastaajista on tyttöjä 38 % ja ulkomaisista 58 %. Tutkimuksen suomalaiset opiskelijat ovat 40:stä Suomen kunnasta ja kaupungista. Vuoden 1999 tutkimuksen vastaavissa suomalaisissa oppilaitoksissa oli 307 vastaajaa, joista tyttöjä oli 56 %. Puolalaiset opiskelijat ovat Etelä-Puolan Cieszynin kaupungista ja ympäröivästä Sleesian maakunnasta. Osallistuneet oppilaitosyksiköt ovat Suupohjan Ammatti-instituutti/ammattioppilaitos (92 vastaajaa, tyttöjä 31 %; v. 1999 131, tyttöjä 31 %), Suupohjan Ammatti-instituutti/kauppaoppilaitos (64 vastaajaa, tyttöjä 47 %; v. 1999 73, tyttöjä 60 %), Suupohjan Ammatti-instituutti/maatalousoppilaitos (29 vastaajaa, tyttöjä 18 %; v. 1999 20, tyttöjä 30 %), Teuvan lukio (39 vastaajaa, tyttöjä 53 %; v. 1999 102, tyttöjä 54 %), Puolan Kopernikus lukio (61 vastaajaa, tyttöjä 62 %) ja Puolan Evankelinen lukio (39 vastaajaa, tyttöjä 51 %). Tutkimusaineistosta on ajettu SeAMK:n tutkimus- ja kehittämissyksikössä tilastolliset keskiarvot, hajonnat, merkitsevyydet (varianssianalyysi/ANOVA), lineaarinen regressioanalyysi ja t-testi.

Yrittäjän henkilökohtaisina ominaisuuksina sinnikkyteen ja luovuuteen liittyvät ominaisuudet saavat opiskelijoilta korkeimmat keskiarvot, innovatiivisuus ja luottamus ovat myös tärkeitä. Puolalaisten keskiarvot ovat merkitsevästi tai erittäin merkitsevästi alhaisempia kuin suomalaisten. Yrityskriittisyys ja itsekkyytensä saavat matalimmat painotukset. Puolalaiset nuoret antavat itsekkyyteen liittyville ominaisuuksille erittäin merkitsevästi alhaisemman keskiarvon suomalaisiin verrattuna. Puolalaisten nuorten kesken ei ilmene tilastollisia eroja, sen sijaan suomalaisten opiskelijoiden kesken ilmenee.

Sukupuolella, yrittäjätaustalla ja lähisuvulla/ystäväpiirillä on vaikutusta siihen, miten nuoret painottavat eri yrittäjäominaisuuksien merkitystä yrittäjänä onnistumisessa sekä millaiset asenteet heillä on yrittäjyyteen, yrityksiin ja pienyrittäjiin. Muilla taustamuuttujilla näyttää olevan myös vaikutusta.

Seurantatutkimuksessa 1999-2015 yritys-kriittisyys- ja itsekkyysspainotus kasvaa. Kriittisyysfaktorille nuoret antoivat vuonna 2015 tilastollisesti melkein merkitsevästi korkeamman keskiarvon kuin vuonna 1999. Innovatiivisuus ja luottamus saavat nykynuorilta merkitsevästi korkeamman keskiarvon vuoden 1999 nuoriin verrattuna. Kuudesta ominaisuus- ja asennefaktorista neljässä vuoden 2015 keskiarvot ovat merkitsevästi korkeammat kuin vuonna 1999.

Keywords: kansainvälisyys, toinen aste, yrittäjä- ja ei-yrittäjätausta, yrittäjyyskasvatus, yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet

9.1 Johdanto

Talous on ollut Suomessa jo pitkään kriisissä. Talouden ongelmista ja erityisesti julkisen sektorin velkaantumisesta keskustellaan eri foorumeilla. Talouden heikentyminen alkoi uhkaavasti jo vuonna 2007 alkaneen kansainvälisen finanssikriisin jälkeen. Bruttokansantuote (BKT) supistui vuonna 2009 peräti 8,5 prosenttia. Pienen piristymisen jälkeen BKT supistui vuosina 2012–2013 noin yhden prosentin vuodessa. Ennusteet talouden kasvusta ovat pettäneet useita kertoja vuoden 2008 jälkeen. BKT ei vielä vuonna 2015 saavuttanut vuoden 2008 tasoa.

PTT (Pellervon Taloustutkimus) ennusti, että Suomen talous toipuu hiljalleen toisin kuin on tähän asti uskottu (PTT 9/2016). PTT:n kasvuennusteet eivät kuitenkaan näytä toteutuneen. Tuoreen Eurostatin (2017) ennakkotilaston mukaan Suomen talous oli vuoden 2016 lopussa euroalueen heikoin, Kreikankin talous supistui Suomea vähemmän. Eurovaltioista vain Suomessa ja Kreikassa kokonaistuotanto supistui. Suomessa BKT väheni 0,5 prosenttia ja Kreikassa 0,4 prosenttia. Toisaalta muutamit suomalaiset ekonomistit ovat sitä mieltä, että loppuvuoden ennakkotiedoista ei pidä tehdä liian suuria johtopäätöksiä. (Sajari, 2017.) Vuodelle 2017 PTT lupaa 1,4 prosentin kasvua. Työttömyysasteen arvioidaan jäävän vuonna 2017 8,4 prosenttiin. PTT kiirehtii työttömyysturvan muutoksia työmarkkinoiden joustavoittamista paikallisen sopimisen lisäämisellä. Myös rakennusalan työkokeilun PTT ennustaa helpottavan nuorten ja maahanmuuttajien työllistymistä. (PTT 9/2016.). Tämän hetken kasvuennuste vuodelle 2017 ja 2018 on OP ryhmän pääekonomisti Heiskasen mukaan lähes 2,5 % (<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/op-ennustaa-talokasvaa-2-5-prosenttia>).

Suomessa uskotaan vahvasti, että yrittäjyys on vastaus moniin kansantaloudellisiin haasteisiin. Haasteista keskeisimmät ovat eläkeläisten raju kasvu, rakenteellinen työttömyys ja taloudellisen kasvun alueelliset erot ja epätasapaino. Hyytisen ym. (2008) mukaan myös päättäjät ovat sekä Suomessa että Euroopan unionissa (EU) korostaneet yrittäjyyden merkitystä talouskasvun kannalta. Erityisesti yrittäjyys on koettu keinona vähentää rakenteellista työttömyyttä

Viime vuosina on tehty merkittävää työtä yrittäjyyden edistämiseksi Suomessa. Väestöä on systemaattisesti koulutettu yrittäjyyteen monien koulutusorganisaatioiden toimesta eri tavoin ja keinoin. Yrittäjyys ja yrittäjyyskasvatus ovat myös tulleet keskeiseksi osaksi koulutuksen opetussuunnitelmia 1990- ja 2000-luvulla. Yrittäjyyskasvatus mainitaan eksplisiittisesti ensimmäisen kerran perusopetuksen opetussuunnitelmissa vuonna 1994. Ammatillisen koulutuksen opetussuunnitelmauudistus tehtiin myös 1994, ja vuoden 1999 alusta uudistettiin koko ammatillisen koulutuksen ja ammatillisen aikuiskoulutuksen lainsäädäntö. Keskeisenä periaatteena ja tavoitteena oli työelämän tarpeiden huomioon ottaminen sekä yhteistyö elinkeinoelämän kanssa. Vuoden 1999 alusta uudistettiin myös oppisopimuskoulutuksen lainsäädäntö ja yrittäjille tuli mahdollisuus suorittaa yrittäjän ammatti- tai erikoisammattitutkinto oppisopimuskoulutuksena. (Nevanperä 2003, 92). Myös lukion opetussuunnitelmiin yrittäjyys tuli vuoden 2003 opetussuunnitelmauudistuksessa aktiivinen kansalaisuus ja yrittäjyys-aihealueen muodossa.

Toisen asteen ammatilliseen koulutukseen ja aikuiskoulutukseen ja tulossa merkittäviä uudistuksia 1.1.2018 lukien. Ammatillisen koulutuksen reformi on yksi hallituksen kärkihankkeista. Ammatillisen koulutuksen rahoitusta, ohjausta, toimintaprosesseja, tutkintojärjestelmää ja järjestäjäjärakenteita uudistetaan. Keskeisenä lähtökohtana on osaamisperusteisuus ja asiakaslähtöisyys. Työpaikoilla tapahtuvaa oppimista ja yksilöllisiä opintopolkuja lisätään sekä sääntelyä puretaan.

Toisen asteen koulutuksessa on tehty merkittävää opetussuunnitelmauudistusta yrittäjyyden ja yrittäjyyskasvatuksen lisäämiseksi Suomessa sekä tämän tutkimuksen toisessa kohdemaassa Puolassa. Toimenpiteiden vaikutusta ei kuitenkaan mitata systemaattisesti. Erityisesti tarvittaisiin pitkittäistutkimusta siitä, miten toisen asteen opiskelijoiden yrittäjyysnäkemykset ovat vuosien mittaan kehittyneet opetussuunnitelmauudistusten ja opettajien lisääntyneen yrittäjyystietoisuuden johdosta. Seikkula-Leino (2007) on tutkinut asiaa valtakunnallisesti opettajien näkökulmasta. Tutkimuksen mukaan yrittäjyyskasvatus ei ole edennyt ja laajentunut valtakunnallisesti siten, kuin on toivottu. Opettajat eivät ole saaneet mielestään riittävää opastusta ja koulutusta yrittäjyyskaivatukseen toteutukseen, kuntien ja opetuksen järjestäjien panostus ei myöskään ole riittävää. Samaan tulokseen on tullut Ylinen (2011) tutkiessaan lukion opettajien yrittäjyyskasvatusvalmiuksia Etelä-Pohjanmaalla.

Kansainvälisessä yrittäjyyspoliittisessa keskustelussa korostuu uuden yrittäjyyden ja yritystoiminnan merkitys kansantaloudelliselle kehitykselle. Erityisesti yrittäjyyskasvatuksen mahdollisuudet edistää uutta yrittäjyyttä nähdään keskustelussa tärkeänä. Vyakarnam (2009) korostaa yrittäjyyskasvatuksessa henkilökohtaista kehitystä, liiketoiminnan kehittämistä ja yrittäjyyden osaamisen kehittämistä. Yrittäjyyden osaamisen kehittämässä yrittäjyyskasvatuksen tulisi Vyakarnamin mukaan opettaa sosiaalisia taitoja, verkostoitumista ja luovaa ongelmanratkaisua.

Tämän artikkelin tutkimuksen toisessa vertailumaassa Puolassa on yrittäjyysasenteissa nähtävissä muutosta, koska Hovisevän (2009, 10) mukaan Puola on kirkastunut euro-perheen keskikastiin. Puolan kansantulo oli vuonna 2008 57,5 % Euroopan Unionin 27 valtion keskikastista. Puola saavutti yhden tärkeän rajapyykin, kun se kohosi vuonna 2008 puoleen Euroopan talousmahdin Saksan vastaavasta luvusta. Positiivinen muutos on edelleen jatkunut, koska Okon (2012) mukaan Puolan talous on tällä hetkellä Euroopan aatelia. Vielä 1990-luvun puolivälissä taloudellinen vauraus Puolan Saksan välillä oli yhden suhde kolmeen. Hovisevän (2009) mukaan Puolan talousrattaita ovat rasvanneet puolalaisten korkea koulutustaso ja ahkeruus työnteossa

Tutkimusten mukaan yrittäjyyskasvatusta nähdään opiskelijoiden keskuudessa pääsääntöisesti yrittäjyyttä tukevana asiana. Opetuksen ja opettajien rooli on kannustaa opiskelijoita sisäistämään niitä taitoja ja tietoja, jotka tukisivat tarvittaessa yrittäjyyteen kehittymistä (Kelley ym. 2010; Koironen ym.1995; Peterman & Kennedy 2003, 138–139;). Toisaalta Turusen (2011) mukaan yrittäjyyskasvatuksen ja -koulutuksen mahdollisuuksista lisätä yrittäjyyttä ja yrittäjiä kasvatuksellisin ja koulutuksellisin keinoin on kiistelty yrittäjyystutkijoiden keskuudessa (Turunen 2011, 40–42; Henry ym., 2005a. 103).

Tämän artikkelin kvantitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on selvittää (1) millaisia ovat tällä hetkellä toisen asteen opiskelijoiden yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet, (2) millaisia oppilaitosten välisiä eroja ilmenee opiskelijoiden keskinäisenä vertailuna sekä kansainvälisenä vertailuna Etelä-Puolassa sijaitsevien kahden lukion opiskelijoiden näkemyksiin ja asenteisiin, (3) onko eri sukupuolten välillä eroja yrittäjyysnäkemyksissä ja -asenteissa (4) onko roolimalleilla (isän, äidin ja lähisuvun/ystäväpiirin) yrittäjyydellä on positiivinen vaikutus. Lisäksi selvitetään

(5) mihin suuntaan suomalaisten opiskelijoiden yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet ovat muuttuneet 15 vuoden takaisin nuorten yrittäjyysnäkemuksiin ja -asenteisiin verrattuna. Demografisina tekijöitä ovat sukupuoli, koulu, yrittäjä- ja ei yrittäjätausta sekä lähipiiriin ja/tai ystävien yrittäjyys. Tutkimus tuottaa vertailevaa tietoa kahdesta eri maasta yrittäjyysnäkemystä vertaamalla.

Yrityksissä tulee tapahtumaan lähivuosina suuri määrä sukupolvenvaihdoksia, joten tässä artikkelissa selviää, millaiset asenteet erityisesti yrittäjätaustaisilla nuorilla on yrittäjyyteen. Tällä tiedolla on tärkeä merkitys, koska pien- ja perheyrietykset ja niiden työntekijät maksavat merkittävän osan maaseutukuntien verotuloista. Mikäli sukupolvenvaihdos epäonnistuu, saattaa yritys pahimmassa tapauksessa lopettaa toimintansa ja aiheuttaa näin ollen lisätyöttömyyttä jo entisestään heikossa tilanteessa olevissa kunnissa.

Artikkeli koostuu viidestä pääluvusta. Johdannon jälkeen luvussa kaksi on esitelty tutkimuksen teoreettinen viitekehys sekä hypoteesit. Luvussa kolme käydään läpi tutkimuksen metodologiaa ja luvussa neljä on esitelty tutkimuksen tulokset. Luku viisi esittelee tutkimuksen johtopäätökset ja jatkotutkimusehdotukset.

9.2 Teoreettinen viitekehys

Yrittäjäominaisuudet ja yrittäjämäiset valmiudet aikaisempien tutkimuksien kohteena

Yrittäjyyteen voidaan liittää monia persoonallisuuden piirteitä. Huuskonen (1992) liittää yrittäjäpersoonaan muiden muassa itseluottamuksen, epävarmuuden sietokyvyn, riippumattomuuden halun, toimintasuuntautuneisuuden ja päämäärätietoisuuden. Dynaamisuus, aloitekyky, itsenäisyys, itseluottamus, optimismi, innovatiivisuus, joustavuus, sisukkuus, kaukonäköisyys ja positiivinen reagointi ovat myös yrittäjään keskeisesti liittyviä luonteenpiirteitä (Akseli 1995, 34; Routamaa 1993, 12).

Yrittäjyyden taustalla on tiettyjä persoonallisuuden piirteitä, joiden on nähty olevan tärkeitä yrittäjänä toimimisessa. Tässä artikkelin tutkimuksessa sellaisiksi katsotaan seuraavat ominaisuusfaktorit: sinnikkyys, yrityskriittisyys, innovatiivisuus, itsekkyys, luottamus ja luovuus, jotka sisältävät 40 erilaista yrittäjäominaisuutta.

Schlosserin (2014, 77) mukaan yrittäjämäinen orientaatio kuvaa organisaatiossa työskentelevien yksilöiden muodostamien yrittäjämäisten henkilöstöryhmien kollektiivisia arvoja ja uskomuksia. Yrittäjämäisyys on erityisesti yksilöön liittyvä käsite ja se toteutuu parhaiten pienyrityksessä. Yrittäjän persoonallisuus vaikuttaa hänen yrityksensä yrittäjämäiseen orientaatioon. Yrityksen yrittäjämäinen orientaatio syntyy kuitenkin vasta, kun myös henkilöstössä on yrittäjämäisesti toimivia yksilöitä (Randerson, Bettinelli & Fayolle 2014, 52; Schlosser 2014, 74).

Yrittäjämäisiin ominaisuuksiin liitetään yleensä riskinotto-kyky (Cantillon), kyky organisoida (Say) sekä innovatiivisuus (Schumpeter). Tutkijoiden määrittämässä yrittäjämäisissä ominaisuuksissa on myös jonkin verran eroja. Tärkeimmät yrittäjämäisyyteen liittyvät piirteet ovat Vrdoljakin ja Dulcicin (2011) mukaan suoritushalu, käsitys omasta hallintakyvystä, riskinotto-kyky, epävarmuuden sietokyky, itseluottamus ja innovatiivisuus (Uddin ja Bose 2012).

Mikkolan ja Roikosen (2014) mukaan yrittäjyyteen liittyviä haasteita luovat myös yrittäjän sisäiset tekijät ja yhteiskunnassa tapahtuvat jatkuvat muutokset. Merkittävämpänä haasteena ja yrittäjyyden esteenä Suomessa voidaan nähdä yrittäjyyteen vaadittavien henkilökohtaisten ominaisuuksien ja motivaation puute yksilötasolla.

Yrittäjyysasenteita ja –ominaisuuksia voidaan Kirbyn (2006, 50–51) mukaan edistää yrittäjyyskasvatuksella erityisesti silloin, kun sen tuloksia voidaan mitata ja arvioida (Fayolle ja DeGeorge 2006, 85). Yrittäjyyskasvatus tapahtuu paitsi opettajien opetuksen ja pedagogisten ratkaisuiden kautta (ks. esim. Seikkula-Leino 2007) myös työssä kasvamisen ja harjoittelun kautta. Yksilöllisen ja tiimeihin pohjautuvan opetuksen merkitystä yrittäjyyden edistäjänä on myös syytä arvioida uudelleen. (Blenker, Dreisler, Færgeman ja Kjeldsen 2006, 22). Yrittäjyyttä voidaan harjoitella myös liiketoimintasuunnitelman laatimisen kautta (Gailly 2006, 150–151). Tätä menetelmää on Gaillyn mukaan käytetty perinteisesti paljon. Yrittäjyyskasvatus voi edistää myös aktiivista kansalaisuutta ajattelu- ja toimintatapana (Laitinen ja Nurmi 2007).

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että yrittäjyysominaisuuksien ja -asenteiden tutkiminen saattaa johtaa yrittäjyyskasvatuksen kontribuution kasvattamiseen. Yrittäjyyskasvatuksen tutkimus saattaa lisätä kontribuutiota ymmärtää sitä,

edistetäänkö yrittäjyyttä vai kerrotaanko ainoastaan yrittäjyydestä. Yrittäjysteorioita sekä -oppeja voidaan myös vertailla ja arvioida. Hyvillä yrittäjämäisillä ominaisuuksilla ja valmiuksilla varustetut työntekijät vahvistavat yrityksen yrittäjämäistä orientaatiota (EO) muiden muassa kehittämällä uusia ja innovatiivisia tuotteita, jotka saattavat auttaa yritystä selviytymään entistä paremmin globaalissa kilpailussa ja markkinatilanteessa.

9.3 Yrittäjyysasenteet tutkimuksien valossa

Asenne yrittäjyyttä kohtaan sekä uskomukset ovat yrittäjyysintention eli -aikomuksen sisarkäsitteitä. Asenne voi olla myönteinen, kielteinen, hyväksyvä tai torjuva. Se on myös yksilön tapa käsittää ja arvioida ympäristön asioita, joidenkin asioiden arvostamista ja toisten väheksymistä, jonkin asian mieluisaksi tai vähemmän mieluisaksi kokemista (Peltonen & Ruohotie 1992, 39).

Erosen (2005) mukaan ammattikorkeakoulun opiskelijoiden suhtautuminen yrittäjyyteen on positiivista. Lähes puolet tutkimukseen osallistuneista opiskelijoista mieltää yrittäjyyden vaihtoehtokseen työllistyä tulevaisuudessa. Yli puolelle vastaajista oli syntynyt positiivinen mielikuva yrittäjyydestä. Pihkalan (2008) tutkimuksessa ammattikorkeakouluopiskelijoiden yrittäjyysintentioneissa epävarmuutta aiheuttavat muiden muassa yrittäjyysopintojen ylimitoitettut tavoitteet, yrittäjäksi kannustamisen ja henkisen tuen puute.

Nuorisobarometrin (2009) mukaan 11 prosenttia nuorista suunnitteli yrityksen perustamista. Nuorista 47 prosenttia katsoi, että taloudelliset riskit ovat liian suuria. Toisaalta näyttää siltä, että nuorten yrittäjyysasenteet ovat nyt vahvistuneet. Tuoreen Nuorisobarometrin (2016) mukaan 15–29-vuotiaista noin 10 prosenttia pitää erittäin tärkeänä ja 20 prosenttia melko tärkeänä, että hän työskentelee omissa yrityksessään 35-vuotiaana (Kempfi 2017).

Miettisen ja Kokkosen (2012) tutkimuksessa Suomen korkeakouluopiskelijoiden yrittäjyysasenne on heikko. Palkkatyö näyttää olevan suomalaisten opiskelijoiden ensisijainen uravalinta: yli 70 prosenttia arvioi tämän ensimmäiseksi vaihtoehtoksi opintojen päättyessä. Osuus oli korkein kaikista tutkimuksessa mukana olleista maista. Viiden vuoden jälkeen valmistumisesta noin kolmannes oli valmiina pohtimaan yrittäjyysvaihtoehtoa. Tämäkin osuus oli kansainvälisen keskiarvon alapuolella. Luvut eivät ole juurikaan muuttuneet suomalaisten opiskelijoiden

osalta aikavälillä 2006–2011. Toisaalta suomalaisten opiskelijayrittäjien ”yrittäjyysvoima” (yrittäjyysaikomusten ja todellisen yrittämisen suhde) oli parhaita ja myös heidän kasvusuuntautumisensa oli yksi tutkittujen maiden voimakkaimmista.

Kansainvälisen GEM- tutkimuksen (2013) mukaan aikuisista 35 % uskoo, että heillä on riittävät tiedot ja taidot liiketoiminnan aloittamiseen. Vastaava korkea taso on myös Ruotsissa ja Norjassa. Toisaalta vain 9 % aikuisväestöstä aikoo yrittäjäksi seuraavien kolmen vuoden aikana ja vain noin 6 % aikuisväestöstä on aktiivisesti mukana omassa yrityksessä. Suomessa uusi yrittäjä on yleensä mies. Suomalaisissa kouluissa ja yliopistoissa on tuotu yrittäjyyttä esiin aiempaa enemmän, mikä on varmasti osaltaan vaikuttanut nuorten yrittäjyysasenteisiin positiivisesti. (Stenholm, ym. 2013; Global Entrepreneurship monitor–Finnish 2013)

Mikkolan ja Roikosen (2014) mukaan tulevaisuudessa yrittäjyyteen vaikuttavat keskeisesti yhteiskunnassa vallitsevat trendit. Yrittäjyys saattaa olla yhä yleisempi valinta monille suomalaisille, erityisesti nuorille ja akateemisesti koulutetuille. Yhteiskunta tarjoaa uusille ja olemassa oleville yrittäjille reilusti tukia, mutta ongelmana voi usein olla tukijärjestelmän pirstaleisuus. Akavan (2016) teettämän kyselytutkimuksen mukaan korkeasti koulutetuista nuorista 69 prosenttia haluaisi työskennellä palkansaajina, 13 prosenttia yhdistelisi mielellään työllistymisen eri muotoja, vain 8 prosenttia toimisi mieluiten yrittäjänä.

Johtopäätös edellisistä on, että yrittäjyyden houkuttelevuus ja yrittäjyysaktiiviteetin laatu ovat molemmat olennaisia yrittäjyyspoliittisia haasteita. Näin varsinkin siksi, että Suomessa yrittäjyyspoliittiset toimet ja kansallinen innovaatiojärjestelmä ovat nyt erityisten haasteiden edessä, vaikka hyvää talouskasvua on ilmennyt vuoden 2017 alkupuolella.

Yrittäjyys ja yrittäjyysaktiivisuus voivat olla myös kulttuurin tuottamaa todellisuutta (Buzenitz & Lau 1996; Gedi-indeksi 2014). Alueellinen tutkimus toteutetaan yleensä vain yhdessä maassa olettaen, että tulokset ovat sovellettavissa kaikissa kulttuureissa. Tämän artikkelin tutkimuksessa yrittäjyysasenteita arvioidaan niissä kulttuurillisissa konteksteissa, joissa kyselylomaketta on mitattu. Tutkimuksessa on siten myös vertailevan tutkimuksen näkökulma, jossa yhteiskunta on tärkeä vertailussa käytettävä yksikkö. Yksilöiden ajattelu heijastaa

kansallista kulttuuria, joka pohjautuu perheeseen, kouluun ja eri institutionaalsiin organisaatioihin.

Yrittäjyyskasvatuksen haasteet ovat Suomessa ja Puolassa pääosin samanlaiset. Yritysten kokonaismäärän lisääntyessä kasvuyrittäjyys ja kannattavuus, globalisaation lisäksi, ovat mikro- ja pienyrityksien haasteita. Eroavaisuudet, jotka voivat vaikuttaa nuorten yrittäjyysaktiivisuuteen, ovat kulttuurillisesti monikerrostuneempia asenteisiin ja uskomuksiin liittyviä vaikuttimia. Ne saattavat heijastua yrittäjyyden arvostukseen ja arkikäsitteeseen.

Tämän tutkimuksen yhtenä tavoitteena on analysoida 30 asenneväittämän avulla, millaisia näkemyseroja ilmenee toisen asteen opiskelijoiden keskuudessa suhtautumisessa yrittäjiin, yrityksiin ja pienyrittäjiin. Osatavoitteen kontribuutio on paitsi pedagoginen, myös näkemyserojen tutkimista kansainvälisen yrittäjyyskasvatuksen kontekstissa edistävää. Yrittäjyyskasvatuksen näkökulmasta vertaileva kansainvälinen aineisto voi lisätä myös kulttuurillisen oppimisen tapoja.

9.4 Tutkimuksessa mukana olevien toisen asteen oppilaitosten kontribuutiot yrittäjyyskasvatukseen ja -koulutukseen

Ammatillisen koulutuksen voimassa olevaan opetussuunnitelmaan sisältyy yrittäjyysopintoja 5-10 opintoviikkoa (OPM:n päätös 25.2.2008 dnro 26/502/2008 ja toimeenpano 2012:10 32-36). Ammatillisten perustutkintojen tutkintojen perusteet uudistuivat valtakunnallisesti 1.8.2015 lukien. Aiemmin käytössä olleiden opintoviikkojen tilalle tulivat osaamispisteet, jotka kuvaavat osaamista, eivät oppimiseen käytettyä aikaa (Ammatilliset perustutkinnot ja tutkintojen perusteet 2014).

Hievasen ym. (2011, 94) mukaan OPH toteaa, että koulutuksen järjestäjien on parannettava opiskelijoiden tai tutkinnon suorittajien mahdollisuuksia suorittaa yrittäjyysopintoja. Nevanperän (2013) perheyrittäjyliiton tutkijatapaamiseen tekemän tilannekartoituksen mukaan SEDU:n (Seinäjoen koulutuskuntayhtymä) oppilaitoksissa ammatillisen koulutuksen OPS:n mukaiset yrittäjyysopinnot olivat toteutuneet hyvin, SAI:n (Suupohjan koulutuskuntayhtymä) ja JAMI:n (Järvisseudun koulutuskuntayhtymä) oppilaitoksissa vain osittain.

Suupohjan ammatti-instituutin eri tulosityksiköissä on panostettu viime vuosina määrätietoisesti yrittäjyyteen. Useita opiskelijayrityksiä on perustettu. Vuonna 2015 rakennettiin opetusmaatilalle moderni opetusnavetta, ja 2017 valmistui biokaasulaitos. Biokaasulaitos on myös moderni oppimisympäristö maatalousalan opiskelijoille sekä alueen viljelijöille.

Merkonomikoulutuksessa kehittämistoimia on suunnattu erityisesti tiimiyrittäjyyteen sekä yritysyhteistyön kehittämisen hyödyntämiseen. Merkonomiopiskelijat ovat perustaneet useita NY-yrityksiä, joiden palveluita on tarjottu avoimien ovien päivillä, internetissä ja eri medioissa. Osa NY-yrityksistä osallistui myös Seinäjoen Opinlakeusmessuille ja Vaasan messuille. Part-Time PTW NY valittiin maakunnan parhaaksi NY-yritykseksi ja heidät kutsuttiin valtakunnalliseen NY-yrityskilpailuun Kajaaniin keväällä 2014. Kaikki K3 opiskelijat osallistuivat NY-yritystoimintaan panostaen erityisesti tiimiyrittäjyyteen.

Syksyllä 2013 aloitettiin tieto- ja viestintäalan perustutkinnon (datanomi) koulutusohjelmassa uusi pelialaan suuntautuminen. Koulutus on kiinnostanut nuoria ja opiskelijoista on ollut ylitarjontaa. Kehittämishankkeet sekä yritysyhteistyö ovat tuottaneet tulosta. Valtakunnallisessa semifinaalissa pääsi peräti kaksi joukkuetta valtakunnalliseen Taitaja 2017-kisan finaaliin, joka pidettiin Helsingissä toukokuussa (Havula, 2017).

Kulttuurialan media-assistentti- koulutus on myös lisännyt yrityslähtöisyyttä erityisesti opinnäytetöissään. Media-assistentit ovat osallistuneet Taitaja-2014 SM-kilpailuihin ja opinnäytetöitä on pyritty saamaan työelämälähtöisemmiksi. Vuonna 2015 saavutettiin Etelä-Pohjanmaan Nuori Yrittäjyys-aluekisassa jälleen aluevoitto ja osallistuttiin valtakunnalliseen loppukilpailuun.

Teuvan lukion opetussuunnitelmassa yrittäjyys on uravaihtoehtona ja toimintatapana. Yrittäjyyteen liittyvät motivaatio-, yhteiskunnalliset, teknologiset ja lainsäädännölliset aiheet on sisällytetty eri oppiaineiden kursseihin. Lukiossa on teorian lisäksi panostettu myös käytäntöön yrittäjyyteen. Opiskelijoille on tarjottu useana vuonna yrittäjyyskurssi, joka on sisältänyt muun muassa liiketoimintasuunnitelman teon 3-4 opiskelijan ryhmissä. Toistakymmentä nuorta eli noin 20 % opiskelijoista on valinnut kurssin vuosittain.

Liiketoimintasuunnitelman teossa opiskelijat ovat saaneet apua TEAK - aikuiskoulutuskeskukselta ja alueen yrittäjiltä.

Teuvan lukio osallistui myös OPH:n yrittäjyyskasvatuksen ja yrittäjyyslukioverkoston kehittämishankkeeseen (Y-love). Kehittämishankkeessa oli mukana 23 lukiota eri puolilta Suomea. Etelä-Pohjanmaata verkostossa edustavat Teuvan lisäksi Kauhavan, Härmän, Lappajärven ja Evijärven lukiot. Nevanperän (2013 ja 2012, 42–74) mukaan yrittäjyyslukioverkostossa olleiden Y-Love -tavoite toteutui hyvin. Tarjottujen yrittäjyyskurssien määrä oli suurin Kauhavalla ja Lappajärvellä, suhteellisesti eniten opiskelijoita oli Teuvalla (50 %) ja toiseksi eniten Lappajärvellä (19 %).

Tämän tutkimuksen vertailukohteissa, Puolan Cieszynin lukioissa, yrittäjyyskasvatusta ei varsinaisesti ole. Kopernikus- lukiossa pidetään yrityksiä käsitteleviä oppitunteja 1-2 tuntia viikossa toisella ja kolmannella luokkatasolla. Oppitunneilla käsitellään yritystoimintaa yleensä kuten yrityksen perustamista ja verolainsäädäntöä. Vastaavasti toisessa vertailulukiossa, Evankelisessa lukiossa, yrittäjyyttä opetetaan kolmannen vuosikurssin opiskelijoille kaksi tuntia viikossa. Tuntien aiheet koostuvat seuraavista osakokonaisuuksista: markkinat, verosysteemi, rahoitusjärjestelyt, yrityksen perustaminen ja työpaikan hakeminen.

9.5 Yrittäjyyskasvatuksen opetuksen ja -koulutuksen vaikutus yrittäjyysnäkemysiin ja -asenteisiin tutkimusten valossa

Kasvatuksen, koulutuksen ja opetuksen käsitteet liittyvät keskeisesti toisiinsa. Kasvatusta voidaan pitää kaikkein laajimpana käsitteenä. Opetusta puolestaan tarvitaan sekä kasvatuksen että koulutuksen toteuttamisessa. Koulutus loppuu ennemmin tai myöhemmin, kasvatusta on jatkuvaa ja elinikäistä. (Hirsjärvi & Huttunen 1995, 40–41.)

Yrittäjyyskasvatus liittyy keskeisesti sekä yrittäjyyteen että kasvatukseen. Yrittäjyyskasvatus liittyy perimmältään kansalaiskasvatukseen, jolloin tarkoituksena on vaikuttaa taitoihin, uskomuksiin ja yrittäjämäiseen käytökseen (Seikkula Leino 2009). Yrittäjähallukkuutta ja kasvun nopeutta voidaan edistää. Muiden muassa yleinen yrittäjyysilmapiiri, kodin lähiympäristö, opettajat ja koulu vaikuttavat yrittäjyyden kasvuun (Hartshorn ja Hannon 2005; Johannisson & Madsen 1997; Lavonen 1994).

Yrittäjyyttä ei saa koulutuksellisenä tavoitteena ymmärtää suppeasti, vain ulkoiseen yrittäjyyteen liittyvänä. Yrittäjyyskasvatusta ei saa eikä voi verrata yrittäjyyskursseihin tai yrittäjäkoulutukseen (Heinonen & Vento 1996; Ristimäki 1998). Yrittäjyyskasvatuksen tehtävänä on kehittää positiivista suhtautumistapaa yrittäjyyttä ja työn tekemistä kohtaan. Yrittäjyyteen kasvussa on pitkälti kyse henkisestä kasvusta (Koiranen ja Peltonen 1995; Ojala 1994a).

Yrittäjyyskasvatus on koko eliniän ja koulujärjestelmän läpi etenevä jatkuva prosessi. Yrittäjyyskasvatuksessa ovat tärkeitä asioita toiminnallisuus, ongelmakeskeinen oppiminen, kokemuksellisuus ja erilainen yhteistyö elinkeinoelämän kanssa. Harjoittelu yrityksissä ja opiskelijoiden omat liiketoimet ovat ehkä parasta yrittäjyyskasvatusta (Christensen 1994). Lassilan (2009) mukaan useat tutkimustulokset osoittavat, että yrittäjyyskasvatuksella voidaan vaikuttaa yrittäjyysasenteisiin. (Fayolle ym. 2006; Kirby 2006; Leskinen 2000; Remes 2003).

Seikkula-Leinon (2007, 81–83) mukaan opettajat eivät tiedä riittävästi yrittäjyyskasvatuksen tavoitteista, sisällöistä ja työtavoista. Opettajien täydennuskoulutuksesta tulisi tehdä velvoite, ja koulutukseen tulisi sisällyttää yrittäjyyskasvatus (vrt. Turunen 2011).

Diensbergin (2008) mukaan yrittäjyysopetuksessa pitäisi käyttää menetelmiä, jotka tukevat kokemuksellisuutta, luovuttaa, kriittistä ajattelua ja aktiivista toimintaa. (Diensberg 2008; Akola ja Heinonen 2007). Yrittäjyysvalmennuksen merkitystä yrittäjäidentiteetin kehittymisen prosessissa ei ole paljonkaan Häggin (2009) mukaan tutkittu. Aaltio (2007) painottaa pedagogisia ratkaisuja sekä prosesseja, joissa identiteetit ovat tärkeitä. Turnerin (2007) mukaan yrittäjyysvalmennuksessa on yksilön näkökulmasta kysymys siirtymävaiheesta, jossa ihminen siirtyy sosiaalisesta asemasta toiseen, kuten palkansaajasta yrittäjäksi (vrt. Berglund 2006).

Yrittäjyyskoulutusta on Coletten ym. (2005) mukaan tutustuminen yritystoimintaan ("about"), tasolla ("for") etsitään henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneita yrityksen perustamisesta, ja tasolla ("in") opetellaan yritystoimintaa käytännössä. Mwasalwiba (2010) korostaa yrittäjyyskoulutuksen merkitystä mahdollisten tulevien yrittäjien yrittäjämäisten ominaisuuksien kehittämisessä. Positiivisen yhteyden yrittäjyyskoulutuksen vaikuttavuudesta yrittäjyysasenteisiin ovat saaneet muiden muassa Wilson ym. (2009) ja Jones ym. (2008). Marques ym. (2012) eivät nähneet, että yrittäjyyskouluksella on mitään vaikutusta ja Pihkala ja

Miettinen (2004) saivat tulokseksi negatiivisen vaikutuksen. Myös Pajarinen ja Rouvinen (2006) ovat epäilleet yrittäjyyskoulutuksen mahdollisuudesta opettaa yrittäjyyttä.

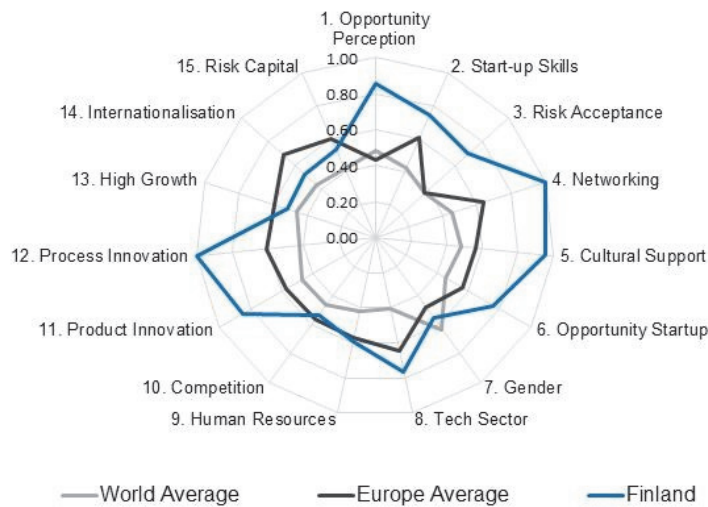
9.6 Eri maiden välisiä eroja suhtautumisessa yrittäjyyteen sekä yrittäjyyden asenneilmastoon

Suomessa on suhteessa väestöön enemmän yrittäjiä kuin USA:ssa, vaikka mielipidetutkimukset antavat ymmärtää, että amerikkalaisten asennoituminen yrittäjyyteen on paljon positiivisempi kuin suomalaisten, toteaa Kiander (2004). Hän suhtautuu yrittäjyyden lisäämiseen Suomessa penseästi. Kianderin mielestä yrittäjyys ei näytä OECD-maiden vertailussa liittyvän suureen kansantaloudelliseen menestykseen. Yrittäjyysasteen ja talouden kasvuvauhdin välillä ei kehittyneissä markkinatalousmaissa näytä olevan riippuvuutta. Kianderin johtopäätös on, että Suomessa ei tarvita lisää yrittäjiä. (Kiander 2004.)

Verrattaessa tämän artikkelin kohteena olevien maiden yrittäjyysaktiivisuutta huomataan, että vuonna 2004 Puolan aktiivisuusluku (8,8 prosenttia) oli kaksinkertainen Suomen lukuun (4,4 prosenttia) verrattuna. (Arenius, Autio ja Kovalainen 2005). Yrittäjyysaktiivisuus kuitenkin kasvoi Suomessa neljässä vuodessa ollen vuonna 2008 (7,3 prosenttia), joskin vuonna 2010 oli taas alhaisempi (5,7 prosenttia). Suomi oli lähellä innovaatiovetoisten talouksien keskitasoa, mutta alkavia yrittäjiä oli vähemmän kuin edellisinä vuosina. Tutkimuksessa mukana olleiden 20 innovaatiovetoisen talouden joukossa Suomi sijoittui kuudennelle sijalle. (Heinonen & Kovalainen 2010.)

Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen vuonna 2005 suorittaman tutkimuksen mukaan yrittäjyys oli palkkatyön sijasta suomalaiselle vieraampi ajatus verrattuna muuhun Eurooppaan ja Yhdysvaltoihin. Merkittävää tutkimuksessa oli kuitenkin, että nuoret uskoivat yrittäjyyden mahdollisuuksiin jo vuonna 2005 hiukan enemmän verrattuna muuhun ikäluokkaan. (Hyytinen & Pajarinen 2005, 16.) Toisaalta Haanpään ym. (2012) mukaan yrittäjyys uravaihtoehtona kiinnostaa suomalaisia nuoria melko vähän. Elämän pysyvyys ja riskittömyys ovat nuorten mielestä tärkeämpiä asioina elämässä.

GEDI-indeksin (2013) (Global Entrepreneurship and Development Index) mukaan yrittäjyyden asenneilmasto on Suomessa suotuista. Suomen sijoitus oli 16. 130 maan joukossa. USA oli kärjessä, Ruotsi oli toinen, ja Saksa oli vähän Suomea edellä eli 15. Vuotta myöhemmin (2014) yrittäjyyden asenneilmasto oli Suomessa maailman vahvin. Suomi sijoittui kokonaisuudessa hyvin positiivisten asenteiden ansiosta. Myös verkostoituminen ja prosessien kehittäminen olivat huippuluokkaa (Kuvio 1). Kokonaisuutta katsottaessa, tiettyä pehmeyttä löytyy yrittäjyysaktiivisuudesta. Naapurimaista Ruotsi oli indeksissä kolmas ja Norja 14. (Autio, Zoltan, Laszlo 2014).



Kuvio 1. (Global Entrepreneurship & Development Index 2014)

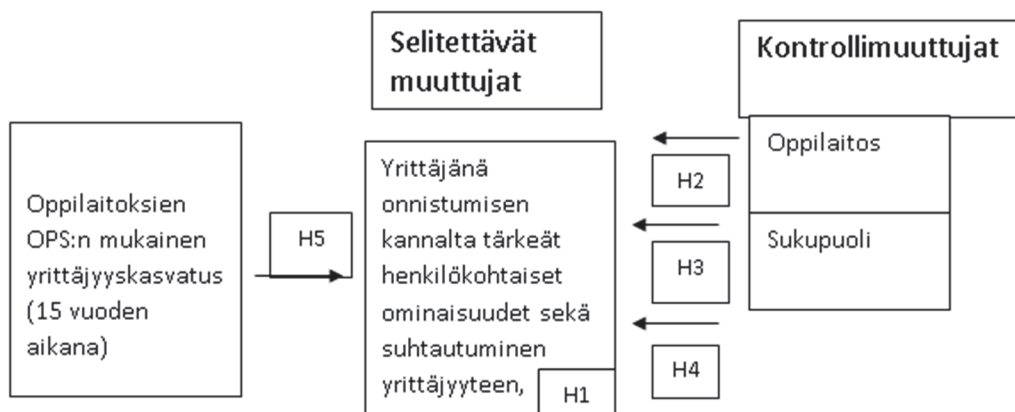
Yrittäjyyden asenneilmasto ei ole kuitenkaan Suomessa pysynyt korkealla tasolla, koska GEDI -indeksin (2015) mukaan Suomi sijoittui 130 maan joukossa sijalle 14. Euroopan 39 maan joukossa Suomen sijoitus oli 9.

Institute for Management Development- koulutuslaitos (IMD) (2014) kilpailukykyraportin mukaan Suomen kilpailukyky on 1990-luvun tasalla. Suomi on pudonnut 20. sijalle. Parhaimmillaan Suomi on ollut toisella sijalla vuonna 2002.

Tämän tutkimuksen vertailumaan Puolan sijoitus on 42. Puolan korkein sijoitus oli vuonna 2010 39. (Pajarinen ja Rouvinen 2014.)

Edellä esitettyihin aikaisempiin tutkimuksiin liittyen voidaan esittää seuraavanlaiset hypoteesit (Kuvio 2):

- Hypoteesi 1: Sekä suomalaiset että puolalaiset opiskelijat painottavat yrittäjänä onnistumisen kannalta positiivisia henkilökohtaisia ominaisuuksia enemmän kuin negatiivisia ja suhtautuminen yrittäjyyteen, yrityksiin ja pienyrittäjiin on positiivista
- Hypoteesi 2: Oppilaitosten opiskelijoiden yrittäjyysnäkemyksissä ilmenee sekä keskinäisiä että kansainvälisiä eroja, ja puolalaisten yrittäjyysasenteet ovat negatiivisempia kuin suomalaisten
- Hypoteesi 3: Miesten yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet ovat positiivisemmat kuin naisten
- Hypoteesi 4: Roolimalleilla on positiivinen vaikutus
- Hypoteesi 5: Nykyisten suomalaisten opiskelijoiden yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet ovat muuttuneet 15 vuoden takaisin nuorten vastaaviin verrattuna positiivisemmiksi



Kuvio 2. Tutkimuksen asetelma.

9.7 Metodologia

Muuttujat

Kyselylomakkeeseen on poimittu keskeisiä osia tutkijan väitöskirjatutkimuksen 2003 kyselylomakkeesta. Tutkijan ja SeAMK:n tutkimus- ja kehittämissyksikön yhteistyönä lomake muutettiin nettipohjaiseksi ja samalla lomaketta tiivistettiin ja selkeytettiin. Tutkija suoritti puolalaisten nuorten kyselyn Cieszynin kaupungin kahdessa lukiossa lokakuussa 2014. Teuvan lukion ja Suupohjan ammatti-instituutin kolmen tulosyksikön opiskelijat vastasivat kyselyyn marraskuussa 2014. Datasta on ajettu tilastolliset keskiarvot, hajonnat ja merkitsevyydet, varianssianalyysi (ANOVA), lineaarinen regressioanalyysi sekä T-testi tutkimusraporttia varten.

Pitkittäis-/ seurantatutkimusta varten on ajettu vuoden 1999 datasta (Erkki Nevanperä, 2003) keskiarvot, hajonnat ja T-testi. Näiden avulla voidaan tämän tutkimuksen tuloksia faktoreittain vertailla noin 15 vuotta sitten saatuihin tuloksiin. Kyseessä ei ole varsinainen seurantatutkimus, koska opiskelijat eivät ole samoja näissä tutkimuksissa, mutta opiskelijoiden ikätaso ja luokka ovat vastaavia kuin aikaisemmassa tutkimuksessa, joten suuntaa-antavia tuloksia saataneen aikaan.

Erojen suuruuden kuvaamiseen käytetään tilastollista merkitsevyyttä (p). Mitä pienempi on p-arvo, sitä pienempi on sattuman vaikutus erojen selittäjänä ja sitä selvempi on ryhmien välien ero. P-arvoon vaikuttaa myös vastanneiden lukumäärä ja keskiarvotesteissä hajonta. Tilastollisesti merkitsevissä eroissa p on korkeintaan 0,05.

Lomake koostui taustatiedoista sekä osioista A (yrittäjänä onnistumisen kannalta tärkeät henkilökohtaiset ominaisuudet, 40 väittämää, Likertin asteikko) ja B (opiskelijoiden näkemykset yrittäjistä, yrityksistä ja pienyrittäjistä, 30 väittämää, Likertin asteikko).

Artikkelin tutkimuksessa laskettiin Chronbachin alfat faktoreille I-VI latautuville muuttujille faktoroinnissa seuraavasti:

- I Sinnikkyys. Kahdeksasta väittämästä (muiden muassa sinnikkyys, sitkeys, yrittäjähenki ja sisu) muodostettiin keskiarvomuuuttuja (min=1, max=5);

suomalaiset vastaajat: $ka=4,24$, $sd=0,65$; puolalaiset vastaajat: $ka=3,94$, $sd=0,60$. Muuttujan reliabiliteetti oli hyvä (Chronbach's $\alpha=0,96$).

- II Yrityskriittisyys. Kymmenestä väittämästä (muiden muassa ”Menestyvillä yrittäjillä on yleensä alhainen moraalit”) muodostettiin keskiarvomuuuttuja (min=1, max=5); suomalaiset vastaajat: $ka=2,85$, $sd=0,77$; puolalaiset vastaajat: $ka=2,83$, $sd=0,56$. Muuttujan reliabiliteetti oli hyvä (Chronbach's $\alpha=0,86$).
- III Innovatiivisuus. Kahdestatoista väittämästä (muiden muassa ”Yrittäjät ovat arkipäivän sankareita”) muodostettiin keskiarvomuuuttuja (min=1, max=5); suomalaiset vastaajat: $ka=3,69$, $sd=0,60$; puolalaiset vastaajat: $ka=3,48$, $sd=0,54$. Muuttujan reliabiliteetti oli hyvä (Chronbach's $\alpha=0,87$).
- IV Itsekkyys. Viidestä väittämästä (muiden muassa itsekkyys, rahantavoittelu, kovuus) muodostettiin keskiarvomuuuttuja (min=1, max=5); suomalaiset vastaajat: $ka=3,68$, $sd=0,78$; puolalaiset vastaajat: $ka=2,98$, $sd=0,73$. Muuttujan reliabiliteetti oli hyvä (Chronbach's $\alpha=0,84$).
- V Luottamus. Viidestä väittämästä (muiden muassa toisiin luottaminen ja rehtiys) muodostettiin keskiarvomuuuttuja (min=1, max=5); suomalaiset vastaajat: $ka=3,96$, $sd=0,67$; puolalaiset vastaajat: $ka=3,39$, $sd=0,50$. Muuttujan reliabiliteetti oli hyvä (Chronbach's $\alpha=0,79$).
- VI Luovuus. Kuudesta väittämästä (muiden muassa rohkeus, luovuus ja halu ottaa riskejä) muodostettiin keskiarvomuuuttuja (min=1, max=5); suomalaiset vastaajat: $ka=4,18$, $sd=0,72$; puolalaiset vastaajat: $ka=3,96$, $sd=0,63$. Muuttujan reliabiliteetti oli hyvä (Chronbach's $\alpha=0,87$).

Kaikki käytetyt väittämät on esitelty liitteessä 1.

Chronbachin alfat ovat suhteellisen korkeita eli mittari on hyvä ja käyttökelpoinen tähän tutkimukseen.

Tiedonkeruu ja aineisto

Tutkimukseen on osallistunut kolme suomalaista toisen asteen ammatillista koulutusyksikköä ja yksi lukio sekä kaksi ulkomaista lukiota. Osallistuneet oppilaitokset on esitelty taulukossa 1.

Taulukko 1. Tutkimukseen osallistuneet toisen asteen oppilaitokset (v. 2015 ja v.1999).

Suomalaiset toisen asteen oppilaitokset (224 vastaajaa, luokat 2-3, tyttöjä 38 %; v. 1999 307 vastaajaa, tyttöjä 56 %)	Ulkomaiset toisen asteen oppilaitokset (100 vastaajaa, luokat 2-3, tyttöjä 58 %; eivät osallistuneet v. 1999)
Suupohjan ammatti-instituutti ammattioppilaitos (92, tyttöjä 31 %; v.1999 131, tyttöjä 38 %)	Kopernikus lukio Puola (61, tyttöjä 62 %)
Suupohjan ammatti-instituutti kauppaoppilaitos (64, tyttöjä 47 %; v. 1999 73, tyttöjä 60 %)	Evankelinen lukio Puola (39, tyttöjä 51 %)
Suupohjan ammatti-instituutti maatalousoppilaitos (29, tyttöjä 18 %; v. 1999 20, tyttöjä 30 %)	
Teuvan lukio (39, tyttöjä 53 %; v. 1999 102, tyttöjä 54 %)	

Opiskelijat edustavat yhteensä neljää eri koulutusala, vuoden 1999 vastaajamäärä on suluissa. Vuoden 1999 tutkimuksessa puolalaiset lukiot eivät olleet mukana. Eniten vastaajia on lukioista 139 (102), joista suomalaisia 39. Toiseksi eniten vastaajia on ammattioppilaitokselta 92 (131); tekniikka ja liikenteen ala, matkailu-, ravitsemis- ja talousala sekä sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala. Seuraavaksi eniten vastaajia on kauppaoppilaitokselta 64 (73); yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala sekä luonnontieteiden ala. Vähiten vastaajia eli 29 (20) on luonnonvara-alalta.

Suomalaisista vastaajista 34 %:lla isä toimi yrittäjänä ja äiti 20 %:lla. Isä, äiti tai molemmat toimivat yrittäjinä 40 %:lla. Vastaajista 81 % prosentilla oli lähisuvussa tai ystäväpiirissä useita tai jonkin verran yrittäjiä. Vastaavasti puolalaisista

vastaajista isä toimi yrittäjänä 32 %:lla ja äiti 14 %:lla. Lähisuvussa tai ystäväpiirissä oli useita tai jonkin verran yrittäjiä 82 %:lla. Vuoden 1999 tutkimuksessa 31 prosentilla vertailuoppilaitoksien vastaajista oli yrittäjätausta eli isä, äiti tai molemmat olivat yrittäjiä.

9.8 Tulokset

Yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet sekä suhtautuminen yrittäjyyteen, yrityksiin ja pienyrittäjiin

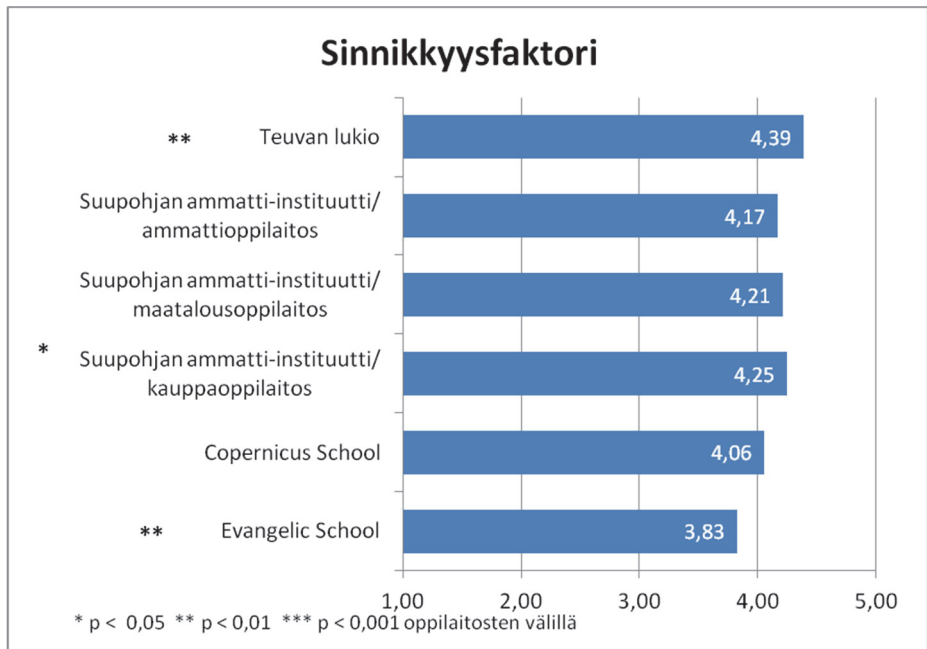
Taulukossa 2 on esitetty aineiston mittarin eri osien reliabiliteetit, vastaajamäärät, keskiarvot, keskihajonnat, minimi ja maksimit. Luovuusfaktori ja sinnikkyysfaktori saavat korkeimmat keskiarvot (4,1), ja yrityskriittisyysfaktori matalimman keskiarvon (2,8). Innovatiivisuusfaktori ja luottamusfaktori saavat lähes samat keskiarvot (3,6 ja 3,7). Itsekkyyssfaktori saa matalan keskiarvon ja koulukohtaiset erot ovat suurimmat. Merkitsevyyseroja ilmenee kaikkien muiden faktorien paitsi luovuusfaktorin osalta. Reliabiliteetit ovat korkeita.

Taulukko 2. Aineiston yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet sekä suhtautuminen yrittäjyyteen ym. reliabiliteetit ja muut kuvaavat arvot

Yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet sekä suhtautuminen yrittäjyyteen, yrityksiin ja pienyrittäjiin -mittarit	Relia bl.	N	KA	SD	Min.	Ma ks.
Sinnikkyys	0,96	321	4,1	,60–,65	1	5
Yrityskriittisyysfaktori	0,86	321	2,8	,56–,77	1	5
Innovatiivisuusfaktori	0,87	321	3,6	,54–,60	1	5
Itsekkyyssfaktori	0,84	321	3,4	,73–,78	1	5
Luottamusfaktori	0,79	321	3,7	,49–,68	1	5
Luovuusfaktori	0,87	321	4,1	,63–,72	1	5

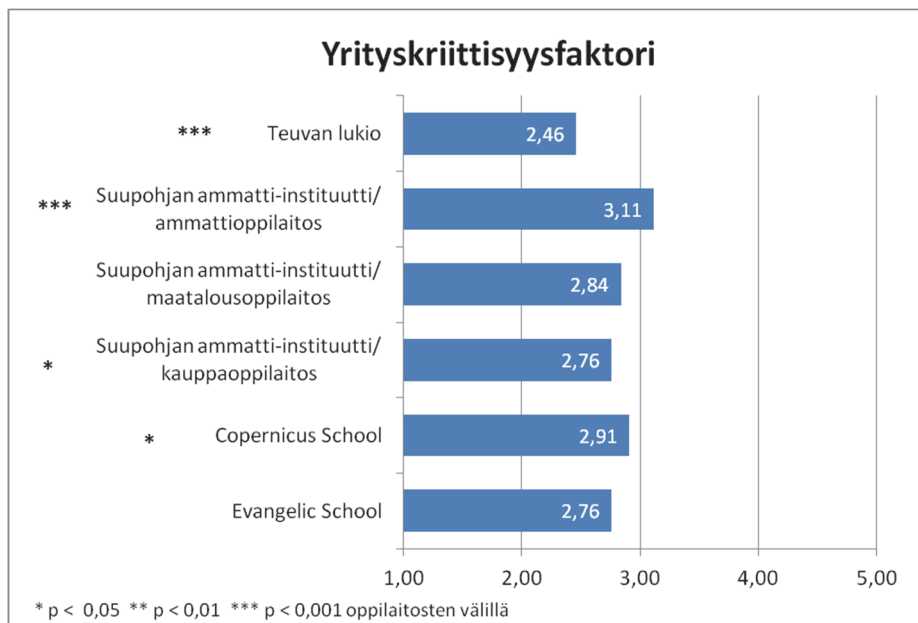
Sinnikkyys on suomalaisten lukion opiskelijoiden mielestä tärkeä yrittäjäominaisuus. Sinnikkyysfaktorin alin koulukohtainen keskiarvo on Evankelisen lukion opiskelijoiden antama (3,83) ja ylin on Teuvan lukion

opiskelijoiden antama keskiarvo (4,39) (Kuvio 3). Keskiarvojen ero Teuvan lukion ja Evankelisen lukion välillä on tilastollisesti merkitsevä. Kauppaoppilaitos saa myös korkean keskiarvon (4,25). Ero Evankelisen lukion ja kauppaoppilaitoksen välillä on melkein merkitsevä.



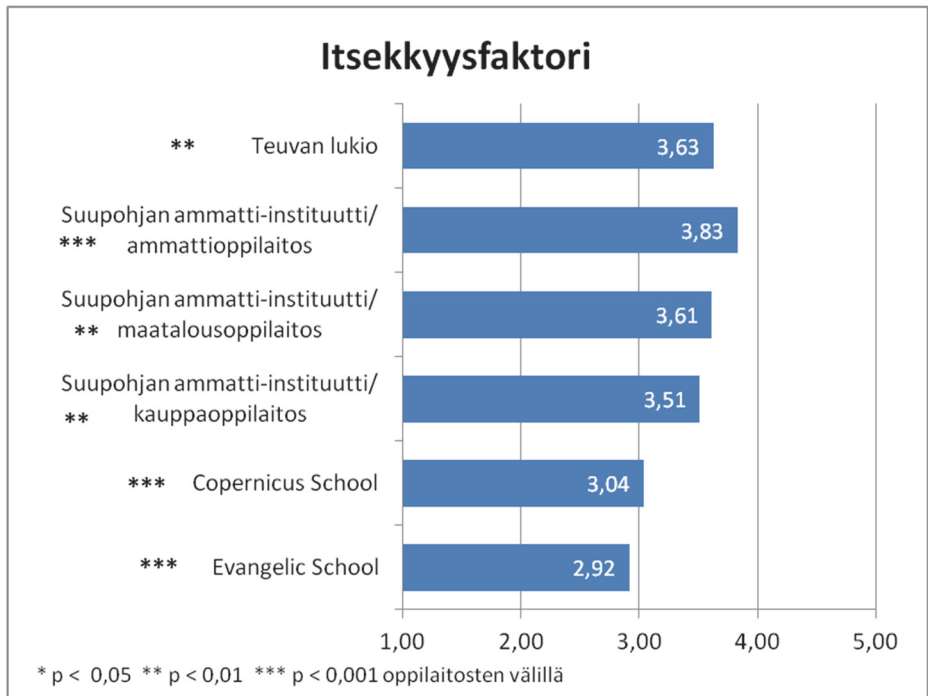
Kuvio 3. Sinnikkyysfaktorin keskiarvot kouluittain.

Teuvan lukion nuoret näyttävät suhtautuvan vähiten kriittisesti yrittäjyyden mahdollisuuksiin (2,46). Korkeimman keskiarvon saa ammattioppilaitos (3,11) (Kuvio 4). Ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä. Korkean keskiarvon saa myös Puolan Kopernikus lukio (2,91). Teuvan lukion ja Puolan Kopernikus lukion keskiarvoero on tilastollisesti melkein merkitsevä. Kauppaoppilaitoksen keskiarvon (2,76) ja ammattioppilaitoksen keskiarvon (3,11) ero on tilastollisesti melkein merkitsevä.



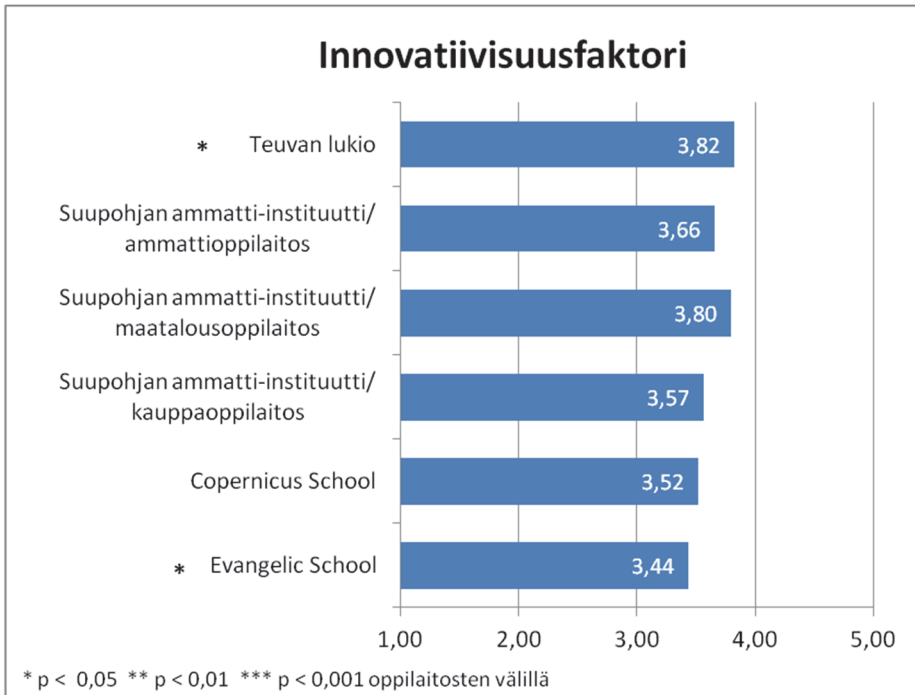
Kuvio 4. Yrityskriittisyysfaktoriin keskiarvot kouluittain.

Itsekkyyssfaktorin keskiarvoerot ovat tilastollisesti kaikkein suurimmat. Erityisesti puolalaiset nuoret suhtautuvat kyseisiin ominaisuuksiin erittäin kielteisesti. Puolalaisten ja suomalaisten nuorten suhtautumisessa itsekkyysominaisuuksiin näyttää olevan selkeä kulttuurillinen ero (vrt. luottamusfaktori). Evankelisen lukion nuoret antavat faktorille keskiarvon (2,92) ja Kopernikus lukion nuoret (3,04) (Kuvio 5). Ammattioppilaitoksen (3,83) on tilastollisesti erittäin merkitsevä molempien puolalaisten lukioiden keskiarvoon verrattuna. Teuvan lukion (3,63) ero molempiin Puolan lukioihin verrattuna on merkitsevä. Maatalousoppilaitoksen (3,61) on Evankeliseen lukioon verrattuna merkitsevä ja Kopernikus lukioon verraten melkein merkitsevä. Kauppaoppilaitoksen (3,51) ero molempiin Puolan lukioihin on merkitsevä.



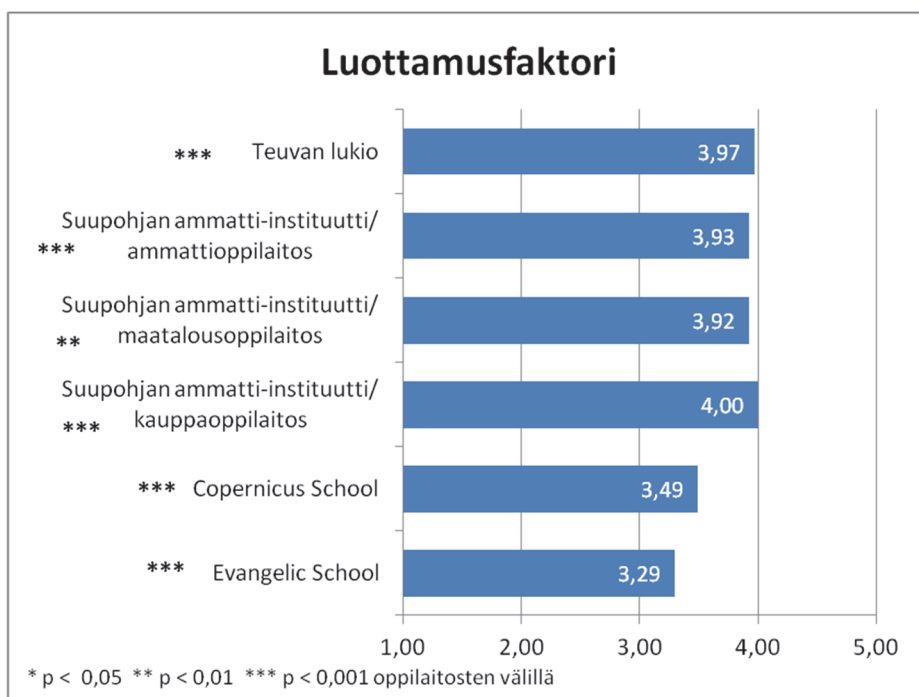
Kuvio 5. Itsekkyyshäiriön keskiarvot kouluittain.

Innovatiivisuus näyttää olevan kaikkien tutkimuksessa mukana olleiden nuorten mielestä tärkeä yrittäjäominaisuus. Korkeimman keskiarvon saa Teuvan lukio (3,82) ja matalimman keskiarvon Evankelinen lukio (3,44) (Kuvio 6). Ero on tilastollisesti melkein merkitsevä.



Kuvio 6. Innovatiivisuusfaktori keskiarvot kouluittain.

Luottamus saa myös korkeat keskiarvot eri oppilaitoksilta. Korkeimman saa kauppaoppilaitos (4,00), matalimman Evankelinen lukio (3,29) ja toiseksi matalimman Kopernikus lukio (3,49) (Kuvio 7). Ero kauppaoppilaitoksen, Evankelisen lukion sekä Kopernikus lukion välillä on tilastollisesti erittäin merkitsevä. Teuvan lukio saa myös korkean keskiarvon (3,97), joka on tilastollisesti erittäin merkitsevä Evankeliseen lukioon nähden ja merkitsevä Kopernikus lukioon verrattuna. Ammattioppilaitoksen keskiarvon (3,93) tilastollinen ero Evankeliseen lukioon verrattuna on erittäin merkitsevä ja Kopernikus lukioon verrattuna merkitsevä. Maatalousoppilaitoksen keskiarvo on myös korkea (3,92). Tilastollinen ero Evankeliseen lukioon verrattuna on merkitsevä ja Kopernikus lukioon verraten melkein merkitsevä.



Kuvio 7. Luottamusfaktorin keskiarvot kouluittain.

Eri taustamuuttujilla näyttää olevan merkitystä suhtautumisessa yrittäjyyteen. Analyysi tehtiin pelkästään Suupohjan Ammatti-instituutin eri yksiköiden ja Teuvan lukion osalta (N=215) (vrt. luottamus- ja itsekkyyksfaktorin käsittely).

Yrityskriittisyys on tytöillä selkeästi matalampaa poikiin verrattuna. Tytöt antavat yrityskriittisyydelle (-0,26) melkein merkitsevästi matalamman keskiarvon kuin pojat (3,05). Äidin yrittäjyydellä näyttää olevan innovatiivisuuden osalta korottava vaikutus. Ne opiskelijat, jolla on äiti yrittäjänä (ka 3,4) antavat kyseiselle faktorille (0,3) korkeamman keskiarvon kuin muut opiskelijat (3,7). Ero on tilastollisesti merkitsevä. Lähisuvun/ystäväpiirin vaikutuksella näyttää olevan myös kohottava vaikutus. Ero on tilastollisesti oireellinen.

Äidin toimiminen yrittäjänä vaikuttaa kohottavasti kaikkiin muihin opiskelijoihin verrattuna suhtautumisessa itsekkyyksominaisuuksiin. Ne opiskelijat, joilla äiti toimii yrittäjänä antavat (0,3) korkeamman keskiarvon kyseiselle ”negatiiviselle”

yrittäjäominaisuudelle muihin opiskelijoihin (3,7) verrattuna. Ero on tilastollisesti melkein merkitsevä. Tyttöjen luovuudelle antama keskiarvo on (0,2) korkeampi kuin poikien (keskiarvo 4,1). Ero on tilastollisesti oireellinen. Lähisuvun/ystäväpiirin vaikutuksella näyttää olevan myös kohottava vaikutus. Ero on tilastollisesti oireellinen.

Regressioanalyysi poikittaisaineistosta

Yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet sekä suhtautuminen yrittäjyyteen, yrityksiin ja pienyrittäjiin

Lineaarisen regressioanalyysin avulla testattiin tutkimuksen teoreettista mallia. Taulukossa 3 on havainnollistettu lineaarisen regressioanalyysin tuloksia seuraavasti: Mitkä tekijät ovat vaikuttaneet opiskelijoiden suhtautumiseen heidän painottaessaan yrittäjänä onnistumisen kannalta tärkeitä henkilökohtaisia ominaisuuksia sekä mitkä tekijät ovat vaikuttaneet nuorten suhtautumisessa yrittäjyyteen, yrityksiin ja pienyrittäjiin.

Taulukko 3. Lineaarinen regressioanalyysi aineistosta.

LINEAARINEN REGRESSIO Selitettävänä muuttujana	Innovatiivisuus	Luovuus	Yritys- kriittisyy s	Itsekkyys
Kontrollimuuttujat				
Sukupuoli (tyttö)	-0,13	0,20 oir.	-0,26 *	-0,08
Isän yrittäjyys	0,08	-0,003	-0,03	-0,06
Äidin yrittäjyys	0,28 **	0,15	0,11	0,31 *
Lähisuvun tai ystäväpiirin yrittäjyys	0,20 oir.	0,23 oir.	-0,13	-0,16
Model fit statistics				
Adjusted R ²	0,077	0,019	0,017	0,019

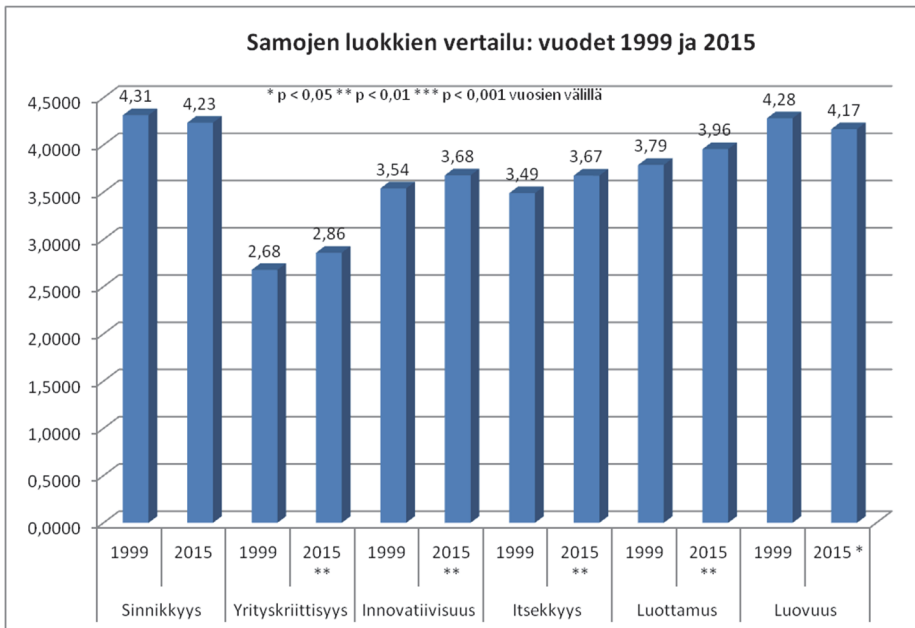
F-statistics	5,4 ***	2,03 oir.	1,9 oir.	2,02 oir.
* p 0,05 ** p < 0,01 *** p < 0,001				
Käytetty standardoituja kertoimia				

Innovatiivisuus-faktorin osalta kontrollimuuttujat selittävät vajaa 8 % faktorin vaihtelusta. Eniten innovatiivisuutta selittää äidin yrittäjyystausta ja toiseksi eniten lähisuvun tai ystäväpiirin yrittäjyys. Äidin yrittäjyys selittää tilastollisesti merkitsevästi ja lähisuvun tai ystäväpiirin yrittäjyys oireellisesti innovatiivisuutta. Yrityskriittisyys-faktorin selitysaste on vajaa 2 % faktorin vaihtelusta. Suhteellisesti eniten yrityskriittisyyttä selittää sukupuoli (tyttö), selitys tilastollisesti melkein merkitsevä.

Itsekkyys-faktorin selitysaste on vajaa 2 %. Eniten kontrollimuuttujista itsekkyyttä selittää jälleen äidin yrittäjyystausta ja toiseksi eniten lähisuvun tai ystäväpiirin yrittäjyys. Äidin yrittäjyys selittää itsekkyyttä tilastollisesti melkein merkitsevästi. Luovuus-faktorissa kontrollimuuttujat selittävät vajaa 2 % luovuus-faktorin vaihtelusta. Eniten luovuutta selittää lähisuvun tai ystäväpiirin yrittäjyys, selitys on tilastollisesti oireellinen. Toiseksi eniten luovuudesta selittää sukupuoli (tyttö). Selitys on tilastollisesti oireellinen.

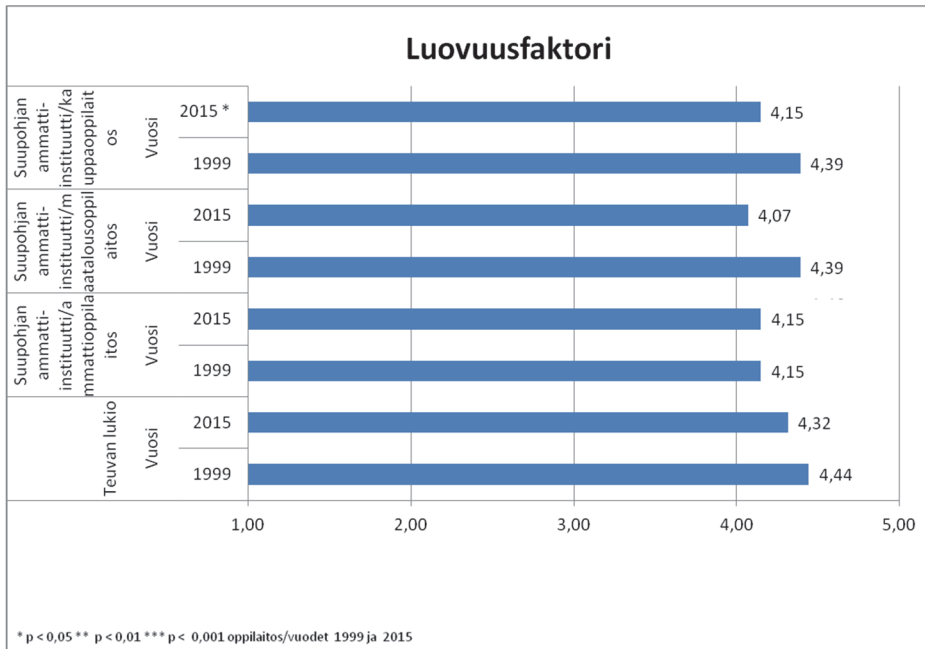
Pitkittäis- ja seurantatutkimuksen tulokset

Kuviossa 8 on esitetty opiskelijoiden keskiarvoilla mitatut painotukset yrittäjän henkilökohtaisiin ominaisuuksiin sekä suhtautuminen yrittäjyyteen, yrityksiin ja pienyrittäjiin v. 1999 ja v. 2015. Kuudesta faktorista neljässä 2015 keskiarvot ovat korkeammat kuin 1999 seuraavasti: kriittisyysfaktori 2015 (keskiarvo 2,86) ja 1999 (keskiarvo 2,68), innovatiivisuus 2015 (keskiarvo 3,68) ja 1999 (keskiarvo 3,54), itsekkyys 2015 (keskiarvo 3,67) ja 1999 (keskiarvo 3,49) sekä luottamus 2015 (keskiarvo 3,96) ja 1999 (keskiarvo 3,79). Erot ovat kaikki tilastollisesti merkitseviä. Luovuusfaktorille 1999 annetun (keskiarvon 4,28) ja vuoden 2015 (keskiarvon 4,17) ero on melkein merkitsevä.



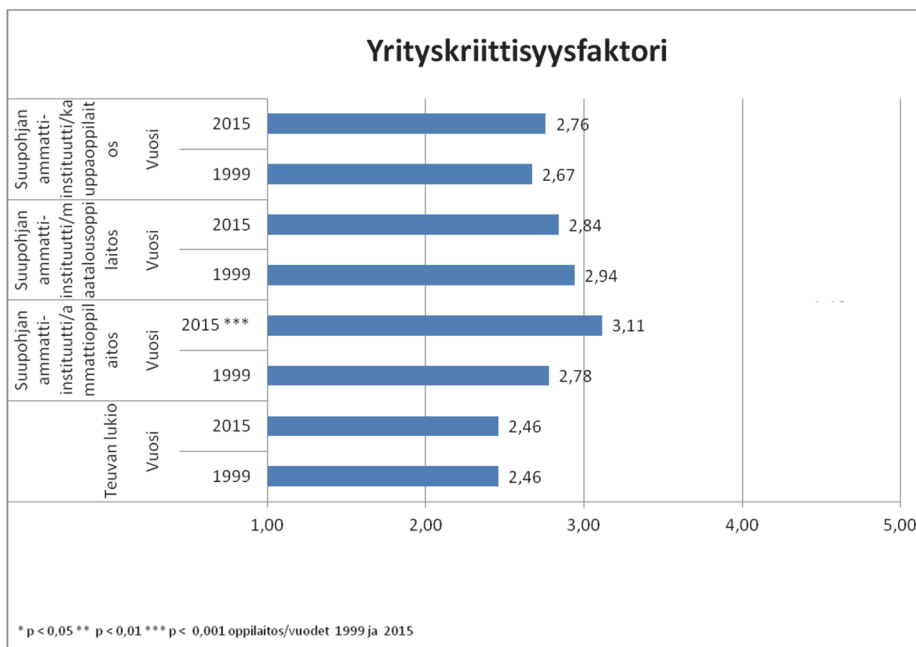
Kuvio 8. Yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet sekä suhtautuminen yrittäjyyteen, yrityksiin ja pienyrittäjiin; vertailu vuodet 1999 ja 2015; T-testi, kaikki vastaajat.

Verrattaessa faktorikohtaisesti eri oppilaitosten opiskelijoiden keskiarvoja, huomataan, että muutamien faktoreiden osalta on nähtävissä suuriakin tilastollisia eroja vuosien välillä. Luovuusfaktori (rohkeus, luovuus ja halu ottaa riskejä ym.) ominaisuudet (kuvio 9) saivat kaikissa oppilaitoksissa paitsi ammattioppilaitoksessa 2015 alhaisemman keskiarvon 1999 keskiarvoon verrattuna. Tilastollista eroa ilmenee kuitenkin vain kauppaoppilaitoksen osalta. Vuoden 2015 (keskiarvon 4,15) ja 1999 (keskiarvon 4,39) välinen ero on tilastollisesti melkein merkitsevä.



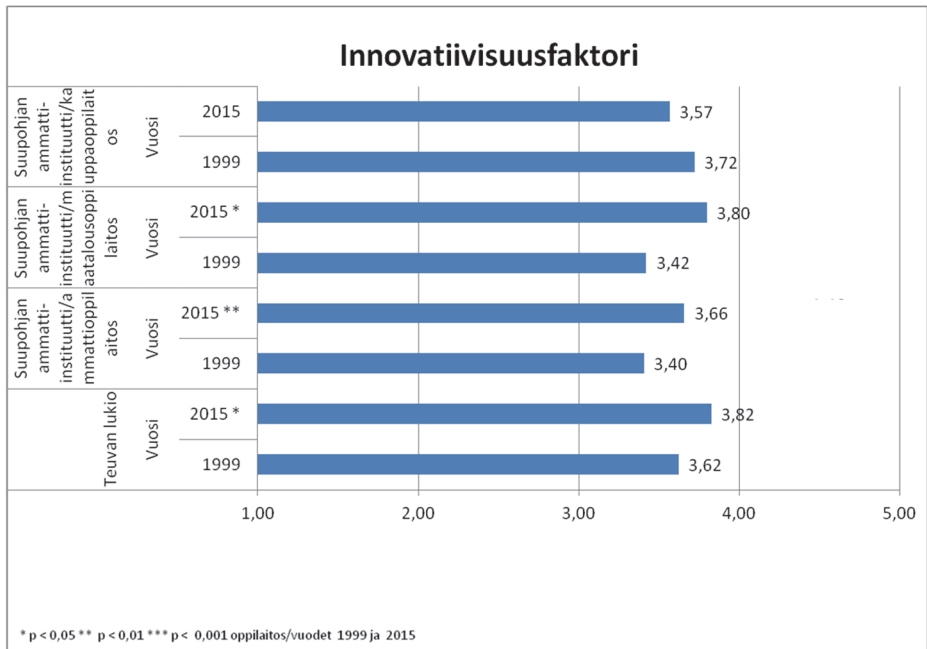
Kuvio 9. Luovuusfaktori keskiarvot oppilaitoksittain, vertailu vuodet 1999 ja 2015, T-testi.

Yrityskriittisyysfaktori ("Menestyvillä yrittäjillä on yleensä alhainen moraalit" ym. kuvio 10.) sai Teuvan lukion osalta vuosina 2015 ja 1999 täsmälleen saman keskiarvon. Ammattioppilaitoksen 2015 (keskiarvon 3,11) ja 1999 (keskiarvon 2,78) välinen ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä.



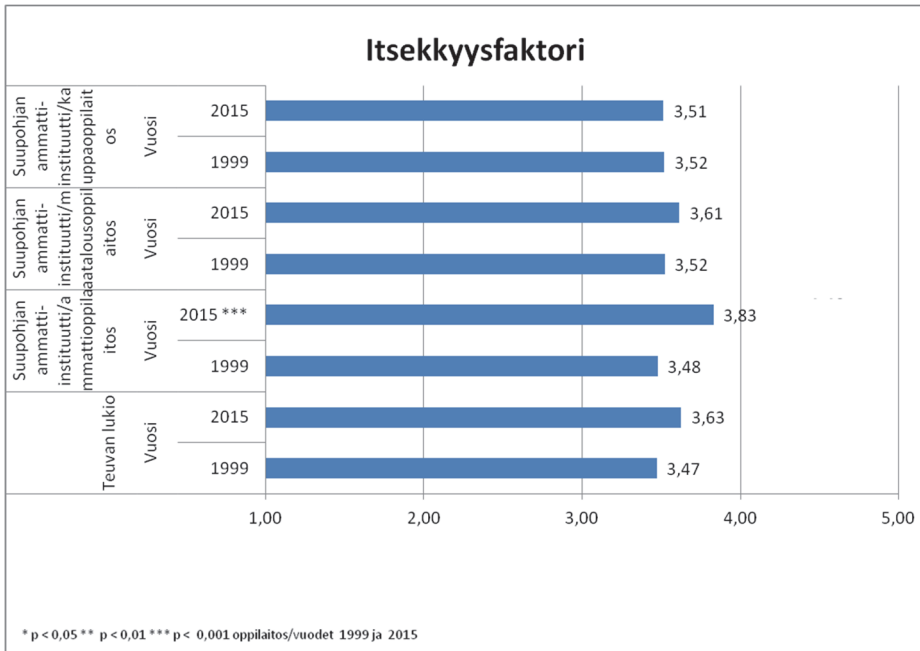
Kuvio 10. Yrityskriittisyysfaktoriin keskiarvot oppilaitoksittain, vertailu vuodet 1999 ja 2015, T-testi.

Innovatiivisuusfaktori (kuvio 11) sai kaikissa muissa oppilaitoksissa paitsi kauppaoppilaitoksessa vuonna 2015 korkeamman keskiarvon vuoden 1999 keskiarvoon verrattuna. Teuvan lukion 2015 (keskiarvon 3,82) ja 1999 (keskiarvon 3,62) välinen ero on melkein merkitsevä, samoin on myös maatalousoppilaitoksen vuoden 2015 (keskiarvon 3,80) ja 1999 (keskiarvon 3,42) välinen ero. Ammattioppilaitoksen 2015 (keskiarvon 3,66) ja 1999 (keskiarvon 3,40) välinen ero on tilastollisesti merkitsevä.



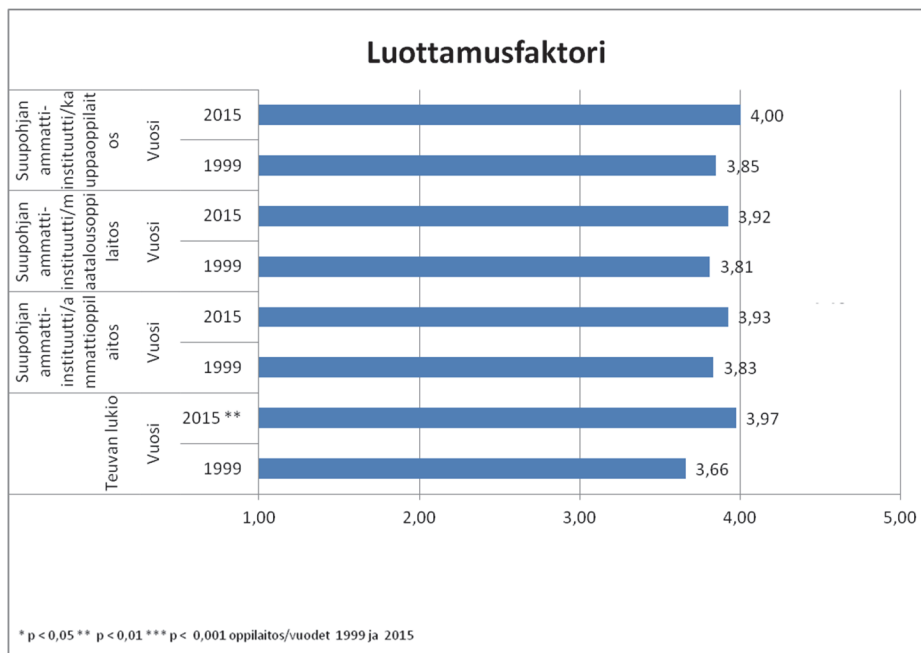
Kuvio 11. Innovatiivisuusfaktori keskiarvot oppilaitoksittain, vertailu vuodet 1999 ja 2015, T-testi.

Itsekkyyksifaktori (kuvio 12) sai kaikissa muissa oppilaitoksissa paitsi kauppaoppilaitoksessa vuonna 2015 korkeamman keskiarvon kuin vuonna 1999. Tilastollista eroa ilmenee kuitenkin vain ammattioppilaitoksen osalta. Vuoden 2015 (keskiarvon on 3,83) ja 1999 (keskiarvon 3,48) ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä.



Kuvio 12. Itsekkyyksifaktorin keskiarvot oppilaitoksittain, vertailu vuodet 1999 ja 2015, T-testi.

Luotettavuuteen liittyvät ominaisuudet näyttävät olevan nykynuorille yrittäjyyden kannalta tärkeämpiä asioita kuin vuonna 1999. Luottamusfaktori (kuvio 13) sai kaikissa oppilaitoksissa vuonna 2015 korkeamman keskiarvon vuoden 1999 keskiarvoon verrattuna. Tilastollista eroa ilmenee kuitenkin vain Teuvan lukion osalta. Vuoden 2015 (keskiarvon on 3,97) ja vuoden 1999 (keskiarvon 3,66) ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä.



Kuvio 13. Luottamusfaktorin keskiarvot oppilaitoksittain, vertailu vuodet 1999 ja 2015, T-testi.

9.9 Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena oli selvittää millaisia ovat tällä hetkellä toisen asteen opiskelijoiden yrittäjäyksenäkemykset ja -asenteet. Yrittäjän henkilökohtaisina ominaisuuksina sinnikkyys (sinnikkyys, sitkeys, yrittäjähenki, sisu ym.) ja luovuus (rohkeus, luovuus, halu ottaa riskejä ym.) saavat korkeimmat keskiarvot. Itsekkyys (itsekkyyys, häikäilemättömyys, kovuus, vaikutushalu ym.) ja yrityskriittisyys (”menestyvillä yrittäjillä on yleensä alhainen moraalit” ym.) saavat matalimmat keskiarvot. Innovatiivisuus (”yrittäjät ovat arkipäivän sankareita” ym.) ja luottamus (toisiin luottaminen, rehtiys ym.) ovat yrittäjäominaisuuksina lähes samanarvoisia keskenään. Merkitsevyyseroja ilmenee kaikkien muiden ominaisuusfaktorien paitsi luovuusfaktorin välillä. Maakohtaisesti verrattuna puolalaisten nuorten osalta ei ilmene keskinäisiä tilastollisia eroja, sen sijaan suomalaisten opiskelijoiden keskiarvoissa ilmenee tilastollisia eroja.

Hypoteesi 1 esitti, että suomalaiset ja puolalaiset opiskelijat painottavat yrittäjänä onnistumisen kannalta positiivisia henkilökohtaisia ominaisuuksia enemmän kuin negatiivisia ja suhtautuminen yrittäjyyteen on positiivista. Hypoteesi sai tukea. Aikaisempien tutkimusten mukaan yrittäjän persoonallisuus vaikuttaa hänen yrityksensä yrittäjämäiseen orientaatioon (Akseli 1995, 34; Routamaa 1993, 12; Schlosser 2014, 77). Vrdoljakin ja Dulcicin (2011) korostavat yrittäjyydessä suoritushalua, riskinottoa, epävarmuuden sietokykyä, itseluottamusta ja innovatiivisuutta (Kreiser & Davis 2010; Miller 2011; Uddin ja Bose 2012). Mikkolan ja Roikosen (2014) mukaan henkilökohtaisten ominaisuuksien ja motivaation puute ovat yrittäjyyden haasteita yksilötasolla.

Toisena tavoitteena oli selvittää, millaisia oppilaitosten välisiä eroja ilmenee opiskelijoiden yrittäjyysnäkemyksissä ja -asenteissa suomalaisten oppilaitosten keskinäisenä vertailuna sekä kansainvälisesti. Koulukohtaisessa vertailussa suomalaiset lukio-opiskelijat antoivat korkeimman keskiarvon sinnikkyteen liittyville ominaisuuksille. Alhaisimman antoivat puolalaisen evankelisen lukion opiskelijat. Ero on tilastollisesti merkitsevä. Myös kauppaoppilaitoksen opiskelijoiden mielestä sinnikkyys on tärkeä yrittäjäominaisuus. Ero puolalaisen lukion ja kauppaoppilaitoksen välillä on melkein merkitsevä. Itsekkyteen liittyvät ominaisuudet saivat erityisesti puolalaisilta opiskelijoilta alhaisen keskiarvon.

Suomalaiset lukion nuoret näyttävät suhtautuvan vähiten kriittisesti yrittäjyyden mahdollisuuksiin antamalla kyseiselle faktorille alhaisimman painotuksen ja korkeimman painotuksen antavat ammattioppilaitoksen opiskelijat. Ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä. Korkean keskiarvon antaa myös Puolan Kopernikus lukio, ero suomalaiseen lukioon verrattuna on tilastollisesti melkein merkitsevä. Kauppaoppilaitoksen ja ammattioppilaitoksen keskiarvojen ero on tilastollisesti melkein merkitsevä ammattioppilaitoksen ollessa yrityskriittisempi.

Hypoteesi 2 esitti, että oppilaitosten opiskelijoiden yrittäjyysnäkemyksissä ilmenee sekä keskinäisiä että kansainvälisiä eroja, ja puolalaisten yrittäjyysasenteet ovat negatiivisempia kuin suomalaisten. Hypoteesi sai tukea. Suomalaisten lukionuorten ja ammatillisten opiskelijoiden kesken ilmenee merkittäviä eroja. Suomalaisten yrittäjyysasenteet ovat positiivisemmat kuin puolalaisten nuorten. Puolalaiset nuoret ovat yrityskriittisempiä kuin suomalaiset nuoret. Tutkija on tehnyt vuonna 2007 vertailututkimusta Teuvan lukion, Kopernikus lukion sekä Evankelisen lukion nuorten suhtautumisesta yrittäjyyteen (Nevanperä & Kansikas

2008). Tilastollisia merkitsevyyseroja ilmeni myös silloin suomalaisten ja puolalaisten lukionuorten välillä. Suomalaisten suhtautuminen yrittäjyyteen oli positiivisempaa kuin puolalaisten lukionuorten. Tilastollisia eroja ilmeni myös puolalaisten lukioiden välillä.

Kolmantena tavoitteena oli selvittää, onko eri sukupuolten välillä eroja yrittäjyysnäkemyksissä ja -asenteissa. Tytöt painottavat luovuuden merkitystä yrittäjänä onnistumisessa poikia enemmän. Ero on tilastollisesti oireellinen. Yrityskriittisyys on tytöillä selkeästi matalampaa poikiin verrattuna. Ero on tilastollisesti melkein merkitsevä. Sinnikkyuteen, luottamukseen ja innovatiivisuuteen liittyvien ominaisuuksien osalta ei ilmene eroja. Hypoteesi 3 esitti, että miesten yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet ovat positiivisemmat kuin naisten. Hypoteesi 3 ei saanut tukea. Miehet ovat tämän tutkimuksen mukaan yrityskriittisempiä kuin naiset ja naiset painottavat esimerkiksi luovuuteen (sisältää halun ottaa riskejä) liittyviä ominaisuuksia enemmän kuin miehet. Nevanperän (2003) mukaan tytöt antoivat luovuudelle, sinnikkyydelle ja luottamukselle peräti erittäin merkitsevästi korkeamman keskiarvon kuin pojat.

Neljäntenä tavoitteena oli selvittää, onko roolimalleilla yrittäjyydellä positiivinen vaikutus. Lähisuvun/ystäväpiirin vaikutuksella näyttää olevan kohottava vaikutus suhtautumisessa luovuuteen. Ero on tilastollisesti oireellinen. Opiskelijoiden suhtautumista innovatiivisuuteen selittää äidin yrittäjyystausta ja toiseksi eniten lähisuvun tai ystäväpiirin yrittäjyys. Ne opiskelijat, jolla on äiti yrittäjänä, antavat kyseiselle faktorille korkeamman keskiarvon kuin muut opiskelijat. Ero on tilastollisesti merkitsevä. Lähisuvun/ystäväpiirin vaikutuksella näyttää olevan myös kohottava vaikutus. Ero on tilastollisesti oireellinen. Itsekkyyttä selittää myös äidin yrittäjyystausta. Ne opiskelijat, joilla äiti toimii yrittäjänä antavat korkeamman keskiarvon kyseiselle ”negatiiviselle” yrittäjäominaisuudelle muihin opiskelijoihin verrattuna. Ero on tilastollisesti melkein merkitsevä. Hypoteesi 4 esitti, että roolimalleilla on positiivinen vaikutus. Hypoteesi sai tukea. Useissa tutkimuksissa on havaittu, että isän tai äidin yrittäjyydellä itse yrittäjyyskäyttäytymistä lisäävä vaikutus (Aarnio 2015; Boissin, Branchet, Emin & Herbert 2009; Bosma ym. 2012; Engle ym. 2010; Henley 2005; Joensuu ym. 2015; Kuckertz & Wagner 2010; Linan & Santos 2007; Mäki 1999; Stanworth ym. 1989; Uygun & Kasimoglu 2013).

Lisäksi tutkimuksessa on selvitetty, mihin suuntaan opiskelijoiden yrittäjyysnäkemykset ja –asenteet ovat muuttuneet 15 vuoden takaisin saman luokkatason nuorten yrittäjyysnäkemysiin verrattuna. Seurantatutkimuksessa 1999-2015 yrityskriittisyys lisääntyy ja itsekkyyteen liittyvät yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet saavat lisää tukea. Innovatiivisuus ja luottamus ovat tärkeitä yrittäjäominaisuuksia. Kuudesta ominaisuus- ja asennefaktorista neljässä vuoden 2015 keskiarvot ovat korkeammat kuin vastaavilla luokilla vuonna 1999. Kriittisyydelle ja itsekkyydelle antoivat nuoret vuonna 2015 tilastollisesti melkein merkitsevästi korkeammat keskiarvot kuin vuonna 1999. Innovatiivisuus-, luottamus- ja luovuusfaktorin keskiarvot olivat myös vuonna 2015 tilastollisesti merkitsevästi korkeammat kuin vuonna 1999.

Koulukohtaisena vertailuna ilmeni sinnikkyyksifaktorissa merkitsevyyseroa ainoastaan kauppaoppilaitoksen osalta. Keskiarvo on vuonna 2015 tilastollisesti oireellisesti korkeampi kuin vuonna 1999. Yrityskriittisyys kasvoi erityisesti ammattioppilaitoksen opiskelijoilla. Keskiarvoero vuoden 2015 ja vuoden 1999 välillä on tilastollisesti erittäin merkitsevä. Itsekkyyteen liittyvät ominaisuudet saavat nykyisiltä ammattioppilaitoksen opiskelijoilta erittäin merkitsevästi korkeamman keskiarvon kuin vuonna 1999.

Innovatiivisuus saa kaikissa muissa oppilaitoksissa paitsi kauppaoppilaitoksessa vuonna 2015 korkeamman keskiarvon kuin vuonna 1999. Teuvan lukion ja maatalousoppilaitoksen antamat keskiarvot ovat vuonna 2015 tilastollisesti melkein merkitsevästi korkeampia kuin vuonna 1999. Ammattioppilaitoksen opiskelijoiden vuoden 2015 keskiarvo on tilastollisesti merkitsevästi korkeampi kuin vuonna 1999. Luotettavuuteen liittyvät ominaisuudet näyttävät olevan nykynuorille yrittäjyyden kannalta tärkeämpiä asioita. Luottamusfaktori saa kaikissa oppilaitoksissa vuonna 2015 korkeamman keskiarvon kuin vuonna 1999. Tilastollista eroa ilmenee kuitenkin vain lukion osalta. Ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä. Luovuus (halu ottaa riskejä ym.) ei näytä olevan nykynuorille yrittäjyyden kannalta tärkeä ominaisuus. Tilastollista eroa ilmenee kuitenkin vain kauppaoppilaitoksen osalta. Ero on tilastollisesti melkein merkitsevä.

Hypoteesi 5 esitti, että nykyisten suomalaisten opiskelijoiden yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet ovat muuttuneet 15 vuoden takaisin nuorten vastaaviin verrattuna positiivisemmiksi. Hypoteesi sai osittain tukea. Innovatiivisuuteen, luottamukseen ja luovuuteen liittyvät ominaisuudet saivat nykynuorilta huomattavasti

korkeamman keskiarvon 15 vuoden takaiseen verrattuna. Toisaalta yrityskriittisyys ja itsekkyyks lisääntyivät.

Käytännön implikaatiot

Tutkimus vahvisti, että suomalaisten lukiolaisten ja ammattikoululaisten yrittäjyysnäkemykset ja -asenteet ovat positiivisia. Toisaalta yrityskriittisyys on yllättävän vahvaa. Suomalaisten lukionuorten yrittäjyysasenteet ovat selkeästi positiivisemmat kuin puolalaisten lukionuorten (Autio, Zoltan, Laszlo, 2014; Heinonen & Kovalainen 2010; Nevanperä & Kansikas 2008). Suomalaisten lukio- ja ammatillisten nuorten asenteissa ilmenee huomattavia eroja.

Tutkimus vahvisti myös miesten ja naisten välisiä eroja suhteessa yrittäjyyteen. Yrittäjyyskasvatuksessa ja -koulutuksessa olisi syytä miettiä, miten koulutuksen suunnittelussa ja toteutuksessa voitaisiin asiaan vaikuttaa. Tutkimus osoittaa, että muiden muassa riskin otto on naisten mielestä tärkeä asia yrittäjyyden kannalta. Naispuolinen roolimalli näyttää tämän tutkimuksen mukaan vaikuttavan opiskelijoiden yrityskriittisyyteen ja itsekkyyteen. Samoin naispuolinen roolimalli näyttää vaikuttavan myös opiskelijoiden suhtautumiseen innovatiivisuuteen liittyviin ominaisuuksiin (Joensuu ym. 2014). Yrittäjyyskoulutuksessa olisi hyvä, erityisesti naisia ajatellen tuoda esille ja kohdattavaksi riskinottolanteisiin liittyviä epävarmuustekijöitä ja niiden kohtaamista. Näin usko omaan yrittäjyyteen ja sen toteuttamiseen käytännössä vahvistuisi. Erityisesti yrittäjätaustaisten nuorten huomioon ottaminen koulujen yrittäjyyskasvatuksessa olisi tärkeätä. Erityisesti perheyrittäjyystaustan omaavat nuoret voisivat ”bensmarkata” yrittäjyyskasvatuksessa ja -koulutuksessa toisiaan ja muita nuoria kertomalla kokemuksiaan yrittäjyyden hyvistä ja huonoista puolista. Työtä vailla ja työttömyysuhan alla olevien vanhempien nuorilla on varmaan oma näkemys ja näkökulma asiaan. Näin voi muodostua hyvä ja rakentava keskustelu yrittäjyyden merkityksestä yksilölle ja alueen hyvinvoinnille sekä kehitykselle (Joensuu-Salo, Varamäki ja Viljamaa 2015).

Tutkimuksen seurantalutkimusosuus vahvisti myös, että perusopetuksen ja toisen asteen oppilaitoksien pitkäkestoisella yrittäjyyskasvatukseen liittyvillä kehittämistoimilla ja opiskelijayrittäjyyden lisäämisellä ja muulla asennekasvatuksella on ollut positiivinen vaikutus opiskelijoiden yrittäjyysnäkemyksiin ja – asenteisiin. Toisaalta yrityskriittisyys on myös

lisääntynyt, mikä osoittaa, että nuoret tiedostavat yrittäjyyteen liittyvät riskit ja epävarmuusasiat aikaisempia nuoria paremmin. Nuorten kannustaminen ”sokeasti” yrittäjyyteen ilman epävarmuuden ja riskinoton selvittämistä on edesvastuutonta yrittäjyyskasvatusta ja –koulutusta.

Rajoitukset

Tutkimuksessa on rajoitteita lähinnä aineistosta johtuen. Tutkimukseen osallistui ainoastaan yhden ammatillisen koulutus kuntayhtymän neljä tulosyksikköä ja yksi lukio. Toisaalta tutkimuksen suomalaiset vastaajat edustavat yli 40 eri kuntaa ja kaupunkia aina Helsingistä Ouluun saakka. Tutkimuksen puolalaiset lukiot edustavat Etelä-Puolan Sleesian aluetta. Toinen rajoite liittyy aineiston kokoon. Maatalousoppilaitoksen vastaajia on 29 ja lukion vastaajia 39. Toisen puolalaisen lukion vastaajia on myös 39.

Jatkotutkimusehdotukset

Tämän tutkimuksen seurantatutkimus selvitti nuorten yrittäjyysnäkömääksiä ja -asenteita lähinnä luokkatasolla ei yksilötasolla. Mielenkiintoista olisi tutkia yksilötasolla, miten nuorten käsitykset ja asenteet muuttuvat 10–15 vuoden kuluessa. Raportin tekijältä on tulossa tämän tutkimuksen aineiston pohjalta raportti, jossa selvitetään nuorten tulevaisuuden yrittäjyysrooleja ja aikomuksia. Raportissa selvitetään myös, miten nuorten yrittäjyysroolit ja -aijomukset ovat muuttuneet 15 vuoden takaisin mielipiteisiin verrattuna. Mielenkiintoinen tieto tulee olemaan myös se, miten yrittäjätäustaiset nuoret suhtautuvat perheyrittäjänsä jatkamiseen ja onko nykyisten opiskelijoiden jatkamisaije vahvempi kuin vuonna 1999.

Lähdeluettelo

- Aaltio, I. (2007). Yrittäjän uudet identiteetit talouselämän muuttuvassa toimintaympäristössä – koulutuksellisia näkökulmia. Teoksessa P. Kyrö & H. Lehtonen & K. Ristimäki (toim.), *Yrittäjyyskasvatuksen monia suuntia* (s. 62–77). Tampere: Tampereen yliopiston Kauppakorkeakoulu.
- Akola & Heinonen 2007. Kuinka tukea yrittäjän oppimista? Tutkimus yrittäjälle suunnatuista koulutusohjelmista viidessä Euroopan maassa. Teoksessa P. Kyrö & H. Lehtonen & K. Ristimäki (toim.), *Yrittäjyyskasvatuksen monia suuntia*. (s. 278–302). Tampere: Tampereen yliopiston Kauppakorkeakoulu.

- Akavan TNS Gallup 2016. Korkeakoulutetut nuoret haluavat työelämältään vakautta. Haettu osoiteesta:
http://www.akava.fi/uutishuone/teemajutut/akavan_kysely_korkeakoulutetut_nuoret_haluavat_tyoelamaltaan_vakautta.
- Ammatilliset perustutkinnot ja tutkintojen perusteet 2014. Haettu osoiteesta:
http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/opetussuunnitelmien_ja_tutkintojen_perusteet/ammattilliset_perustutkinnot/tutkinnon_perusteet_2014.
- Arenius, P., Autio, E. & Kovalainen, A. 2005. Gem 2004. Global Entrepreneurship Monitor, Suomen yrittäjyysaktiivisuustutkimuksen keskeisiä tuloksia. Turun Kauppakorkeakoulu, Turku.
- Aarnio, L. 2015. Suomen Yrittäjät: *Opiskelijasta yrittäjäksi*. Opiskelun ja koulutuksen tutkimussäätiö Otus 2015.
- Akseli, A. 1995. Maataloustuottajasta maaseutuyrittäjäksi. Case-analyysi eteläpohjalaisten maanviljelijöiden yrittäjyyspäätöksistä. *Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus. Raportteja ja artikkeleita* 36. Seinäjoki.
- Autio, E., Zoltan J.A., Laszlo, S. 2014. Global Entrepreneurship & Development Index 2014. The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington D.C., USA.
- Berglund, K. 2006. Discursive Diversity in Fashioning Entrepreneurial Identity. In C. Steyaert & D. Hjorth (Eds.) 2006. *Entrepreneurship as Social Change A Third Movements in Entrepreneurship Book*. Cheltenham, UK: Edgar Elgar, 231–250.
- Blenker, P. ja Dreisler, P. ja Færgeman, H.M. ja Kjeldsen, J. 2006. Learning and Teaching Entrepreneurship: Dilemmas, Reflections and Strategies. Teoksessa Fayolle, A. & Klandt, H. (2006), *International Entrepreneurship Education. Issues and Newness*, Edward Elgar: Cheltenham UK.
- Christensen, M.A. 1994. Messages from the front line: A Survey of entrepreneurship educators in Canada. Haettu osoiteesta:
http://www.babson.edu/entrep/fer/papers94/sum94_ae.htm
- Colette, H., Frances, H., Claire, L. 2005. "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I", Education. Haettu osoiteesta:
www.emeraldinsight.com/doi/pdf/10.1108/00400910510586524
- Diensberg, C. 2008. Towards Entrepreneurial Regions: Ten Propositions for Successful Entrepreneurship Promotion and Education. Rostock Working Papers on Economic and Human Resource Development. Nr. 29. Rostock: Universität Rostock, HIE-RO, 2. 1–8.
- Eronen, A. 2005. Kajaanin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden suhtautuminen yrittäjyyteen: Arvot, asenteet, mielikuvat ja motivaatiot yrittäjyyttä kohtaan, Kajaanin ammattikorkeakoulu. Haettu osoiteesta: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201001291720>.
- Fayolle, A. ja DeGeorge, J.M. 2006. Attitudes, Intentions and Behaviour: New Approaches to Evaluating Entrepreneurship Education. Teoksessa Fayolle, A. ja Klandt, H. (2006), *International Entrepreneurship Education. Issues and Newness*, Edward Elgar: Cheltenham UK.

- Fayolle, A. & Welter, F. (toim.), 2014. (s. 51–73). *Entrepreneurship, people and organisations: Frontiers in European entrepreneurship research*. Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing Limited.
- Gailly, B. 2006. Can You Teach Entrepreneurs to Write their Business Plan? An Empirical Evaluation of Business Plan Competitions? Teoksessa Fayolle, A. & Klandt, H. (2006), *International Entrepreneurship Education*. Issues and Newness, Edward Elgar: Cheltenham UK.
- Heinonen, J. & Kovalainen, A. 2010 Gem 2009. Global Entrepreneurship Monitor, Suomen yrittäjyysaktiivisuustutkimuksen keskeisiä tuloksia. Turku: Turun Kauppakorkeakoulu. Turun yliopisto.
- Heiskanen, R. 2017. OP ennustaa: Talous kasvaa 2,5 % tänä ja ensi vuonna. Haettu osoitteesta: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/op-ennustaa-talokasvaa-2-5-prosenttia>
- Hirsjärvi, S. & Huttunen, J. 1995. *Johdatus kasvatustieteeseen*. 4. 5. painos. Juva: WSOY.
- Hoviseppä, M., 2009. Puola on kirimässä euro-perheen keskikastiin. Maailmalta, Sanomalehti Pohjalainen N:o 220.
- Huuskonen, V. 1992. Yrittäjäksi ryhtyminen. Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu. *Turun kauppakorkeakoulun laitoksen julkaisuja A-2: 1992*, Turku.
- Hägg, O. 2009. Yrittäjäidentiteetin kehittyminen yrittäjyysvalmennuksessa. Teoksessa Juha Kansikas & Paula Kyrö & Jaana Seikkula-Leino & Tarja Römer-Paakkanen (toim.), *Yrittäjyyskasvatuksen muotoutuva maisema – Yrittäjyyskasvatuksen identiteettiä rakentamassa*. Jyväskylä yliopiston taloustieteiden tiedekunnan julkaisuja N:o 176/2009.
- IMD World Competitiveness Ranging 2016. Haettu osoitteesta: <http://www.imd.org/uupload/imd.website/wcc/scoreboard.pdf>
- Joensuu, S., Varamäki, E., Heikkilä, T., Katajavirta, M., Rinne, J. Vuoto, J. & Hietanen, K. 2015. Seurantatutkimus Koulutuskeskus Sedusta v. 2010–2013 valmistuneille työelämään sijoittumisesta sekä yrittäjyysaikomusten kehittymisestä. *Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 105*, s. 103.
- Jones, P., Jones, A., Packham, G. & Miller, C. 2008. Student attitudes towards enterprise education in Poland: A positive impact. *Education + training 50 (7)*, 597–614.
- Johannisson, B. & Madsen, T. 1997. I entrepreneurskapets tecken. En studie av skolning i fömyelse. Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship. Ds 3, 1997.
- Kiander, J. 2004. Onko Suomessa liian vähän yrittäjiä? VATT, Valtion taloudellinen tutkimuskeskus, *Government Institute for Economic Research, 2004*, No 343, Helsinki.
- Kirby, D.A. 2006. Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge? Teoksessa Fayolle, A. & Klandt, H. (2006), *International entrepreneurship education*. Issues and Newness, Edward Elgar: Cheltenham UK.
- Koiranen, M. ja Peltonen M. 1995. *Yrittäjyyskasvatus*. Konetuumat Oy, Tammer-Paino, Tampere 1995.
- Laitinen, M. ja Nurmi, K.E. 2007. Aktiivinen kansalainen yrittäjänä. Teoksessa *Yrittäjyyskasvatuksen monia suuntia* (toim. Kyrö, P. ja Lehtonen, H. ja Ristimäki, K.), Tampereen yliopistopaino Oy, Tampere.

- Lassila, H. 2009. Mitä yrittäjyys minulle merkitsee? AMK-opiskelijoiden käsityksiä yrittäjyydestä. Yrittäjyyskasvatuksen muotoutuva maisema-yrittäjyyskasvatuksen identiteettiä rakentamassa. Julkaisuja 176/2009. Jyväskylän yliopisto Taloustieteiden tiedekunta.
- Lavonen, J. 1997. Luova ongelmanratkaisu: uutta sisältöä ja innostavia työtapoja yrittäjyyskasvatukseen. Teoksessa Yrittäjyyskasvatusta peruskoulussa sytykkeitä uudistamaan kouluun (s. 28–39). Taloudellinen tiedotustoimisto. Helsinki: Vientipaino Oy
- Marques, C., Ferreira, J., Gomes, D. & Rodrigues, R. 2012. Entrepreneurship education: how psychological, demographic and behavioural factors predict the entrepreneurial intention. *Education + training* 54 (8/9), 657–672.
- Miettinen, A., Kokkonen, S. 2012. GUESSS 2011-tutkimus (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey). Suomen maaraportti. LUT Tuotantotalous, teknologia- ja yrittäjyys. Lappeenranta 2012.
- Mikkola, S. ja Roikonen, H. 2014. Yrittäjyys suomalaisessa yhteiskunnassa. Lappeenranta: LUT Tuotantotalouden tiedekunta, Innovaatio ja teknologiajohtaminen. Lappeenranta.
- Miller, D. (2011). Miller (1983) revisited. A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship: Theory & practice* 35(5), 873–894.
- Kemppi, H. 2017. Nuorisobarometri 2016. Nuorilta vahva viesti Suomen tulevaisuudesta. Valtion nuorisoneuvosto. Haettu osoitteesta: <https://www.epressi.com/tiedotteet/hallitus-ja-valtio/nuorilta-vahva-viesti-suomen-tulevaisuudesta.html>
- Mwasalwiba, E. 2010. Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + training* 52(1), 20–50.
- Nevanperä, E. 2003. Yrittäjyys Suupohjan opiskelijanuorten ajattelussa. Tutkimus Suupohjan seudun nuorisosaasteen opiskelijoiden yrittäjyysnäkökymyksistä sekä yrittäjyysopetuksen opetussuunnitelman kehittämissyökimyksistä. Väitöskirja. Jyväskylä Studies in Business and Economics.
- Nevanperä, E. 2012. Etelä-Pohjanmaan toisen asteen koulutuksen kehittämis- ja koordinaatiohanke. Vaihtoehtoiset mallit toisen asteen koulutuksen järjestämisessä Etelä-Pohjanmaalla. Etelä-Pohjanmaan liiton julkaisuja.
- Nevanperä, E. 2014. Secondary school students' views on entrepreneurship, entrepreneurs and small businesses - The study in the context of international entrepreneurship education. Entrepreneurship as a value in formal and informal education. International conference in Faculty of Ethnology and Sciences of Education in Cieszyn Poland 2014. Pedagogy and Art. International Book Series edited by Urszula Szusik and Andrzej Murzyn.
- Nevanperä, E. & Kansikas, J. 2008: Näkökulmia kansainväliseen yrittäjyyskasvatukseen: Tutkimus toisen asteen opiskelijoiden yrittäjyysasenteista Jyväskylän yliopiston taloustieteiden tiedekunta julkaisuja N:o 172/2008.

- Nevanperä, E. & Kansikas, J. 2009: Toisen asteen opiskelijoiden yrittäjyysintentiot. Tutkimus kansainvälisen yrittäjyyskasvatuksen kontekstissa, Ammattikasvatuksen aikakauskirja (1) 2009.
- Ojala, A. 1994a. Opetushallituksen yrittäjyyskasvatusprojektin taustaa. Teoksessa Ojala, A. & Pihkala J. (toim.), 1994. Alkutaival yrittäjyyteen kouluss. (s. 71–76). *Opetushallituksen julkaisuja*.
- Pajarinen, M. & Rouvinen, P. 2006. Mistä yrittäjät tulevat? Tekes. *Teknologiakatsaus* 198/2006. Helsinki.
- Pajarinen, M. ja Rouvinen, P. 2014. Kilpailukyky à la IMD ja WEF. Helsinki: Taloustieto (ETLA B263). Haettu osoiteesta: http://yle.fi/uutiset/imfn_tutkimus_ei_tue_leikkauksia_suomessa_onko_laake_pahempi_kuin_tauti/8086675.
- Pihkala, J. 2008. Ammattikorkeakoulutuksen aikaiset yrittäjyysintentioiden muutokset. *Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2008:1*.
- Pihkala, J. & Miettinen, A. 2004. Exploring changes in entrepreneurial intentions – a follow-up study in two polytechnics. Proceeding of international entrepreneurship conference IntEnt, 5–7 July 2004 Naples, Italy.
- PTT 9/2016. Tiedote: PTT:n kansantalouden ennuste: Suomi saa vähitellen kasvusta kiinni. Haettu osoiteesta: <http://www.ptt.fi/ajankohtaista/uutiset/tiedote-pttn-kansantalouden-ennuste-suomi-saa-vahitellen-kasvusta-kiinni.html>
- Randerson, K., Bettinelli, C. & Fayolle, A. (2014). A configurational approach to entrepreneurial orientation. Teoksessa Blackburn, R., Delmar, F., Fayolle, A & Welter, F. In *Entrepreneurship, People and Organisations: Frontiers in European Entrepreneurship Research* (p. 51-73). Cheltenham UK: Edward Elgar
- Remes, L. 2003. *Yrittäjyyskasvatuksen kolme diskurssia*. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä studies in education, psychology and social research 213.
- Ristimäki, K. 1998. Yrittäjyyskasvatus Kokkolan kouluissa. Tutkimus opettajien yrittäjyysasenteista ja arvoista. Jyväskylän yliopisto. Chydenius Instituutti, Kokkola. Saarijärvi: Gummerus.
- Rouvinen, P. 2015. Sveitsiläinen world economic forum (WEF), 2015. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos ETLA.
- Sajari, P. 2017. Suomen talous euroalueen heikoin vuoden lopussa – Kreikan talous supistui Suomea vähemmän. Haettu osoiteesta: www.hs.fi/talous.
- Seikkula-Leino, J. 2009. Kumppanuusmalli vahvistamassa aikomuksia yrittäjyyskasvatukseen: Yrittäjyyskasvatuksen muotoutuva maisema-yrittäjyyskasvatuksen identiteettiä rakentamassa. Julkaisuja N:o 176/2009. Jyväskylän yliopisto Taloustieteiden tiedekunta.
- Schlosser, F. (2014). Differences in key employees by firm age and entrepreneurial orientation. Teoksessa Blackburn, R., Delmar, F., Fayolle, A. & Welter, F. (toim.), (s. 74–93). *Entrepreneurship, people and organisations: Frontiers in European entrepreneurship research*, Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing Limited.
- Stenholm, P., Suomalainen, S., Kovalainen, A., Heinonen, J. and Pukkinen, T. 2013. Global Entrepreneurship monitor– Finnish 2013 Report Turun yliopisto.

- Turner, V. 2007. Rituaali, rakenne ja communitas. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Summa.
- Turunen, T. 2011. Yrittäjyys – mitä se merkitsee? Yrittäjyyden ja sen sukulaiskäsitteidenkäyttö koulutuksessa, tutkimuksessa ja politiikassa 1900-luvun loppupuolelta 2000-luvun alkuun. Jyväskylä Studies in Business and Economics 102. Jyväskylä 2011.
- Uddin, Md. R. & Bose, T. K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention of business students in Bangladesh. *International Journal of Business and Management* 7(24), 128–137.
- Vrdoljak, I. and Dulcic, Z. (2011). University students' entrepreneurial characteristics – key for the future development. International Conference Proceedings. Challenges of Europe 26–28 May, 2011, Split, Croatia.
- Wilson, F., Kickul, J., Martino, D., Barbosa, S. & Griffiths, M. 2009. An analysis of the role of gender and self-efficacy in developing female. *Journal of developmental entrepreneurship*. 14(2), 105–119.
- Ylinen, A. (2011). Opettajien yrittäjyyskasvatusvalmiudet Etelä-Pohjanmaan lukioissa. Väitöskirja. Jyväskylä Studies in Business and Economics 98.

Liitteet

Liite 1. Keskiarvomuuttujiin (faktoreihin) liittyvät väittämät.

KESKIARVOMUUTTUJIIN (FAKTORIT) LIITTYNEET VÄITTÄMÄT	
I Sinnikkyys.	Yrittäjänä onnistuminen edellyttää mielestäni seuraavia henkilökohtaisia ominaisuuksia (valitse oma vaihtoehto). Vastaa jokaiseen väittämään asteikolla 1–5. Yrittäjänä onnistuminen edellyttää ahkeruutta, sinnikkyyttä, sitkeyttä, yrittäjähenkä, stressinsietoa, tarmokkuutta, määrätietoisuutta, neuvokkuutta, tahdonlujuutta, sisua, yritteliäisyyttä, uutteruutta, itsevarmuutta, jämäkkyyttä, reippautta, tunnollisuutta, aloitekykyä, sosiaalisuutta/yhteistyökykyä, rohkeutta, maltillisuutta.
II Yrityskriittisyys	Seuraavat väittämät liittyvät erilaisiin näkemyksiin yrittäjyydestä, yrityksistä ja pienyrittäjistä. Väittämät ovat luonteeltaan mielipidekysymyksiä, joten niihin ei ole oikeista tai vääriä vastauksia. Vastaa mielipidekysymyksiin valitsemalla omaa mielipidettäsi vastaava kohta. Vastausvaihtoehdot ovat: 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = ei puolesta eikä vastaan, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä.

	<p>Pienyritykset tuhlaavat resursseja; Valtio satsaa pienyrityksiin aivan liikaa resursseja; Pienyritykset ovat rasite yhteiskunnalle; Yksityisomistukseen perustuva yritystoiminta on uhka..; On epäoikeudenmukaista, että yhä useamman pitää työllistää itsensä; Palkansaajasta tulee harvoin menestyvää yrittäjää; Yrittäjät pyrkivät menemään siitä, mistä aita on matalin; Vaikka minulla olisi varaa, en sijoittaisi senttiäkään; Menestyvillä yrittäjillä on yleensä alhainen moraalit; Pienyrityksessä puristetaan työntekijästä kaikki irti.</p>
III Innovatiivisuus	<p>Seuraavat väittämät liittyvät erilaisiin näkemyksiin yrittäjyydestä, yrityksistä ja pienyrittäjistä. Väittämät ovat luonteeltaan mielipidekysymyksiä, joten niihin ei ole oikeista tai väärä vastauksia. Vastaa mielipidekysymyksiin valitsemalla omaa mielipidettäsi vastaava kohta. Vastausvaihtoehdot ovat: 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = ei puolesta eikä vastaan, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä.</p> <p>Yrittäjät ovat mahdollisuuksien näkijöitä; Hyvinvointimme perustuu yrittäjien toiminnalle; Ilman riskinottoa ei talouselämä toimisi; Uudet yritykset uudistavat ja vahvistavat yritys kenttää; Pienyrityksissä työntekijät ovat motivoituneita; Voitontavoittelu on tärkeää, koska voitto mahdollistaa..; Pienyritykset tuottavat elinkeinoelämälle tärkeitä innovaatioita; Yrittäjät ovat tärkeitä saattaessaan liikkeelle resursseja; Yrittäjät ovat arkipäivän sankareita; Useimmat yrittäjät ovat esimerkillisiä kansalaisia; Yrittäminen pitää tehdä niin houkuttelevaksi, että; Työpaikalla itsensä likoon laittaminen on ihailtavaa.</p>
IV Itsekkyyys	<p>Yrittäjänä onnistuminen edellyttää mielestäni seuraavia henkilökohtaisia ominaisuuksia (valitse oma vaihtoehto). Vastaa jokaiseen väittämään asteikolla 1–5.</p> <p>Yrittäjänä onnistuminen edellyttää itsekkyyttä, häikäilemättömyyttä, rahantavoittelua, kovuutta, vaikutushalua.</p>

V Luottamus	<p>Yrittäjänä onnistuminen edellyttää mielestäni seuraavia henkilökohtaisia ominaisuuksia (valitse oma vaihtoehto). Vastaa jokaiseen väittämään asteikolla 1–5.</p> <p>Yrittäjänä onnistuminen edellyttää kuuliaisuutta, toisiin luottamista, tunteen tasapainoa, kunnostautumista, rehtiyttä.</p>
VI Luovuus	<p>Yrittäjänä onnistuminen edellyttää mielestäni seuraavia henkilökohtaisia ominaisuuksia (valitse oma vaihtoehto). Vastaa jokaiseen väittämään asteikolla 1–5.</p> <p>Yrittäjänä onnistuminen edellyttää kokeilunhalua, uskaliaisuutta, kekseliäisyyttä, rohkeutta, luovuutta, halua ottaa riskejä.</p>

10 Yrittäjyysopetuksen tuloksellisuus – Case Kymenlaakso

Kyllikki Taipale-Erävala & Leena Eskola

Oulun yliopisto, Kerttu Saalasti Instituutti

Abstrakti

Tuleva monitapaustutkimus selvittää Kymenlaakson alueella toteutetun yrittäjyysopetuksen opetuksellisesta ja taloudellista tuloksellisuutta. Opetuksellinen tuloksellisuus tutkitaan kartoittamalla start-up/pienyrittäjinä toimivien henkilöiden yrittäjyystiedot ja -taidot sekä oppilaitoksissa eri asteilla opiskelevien oppilaiden ja koululaisten valmiudet yrittäjyyteen. Taloudellinen tuloksellisuus selvitetään tutkimalla yrittäjyysopetukseen kohdennetut varat.

Tulosten pohjalta esitetään kehittämisehdotuksia käytänteistä, joilla yrittäjyyden opetusta voidaan kehittää ja siten edistää yrittäjyyttä. Tutkimuksen tuloksista tiedottamiseen kiinnitetään myös erityistä huomiota.

Keywords: kustannukset, Kymenlaakso tuloksellisuus, yrittäjyys, yrittäjyyskasvatus, yrittäjyysopetus

10.1 Johdanto

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää kokonaisvaltaisesti yrittäjyysopetuksen tuloksellisuus Kymenlaaksossa. Tuloksellisuus sisältää sekä opetuksellisen että taloudellisen tuloksellisuuden tutkimisen. Kohdealueeksi on valittu Kymenlaakso, koska maakunnan tilanne on poikkeuksellinen työllisyyden, yrittäjyysilmaston ja olemassa olevien yritysten liiketoiminnan kehittämisen kannalta.

Yrittäjyysopetuksen, ts. yrittäjyyskoulutuksen ja yrittäjyyskasvatuksen tuloksellisuuden tutkimus sisältää start-up/pienyrittäjien, ammattiin valmistuvien ja lukiolaisten sekä peruskoululaisten valmiudet ja havainnot saamastaan yrittäjyysopetuksesta, yrittäjyyden perustietoudesta, halukkuudesta ryhtyä yrittäjiksi ja tehtyjen toimien vaikutuksista yrittäjyysilmaston kehittymisessä. Lisäksi selvitetään tehtyjen toimenpiteiden kustannukset, jotta voidaan arvioida toimenpiteiden taloudellinen tuloksellisuus suhteessa käytettyihin varoihin.

Hankkeen tulosten perusteella tehdään ehdotuksia, kuinka jatkossa yrittäjyyden opetusta voidaan kehittää menestyksellisemmäksi.

Yrittäjyysopetuksen tuloksellisuudesta ei ole aikaisemmin tehty kokonaisvaltaista tutkimusta, vaikka yrittäjyyttä on opetettu jatkuvasti opetussuunnitelmiin kuuluvana Kymenlaakson alueen ammattikorkeakoulu XAMKissa (ent. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu) ja ammatillisissa oppilaitoksissa, sekä yli 20 vuoden ajan eräissä perusopetuksen kouluissa Kymenlaaksossa. Oppilaitoksissa tehdyn yrittäjyyskoulutuksen/kasvatuksen tavoitteena on ollut edistää yrittäjyystietoutta ja positiivista suhtautumista yrittäjyyteen sekä tiedottaa yrittäjyyden tarjoamista työllistymisvaihtoehtoista ammattiin valmistuville.

Tehdyt yrittäjyysopetuksen tulokset näyttävät tilastojen valossa vaisuilta, eivätkä tehdyt toimet näytä saavuttaneen tavoitteitaan. Kansainvälisesti tarkastellen Kymenlaakso sijoittuu häntäpäähän vertailtaessa väestöä, työllisyyttä ja taloutta (Grunfelder, Rispling & Norlén, 2016). Alueen työttömyys on korkea, 16,4 % (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2017). Heikoin työllisyystilanne on Kotkassa, jossa työttömiä oli 21,3 % työvoimasta joulukuussa 2016 (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2016). Maakunta on edelleen vahvasti suuryrityspainotteinen pienyritysten operoidessa yleensä teollisuuslaitosten alihankintaketjun toimijoina. Yrittäjien osuus Kymenlaakson työllisistä on edelleen pienempi kuin maassa keskimäärin ja kasvuyrityksiä on vähän (Kymenlaakson liitto, 2017). Yrittäjyysilmastoltaan Kymi on alueen yrittäjien mukaan Suomen heikoin saaden arvosanan 6.3 (mittari 4–10). Vastaavasti esimerkiksi kolmen Pohjanmaan alueen yrittäjät arvostivat elinkeinopolitiikan toimet 6.7–6.8 arvoiseksi koko maan keskiarvon ollessa 6.7 ja suurimman arvon 7.0 (Suomen Yrittäjät, 2016).

Eriytyisen huolestuttavaa on alueen start-up- ja muiden pienyritysten innottomuus kehittää ja uudistaa toimintaansa. Kehitysinnottomuus näkyy laimeana haluttomuutena hakea kehittämis- ja investointivaroja. Kymenlaakson yritykset hakivat Tekes-rahoja (1.8 milj. €) toiseksi vähiten Suomessa (1.4 milj. €) (Talouselämä, 2016). Vuonna 2016 Kaakkois-Suomessa haettiin Suomen ELY-keskusten alueista yritysten investointi- ja kehittämisvaroja toiseksi vähiten ja hakusummat ovat pieniä verrattuna hakijamääriin, keskimäärin n. 73 000 €/hakija. Vertailussa muiden ELY-keskusten jakamiin tukiin keskimääräiset avustukset ovat kaksinkertaisia esim. Satakunnassa ja Lapissa (Kymenlaakson Liitto, 2016). Kymenlaakson yrityksille on kohdennettu vuosina 2014–2016 liiketoiminnan

kehittämiseen varoja yritysten investointi- ja kehittämisavustuksina, maaseudun yritysrahoituksina, energiatukina ja toimintaympäristön kehittämisavustuksina yhteensä noin 9 miljoonaa euroa, josta kohdennettuina elokuun 2016 loppuun mennessä oli noin 6.5 miljoonaa euroa (Kymenlaakson Liitto, 2016). Vuosia jatkunut investointi- ja kehittämistukien vaatimaton kysyntä on aiheuttanut sen, että vähäisestä hakukiinnostuksesta johtuen käytettävissä olevat varat saattavat pienentyä ja uhkaavat kohdentua muihin maakuntiin.

Yrittäjyysopetuksen tuloksellisuudesta ja vaikuttavuudesta ei ole aikaisemmin tehty kokonaisvaltaista tutkimusta, eikä täten olla voitu todentaa yrittäjyyskoulutuksen ja -kasvatuksen vaikuttavuutta yrittäjyysmyönteisyyden lisääntymiseen, tai opiskelijoiden halukkuuteen työllistää itsensä yrittäjinä. Täten tämän tutkimuksen avulla saadaan ensimmäistä kertaa uutta tietoa ja ymmärrystä tehtyjen toimien vaikuttavuudesta yrittäjyyshalukkuuteen Kymenlaaksossa, henkilöiden mielikuvia yrittämisestä ja itsensä työllistämisestä sekä selvitetään henkilöiden tietous yrittäjyyden perusasioista. Talouden kannalta on merkittävää tietää käytettyjen varojen panos-tuotossuhde tulevaisuuden toimien oikeaa kohdentamista varten. Asianmukaisella toimien kohdentamisella pystytään siten vaikuttamaan yrittämishalukkuuteen ja –myönteisyyteen sekä yrittäjyysilmaston kehittämiseen löytämällä tarkoituksenmukaiset kehittämiskohteet ja -käytänteet.

Yhteiskunnallisesti tarkasteltuna yrittäjyysopetuksella on merkittävä asema tulevaisuuden työpaikkojen luomisen ja yleisen hyvinvoinnin kannalta. Aikaisemmin alueen suurteollisuuden tarjoamat työpaikat ovat luultavammin vähentäneet kiinnostusta yrittäjyyteen ja omaehtoiseen työllistymiseen. Työllisyyden näkökulmasta katsottuna uudet työpaikat syntyvät nykyään pääosin pk-yrityksiin (Suomen Yrittäjät, 2016). Pk-yritykset työllistävät 67 % yrityksissä toimivista henkilöistä, joka on n. 954 000 henkilöä 1,424 miljoonasta mikro-, pien-, keskisuuri- ja suuryrityksessä työskentelevästä henkilöstä (Tilastokeskus, 2016). Alueellisesti Kymenlaakson pk-yrityksillä on erityisen merkittävä rooli yhteiskunnallisen talouden tasapainotuksessa, kun talouden rakennemuutokset ovat kohdistuneet 1980-luvulla lähtien alueen suuryrityksiin.

10.2 Metodologia

Tutkimusstrategiana käytetään monitapaustutkimusta (multiple case study) kuvaamaan yrittäjyysopetuksen tuloksellisuutta ilmiönä ja tuottamaan

monipuolisia kuvauksia yksilöiden mielikuvista sekä näkemyksistä (Stake, 1995). Tutkimusaineisto kerätään hyödyntäen sekä määrällistä että laadullista lähestymistapaa. Määrälliseen tutkimukseen yhdistetty laadullinen lähestymistapa antaa mahdollisuuden ymmärtää sosiaalisen todellisuuden ilmiöitä ja niihin liittyviä käytäntöjä ja merkityksiä (Eriksson & Kovalainen, 2008).

Aineistonhankintatavaksi valittua kyselytutkimusta täydennetään laadullisilla osuuksilla tavoitteena saada syventävää tietoa oppilaiden yrittäjyystaidoista ja opetuksesta. Kyselytutkimus kohdistetaan 1) 1–5 vuotta toimineisiin start-up/pienyrittäjiin ja 2) ammattiin valmistuville opiskelijoille tarkoituksena selvittää yrittäjyysosaamisen tila. 3) Lukioissa ja 4) peruskouluissa vielä opiskelevien oppilaiden osuus suoritetaan vertailevana kyselytutkimuksena tarkoituksena selvittää millaisia mahdollisia eroavuuksia yrittäjyysopetusta ja ei-yrittäjyysopetusta saaneilla henkilöillä on suhtautumisessa yrittäjyyteen ja yrittäjyysvalmiuksiin. Kyselyt kohdennetaan tiettyjen vuosikurssien oppilaisiin ja verrokkioppilaisiin. Sähköisessä ja/tai kirjallisessa kyselytutkimuksessa on mukana selventäviä ja syventäviä kysymyksiä.

Yrittäjyysopetuksen kustannukset selvitetään asiakirjoista yhteistyössä oppilaitosten ja kuntien/kaupunkien opetuksesta vastaavien henkilöiden kanssa.

10.3 Odotettavissa olevat tulokset

Tutkimuksen tuloksena saadaan ensimmäistä kertaa kokonaisvaltainen kokonaiskuva yrittäjyysopetuksen tuloksellisuudesta, joka sisältää a) selvityksen yrittäjyysopetuksen antamista valmiuksista toimia yrittäjänä ja kehittää yritystoimintaa b) koosteen yrittäjyysopetustoimiin käytetyistä varoista ja c) ehdotukset yrittäjyysopetuksen kehittämiseksi.

Yrittäjyysopetuksen kokonaiskuvan selvittäminen lisää mahdollisuuksia vaikuttaa positiivisen mielikuvan luomiseen yrittäjyydestä ja sen tarjoamista mahdollisuuksista työllistäjänä. Vaikuttamalla toimintansa aloittaneisiin pienyrittäjiin, ammattiin valmistuviin aikuisopiskelijoihin ja nuoriin on mahdollista saada Kymenlaaksoon uusia yrittäjähenkisiä sukupolvia. Tutkimuksessa saatu uusi tieto yrittäjyyskoulutuksen/-kasvatuksen tuloksellisuudesta parantaa yrittäjyysopetuksen tasoa ja saa aikaan uusia käytänteitä.

Opetuksellisesti odotettavat tulokset tulevat antamaan arvokasta tietoa siitä, miksi vuosien yrittäjyysopetus ei näy yrittäjyysshalukkuuden lisääntymisenä ja siten parempana työllisyytenä, ja miksi alueen pienyritykset ovat haluttomia investoimaan ja kehittämään toimintaansa. Kymenlaakson työttömyyslukuihin ja valtakunnallisiin yrittäjyystutkimuksiin peilaten yrittäjyysopetuksen tuloksellisuus vaikuttaa tällä hetkellä heikolta. Kymmenien vuosien aikana eripuolilla Kymenlaaksoa tehty yrittäjätietoisuuden opetus ei näy yritysten perustamishalukkuutena eikä yrittäjyysilmaston paranemisena, joten odotettavat tulokset kertonevat toiminnan kehittämisen ja terävöittämisen tarpeellisuudesta.

Tutkimus selvittää myös yrittäjyysopetukseen kohdennettut varat, joten tutkimus on myös kansantaloudellisesti merkittävä kohdennettujen varojen tuloksellisuuden kannalta. Hankkeella on lisäksi yhteiskunnallista vaikuttavuutta, koska tutkimuksessa pyritään löytämään syitä, miksi olemassa olevat kymenlaaksoiset yritykset/start-up-yritykset ovat olleet suhteellisen innottomia kehittämään yritysten toimintaa siinä määrin, että kehittämiseen kohdennettuja varoja on vaarassa siirtyä muihin maakuntiin. Syiden selvittäminen antaa arvokasta lisätietoa varojen jakajaorganisaatioille ja paikallisille yrityksille.

Tutkimussuunnitelma pitää sisällään vahvan panostuksen tuloksista tiedottamiseen. Tiedottaminen tutkimuksen tuloksista tulee näkymään kattavasti suorina kontakteina alueen yrityksiin, yrittäjäjärjestöihin ja Kymenlaakso elinkeino- ja kehittämisorganisaatioihin. Yleinen tiedottaminen puffien, ym. tiedotteiden muodossa alueen lehdistön ja radio/televisiotoimitusten kautta lisää yleistä tietämystä yrittäjyydestä ja siten edistää yrittäjyysmyönteisyyden kasvua. Akateeminen kontribuutio, eli tutkimustulosten yhdistäminen aikaisempaan tieteelliseen yrittäjyyskirjallisuuteen tapahtuu kirjoittamalla dokumentaation ja kyselytulosten perusteella vähintään yksi kansainvälinen julkaisu.

Akateemisen yrittäjyysopetustutkimuksen kannalta hanke keskittyy pedagogiikan ja andragogiikan alueille. Ensinnäkin teoreettisen tiedon kannalta tutkimus tuo esiin uutta tietoa lapsille annettavan yrittäjyyskasvatuksen (pedagogiikan) ja aikuisten opetusfilosofian (andragogiikan) toimivuuksista eri kouluasteilla. Toiseksi tutkimus saattaa herättää keskustelua yrittäjyysopetuksen termien selkeyttämisestä, koska vertailu suomalaisten ja kansainvälisten tutkimusten välillä on termien osalta sekavaa. Suomessa käytettävä termi yrittäjyyskasvatus

(entrepreneurial education) viittaa kansainvälisessä tutkimuksessa lasten kasvatukseen. Aikuisille suunnattua ja peruskoulutuksen jälkeistä opetusta kutsutaan yleisesti koulutukseksi (training). Termien selkeyttäminen on erittäin tärkeää aikuisten yrittäjyysopetuksen kannalta, koska esimerkiksi 2015 ammatillisessa opetuksessa aloittaneiden, 20-vuotta täyttäneiden opiskelijoiden määrä oli 70,6 % kaikista aloittaneista (Tilastokeskus, 2017), kun mukaan lasketaan kaikki koulutuslajit.

Lähdeluettelo

- Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2008). *Qualitative methods in business research*. SAGE.
- Grunfelder, J., Rispling, L. & Norlén, G., toim. 2016. *State of the nordic region 2016. Nordregio report 2016:1*. Nordregio, Norden.
- Kymenlaakson Liitto. (2016). Kooste. *Haetut yrityshankkeet ELY_8_2016*.
- Kymenlaakson liitto. (2017). *Elinkeinot* [sähköinen tietoaineisto]. Haettu osoitteesta: <http://www.kymenlaakso.fi/maakunnan-uutisia/49-elinkeinot>
- Stake, R. (1995). *The art of case study research*. California: SAGE.
- Suomen Yrittäjät. (2016). *Elinkeinopoliittinen mittaristo 2016* [sähköinen tietoaineisto]. Haettu osoitteesta http://www2.yrittajat.fi/File/cf574b10-8202-42a6-8f3e-f62d38623c34/ELPO_2016_valtakunnan_raportti_kalvot.pdf
- Talouselämä. (2016). Talousviikkolehti, 1/2016, 8–9.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2016). *Kaakkois-Suomi, Työllisyyskatsaus, joulukuu 2016* [sähköinen tietoaineisto]. Haettu osoitteesta: http://www.ely-keskus.fi/documents/10191/14645511/Tyollisyyskatsaus_joulukuu_2016.pdf/a8fd6feb-5534-4f95-99bb-08dddb587a4e
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2017). *Maakuntien suhdannekatsaus 2017, TEM-analyyseja 78/2017* [sähköinen tietoaineisto]. Haettu osoitteesta: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79700/Maakuntien%20suhdanne%20katsaus%202017.pdf?sequence=1>
- Tilastokeskus. (2016). *Yritykset 2015* [sähköinen tietoaineisto]. Haettu osoitteesta: http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html
- Tilastokeskus. (2017). *Ammatillisen koulutuksen opiskelijat 2014-2015*. Haettu osoitteesta http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__kou__aop/001_aop_tau_101_fi.px/?rxid=800a7408-0820-4ea8-b048-d5ee311d604

11 Yrtti-arviointi: Yrittäjyys ja innovaatiotoiminta ammatillisessa koulutuksessa ja korkeakouluissa – Hanke-esittely

Johanna Kolhinen, Juha Vettenniemi & Anni Tuurnas

Kansallinen koulutuksen arviointikeskus

Abstrakti

Tämän artikkelin tarkoituksena on esitellä Kansallisen koulutuksen arviointikeskuksen (Karvi) järjestämän Yrittäjyys ja innovaatiotoiminta ammatillisessa koulutuksessa ja korkeakouluissa -arviointihankkeen toteutusta ja alustavia tuloksia ammatillisen koulutuksen järjestäjille suunnatusta kyselystä. Hanke toteutetaan kolmessa vaiheessa vuosien 2017–2018 aikana. Arviointi koskee kaikkia suomalaisia ammatillisen koulutuksen järjestäjiä ja korkeakouluja. Ensimmäisen vaiheen tulokset ammatillisen koulutuksen osalta osoittavat, että valtaosa (72,05 %) järjestää itse yrittäjyyteen liittyvää koulutusta. Nämä 116 koulutuksen järjestäjää osallistuvat myös myöhempisiin arviointivaiheisiin. Suosituin toimintamalli koulutuksen järjestäjien keskuudessa on mahdollistaa yrittäjyyspainotteinen opiskelu (83,2 %). Tyypillistä on myös tunnistaa opiskelijoiden ja tutkinnonsuorittajien joukosta erikseen ne, joilla on kiinnostusta yrittäjyyttä kohtaan (70,08 %). Koulutuksen järjestäjät ovat hyvin aktiivisia yhteistyössään erilaisten kumppaneiden kanssa. Tavot toteuttaa yrittäjyys- ja innovaatiotoimintoja ovat monipuolisia. Hankkeen seuraavat vaiheet keskittyvät selvittämään opiskelijan osaamisen kehittymisen kokemusta ja toimintakulttuuriin nivoutuvia yrittäjyyttä mahdollistavia ja estäviä tekijöitä opiskelijan näkökulmasta käsin.

Keywords: ammatillinen koulutus, innovaatiotoiminta, kehittäminen, korkeakoulutus, koulutuksen arviointi, yrittäjyys

11.1 Johdanto

Suomessa yrittäjyyskasvatus kattaa kaikki koulutusasteet ja koulutuksen järjestäjien rooli osana innovaatiojärjestelmää on yhteisesti tunnistettu ja

tunnustettu ilmiö. Nuorten asenteet yrittäjyyttä kohtaan ja työskentelyyn pienissä ja keskisuurissa yrityksissä (pk-yrityksissä) ovat kehittyneet tilastojen valossa myönteisesti. Koulutuksen arviointisuunnitelmassa (hyväksytty Opetus- ja kulttuuriministeriössä 2.3.2016) todetaan, että Karvi järjestää arvioinnin, joka aiheena on yrittäjyys ja innovaatiokapasiteetti korkeakouluissa (sekä yliopistot että ammattikorkeakoulut) ja ammatillisessa koulutuksessa. Myös Suomen Yrittäjät ry on toiminut aloitteellisena osapuolena hankkeen käynnistämiseksi esittäessään arvioinnin toteuttamista vuonna 2014.

Yrtti-hanke tuottaa tietoa yrittäjyyttä ja innovaatiotoimintaa toimintakulttuurin tasolla edistävästä ja estävästä tekijöistä ammatillisessa koulutuksessa ja korkeakouluissa. Hanke tuottaa tiedon lisäksi keskustelumahdollisuuksia yhteisen ymmärryksen lisäämiseksi ja vuorovaikutuksen parantamiseksi eri toimijatasojen ja toimijoiden välillä. Lähtökohtana on tehdä näkyväksi opiskelijoiden ja yrittäjien näkökulmaa ja arvioida koulutusjärjestelmän nykytilaa heidän kokemuksistaan käsin. Tavoitteena on vaikuttaa oppilaitosten ja korkeakoulujen yrittäjyysresurssien oikeanlaiseen suuntaamiseen, hyvien ja kestävien käytänteiden tunnistamiseen sekä tarjota suosituksia yrittäjyystoiminnan kehittämiseen.

11.2 Asetelma ja menetelmät

Yrittäjyys ja innovaatiotoimintojen arviointi ammatillisessa koulutuksessa ja korkeakouluissa (Yrtti-hanke) perustuu Opetus- ja kulttuuriministeriön vuonna 2017 julkistamiin koulutuksen yrittäjyyslinjausten sisältämiin toiminnan kehittämisen kysymyksiin ja määritelmiin yrittäjyydestä, yrittäjämäisyydestä ja toimintakulttuurista. Hankkeessa otetaan huomioon korkeakoulujen ja koulutuksen järjestäjien toiminnan kokonaisuus, mutta koulutustehtävään keskittyen. Rajauksissa on huomioitu koulutustoimijoiden pääasialliset roolit osana innovaatiojärjestelmää sekä yrittäjyyden ja innovaatiotoimintojen erilaiset määritelmät ja tavoitteet. Näiden rajausten kautta arvioinnin keskiöön asettuu yrittäjyyttä ja innovaatiotoimintaa tukeva toimintakulttuuri ja opiskelijan osaamisen kehittyminen.

Arviointi toteutetaan moninäkökulmaisesti, useita eri aineistoja hyödyntäen. Arvioinnin aikana kerätään tietoa kyselyin ja haastatteluin, työpajoin sekä perehtymällä olemassa oleviin aineistoihin. Arviointi toteutetaan vuosien 2017–

2018 aikana kolmessa vaiheessa, jotka syventävät ilmiön ymmärrystä vaihe vaiheelta.

Ensimmäinen vaihe kevät 2017

Ensimmäisessä vaiheessa kerättiin aineisto kaikilta ammatillisen koulutuksen järjestäjiltä, joilla on Opetus- ja kulttuuriministeriön myöntämä koulutuksen järjestämislupa. Järjestäjiltä kerättiin lyhyellä kyselyllä perustiedot järjestäjän toteuttamasta yrittäjyys- ja innovaatiotoiminnasta, alueellisesta yhteistyöstä ja yrittäjyyden ja innovaatiotoiminnan vastuuhenkilöistä. Ensimmäisen vaiheen tiedonkeruussa etsitään myös tietoja koulutuksen järjestäjien yrittäjyyskasvatuksesta ja innovaatiotoiminnasta Nuori yrittäjyys ry:n, YES-verkoston, Suomen Yrittäjät ry:n tilastoista ja alueellisista yrittäjyyskasvatusstrategioista.

Yrtti-hankkeen korkeakoulutusta koskeva osio tehdään yhteistyössä usean eri tahon kanssa. Keväällä 2017 käynnistettiin Suomen Yrittäjien, Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvoston ja UNIFIn yhteistyönä aineistonkeruu pk-yrittäjiltä koskien korkeakoulujen kanssa tehtävää yhteistyötä. Aineistonkeruu jatkuu syksyyn 2017. Tavoitteena on kartoittaa korkeakoulu yhteistyön luonnetta ja kokemuksia yrittäjien näkökulmasta. Yrtti-hankkeen näkökulmat on huomioitu kyselyn rakennusvaiheessa ja aineistoja hyödynnetään Yrtti-hankkeen analyysissä.

Opetus- ja kulttuuriministeriö:n on kerännyt vuosina 2015–2016 kaikki korkeakoulut kattavan itsearviointiaineiston yrittäjyyden tukemisen toiminnoista. Aineistoon perustuva seurantakysely suoritettiin keväällä 2017. Yrtti-hanke on saanut käyttöönsä tätä aihekokonaisuutta koskevan raakadatan, joka koostuu monivalintakysymyksistä ja avoimista vastauksista. Arvioinnin ensimmäisessä vaiheessa on tehtyä analyysiä toimintakulttuurin näkökulmasta keskittyen avovastauksiin.

Toinen vaihe syksy 2017

Toisessa vaiheessa arvioidaan yrittäjyyttä edistäviä ja estäviä tekijöitä opiskelijoiden näkökulmasta. Opiskelijakyselyt toteutetaan ammatilliselle ja korkeakoulusektorille samalla teemarungolla, mutta räätälöidyillä kysymyksenasetteluilla. Kyselyt sisältävät yrittäjyys- ja innovaatio-opintoihin ja

toimintakulttuuriin liittyviä kysymyksiä. Kyselyn taustatiedoissa kysytään perustietojen (mm. ikä, sukupuoli, koulutusala, tutkinto jne.) lisäksi lyhyesti yrittäjyysintentiona. Korkeakouluopiskelijoiden osalta yrittäjyysintentiona ja niihin vaikuttavia tekijöitä on kartoitettu kattavasti OTUSin ja Suomen Yrittäjien yhteistyönä tekemän Opiskelijasta yrittäjäksi (Suomen Yrittäjät 2015) selvityksen yhteydessä.

Toisessa vaiheessa kohteena ovat kaikki ammatillisen koulutuksen järjestäjät, joilla on Opetus- ja kulttuuriministeriön myöntämä järjestämislupa ja jotka järjestävät itse yrittäjyysopintoja. Tässä vaiheessa arviointi kohdistuu kaikkiin tutkinnon suorittajiin, jotka ovat aloittaneet opinnot ennen syyslukukautta 2017. Aineistonkeruu toteutetaan kyselylomakkeella, jossa on strukturoituja ja avoimia kysymyksiä. Tutkinnon suorittajat vastaavat kyselyyn ryhmittäin kootusti oppilaitoksessa tai itsenäisesti.

Korkeakouluopiskelijoille suunnattu kysely lähtee kaikille opiskelijoille. Kyselyn taustatieto-osuuden lopussa varmistetaan kyselyn kohderyhmään kuuluminen. Kyselyyn toivotaan vastauksia kaikilta niiltä opiskelijoilta, jotka ovat suorittaneet yrittäjyyteen ja innovaatiotoimintaan liittyviä opintokokonaisuuksia tai osallistuneet yrittäjyys- tai innovaatiotoimintaan opintojensa aikana, opetussuunnitelman ulkopuolinen toiminta mukaan lukien. Tämän lisäksi tehdään yrittäjyysyhteisöjen (Entrepreneurship Societyt) hallituksille suunnattu kysely myöhemmin syksyllä 2017. Kyselyn määrällistä osuutta täydennetään Vipusesta löytyvillä tiedoilla.

Toisen vaiheen opiskelijakyselyitä täydennetään tarvittaessa otokseen perustuvilla haastattelukierroksilla molemmilla sektoreilla.

Kolmas vaihe kevät 2018

Ensimmäisen ja toisen vaiheen tuloksista koostetaan järjestäjäkohtainen pikapalaute, jolloin ammatillisen koulutuksen järjestäjät ja korkeakoulut saavat käyttöönsä heitä koskevat välitulokset.

Arvioinnin kolmannessa vaiheessa keskitytään kahden ensimmäisen vaiheen tuottaman tiedon pohjalta nostamaan esiin kiinnostavia, havainnollistavia ja monipuolisia alueellisia case-esimerkkejä, joiden toimintakulttuurien analyysiin

pureudutaan alueellisiin työpajoihin syvällisemmin. Alueellisia case-tarkasteluita valitaan aineistolähtöisesti 4-6 kappaletta siten, että ne kuvaavat ilmiön erilaisia puolia mahdollisimman moniäänisesti.

Alueellisten tapahtumien tarkoitus on haastatella, keskusteluttaa ja työstää eteenpäin siihenastisia havaintoja vaiheista I ja II sekä ammatillisen että korkeakoulutuksen tulosten pohjalta. Työpajoihin ja haastatteluihin kutsutaan alueelta laajasti eri sidosryhmiä: oppilaitosten henkilökuntaa eri koulutussektoreilta ja eri tasoilta, opiskelijoita, tutkinnon suorittajia, yrittäjyyden edistämistoimijoita ja yrityksiä sekä työelämän edustajia. Vaiheen toteutus tarkentuu aikaisempien aineistojen tuottamien tietojen perusteella. Työpajat on tarkoitettu toteuttaa yhteistyössä Suomen yrittäjien, Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvoston ja UNIFIn kanssa.

Alueellisten työpajojen haastatteluaineistojen ja työpajojen tulosten perusteella syvennetään ymmärrystä toimintakulttuurin ulottuvuuksien toimivuudesta, niihin sisältyvistä esteistä ja mahdollisuuksista sekä laaditaan kehittämissuosituksia. Arviointitiedon tarkoituksesta

Tiedontuotannon näkökulmasta olennaista tässä hankkeessa on arvioitavan kohteen ymmärtäminen tai selittäminen. Kehittävän arvioinnin tavoitteet näkyvät pyrkimyksenä tuottaa hankkeessa tietoa, jolla toimintaa voidaan parantaa. Muilla sanoin arviointia voitaisiin luonnehtia formatiiviseksi, toiminnan aikana tapahtuvaksi arvioinniksi tai toisaalta suhteelliseksi arvioinniksi, joka ottaa huomioon eri näkökulmat ja suhteuttaa niitä toisiinsa (Jakku-Sihvonen & Heinonen 2001).

Kehittävän arvioinnin periaatteet näkyvät arvioinnin metodeissa eli monimenetelmäisyydessä ja vuorovaikutteisudessa, kontekstisensitiivisyydessä sekä sidosryhmien aktivoinnissa ja osallistamisessa (Atjonen 2014; 2015). Lähestymistavassa painottuu laadullinen aineistonlukutapa, vaikka aineisto kokonaisuudessaan sisältää monimenetelmäisyyden hengessä myös määrällisiä elementtejä.

11.3 Alustavia tuloksia ammatilliselta sektorilta

Kysely lähetettiin 166 koulutuksenjärjestäjälle, joista 159 vastasi kyselyyn. Kyselyyn jätti vastaamatta muutama kansainvälisesti toimiva suuri yritys, jotka järjestävät koulutusta omiin tarpeisiinsa. Koulutus kohdistuu näillä toimijoilla olemassa olevan työvoiman täydennyskoulutukseen ja uusien työntekijöiden koulutukseen. Vain kaksi järjestäjää, jotka järjestävät tutkintoon johtavaan koulutusta, jätti vastaamatta.

Kyselyyn vastanneista järjestäjistä 116 (72 %) järjestää itse yrittäjyyteen liittyvää koulutusta. Kolme (2 %) ei järjestänyt itse, vaan osti toiselta osapuolelta ko. koulutukset. 42 (26 %) järjestäjää ei osta toiselta osapuolelta eikä järjestä itse yrittäjyyskoulutusta. Toiseen vaiheeseen otetaan mukaan kaikki 116 yrittäjyyskasvatusta järjestävää koulutuksen järjestäjää.

Yleisin yhteistyökumppani oli odotetusti yritykset (86 %). Toiseksi yleisin yhteistyökumppani oli toinen ammatillisen koulutuksen järjestäjä (72 %) ja kolmanneksi yleisin oli ammattikorkeakoulut (58 %). Huomion arvoinen yksityiskohta yhteistyökumppanien osalta on ammattikorkeakoulujen kanssa tehtävä yhteistyö, koska LUT:n Yrittäjyyskasvatuksen mittariston vastaava kysymys ammatillisille opettajille ja ammatillisten koulutuksenjärjestäjien johtajille/rehtoreille (n=808) antoi vastaukseksi 10,6 %. Tätä voi selittää se huomio, että Karvin kyselyyn vastasi ainoastaan järjestäjätason toimijat, kun taas LUT:n mittaristodatassa on mukana yksittäisiä opettajavastaajia.

Suosituimmat tavat toteuttaa yrittäjyys- ja innovaatio toimintaa (Kuvio 1) olivat yrittäjyyspainotteisen opiskelun mahdollistaminen (83 %) ja yrittäjyydestä kiinnostuneiden opiskelijoiden ja tutkinnon suorittajien tunnistaminen (71 %). Järjestäjistä 61 prosenttia toteutti koulutusaloja ylittävää yhteistyötä yrittäjyys- ja innovaatio toiminnoissa. Monella järjestäjällä on paljon projekteja käynnissä liittyen yrittäjyyteen (65 %) ja innovaatio toimintaan (57 %). Henkilökunnan yrittäjyyskasvatusosaamisen kehittämistä toteutti hieman yli puolet järjestäjistä (52 %). Järjestäjistä vajaa puolet järjesti opiskelijoille mahdollisuuden harjoitella yrittäjyyttä NY vuosi yrittäjänä -toiminnassa (45 %) ja samoin lähes puolet järjestäjistä tarjosi opiskelijoilleen mahdollisuuden osallistua osuuskuntatoimintaan tai vastaavaan opiskelijayritystoimintaan (43 %).

Yrittäjyyden parissa päätoimisia henkilöitä oli vajaalla puolella järjestäjistä (45 %) ja yrittäjyystiimejä oli muodostettu vajaalla kolmanneksella (32 %).



Kuvio 1. Ammatillisen koulutuksen järjestäjien kuvaama yrittäjyys- ja innovaatiotoiminta.

89 prosenttia vastaajista (n=75) ilmoitti, että heillä on sellaista yritystoimintaa, johon opiskelijat voivat osallistua. Tarkentavaan avokysymykseen opiskelijoita osallistavasta yritystoiminnasta vastasi 78 koulutuksen järjestäjää. Avovastauksissa mainituista yritystoiminnan muodoista muodostettiin aineistolähtöisesti yhdistellen 19 toimialaa. Tyypittely tehtiin lähtökohtaisesti niin, että sen avulla saatiin parhaiten näkyviin ne toimialat, joilla koulutuksenjärjestäjillä on eniten opiskelijoiden osallistumisen mahdollistavaa yritystoimintaa. Huomionarvoista on se, että luokittelu tehtiin vastausten mukaisesti toimialoittain eikä esimerkiksi koulutusalojen mukaisesti. Vaikka luokittelussa käytettiin yritysten toimialoja, sen

avulla saatiin näkyviin niitä koulutusaloja, joiden opiskelijoilla on paremmin mahdollisuuksia osallistua järjestäjien yritystoimintaan.

Yritystoimintaa, johon opiskelijat voivat osallistua on tarjolla kyselyn perusteella hyvin monipuolisesti eri toimialoilla. Mainintojen määrät kuitenkin vaihtelivat suuresti eri toimialojen kesken: muutamat alat erottuivat selkeästi suosiollaan, kun taas muutamat alat saivat vain muutamia mainintoja. Ravintola-alaan liittyvää toimintaa näyttäisi olevan selkeästi eniten (49 mainintaa). Seuraavaksi eniten oppilaitoksilla oli yritystoimintaa hyvinvointi- ja kauneusalalla (40 mainintaa) ja kolmanneksi eniten mainintoja oli autojen korjaus- tai huoltotoiminnasta (32 mainintaa). Aineistosta nousi esiin myös rakennusalan palvelut (19 mainintaa) sekä erilaiset myymälät (17 mainintaa), joissa opiskelijat voivat myydä itse valmistamia tuotteita.

Yleisesti ottaen koulutuksen järjestäjät ovat todella aktiivisia sekä toimimaan yhteistyökumppanien kanssa, että toteuttamaan monipuolisia yrittäjäys- ja innovaatiotoimintoja. Kaksi koulutuksen järjestäjää erottui joukosta tekemällä yhteistyötä kaikkien kyselyssä mainittujen yhteistyökumppanien kanssa ja toteuttamalla kaikkia kyselyssä mainittuja yrittäjäys- ja innovaatiotoimintoja. AVI-alueittain ja maakunnittain tarkasteltuna ei löytynyt merkittäviä eroja yhteistyökumppanien ja yrittäjäys- ja innovaatiotoiminnan toteutuksessa.

11.4 Yhteenveto

Järjestäjäkyselyllä oli kaksi tehtävää: kartoittaa yleisesti yrittäjäystoimintaa ammatillisessa koulutuksessa ja toimia yhtenä perusteena case- ja opiskelijakyselyvaiheen (hankkeen II ja III vaihe) suunnittelussa sekä täydentää niiden tuloksia.

Järjestäjäkyselyn perusteella voidaan sanoa, että järjestäjien mukaan yrittäjäys (erityisesti yrittäjänä toimisen taitojen osa-alue) on integroitunut vahvasti ammatilliseen koulutukseen. Yrittäjäystoimintaa harjoitetaan järjestäjien mukaan monipuolisessa yhteistyökumppaniverkostossa. AVI-alueittain tarkasteltuna myös ne alueet, joilla Tilastokeskuksen tietojen mukaan on vähemmän potentiaalista yritysverkostoa, näyttävät aktiivisina yhteistyön tekijöinä. Avovastausten perusteella voidaan sanoa, että erityisesti majoitus- ja ravintola-alan, sekä

hyvinvointi- ja kauneusalan opiskelijoilla on hyvät mahdollisuudet päästä oppimaan työelämälähtöisiin ja yrittäjämäisiin oppimisympäristöihin.

Koko hankkeen näkökulmasta voidaan todeta, että yrittäjyys- ja innovaatiotoiminta saa ammatillisessa koulutuksessa ja korkeakouluissa monia muotoja, joista kertova tieto on hajallaan eri lähteissä. Yrtti-hankkeen keskeisimpiä tavoitteita ja haasteita on vetää yhteen eri lähteistä saatava tieto ja täydentää sitä uudella – opiskelijakeskeisellä – tiedolla. Laadullinen lähestymistapa, moninäkökulmaisuus ja erilaisten tietolähteiden yhdistäminen pyrkii lisäämään ymmärrystä ilmiöstä, jonka yhteiskunnallinen merkitys on tunnistettu suureksi. Koulutuksella on tärkeä rooli yrittäjyyden synnyttäjänä ja tukijana.

Ammatillisen koulutuksen järjestäjien toiminta yrittäjyyden eteen on monipuolista ja aktiivista, mutta miten opiskelijat sen näkevät? Miten korkeakoulujen ministeriölle raportoimat eri toimet koskettavat opiskelijoita? Missä roolissa toimii opiskelijoiden omaehtoinen yrittäjyystoiminta näillä koulutussektoreilla? Arvioinnin alkumetreillä on saatu paljon tietoa, mutta jäljellä on paljon kysymyksiä, joihin etsiä vastauksia.

Lähdeluettelo

- Atjonen, P. (2014) Kehittämisen sietämätön keveys: Piinapenkissä kehittävä arviointi. Teoksessa P. Harinen, M. Käyhkö & A. Rannikko (toim.), *Mutta mikä on tutkimuksen teoreettinen kysymys?* (s. 55–77) Joensuu: Itä-Suomen yliopisto.
- Atjonen, P. (2015) *Kehittävä arviointi kasvatusalalla*. Joensuu: Kirjokansi.
- Jakku-Sihvonen, R. & Heinonen, S. (2001) *Johdatus koulutuksen uudistuvaan arviointikulttuuriin*. Arviointi 2. Opetushallitus.
- Kansallinen koulutuksen arviointikeskus (2017) Hankesuunnitelma – Yrittäjyyden ja innovaatiotoimintojen arviointi ammatillisessa koulutuksessa ja korkeakouluissa 2017–2018 (julkaistaan verkossa)
- Suomen Yrittäjät (2015) Opiskelijasta yrittäjäksi. Haettu osoitteesta: https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/migrated_documents/sy_opiskelijasta_yrittajaksi_2015.pdf

12 Satakunnan yhteinen ALL IN – Yrityskiihdyttämö luo uutta yrittäjyyden koulutuskulttuuria

Pia Marjanen, Petri Martikkala, Lenita Nieminen & Marko Mikkola

Satakunnan ammattikorkeakoulu & Turun yliopiston kauppakorkeakoulu Porin yksikkö

Abstrakti

Satakunnan yhteisen ALL IN -yrityskiihdyttämön kehittämistyö käynnistyi vuoden 2015 lopussa Satakunnan ammattikorkeakoulun johdolla. ALL IN -yrityskiihdyttämö on Satakunnan korkeakoulujen (SAMK ja DiaK) ja yliopistokeskuksen (Tukkk) sekä toisen asteen ammatillisten oppilaitosten (Sataedu ja WinNova) yhteinen ESR-hanke.

Yhteistä yrityskiihdyttämöä on luotu Saras Saravathyn toiminnallisen yrittäjyyden periaatteita noudattaen. Yrittäjyyskasvatuksen ja -opetuksen näkökulmasta toiminnallisuuteen pohjautuva yrittäjyysajattelu korostaa opiskelijan omien vahvuuksien ja osaamisen tunnistamista, verkostoitumisen tukemista opintojen eri vaiheissa sekä luovuuden ja yhteistoiminnallisuuden edistämistä.

ALL IN -yrityskiihdyttämössä on ammatilliselle toiselle asteelle luotu SAMKin yrityskiihdyttämömallin pohjalta omia työkaluja opiskelijoiden mentorointiprosessiin ja näin kehitetty toimivaa yhteistä yrityskiihdyttämöä. Yhteisten toimenpiteiden kautta on tuotu tasalaatuisuutta yrittäjyyskasvatukseen. Tärkeimpiä toimintamuotoja yhteisen yrityskiihdyttämön luomisessa ovat olleet yhteiset tapahtumat, joilla pyritään aikaansaamaan kiinnostusta yrittäjyysopintoihin, intentiokyselyt, joilla tunnistetaan mentorointiprosessista kiinnostuneet opiskelijat ja itse mentorointiprosessi.

Keywords: mentorointi, toimintakulttuuri, yrittäjyyden oppimisympäristöt, yrittäjyyskasvatus

12.1 Johdanto

Joka viidettä alle 20-vuotiaista houkuttelee ajatus oman yrityksen perustamisesta, ilmenee Suomi100 -nuorisotutkimuksesta (Perheyritysten liitto). Kansan arvot 2015 -tutkimuksen (Taloudellinen tiedotustoimisto) mukaan 15–24 -vuotiaista jopa 44 % on kiinnostunut perustamaan yrityksen jossain vaiheessa elämäänsä. Suomi tarvitsee nuoria yrittäjiä, sillä suuret yritykset eivät tulevaisuudessa työllistä enää riittävästi. Lisäksi vuosittain tulee myyntiin noin 2800 suurten ikäluokkien omistamaa yritystä ja monet perheyrityksetkin ovat vielä ilman jatkajaa. Vastaako koulujen ja oppilaitosten yrittäjyyskasvatus tähän huutoon? Ollaanko kouluissa ottamassa koppia näistä nuorista ja tuetaanko heidän kehittymistään yrittäjiksi? Yrittäjyyskasvatus on yhä tärkeämpää tulevaisuudessa, mutta tehdäänkö koulujen yrittäjyyskasvatusta vain uusien perustettavien yritysten toivossa?

Liian usein yrittäjyys nähdään suppeasti liiketalouteen liittyvänä ilmiönä. Korkeakouluyrittäjyys ja yrittäjyyskasvatuksen nimissä toteutettavat opinnot erityisesti ammatillisella toisella asteella nähdään yritysmuotojen ja yrityksen perustamiseen tarvittavien tietojen ja taitojen opetuksena (Järvi 2013). Usein oppilaitosten yrittäjyyskasvatus on toimialariippuvaista - vieläpä niin, etteivät tietyt toimialat koe sitä omakseen. Startup-yritykset ovat muutaman viime vuoden ajan olleet vahvasti esillä mediassa. Startupit luovat yritystoiminnasta mielikuvan, jolle on tyypillistä voimakas kasvu, kansainvälisyys ja uudet innovaatiot. Median kautta välittyvä yrittäjyyden hype on luonnollisesti hyödyllistä: yrittäjyys saa näkyvyyttä. Tämä on ollut omiaan luomaan paineita varsinkin korkeakoulujen yrittäjyyskoulutukselle. Suurin osa yrityksistä on kuitenkin perinteisiä pk-yrityksiä ja mikroyrityksiä, ja opiskelijayritykset käynnistyvät useimmiten itsensä työllistämisen pohjalta.

On huomattava, ettei yrittäjyyskoulutuksella ja -opetuksella pyritä yksinomaan tekemään yrittäjiä, vaan sen tärkeimpänä tavoitteena on nuoren opettaminen havaitsemaan mahdollisuuksia ja tunnistamaan osaamistaan ja omia vahvuuksiaan (Hytti ym. 2011; Rae 2010). Parhaimmillaan koulutus luo nuorista menestyviä oman elämänsä asiantuntijoita. Työelämän muutoksessa tällaiset nuoret ovat haluttuja tekijöitä, sillä työelämässä on aiempaa enemmän yrittäjämäisiä piirteitä. Yrittäjämäisesti käyttäytyviä nuoria tarvitaan joka alalla. Opiskelijalla on myös oikeus tasalaatuisen yrittäjyysopetukseen, jonka keskiössä on yrittäjämäinen ajattelutapa, eikä vain ammatillinen kompetenssi tai yritysten perustaminen.

Case-artikkelissamme esittelemme oppilaitosten verkostossa rakennetun yhteisen yrittäjyyskasvatusmallin. Satakunnassa yrittäjyyskasvatuksella on pitkät perinteet: Suomen ensimmäinen yrittäjyyskasvatusluokka perustettiin Lyseon yläasteelle 2003; YES yrittäjyyskasvatuskeskuksen palvelut ja Nuori Yrittäjyys -opinto-ohjelmat ovat olleet saatavilla vuodesta 2005; Satakunnan ammattikorkeakoulun (SAMK) yrityskiihdyttämö on tarjonnut opiskelijoilleen väylän yrittäjäksi (ja sisällyttää yrityksen perustamisprosessi opintoihin) jo vuodesta 1996; ja Porin yliopistokeskuksen Turun yliopiston kauppakorkeakoulun Porin yksikköön (Tukkk) perustettiin alueen rahoituksella yrittäjyysprofessori vuonna 2005; ja myös muut korkeakoulut sekä ammattioppilaitokset ovat olleet aktiivisia yrittäjyyden edistäjiä: Diakonia-ammattikorkeakoulu tuomalla esiin yhteiskunnallista yrittäjyyttä ja toisen asteen ammatilliset oppilaitokset toteuttamalla aktiivisesti yhteistyöprojekteja yrityskumppaneiden kanssa.

Alueen yritykset ja kehittäjäorganisaatiot ovat osallistuneet aktiivisesti yrittäjyyskoulutuksen kehittämiseen ja Satakunnassa voidaan sanoa olevan toimiva oppilaitosten yrittäjyyskasvatusta tukeva yrittäjyyden ekosysteemi. Systemaattinen yrittäjyyskasvatuksen Satakunta-mallin kehittämistyö käynnistyi SAMKin johdolla vuoden 2015 lopussa maakunnan korkeakoulujen (SAMK ja DiaK) ja yliopistokeskuksen (Tukkk) sekä toisen asteen ammatillisten oppilaitosten (Sataedu ja WinNova) yhteisenä ESR-hankkeena. Vuonna 2016 luotiin pohja yhteistyöverkoston syntymiselle: tutustumalla SAMKin yrityskiihdyttämömalliin, jakamalla kokemuksia ja tietoa eri toimijoiden välillä, sekä ideoimalla ja kokeilemalla uusia yhteisiä toimenpiteitä käytännössä. Vuoden 2017 aikana on luotu toiselle asteelle yrityskiihdyttämömallin pohjalta omia työkaluja mentorointiprosessiin ja näin kehitetty toimivaa yhteistä yrityskiihdyttämöä. Yhteisten toimenpiteiden kautta tuodaan tasalaatuisuutta yritysikasvatukseen. Tärkeimpiä toimintamuotoja ovat yhteiset tapahtumat (1), joilla pyritään aikaansaamaan kiinnostusta yrittäjyysopintoihin, intentiokyselyt (2), joilla tunnistetaan mentorointiprosessista kiinnostuneet opiskelijat ja itse mentorointiprosessi (3).

Tämän Johdanto-luvun jälkeen esittelemme luvussa 12.2 Sarasvathyn (2008) toiminnallisen yrittäjyyden viitekehyksen (effectual entrepreneurship), joka tarjoaa mahdollisuuden tarkastella yrittäjyyttä opiskelijan omista lähtökohdista. Luvussa 12.3 kuvataan oppilaitosten yhteiskehittämisenä syntynyt

yrittäjyyskasvatusmalli ”Satakunnan ALL IN -yrityskiihdyttämö”. Onnistumisia ja haasteita yhteisen toimintamallin rakentamisessa käydään läpi luvussa 12.4. Lopuksi luvussa 12.5 pohdimme muun muassa toimintamallin jatkokehittämistä.

12.2 Toiminnallinen yrittäjyys yhteisen yrityskiihdyttämön innoittajana

Yrittäjämäisen ajattelu- ja toimintatavan oppimista tukee Sarasvathyn (2008) kehittämä malli effectual entrepreneurship, joka on suomennettu toiminnalliseksi tai vaikuttavaksi yrittäjyydeksi. Perinteisen näkökulman mukaan liiketoimintamahdollisuus löydetään, toisin sanoen se on olemassa markkinoilla (Shane, 2003). Sarasvathyn (2008) ajattelumallissa kyse ei ole liiketoimintamahdollisuuden ’löytämisestä’ vaan sen rakentumisesta. Lähtökohtana ovat yrittäjän omat resurssit: Kuka olen? Mitä osaan? Kenet tunnen? Näistä johdetaan ne mahdollisuudet, joita yrittäjänä kykenee tai voi toteuttaa. Sarasvathyn (2008) ajattelumallissa vuorovaikutus on keskeistä; sen myötä mahdollisuuteen sitoutuu uusia toimijoita, joiden osaaminen lisää mahdollisuuksia, joita yhdessä voidaan tavoitella. Malli pohjautuu tutkimukseen, jossa Sarasvathy tarkasteli, mitä yhteistä on menestyneillä yrittäjillä.

Sarasvathyn (Read ym. 2011) toiminnallinen yrittäjyys perustuu viiteen periaatteeseen:

1. Bird in Hand: Tiedä kuka olet, mitä osaat, keitä tunnet, eli lähde liikkeelle resursseista.
2. Affordable Loss: Pohdi mahdollisia riskejä. Mitä sinulla on varaa investoida? Sijoita vain sen verran, mikä sinulla on vara menettää.
3. Crazy-Quilt: Muodosta kumppanuusverkosto, keskustele mahdollisten asiakkaiden ja kumppaneiden kanssa ja muodosta verkosto vain yhteistyöhön sitoutuneiden kanssa.
4. Lemonade Principle/Leverage Contingencies: Varaudu yllätyksiin, älä välttele niitä, vaan pyri hyödyntämään ne.
5. Pilot in the Plane: Luo tulevaisuus yhteistyössä ja yhdistämällä edellä olevat periaatteet. Tee kokeiluja.

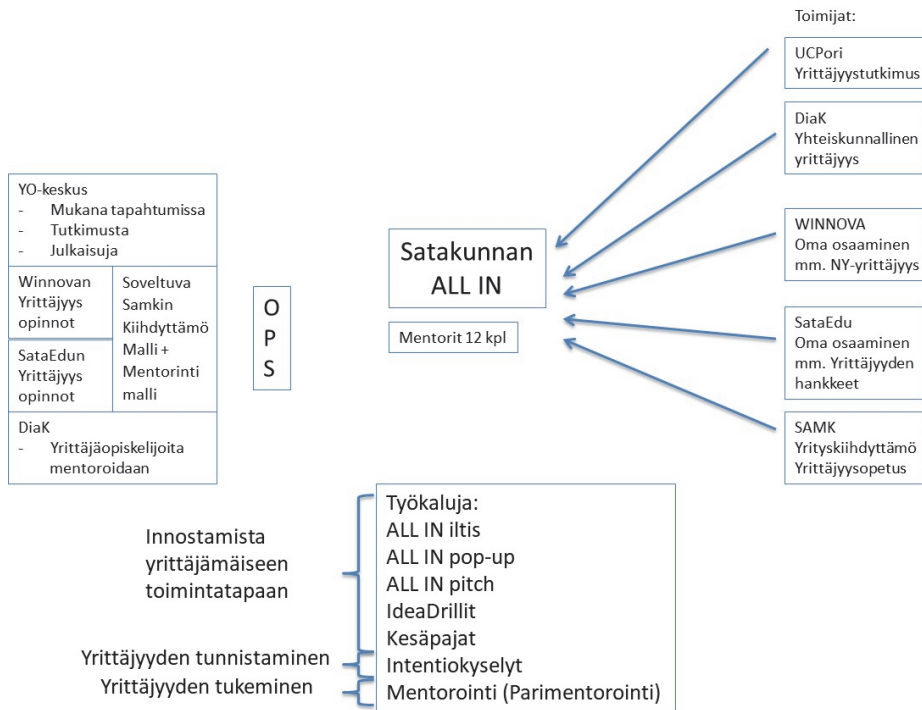
Yrittäjyyskasvatuksen ja -opetuksen näkökulmasta toiminnallisuuteen pohjautuva yrittäjyysajattelu korostaa opiskelijan omien vahvuuksien ja osaamisen tunnistamista, verkostoitumisen tukemista opintojen eri vaiheissa sekä luovuuden

ja yhteistoiminnallisuuden edistämistä edellä kuvattujen viiden periaatteen mukaisesti. Yrittäjyyden opetuksessa ja erilaisissa opiskelijaprojekteissa tavoitteena tulisikin olla oppia yrittäjämäistä toimintatapaa (through entrepreneurship), mutta myös oppia sopivasti ymmärtämään yrittäjyyttä (about entrepreneurship). Tavoite voi myös olla oppia yrittäjäksi (for entrepreneurship) (Hytti and O’Gorman 2004; Mwasalwiba 2010), mutta tässäkin ei voida keskittyä yksinomaan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Viimeaikaisessa yrittäjyystutkimuksessa (Hytti & Nieminen 2012; Hägg, 2011) korostetaan ei vain liiketoiminnan vaan myöskin yrittäjän kehittymistä – ja näiden rinnakkaisuutta, mikä vaatii yrittäjyyskasvatusta ja -opetusta uudenlaisia lähestymistapoja ja menetelmiä.

Satakunnan ALL IN -yrityskiihdyttämömalli toteuttaa Sarasvathyn (2008) kehittämää toiminnallisen yrittäjyyden ajatusmallia. Toiminnallisessa yrittäjydessä pyritään ennustamisen sijaan tiedostamaan ja tunnistamaan käytävissä olevat erilaiset resurssit ja hyödyntämään niitä parhaalla mahdollisella tavalla. Erilaisten opiskelijan omien resurssien tunnistamisessa auttaa kiihdyttämön järjestämät tapahtumat, jotka parhaimmillaan muovaavat opiskelijan ajatusmallia yrittäjämäiseen suuntaan ”minäkin osaan ja pystyn”. Tämän jälkeen on helpompi ottaa yhteyttä mentoriin/koutsiin ja keskustella omista ideoistaan. Juuri tästä toimintamallissa on kysymys.

12.3 Satakunnan ALL IN -yrityskiihdyttämö

ALL IN -toimintamallin keskiössä on kolme päätoimintarakennetta: Innostaminen yrittäjämäiseen toimintatapaan, yrittäjyyden tunnistaminen ja yrittäjyyden tukeminen. Kaikki ALL IN -tapahtumat tähtäävät opiskelijoiden omien ”yrittäjyysajatusten” vahvistamiseen. Osallistuminen paikallisten kokeneiden tai vasta-aloittaneiden yrittäjien Iltis-tapahtumiin saa opiskelijan miettimään asiaa omasta näkökulmastaan. Tämä laskee opiskelijan kynnystä tuoda julki omia unelmiaan.



Kuvio 1. Satakunnan ALL IN -yrityskiihdyttämön malli.

Yhteisen yrityskiihdyttämön rakentaminen

Yhteistä yrityskiihdyttämöä on rakennettu luomalla organisaatorajat ylittävä mentoriverkosto. Mentorit ovat yrityskiihdyttämön sielu ja sydän. Mentorien ensisijainen tehtävä yrityskiihdyttämössä on toimia opiskelijan tukena. Mentori tai koutsi, kuten ALL IN -yrityskiihdyttämössä kutsutaan toisen asteen oppilaitoksen mentoreita, on opiskelijan rinnallakulkija, joka auttaa opiskelijaa omissa yrittäjyyspohdinnoissaan. Tavoitteena ei ole niinkään opiskelijayritysten lukumäärän kasvattaminen vaan yrittäjämäisen käyttäytymismallin muodostaminen sekä yrittämisen näyttäminen mahdollisena urapolkuna. Opiskelujen aikana opiskelijalla on mahdollisuus saada tukea niin henkilökohtaisen yrittäjyyden kehittämisessä kuin yritysideoita tai yrityksen kehittämisessä. Näistä on mahdollista saada opintosuoritteita mentorointiprosessin myötä. Mentorin rooli on moninainen. Mentorointia edistää, jos mentorilla on hyvä verkosto niin oppilaitoksen sisällä kuin ulkopuolella. Mentorin rooliin kuuluu myös

oppilaitoksen yrittäjyysopetuksen kehittäminen. Mentori toimii viestinviejänä ja toteuttajana monessa eri kontaktipinnassa: kontaktihenkilönä niin opiskelijoille kuin muulle opetushenkilökunnalle, oppilaitoksen johdolle kuin myös oppilaitoksen ulkopuolisille yrittäjyystoimijoille ja oppilaitoksen ulkopuolisille mentorikollegoille.

ALL IN -kiihdyttämö rakentuu usean eri oppilaitoksen henkilöistä ja siinä toimii tällä hetkellä kolme mentoria SAMKista, neljä WinNovasta, neljä Sataedusta, yksi henkilö DiaKista ja yksi henkilö Turun yliopiston Porin yksiköstä. Yhteisen ALL IN -yrityskiihdyttämön rakentamisessa on ollut tärkeää, että mentoreilla on yhteinen tavoiteteila, keskinäinen luottamus ja johdon tuki. Luottamusta on rakennettu kiinnittämällä erityinen huomio mentorien tiimiytymiseen. Mentorit ovat havainneet tiimiytymisprosessin aikana, että mukana olevissa organisaatioissa painitaan samantyyppisten ongelmien kanssa. Tämä on luonut tasa-arvon tunnetta mentorien keskuudessa. Kuukausittaiset yhteistapaamiset ovat aikaansaaneet pysyvyyttä ja syventäneet luottamusta. Näissä tapaamisissa on tärkeää puhua avoimesti ja jakaa hyväksi havaittuja käytänteitä. Kaikessa toiminnassa on pyritty pitämään asiakas eli opiskelija keskiössä. Yhteiset mentoritapaamiset ovat mahdollistaneet kokemusten ja tiedon jakamisen. Lisäksi yhteiset tapaamiset ovat toimineet niin sparraus- ja tukena kuin ideointipajanakin. Asiat, joita mentoritapaamisissa on käsitelty, voidaan jakaa seuraavasti: tiimiytyminen/luottamuksen rakentaminen, ideointi, yhteisten käytänteiden luonti, tiedon jakaminen ja yhteinen oppiminen.

ALL IN -yrityskiihdyttämössä mukana olevat oppilaitokset tulivat mallin rakentamiseen hyvinkin erilaisista lähtökohdista. Satakunnan ammattikorkeakoulussa on yrityskiihdyttämötoiminnasta kokemusta 20 vuoden ajalta ja yrittäjyyden perusteet opintojakso kaikille opiskelijoille pakollinen. Muissa oppilaitoksissa oli yrittäjyysopetus hyvin toimialasidonnaista ja kokemus yrittäjyyden hankkeista vaihtelevaa.

ALL IN -yrityskiihdyttämön toimintakulttuuri on luotu yhdistämällä parhaita käytänteitä oppilaitosten yrittäjyyskasvatshistoriasta. Kiihdyttämössä on ideoitu ja luotu useita uusia toimintatapoja, joilla aikaansaadaan opiskelijoille mahdollisuus yrittäjyyden pohtimiseen ja yrittämisen aloittamiseen jo opiskelujen aikana. Yrityskiihdyttämön toimintatapoja on myös synnytetty kokeilemalla, eli kun hyvä idea on saatu, on sitä pyritty heti myös käytännössä toteuttamaan. Tästä

kokeilevasta kulttuurista toimii hyvänä esimerkkinä Popup yrittäjyyspäivä. Kun idea mentorien yhteisessä kohtaamisessa syntyi, haluttiin sitä välittömästi testata ja kerätä kokemukset ja opit.

Toimintatapoja ja työkulttuuria luodessa on pyritty toimimaan porrassajattelun kautta eli suunniteltu toimintatapoja, jotka 1) innostavat ja arkipäiväistävät yrittäjyyttä 2) saavat opiskelijat tunnistamaan vahvuuksiaan sekä oman toimintansa yrittäjämäisiä piirteitä ja 3) saavat opiskelijat kokeilemaan itse yrittäjyyttä. Lisäksi on havaittu, että toimenpiteitä pitää olla ympärivuotisesti, jotta mentorit pystyvät palvelemaan opiskelijoita heidän yrittäjyyspolullaan.

Kuviossa 2 on esitelty yrityskiihdyttämön toimenpiteet vuosikalenterissa. Aikataulusuunnittelun lähtökohta on ollut opiskelijoiden aktivointi läpi opintovuoden yrittäjyyskasvatuksen näkökulmista, eli opiskelijoille luodaan mahdollisuus osallistua kuuntelijana tai olla itse aktiivisena tekijänä.

	2017											
	kk 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ALL-IN Iltis	11.1.	1.2.	1.3.	5.4.	3.5.				6.9.	11.10.	1. ja 22.11.	13.12.
POP-UP Puuvilla											10.11.	
ALL IN PITCH											10.11.	
ALL IN IDEA DRILL			SAM K	2.aste								
Intentiokyselyt									x-->			
Mentorointi												
Yhteiskunnallinen yrittäjyys/DiaK											10.11.	

Kuvio 2. ALL IN -yrityskiihdyttämön vuosikalenteri.

ALL IN Iltis, Pop-up yrittäjyyspäivä ja kilpailut innostavat nuoria pohtimaan yrittäjyyttä

ALL IN Iltiksiin kutsutaan nuoria kiinnostavia yrittäjiä kertomaan omaa yrittäjän tarinaansa ja tuomaan kuulumiset työelämästä. Iltiksissä tuodaan yrittäjät persoonina esille ja luodaan sellainen ilmapiiri, että kiinnostus yrittämisestä kohtaan kasvaa. Tilaisuudet ovat vapaaehtoisia kaikkien oppilaitosten opiskelijoille ja avoimia kaikille, joita esiintyjä kiinnostaa. Puhujiksi kutsutaan ajankohtaisia ja

kiinnostavia yrittäjiä. Tähän mennessä puhujina ovat olleet television kautta tutuksi tulleita julkisyrittäjiä, paikallinen festivaali- ja ravintolayrittäjä, somepersoonaa, hoiva-alan yrittäjä ja niin edelleen. Yrittäjille annetaan väljä kehys kertoa “oma yrittäjän tarinansa”. Puhujia pyydetään välttämään kalvosulkeisia, ja tällä eleellä pyritään koskettamaan opiskelijoita nimenomaan tarinan ja persoonan kautta. Iltiksen pitopaikka vaihtelee oppilaitoksittain ja paikkakunnittain, jotta jokaisella oppilaitoksella on säännöllisesti kotikenttäetu. Näin saadaan varmistettua oppilaiden osallistuminen kaikilla alueilla.

ALL IN Iltisten tavoitteena on antaa nuorille mahdollisuus kiinnostua yrittäjyydestä, arkipäiväistä yrittäjyyden tematiikkaa ja selkein eri alojen esimerkein antaa nuorille ideoita omaan yrittäjyyteen. Kokemukset iltiksistä ovat olleet positiivisia. Opettajat ovat olleet tyytyväisiä säännöllisestä mahdollisuudesta osallistua vierailevien esiintyjien tilaisuuksiin. Iltisten käytännönläheisyys on ollut opiskelijoiden mieleen. Eräskin opiskelija sanoi: “Hassua, että tuokin on yrittäjä, vaikka sillä on ollut niin paljon vastoinkäymisiä” (yrittäjän vaimo melkein jätti, tunnit loppuivat työpäivistä ja oli pakko nukkua yrityksen sohvalla yötkin, jotta ei tuhlanut aikaa kotimatkaan työstä kotiin.)

Toiminnallisen yrittäjyyden periaatteista Iltikset toteuttavat Sarasvathyn toiminnallisen yrittäjyyden Bird-in-Hand ja Crazy-Quilt periaatteita. Iltisten perusteella opiskelijat voivat pohtia omia lähtökohtiaan ja verkostoitua yrittäjien ja yrittäjähenkisten ihmisten kanssa.

Pop-up yrittäjyyspäivän tarkoituksena on tuoda esille yrittäjyyden eri muotoja, jakaa informaatiota yrittäjyydestä sekä antaa nuorille mahdollisuus kokeilla yrittäjyyttä. Päivä järjestetään Satakunnan isoimmassa kauppakeskuksessa Puuvillassa, jotta toiminta tapahtuu siellä missä kohderyhmäkin sujuvasti asioi. Pop-up yrittäjyyspäivä on uudentyyppinen tapahtuma, mikä osallistaa nuoret tekemisen kautta oman toimialansa yrittäjyydelle. Suurin ryhmä näytteilleasettajissa on itseoikeutetusti NY-yritykset sekä yrityskehittämöyritykset, toinen tärkeä kohderyhmä on näiden ulkopuolelle jäävät opiskelijat eli ne, jotka eivät vielä koe yrittäjyyttä vaihtoehtonaan. Pop-upissa opiskelijat testaavat omaa ideoitansa aitojen asiakkaiden kanssa saaden heiltä arvokasta palautetta. Tarkoituksena on, että nuoret miettivät omalle ständilleen yrittäjakeskeistä toimintaa opettajien johdolla tai itsenäisesti. Opiskelijoiden pitää miettiä, mitä yrittäjyys heidän toimialallaan voisi tarkoittaa ja saavat itse

suunnitella ja toteuttaa ständin parhaaksi arvioimallaan tavalla. Popup-päivässä esitellään yrittäjyyden koko kirjo eli näytteilleasettajiksi ovat tervetulleita myös oppilaitosten ulkopuoliset tahot. Popupissa on myös mahdollista saada “teknistä” yritysneuvontaa esimerkiksi yritysmuotojen valintaan tai rahoitukseen liittyen.

Popup yrittäjyyspäivässä opiskelijat saavat omien kokemusten kautta testata erityisesti Sarasvathyn toiminnallisen yrittäjyyden Crazy-Quilt ja Pilot-on-the-Plane periaatetta. Pitää verkostoitua, tehdä kokeiluja ja sitä kautta saada kokemuksia.

Kokemukset päivästä ovat hyvinkin konkreettisia ja pääosin positiivisia. Seuraavaksi muutama esillenostettu kommentti vuoden 2016 tapahtumasta kerätystä palautteesta:

Opiskelijat:

”Opin, että pitkään seisominen korkkareilla sattuu.”

”Opin, että on turha jännittää, koska ihmiset olivat mukavia ja aidosti kiinnostuneita ja ymmärtäviä, vaikka sanat menikin välillä sekaisin. Oli kivaa kun sai jutella ihmisille ja markkinoida yritystä. Mukavaa oli myös kun ihmiset tulivat pöytämme luo juttelemaan ja kyselemään eli periaatteessa kaikki. Asiakaspalvelu. Useammin tällaisia päiviä.”

”Päivässä oli kivaa yhteisöllisyys. Huonoa oli se, että meillä oli huonolla paikalla myyntipaikka”

”Päivä oli pitkä, mutta se oli mukavaa vaihtelua normaaliin koulunkäyntiin. Pop up -päivä voisi tulevaisuudessa olla vaikka kaksipäiväinen, mutta päivät voisi olla lyhyemmät”

”Mukavaa oli kun sai myydä tuotteita ja olla kavereiden kanssa”

”Kauppa ei käynyt tarpeeksi hyvin”

Opettajat:

”Oli mukava nähdä, miten nuoret osasivat ja olivat innoissaan tekemästään työstä. Fiksua käytöstä ja upeaa esiintymistä.”

”Yllättävän” hyviä pitchauksia myyntipuhekilpailussa. Väkeä oli paikalla ja tunnelma oli rento, kuten tapahtumaan sopikin. Hyvä uusi avaus tehty tapahtumana!”

ALL IN Pitch on Satakunnan yrittäjäpalveluyhdistys Enterin, Länsi-Suomen Osuuspankin ja ALL IN -verkoston yhdessä järjestämä yritysideoakilpailu, jossa on neljä sarjaa: ammatillinen toinen aste, korkea-aste, yhteiskunnallisen yrittäjyyden ja avoin sarja. Pitchaus -kisassa haastetaan oma mukavuusalue ja hypätään lavalle pitämään perinteinen hissipuhe ja saadaan siitä tuomariston palaute. Jokainen lavalle nousija on voittaja. Pitchauskilpailu etenee monivaiheisesti: kaikki halukkaat opiskelijatiimit osallistuvat oppilaitoskohtaisiin alkukarsintoihin. Alkukarsinnoista parhaat tiimit etenevät semifinaaliin, joka järjestetään Satakunnan suurimmassa kauppakeskuksessa. Kauppakeskuksessa kunkin sarjan parhaimmat tiimit esittävät ideansa paikalla olevan yleisön edessä. Kaikki pitchaukset videoidaan. Finaaliin pääsijät valitsee raati, johon kuului vuonna 2016 paikallisten yritysten johtoa. Semifinaalin ja finaalin välissä opettajien on mahdollista tsempata opiskelijoitaan sekä tiimien hioa esitystään. Finaaliin valitaan kaksi tiimiä kustakin sarjasta.

ALL IN Pitch on koettu hyväksi tavaksi saada opiskelijoita kokeilemaan oman ideansa ja esityksensä toimivuutta ja tehoa. Parhaimmillaan opiskelija oppii itsestään ja vahvuuksistaan jotain olennaista. Tästä esimerkkinä on Winnovan vuoden opiskelijana palkitun nuoren naisen tarina. Opiskelija sanoi pitchauskilpailusta ja sen aiheuttamasta jännityksestä selvittyään pystyvänsä tulevaisuudessa mihin tahansa. Hänen opettajansa kertoi, että syksyllä kauppakeskuksen lavalla järjestetyn myyntipuhekilpailun jälkeen itsevarmuus paistoi opiskelijan kasvoilla. Silloin tämä nuori nainen ymmärsi oikeasti osaavansa esittää ja kehittää liikeideaansa. Hän oli omaksunut kahden vuoden aikana saamiaan oppeja hiljaisesti sisäistäen. Niiden pohjalta hän uskalsi yrittää. (Meritähti, 2017)

ALL IN Innovaatioleiri, Ideadrill on innovointikonsepti, joka tarjoaa opiskelijoille työkaluja innovointityöskentelyyn. Yritykset tarjoavat haasteina caset, joita opiskelijat leireillä innovoivat. Leirien kesto vaihtelee toimeksiannon mukaan muutaman tunnin kestävästä aina koko vuorokauden mittaisiin. IdeaDrillissä opiskelijat yhdistävät oman innovatiivisuutensa ja toteuttavat tosielämän haasteita tiimeissä. Tiiviillä aikataululla toteutettu IdeaDrill kisa haastaa opiskelijat

yhteistyöhön ja verkostoitumiseen, tämä tukee yrittäjämäistä ajattelua ja avaa näkökulman, että kaikkea ei tarvitse osata tai tehdä itse!

Kesäpajat olivat kokeilu, jolla annettiin toisen asteen opiskelijoille mahdollisuus tekemiseen ja oppimiseen kesäjakson aikana. Opiskelijat ylläpitivät kesäkahvilaa yrittäjämäisesti opettajien ohjauksella kahden viikon ajan. Tämä oli heittäytymistä niin ohjaavien koutsien kuin opiskelijoiden toimesta. Kokemukset olivat ilahduttavia. Opiskelijoiden palautteesta välittyä saatu oppi:

”Kaikki pienetkin asiat pitää huomioida ja mieltä tarkasti”

”Opin yrittäjyydestä, että markkinointi on todella tärkeää ja mitään ei tapahdu itsestään, paljon täytyy töitä tehdä”

Intentiokyselyt seulovat opiskelijat mentoreiden haaviin

Intentiokyselyllä tarkoitetaan tässä kyselyä erityisesti yrityskiihdyttämön suhteen, ei niinkään yrittämisen suhteen. Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa opiskelijoiden halukkuutta pohtia yrittämistä yhtenä vaihtoehtona. Kysely on erityisesti mentoreiden apuväline, jotta saataisiin kontakti myös hiljaisempiin yksilöihin, jotka eivät välttämättä avaudu yrittäjähaaveistaan tai ideoistaan oppitunneilla. Tämä on samalla hyvä täydentävä tapa löytää opiskelijoita mentorointiprosessiin. Kyselyyn osallistuminen on vapaaehtoista ja opiskelija saa itse päättää haluaako oppilaitoksen mentorin ottavan yhteyttä opiskelijaan ja tarjoavan mentorointimahdollisuutta.

Mentorointi opiskelijoiden yrittäjyyspolun vahvistajana

Edellä esitellyt toimintatavat tähtäävät yrityskiihdyttämön tärkeimpään toimintamuotoon eli opiskelijan mentorointiin. Tavoitteena on, että toimenpiteillä oppilaitokset tunnistaisivat mentoreiden avulla ne opiskelijat, joita yrittäjyys ja yrittäjämäinen toimintatapa kiinnostaa. Mentorin avulla opiskelijalla on mahdollisuus syventyä pohtimaan yrittäjyyttä ja edesauttaa yritysideojensa kehittämistä kohti yritystoiminnan käynnistämistä ja samalla saada opintosuoritteita toiminnastaan. Mentorin on Satakunnan yhteisen yrityskiihdyttämön sekä oman oppilaitoksensa edustaja. Mentorilla tarkoitetaan tässä yhteydessä opettajaa tai muuta vastaavaa henkilöä, joka on toiminut yrittäjyyden ja yrittäjyyskoulutuksen parissa vuosia. Mentorin toimenkuva ALL IN

-yrityskiihdyttämössä on olla opiskelijan ajatusten haastaja. Mentori löytyy läheltä, on luotettava ja helposti saavutettava. Oikea-aikainen opiskelijan aitoon innostukseen perustuva mentorointisessio on mitä parhain tapa saada opiskelija huomaamaan, että hänen yrittäjyysajatuksillaan on merkitystä ja niistä ollaan aidosti kiinnostuneita. Tämä voimaannuttaa opiskelijaa entisestään.

Mentorien rooli joustaa koulutusasteen mukaisesti. Lisäksi on olemassa toimialakohtaisia ja lainsäädännöllisiä eroja yrityksen perustamisessa. Ammatilliselle toiselle asteelle on ALL IN -kiihdyttämön kautta syntynyt perinteisten yrittäjyysopintojen rinnalle vaihtoehtoisia mentorivetoisia toteutustapoja.

Parimentorointia on toteutettu ALL IN -yrityskiihdyttämössä siten, että ammattikorkeakoulun mentori on saanut osallistua toisen ammatillisen opiskelijayrittäjän mentorointiprosessiin. SAMKin mentori on ollut toisen asteen koutsin tukena. Mentoroinnin keskeisiä tunnusmerkkejä mentorointia aloitettaessa on epävarmuus ja keskeneräisyys. Mentoritoiminnan tarkoituksena ei ole valmiiden vastausten antaminen vaan pikemmin oikeiden kysymysten esittäminen. Kukaan ei voi tulla mentorina ”valmiiksi”. Uuden mentorin epävarmuuden sietokykyä vahvistaa kokeneemman vastinparin läsnäolo. Toisaalta tämä näyttäytyy opiskelijalle voimaannuttavana asiana, hänellä on kaksi asiantuntijaa yhden sijaan. Parimentoroinnissa on voitu myös kokemusperäisesti siirtää SAMKin yrityskiihdyttämön menetelmiä uusille yhteisen yrityskiihdyttämön koutseille.

Tässä luvussa esitellyt Satakunnan ALL IN -yrityskiihdyttämön keskeiset toimintatavat ja niiden taustalla olevat toiminnallisen yrittäjyyden periaatteet on kerätty Taulukkoon 1.

Taulukko 1. ALL IN -yrityskiihdyttämön toimintatavat.

Työkalu/järjestävä taho	Kohderyhmät	Sisältö/Toiminnallisen yrittäjyyden periaatteet	Oppimistavoitteet	Teemat/taustat
ALL IN Jitsi/ Kukin oppilaitos vuorollaan, kiertävä järjestelyvastuu	Opiskelijat ja opettajat	Yrittäjätarinat/ Bird-in-hand Crazy quill Pilot on the plane	For entrepreneurship About entrepreneurship	Kiinnostuksen herättäminen Yrittäjyyden demystifointi Tietoa yrittäjyydestä
ALL IN Pop Up -yrittäjyyspäivä/ Kaikki oppilaitokset yhdessä	Opiskelijat, mentoropettajat ohjaajina	Yhteinen tekeminen/ Bird-in-hand Crazy quill Lemonade Principle Pilot on the plane	For entrepreneurship Through entrepreneurship About entrepreneurship	Yrittäjyyteen liittyvien asioiden pohdittelu ja tehtävien tekeminen Tekemällä oppiminen Käytännön työtehtävät, esimerkiksi luvut Tiimityöskentely
ALL IN Pitch/ Alkukarsinta oppilaitoskohtaisesti, yhteinen loppukilpailu, jossa eri sarjoja	Opiskelijat, Huo! Mikäs tässä on opettajien rooli? yrittäjästä ja yrittäjyyskehittäjästä koostuva raati arvioi yritysideoita	Ideoiden tuottaminen ja testaaminen/ Crazy quill Lemonade Principle Pilot on the plane	For entrepreneurship Through entrepreneurship	Yrittämiseen liittyvä ideointi ja vaikuttavan esiintymisen harjoittelu, oman pystyvyyden rakentaminen ja vahvistaminen
IdeaDrill/ Pääosin oppilaitoskohtaisesti, tulevaisuudessa tavoitteena tehdä myös yhteisiä IdeaDrillejä	Opiskelijat, yritykset ja muut ulkopuoliset toimeksiantajat	Toimeksiannot yrityksiltä ja muilta organisaatioita/ Crazy quill Lemonade Principle Pilot on the plane	Through entrepreneurship For entrepreneurship?	Tiimityöskentely, omien vahvuuksien hyödyntäminen, ideointivalmiuden vahvistaminen, yritys yhteistyö
Intentokysely/ Kukin oppilaitos omille opiskelijoilleen nettikyselyn, sisältö pääosin sama	Opiskelijat	Tunnistaa kiinnostus yrittäjyyteen/ Bird-in-hand	For entrepreneurship	Yrittäjyyden pohdinnan omakohtaistaminen
Mentorointi/ Oppilaitosten omat mentoropettajat, mutta parimentorointi myös yli koulutusala- ja organisaatioarajojen	Opiskelijat	Oman yritysideoita kehittäminen, yritystoiminnan tukeminen / Affordable loss, (sulkuihin 1 sanalla suomeksi)? Crazy quill Pilot on the plane Lemonade Principle	For entrepreneurship Pitäisikö tässä olla myös seur?? Through entrepreneurship About entrepreneurship	Yrityksen perustamiseen liittyvät toimenpiteet, psyykinen valmennus minäpystyvyyden vahvistaminen,
Kesäpäivä/ WinNovo	Opiskelijat 2.aste; tässä opettajan rooli?	Oma tekeminen/ Pilot on the plane Lemonade Principle	For entrepreneurship About entrepreneurship Through entrepreneurship	Tekemällä oppiminen

12.4 Onnistumiset ja haasteet

ALL IN -yrityskiihdyttämön jalkautumisessa on ollut myös haasteita ja asiat eivät ole edenneet joka organisaatiossa yhtäläisesti. Yksi syy tähän on ollut se, että organisaatiot olivat yhteistyön käynnistyessä yrittäjyyskasvatuksessa eri tilanteissa: toisissa oppilaitoksissa oli toteutettu enemmän asioita yrittäjyyskasvatuksen saralla kuin toisissa.

Yhteisen yrityskiihdyttämön rakentamiseen on vaikuttanut suuresti oppilaitosten yhteinen tahtotila tasalaatuisen yrittäjyysopetuksen saamisesta toisen ja korkeasteen oppilaitoksiin. Työtä oli tehty jo ennen yhteisen yrityskiihdyttämön perustamista oppilaitosten johdon tasolla. Tämä on aikaansaanut johdon sitoutumisen ja resurssien jakamisen eri toimijoille. Ilman ulkopuolista ESR-rahoitusta toimintatapojen yhtenäistämistä ei kuitenkaan olisi päästy yhdessä toteuttamaan sekä luomaan uusia työmuotoja.

ALL IN -yrityskiihdyttämön suurimmat onnistumiset ovat sen käyntiin saaminen onnistuneen mentoriverkoston rakentamisen ja aktiivisen yhteistyön kautta, SAMKIn yrityskiihdyttämömallin siirto verkostoon. Tärkeimpiä elementtejä

mallissa on yrittäjyystapahtumat, toimialariippumattomat yrittäjyysopinnot ja mentorointiprosessi.

Suurimpina haasteina yhteisessä yrityskehittämössä ovat olleet henkilöresurssin riittävyys, sitoutuminen yhteisiin toimintatapoihin (yhteinen malli vai sooloilua?), epävarmuus mentorien omakohtaisista kyvyistä ja mentoroinnin konkreettisesta toteutuksesta.

Laajempi kuva onnistumisista ja haasteista on kuvattu Taulukossa 2. SWOT-analyysi on koostettu kevään 2017 mentorihaastattelujen perusteella. Taulukon kannanotot ovat suoria lainauksia haastatteluista.

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
<ul style="list-style-type: none"> -hyvä motivoitunut porukka -hyvä tekemisen meininki -vertaistuki, inspiroivia ideoita, uusia ajatuksia, paljon erilaista asiantuntemusta -innostavat yhteistapaamiset, toiminta aktiivista ja osallistavaa -on monia tapoja opiskella yrittäjyyttä. On sytyttänyt myös halun nähdä, mitä yrittäjyys on eri aloilla. 	<ul style="list-style-type: none"> -osallistuvien kesken ollut havaittavissa kilpailuasetelma, mikä ei välttämättä ole ollut hankkeen tavoitteiden kannalta edullista. Jakautuminen talokohtaisiin ryhmiin -omalla oppilaitospaikkakunnalla vain yksi yrityskehittämössä mukana oleva työntekijä. - omalta mukavuusalueelta poismeneminen, resurssien vähyyys
UHAT	MAHDOLLISUUDET
<ul style="list-style-type: none"> -organisaation johto näyttää ymmärtävän yrittäjyys-teeman tärkeyden, mutta näkemys ei konkretisoidu arkipäivän toiminnassa. vrt. resurssikeskustelu: kuka tekee ja millä työajalla -opetushenkilökuntaa tarvitaan muitakin kuin mentorit, jotta saadaan yrittäjyyttä eteenpäin ja pystytään informoimaan mentorointimahdollisuudesta niin opettajia kuin oppilaita (ja vanhempia) 	<ul style="list-style-type: none"> - tuonut omaan työhön uusia näkökulmia yrittäjyydestä, joita voi soveltaa omassa opetuksessa. - parimentorointi -yrittäjyyttä on päästy ”opettamaan” myös uusilla toimintatavoilla eli ei pelkästään NY-mallin mukaisesti. - yhteisopettajuus

- mentoreiden epätasapainoinen kuormitus, tapaamisaikojen hankala saatavuus, osan porukan pienempi sitoutuminen hankkeeseen, oma-aloitteisuus ja vastuunotto toisilla vähäisempää	
---	--

Taulukko 2. ALL IN -yrityskiihdyttämön SWOT.

12.5 Toiminnan kehittäminen – tulevaisuuspohdintaa

Nuorten kiinnostus yrittäjyyttä kohtaan on nousussa. Nuoret tiedostavat, että nykymaailma ei tarjoa heille samanlaisia mahdollisuuksia kuin heidän vanhemmillaan on ollut. Nuoret ovat lisäksi aiempaa enemmän tottuneita ottamaan kilpailun itsestäänselvyytenä. Yrittämisessä nähdään vapaus tehdä omia juttuja sekä mahdollisuus saada aikaan merkityksellisiä asioita. ALL IN -toiminnan ydintehtävä on aktivoida nuoria yrittäjämäiseen toimintatapaan ja näkemään yrittäjyyden yhtenä uravaihtoehtona.

Yhteinen ALL IN toimintatapa on luonut Satakunnassa hyvän pohjan yrittäjyyskoulutuksen kulttuurin jatkokehittämiselle. Verkoston toimijoilla on nyt yhteiset toimintatavat ja useita menetelmiä yrittäjyyden kehittämiseen oppilaitoksissa. Seuraavassa vaiheessa luodulle pohjalle voidaan rakentaa lisää sisältöjä.

Tulevaisuuden taidoista on tehty useita erilaisia kyselytutkimuksia. Vastauksissa kärkipäähän nousevat muun muassa erilaiset muutokkyvykkyudet, kommunikaatiotaidot sekä luonnollisesti niin sanotut digitaidot. Näiden lisäksi yksi termi, joka nousee osaamispuhdoinnossa ja erilaisissa asiantuntija-artikkeleissa esiin niputtaen useita käsitteitä samalla yhteen, on ”itsensä johtaminen”. Yksi suunniteltu kehityslinja on itsensä johtamisen lisääminen yrittäjyyskasvatuksen sisältöihin tavoitteena vahvistaa nuorten itsetuntemusta. Koska toiminnan kohderyhmänä on eri opintoasteiden opiskelijoita alkaen toisen asteen nuorista, korostuu tässä kehitystyössä monimutkaisten asioiden yksinkertaistaminen ja popularisointi, elämyksellisyys ja esitystavan muokkaaminen nuoria kiinnostavaan muotoon. Ensimmäisiä uusia sisältöjä on kokeiltu

ammattikorkeakouluopiskelijoiden kanssa, ja näistä saatu palaute on ollut rohkaiseva.

Lähdeluettelo

- Hytti, U., Heinonen, J. ja Tiikkala, A. (2011), Yrittäjäyyskasvatuksen erilaiset tulkinnat. Teoksessa J. Heinonen, U. Hytti ja A. Tiikkala (toim.), *Yrittäjämäinen oppiminen: tavoitteita, toimintaa ja tuloksia*. Turun yliopisto.
- Hytti, Ulla and Nieminen, Lenita (2013) Enacted experiences: analysing drama in entrepreneurial training, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 14(2), 117–127.
- Hägg, O. (2011), *Yrittäjyysvalmennus ja yrittäjäidentiteetti*, Acta Universitatis Tampereensis; 1618, Tampere University Press, Tampere.
- Järvi, Taina (2013), “Yrittäjyyden oppiminen ammatillisella toisella asteella”, akateeminen väitöskirja, Lapin yliopiston kasvatustieteiden tiedekunta. Lapin yliopistokustannus, Rovaniemi.
- Marjanen, P & Nieminen, L (2017), ryhmäkeskustelut 25.4. - 9.5.2017 ALL IN - hanketoimijoiden kesken
- Meritähti, P. Vuoden opiskelija karisti ujoutensa amiksessa: "Tällaista kasvutarinaa ei opettaja pääse usein todistamaan". Haettu osoitteesta: <https://yle.fi/uutiset/3-9646037>
- Perheyriytysten-liitto (2017) *Suomi 100 -nuorisotutkimuksen raportti* (pdf), toim. Juho Rahkonen, Taloustutkimus.
- Taloudellinen tiedotustoimisto (2016), *Kansan arvot – tutkimus*. Haettu osoitteesta: <https://www.tat.fi/wp-content/uploads/2016/12/Kansan-arvot-2016-tutkimustiiivistelma.pdf>
- Rae, David (2010), Universities and enterprise education: responding to the challenges of the new era, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 591–606.
- Read, S., Sarasvathy, S., Dew, N., Wiltbank, R., Ohlsson, A. (2011) *Effectual Entrepreneurship*. Routledge: Taylor & Francis Group.
- Sarasvathy, S. D. (2008) *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Shane, S. (2003) *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Suomi 100 –nuorisotutkimuksen raportti, toim. Juho Rahkonen, Taloustutkimus Oy

13 Oppilaitos yritys yhteistyön haasteita ja mahdollisuuksia – SHAKE innovaatiokokeilujen uusi malli

Maisa Kantanen

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

Abstrakti

Tässä artikkelissa esitellään casekuvauksena oppilaitos-yritys yhteistyön haasteita ja mahdollisuuksia, joita olemme kartoittaneet SHAKE innovaatiokokeilujen uusi malli -hankkeessa. Oppilaitosten ja yritysten välinen yhteistyö on molemmille osapuolille merkittävä asia ja sitä korostetaan niin Opetus- ja kulttuuriministeriön tänä vuonna julkaistuissa Yrittäjyyskasvatuksen linjauksissa kuin alueellisissa yrittäjyyskasvatuksen strategioissa ja Euroopan unionin ohjelmissa ja tavoitteissa.

SHAKE innovaatiokokeilujen uusi malli -hanke toteutti syksyllä 2016 kyselyn, johon vastasi 83 yrittäjää. Tässä artikkelissa pureudutaan näiden yrittäjien antamiin vastauksiin. Toisena aineistolähteenä toimii hankkeessa helmikuussa 2017 järjestetty Innosession työskentelyn puretut tulokset.

Yritysten edustajat suhtautuvat oppilaitosyhteistyöhön kriittisemmin kuin opettajat, opiskelijat tai yritysten työntekijät. Oppilaitosyhteistyö nähdään yritystoimintaa hyödyttävänä, mutta yrittäjät kokevat, ettei yhteistyö ole riittävää. Yrittäjien mielestä oppilaitokset eivät hyödynnä riittävästi heiltä saatua palautusta ja että yrityksillä ei ole riittävästi mahdollisuuksia vaikuttaa oppilaitosten kehittämiseen.

Haasteet korostuivat erityisesti yhteistyössä ja vuorovaikutuksessa oppilaitosten ja yritysten välillä. Yritysten edustajat kokivat, ettei yhteisiä tapaamisia ole riittävästi ja yhteiselle alustalle tai foorumille nähtiin tarvetta. Tiedonkulkua oppilaitoksilta yrityksille ei koettu tehokkaaksi ja henkilökohtaisten kontaktien puute nähtiin merkittäväksi haasteeksi yhteistyön kehittämisen osalta. Edellytykset innovaatiotyölle ovat kuitenkin melko hyvät. Oppilaitoksilta yrittäjät toivoivat opiskelijoiden valmentamista perustaitoihin ennen harjoitteluihin tai työssäoppimiseen lähtemistä, jotta työskentely yrityksissä olisi mahdollisimman sujuvaa.

Lähtökohdat oppilaitosten ja yritysten väliselle yhteistyölle ovat hyvät Etelä-Savossa. Vuorovaikutuksen puutteisiin voisi ratkaisua etsiä jäsennellyistä yhteydenpidon muodoista ja yhteisistä foorumeista, joissa yrittäjät ja oppilaitosten edustajat voisivat luoda myös henkilökohtaisia verkostoja. Erilaisten yrittäjäjärjestöjen roolia oppilaitos-yritysyhteistyön edistämässä voisi kehittää edelleen. Oppilaitosten tulisi myös huomioida, ettei mitään ryhmää, kuten uusia yrittäjiä tai mikroyrityksiä jätettäisi yhteistyömallien ulkopuolelle, vaan myös heidät pyrittäisiin saamaan osallistumaan aktiivisesti yhteistyöhön. Jatkokehittämisen mahdollisuuksia teemassa on runsaasti sekä kehittämishanke että –tutkimuspuolella.

Keywords: oppilaitosyhteistyö, työelämäyhteistyö, yrittäjyyskasvatus

13.1 Johdanto

Tässä artikkelissa esitellään Etelä-Savolaisten yrittäjien ajatuksia yhteistyöstä oppilaitosten kanssa ja siinä ilmenneitä haasteita ja mahdollisuuksia. Syksyllä 2016 SHAKE innovaatiokokeilujen uusi malli -hankkeessa toteutetun kyselyn mukaan yritysten edustajien suhtautuminen oppilaitos-yritysyhteistyöhön oli kriittisempää kuin alueen opettajilla tai opiskelijoilla. Oppilaitoksilla tässä tarkoitetaan erityisesti ammatillisen toisen asteen ja korkea-asteen oppilaitoksia.

Oppilaitosten ja yritysten välinen yhteistyö koetaan merkitykselliseksi ja tärkeäksi asiaksi kaikkialla ja se korostuu myös Opetus- ja kulttuuriministeriön uusissa Yrittäjyyskasvatuksen linjauksissa. Myös oppilaitosten ja alueiden omat strategiat pohjaavat vahvasti tähän periaatteeseen. Käytännön toiminnassa haasteita tulee kuitenkin ilmi säännöllisen epäsäännöllisesti. Tässä artikkelissa on tarkoitus esitellä yritys-elämän edustajien esiin tuomia haasteita ja mahdollisuuksia yhteistyön kehittämiseen.

SHAKE innovaatiokokeilujen uusi malli -hanke toteutti syksyllä 2016 alueen innovaatioympäristön piirteistä kyselyn, johon vastasi 112 yritys-elämän edustajaa, joista 83 oli yrittäjää. Vastajat olivat Etelä-Savon alueelta, pääasiassa Mikkelin seudulta. Kyselyyn vastasi myös Mikkelin ammattikorkeakoulusta (nykyään osa Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulua eli Xamk) 31 opettajaa ja 293 oppilasta sekä Etelä-Savon ammattiopistosta Esedusta 57 opettajaa ja 74 oppilasta. Kyselyn

toteutti Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti, joka on yksi hankkeen osatoteuttajista, ja siellä tutkijana toimiva Manu Rantanen. Tässä artikkelissa keskitytään alkukartoituksen osalta vain yrittäjien antamiin vastauksiin.

Alkukartoituksen tuloksia purettiin ja käsiteltiin projektitiimissä vuoden 2016 loppupuolella ja vuoden 2017 alussa. Tämän työn perusteella SHAKE-hankkeessa järjestettiin helmikuussa 2017 Innosessio, jossa hahmoteltiin ihanteellista oppilaitos-yritysyhteistyötä alkukartoituksen tuloksien pohjalta. Myös tässä työpajassa esiin tulleita ajatuksia käsitellään tässä artikkelissa.

Yritysten edustajat suhtautuivat kyselyssä oppilaitosyhteistyöhön kriittisemmin kuin opettajat tai opiskelijat. Ehdoton enemmistö yrityksistä koki yhteistyön paikallisten oppilaitosten kanssa hyödyttävän yritystoimintaansa. Kuitenkin erityisesti yrittäjät kokivat, ettei yhteistyö oppilaitosten kanssa ole riittävää ja ettei paikallisessa opetuksessa ole riittävästi työelämäyhteyksiä. Yritysten edustajat myös kokivat, etteivät paikalliset oppilaitokset hyödynnä riittävästi työelämästä saatua palautetta opetuksessaan. Yritykset myös kokivat, että heidän tulisi pystyä nykyistä enemmän vaikuttamaan oppilaitosten kehittämiseen. Oppilaitosten kannalta on merkityksellistä avata asiaa enemmän ja pohtia sitä, miksi yritysten suhtautuminen on kriittisempää kuin oppilaitosten edustajien.

13.2 Oppilaitos-yritysyhteistyö osana yrittäjyyskasvatusta ja innovaatiotoimintaa

Oppilaitos-yritysyhteistyöllä tarkoitetaan nimensä mukaisesti oppilaitosten ja yritysten välistä yhteistyötä. Oppilaitosten näkökulmasta puhutaan myös työelämäyhteistyöstä ja yritysten näkökulmasta oppilaitosyhteistyöstä. Oppilaitos-yritysyhteistyön yleisimmät muodot ovat opiskelijoiden työharjoittelut ja työssäoppimisjaksot, opinnäytetyöt, opettajien työelämäyhteydet, yrityksille tehtävät projektit sekä molemminpuoliset vierailut. Termit ja yhteistyön muodot ovat hieman erilaisia ammattikorkeakoulussa ja toisen asteen ammatillisissa oppilaitoksissa, mutta peruseriaatteita voidaan pitää melko samoina. Kaiken yhteistyön tulisi edistää opiskelijoiden valmistumisen jälkeistä työllistymistä ja hyödyttää myös työelämää (Marttila, Kautonen, Niemonen & von Bell, 2004, 21).

Opetus- ja kulttuuriministeriö julkaisi tänä vuonna uudet koulutuksen yrittäjyyslinjaukset (OPM 2017a). Jo edellisissä yrittäjyyslinjauksissa määriteltiin

yrittäjyyskasvatuksen käsitteen pitävän sisällään sekä aktiivisen ja oma-aloitteisen yksilön, yrittäjämäisen oppimisympäristön, koulutuksen ja yrittäjyyttä tukevan toimintaverkoston yhteistyön, että yhteiskunnan aktiivisen ja yrittäjämäistä toimintaa tukevan politiikan. Yrittäjyyskasvatuksen tehtävä on tukea yrittäjyyden kehittymistä toimintatavaksi, jossa asenne, tahto ja halu toimia yhdistyvät tietoihin ja korkeaan osaamiseen. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2009.) Uusissa yrittäjyyslinjauksissa yrittäjyys ja yrittäjämäisyyden määriteltiin sisältävän luovuuden, innovaatiokyvyn, riskienhallinnan ja vastuullisuuden sekä kyvyn suunnitella, asettaa tavoitteita ja johtaa toimintaa tavoitteiden saavuttamiseksi (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2017a).

Yrittäjyyslinjausten tavoitteena on suunnata, ohjata ja kehittää yrittäjyyden edistämisen ja yrittäjyyskasvatuksen toimenpiteitä eri kouluasteilla, myös ammatillisella toisella asteella ja korkea-asteella. Linjaukset jakaantuvat neljään tasoon. Strateginen taso ja johtaminen kohdasta löytyy Yritys- ja työelämäyhteistyön kuvaus, jossa korostetaan muun muassa oppilaitoksen pitkäaikaisia yrittäjyyskumppanuuksia. Arvioitavia kysymyksiä ovat tehdäänkö yhteistyötä yritysten kanssa ja yrittäjyyttä tukevien organisaatioiden kanssa sekä tämän yhteistyön säännöllisyys ja tavoitteellisuus. Myös yhteisprojektit ja yhteistutkimus nostetaan vahvasti esille. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2017b.)

Yhteistyö mainitaan myös kolmannessa kohdassa Yrittäjyyttä tukeva koulutus, jossa annetaan laajasti apukysymyksiä koulun tai oppilaitoksen nykytilanteen selventämiseen yhteistyön osalta, mm. ”Minkälaista yritysyritys yhteistyötä tehdään? ja Miten oppijat ovat mukana yhteistyön suunnittelussa ja toteutuksessa?” Erityisesti esiin nostetaan yritysten kanssa vuosittain tehtävät yhteistyöprojektit. ”Minkälaisia projekteja tehdään? Ovatko ne lyhyitä vai pitkiä? Kuinka monta projektia tehtiin viime vuonna? Liittyvätkö projektit yhteen vai useampaan oppiaineeseen? Mikä oppijoiden rooli oli suunnitteluvaiheessa? Entä toteutuksessa? Tehdäänkö tutkimusyhteistyötä? Entä tutkimusprojekteja?”. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2017b.)

Etelä-Savossa on tehty alueellinen yrittäjyyskasvatusstrategia vuonna 2014. Siinä yhteistyö tulee vahvasti esille koko strategiaa kannatteleva voimana, mutta itse strategiassa sille ei anneta tarkempia ohjeita tai määreitä. Yrittäjien toiveita oppilaitoksille on kuitenkin kirjattu myös tähän dokumenttiin ja esille nousee selkeämpi kommunikointi opiskelijaprojektien mahdollisuuksista, osaamisesta ja

harjoitustöistä. Yrittäjät pitävät strategiadokumentin mukaan oleellisena opiskelijoiden ja vastavalmistuneiden työelämätaitoja, motivaatiota työtä kohtaan ja realistista kuvaa työelämästä. (Kimmoke, 2014, 15.)

SHAKE innovaatiokokeilujen uusi malli hanke pyrkii osaltaan toteuttamaan alueen yrittäjyyskasvatusstrategian mukaisia toimenpiteitä. Hankkeessa tavoitteena on toteuttaa erilaisia kokeiluja elinkeinoelämän kanssa oppilaitosrajat ylittäen. Elinkeinoelämä–tai yritys-elämä, mitä termiä nyt halutaankin käyttää–on yksi taho, jonka tarpeista nousevia kokeiluja toteutetaan. Hanke saa rahoitusta ESR-ohjelman neljännestä toimintalinjasta ”Koulutus, ammattitaito ja elinikäinen oppiminen” ja sieltä erityistavoitteen ”Kasvu- ja rakennemuutosalojen koulutuksen tarjonnan ja laadun parantaminen”. Kuvauksen mukaisesti tämän erityistavoitteen toimenpiteillä myös vahvistetaan oppilaitosten, korkeakoulujen ja työelämän yhteistyötä (Koulutus, ammattitaito ja elinikäinen oppiminen, 2014).

Alueen oppilaitokset ovat osa yritysten innovaatioympäristöä ja oppilaitos-yritysyhteistyöllä on myös innovaatio toiminnassa merkittävä rooli. Yleisesti yrityksen toimintaympäristöä voidaan innovaatio toiminnan kannalta nimittää innovaatioympäristöksi. Jokaisella yrityksellä on oma innovaatioympäristönsä, joka voi tuottaa paineita ja tarjota kannustimia innovaatio toimintaan, mutta toimia myös yrityksen ulkopuolisten resurssien lähteenä. (Marttila ym., 2004, 9.)

Innovaation määritelmiä on monia ja Rehnin (2017) mukaan innovaation merkitys terminä laskee, kun kaikesta uudesta puhutaan innovaationa. Tässä artikkelissa määrittelen innovaation Bergin (2013) näkemyksen mukaan, jolloin pelkkä keksintö, idea tai uutuselementti itsessään ei riitä innovaatioksi, vaan tarvitaan myös jonkinlainen prosessi, kuten liiketoimintamalli, sen hyödyntämiseen. Tällöin prosessin lopputuloksena on innovaatio.

Kokeilukulttuuri on toinen tämän hetken muotisana innovaatio toiminnan yhteydessä. Vehviläisen (2017) mukaan kokeiluilla tavoitellaan innovatiivisia ratkaisuja, parannetaan palveluita, edistetään omatoimisuutta ja yrittäjyyttä sekä vahvistetaan alueellista ja paikallista päätöksentekoa ja yhteistyötä kansalaislähtöisiä toimintatapoja hyödyntäen. Innovaatiokokeilu on SHAKE-hankkeessa käytetty termi, jossa yhdistyvät innovaatiot ja kokeilu. Innovaatiokokeilut ovat näin mitä tahansa toimintaa, joka muuttaa olennaisesti opetusmenetelmiä tai -muotoja toivotun lopputuloksen suuntaan.

Innovaatiokokeilut voivat muuttaa esimerkiksi opettajien ja opiskelijoiden työtapoja, ja niiden myötä tulevat muutokset parantavat oppimisen tuloksia ja tavoitteiden saavuttamista.

Vaikka oppilaitosten ja yritysten välinen yhteistyö korostuu nyt erilaisissa linjauksissa ja sitä pidetään edellytyksenä alueen innovaatiopolitiikan kehittymiselle, aiheena yhteistyö ei ole mitenkään uusi. Ristimäki (2000; 2002; 2004) on tehnyt aiheesta tutkimusta jo edellisen vuosituhanen puolella ja selvittänyt koulun ja yritys-elämän yhteistyötä yrittäjyyskasvatuksen toimintamuotona. Hänen mukaansa oppilaitos-yritysyhteistyön kehittäminen yrittäjyyskasvatuksen perspektiivistä on oma erityisalueensa. Yrityksien kautta tehtävän yhteistyön kautta oppilas saa mahdollisuuden nähdä käytännön työssä, millä tavalla yrittäjyys ilmenee työelämässä. (Ristimäki, 2002, 24.)

Yrittäjyyskasvatuksen kentässä on keskusteltu jo vuosia siitä, miten yrittäjyyttä opetetaan ja opitaan. Gibbin (2005) ja Fayollen (2007) mukaan yrittäjyyskasvatuksen paradigma tulee kääntää yrittäjyyden opettamisen sijaan yrittäjyyden oppimiseen, jolloin sisällön lisäksi myös prosessi nousee suurempaan merkitykseen. Yleisesti hyväksytty käsitys on, että yrittäjyyteen oppiminen tapahtuu paremmin tekemällä kuin kuuntelemalla. Käytännönläheinen, tekemällä ja harjoitteilla oppiminen sekä tiimityöskentely ovat parhaita yrittäjyyteen oppimisen menetelmiä (Fayolle ja Gailly 2008; Gibb 2005) ja näitä menetelmiä voidaan erinomaisesti hyödyntää oppilaitos-yritysyhteistyössä. Ristimäki toistaakin (2004; 2002; 2000), että yrittäjyyskasvatus on enemmän metodi kuin sisältö.

Oppilaitosyhteistyö ei kuulu varsinaisesti yrityksen tehtävään, vaan yrityksen tehtävä on tehdä tulosta ja toimia kannattavasti. Oppilaitoksen tehtävänä voidaan pitää oppilaiden opettamista ja kasvattamista työelämään. Yrittäjyyskasvatuksen ja oppilaitoksen yritysyhteistyön yhteydessä tulisi miettiä, miten oppilasta autetaan yrittäjyyskasvatuksen alueella yrittäjämäiseen toimintaan, luodaan mahdollisuuksia tutustua yrittäjyyteen toimintana, ammattina ja identifioitumisen kohteena sekä annetaan käsitys yrittäjyyden luomista mahdollisuuksista. Yhteistoiminnan käynnistyessä tulee miettiä, miten yritystä autetaan, jotta yrityksen ja yrittäjyyskasvatuksen tavoitteet voivat toteutua. (Ristimäki, 2002, 24–25.) On hyvä kuitenkin huomioida, että oppilaitos-yritysyhteistyö ei voi olla

pikavoittojen tavoittelua, vaan hyödyt näkyvät useimmiten vasta keskipitkällä aikavälillä (Marttila ym., 2004, 25).

Yrityksen kokemat yhteistyön hyödyt jaettiin Ristimäen (2002, 28–29) tutkimuksessa viiteen eri kategoriaan:

- toiminta rekrytointimarkkinoilla, kuten yrityksen esittely ja tulevan työntekijäkunnan asenteisiin vaikuttaminen:
- liiketoiminta epäsuorasti, kuten yrityksen imago ja markkinointi
- liiketoiminta suorasti, oppilaitos asiakkaana
- toiminnallinen apu, kuten projektit
- koulutuksellinen ulottuvuus, kuten henkilökunnan oppiminen

Koululle yritys yhteistyön hyödyt samaisessa Ristimäen (2002, 29) tutkimuksessa jaoteltiin seuraavasti:

- myönteinen julkisuus
- lisäresurssi
- opettajien jatkokoulutuksen foorumi
- kouluorganisaation kehittäminen
- kanava uuden tiedon lähteille
- mahdollisuus oppiaineiden integroinnille

Työelämä saa koulutuksen vastaamaan ajankohtaisiin aiheisiin. Tutkimuksen, opetuksen ja työelämän kiinteiden yhteyksien kautta oppilaitokset voivat sekä kehittyä itse, että hyödyttää työelämää ja toimintaympäristöään käsittelemällä ajankohtaisia kysymyksiä ja kehittämällä ammattikäytäntöjä (Marttila ym., 2004, 22–23). Korhonen (2000, 83) listasi omassa lisensiaattitutkimuksessaan ammattikorkeakoulujen edustajien kokemia tärkeimpiä työelämäyhteyksiä hyötyjä. Nämä olivat 1) työelämän käytäntöön tutustuminen ja ajan tasalla pysyminen, 2) ideoiden ja hyödyn välittyminen opetukseen, 3) vaihtelu, kommunikaatio ja sosiaalinen vuorovaikutus, 4) opetuksen sisällön oikeellisuuden varmistaminen, 5) oman osaamisen soveltaminen käytännön työhön, 6) yhteistyö ja hyöty sekä ammattikorkeakoululle että työelämälle ja 7) hyöty opiskelijoille.

13.3 Toteutus: Aineiston esittely

Tämän paperin aineisto perustuu kahteen eri aineistolähteeseen. Ensimmäinen niistä on SHAKE innovaatiokokeilujen uusi malli -hankkeen alkukartoitus, joka toteutettiin syksyllä 2016 e-kyselynä. Helsingin yliopiston Ruralia-insituutin Manu Rantasella oli päävastuu kyselyn toteutuksesta ja tulosten analysoinnista. Koko projektitiimi on kuitenkin osallistunut kysymysten asetteluun ja valintaan sekä käsitellyt tuloksia. Itse toimin kyseisessä hankkeessa projektipäällikkönä, joten olen ollut prosessissa mukana alusta asti.

Kyselyssä haluttiin kartoittaa alueen innovaatioympäristön piirteitä ja ymmärtää paremmin siinä esiintyviä opetuksen, oppimisen ja yrittäjyyden keskinäisiä suhteita. Kyselyn tavoitteena oli vastata kysymykseen: Mitkä tekijät edesauttavat tai estävät opettajien, opetuksen tukihenkilöiden, opiskelijoiden ja yrittäjien sekä yritysten työntekijöiden yhteistä toimintaa kestävän koulutuksen hyväksi ja kuinka tämän yhteistyön kehittymistä voitaisiin parhaiten tukea?

Kysely kohdennettiin muokattuna kolmelle eri kohdejoukolle: opettajille ja opetuksen kehittäjille, opiskelijoille sekä yrityselämän edustajille. Näistä kohdejoukoista tässä artikkelissa keskitytään jälkimmäiseen, ja vielä niin, että vastauksista on eritelty yrittäjänä toimivien vastaukset. Tämä siitä syystä, että mahdollisesti osa työntekijöistä edustaa samaa yritystä joko yrittäjien tai muiden työntekijöiden kanssa. Vastauksia yhteensä koko ryhmästä saatiin 112 kappaletta, joista yrittäjinä toimi 83 henkilöä ja yrityksen työntekijöitä oli 29 henkilöä. Yrityksille kysymyksissä oli 22 väittämää ja lisäksi kaksi avointa kysymystä. Kyselylomake löytyy liitteestä 1.

Yrityksille kyselyä lähetettiin Etelä-Savoin ammattiopiston työelämäfoorumin sähköpostilistan osoitteistolle (129 kpl) sekä Etelä-Savon yrittäjien toimitusjohtajan omalla sähköpostilla kaikille jäsenyrityksille. Lisäksi Etelä-Savon Kauppakamari jakoi kyselyn linkin uutiskirjeessään jäsenistölleen. Näin ollen kyselyä on lähetetty koko Etelä-Savon alueelle. Tarkempia paikkakuntatietoja kyselyssä ei kysytty. Taustatietona kysyttiin aseman lisäksi (yrittäjä tai työntekijä) ainoastaan päätoimiala ja nykyisen työsuhteen pituus. Jatkossa jos viitataan koko vastaajaryhmään, puhutaan yritysten vastauksista. Yli puolet kyselyyn vastanneista yrittäjistä oli toiminut yrittäjänä yli 10 vuotta, joten tällä voi osaltaan olla vaikutusta kyselyn tuloksiin.

Vastausmäärää voi pitää hankekyselyksi melko hyvänä yrittäjien osalta, mutta tilastollisesti kattavuus ei riitä yleistämään vastauksia koko ryhmää koskevaksi. Projektiryhmä kuitenkin päätyi siihen, että vaikka kyselyn perusteella ei voida tehdä pitkälle meneviä johtopäätöksiä kyselyyn osallistuneiden mielipiteistä kaikkia yrityksiä koskevaksi, selkeät erot eri ryhmien näkemyksien välillä antavat suuntaa eroista (Rantanen 2017). Yrittäjien avoimet vastaukset myös antavat mielenkiintoisia näkemyksiä heidän mielipiteistään, joten vaikei aineisto ole tilastollisesti yleistettävissä, sillä on kuitenkin arvoa jatkotyöskentelylle.

Avoimia kysymyksiä yrittäjille oli kaksi:

- Millaisia ideoita sinulla on oppilaitosten toiminnan kehittämiseksi?
- Millaisia ideoita sinulla on paikallisen opetussuhteistyön kehittämiseksi?

Yrittäjät tuntuivat vastaavaan molempiin kysymyksiin samanaikaisesti, sillä ensimmäiseen kysymykseen tuli paljon ideoita paikallisen opetussuhteistyön kehittämiseksi ja toinen kysymys sai vähemmän vastauksia tai siinä mainittiin ”katso edellinen”. Näin ollen mielestäni ei ole tarpeellista jatkossa korostaa sitä, kumpaan kysymykseen avoin vastaus annettiin, vaan keskityn vastauksen sisältöön.

Toinen puoli aineistoa muodostuu hankkeessa helmikuussa 2017 järjestetyn Innosession työskentelystä, jossa näkemyksiään alkukartoituksen tuloksiin olivat antamassa yhteensä 21 henkilöä. Näistä henkilöistä kaksi toimi yrittäjänä, kaksi työntekijänä yrityksessä, yksi työskenteli yritysten sidosryhmäorganisaatiossa, neljä opettajina ja kahdeksan oppilaitoksen tutkimus – ja kehittämistehtävissä, joista viisi henkilöä osan ajastaan myös tässä kyseisessä projektissa. Työskentelyaika oli lyhyt, vain 2,5 tuntia. Osallistujille oli kuitenkin lähetetty koostemateriaali alkukartoituksesta etukäteen, joten he olivat pystyneet valmistautumaan työstöön. Tämän aineiston on tarkoitus rikastuttaa varsinaiseen kyselyyn saatuja vastauksia ja tuoda siihen uusia näkökulmia, ja ehkä joltain osin myös selityksiä, mutta sillä ei ole millään tavalla yleistettävyyttä kaikkien yritysten mielipiteisiin. Innosessiossa etsittiin yhdessä syitä eroihin eri osapuolten yritys-suhteistyöhön liittyvissä näkemyksissä ja hahmoteltiin ihanteellista yritys-oppilaitos yhteistyömallia. Tässä artikkelissa en käsittele ihanteellista yhteistyömallia, vaan keskityn teeman mukaisesti yritys-suhteistyön näkemysten

eroavaisuuksien selityksiin ja siihen, miksi oppilaitosyhteistyö koetaan monessa yrityksessä riittämättömäksi.

13.4 Tulokset

Kyselyn tuloksia ei siis voi yleistää kaikkia yrityksiä koskevaksi, mutta niistä saamme suuntaa yrittäjien mielipiteille. Jo aiemmissa raportoinneissa todettiin, että yrittäjät olivat kaikissa kysymyksissä kriittisempiä vastauksissaan kuin opettajat, oppilaat ja yritysten työntekijät (Rantanen 2017). Tulosten analysoinnissa käytän Manu Rantasen alkukartoitukselle tekemää jaottelua innovaatioympäristön toimivuuden näkökulmasta, jossa kysymykset jaettiin kolmeen pääryhmään seuraavasti: yhteistyö ja kehittäminen, edellytykset innovaatiotoiminnalle ja oppilaitokset valmentajina. Näihin kolmeen ryhmään jaoin myös yrittäjien antamat avoimet vastaukset.

Yhteistyö ja kehittäminen

Yhteistyön ja kehittämisen alle luokiteltiin organisaatioiden välinen yhteistyö, työelämäyhteyksien hyödyntäminen ja oppilaitosten kehittäminen. Lähtökohta oppilaitosten ja yritysten väliselle yhteistyölle on erinomainen, sillä yrittäjät, kuten kaikki muutkin alkukartoituksen vastaajaryhmät, pitävät sitä tärkeänä sekä oppilaitosten että yritysten kannalta. Yrittäjistä suurin osa, yli 90 %, oli samaa mieltä väitteen kanssa, että ”yritysyhteistyö paikallisten oppilaitosten edustajien kanssa rikastuttaa opetustyötä” ja 84 % oli samaa mieltä, että ”yhteistyö paikallisten oppilaitosten kanssa hyödyttää yritystoimintaamme”.

Työelämä- ja oppilaitosyhteistyön määrää yrittäjistä suurin osa kuitenkin piti riittämättömänä. ”Teemme riittävästi yhteistyötä oppilaitosten kanssa” – väittämään yrittäjistä 51 % oli jokseenkin eri mieltä ja 12 % täysin eri mieltä. Vain kaksi vastaajaa oli täysin samaa mieltä tämän väittämän kanssa, joten riittävään yhteistyöhön on yrittäjien mielestä vielä matkaa. Vastauksen kanssa samassa linjassa on väite: ”paikallisissa oppilaitoksissa on riittävästi työelämäyhteyksiä”, josta 73 % yrittäjistä oli eri mieltä.

Avoimissa vastauksissa korostuikin yhteistyön määrän lisääminen. Erityisesti oppilaitoksia kehoitettiin jalkautumaan yrityksiin ja hyödyntämään paremmin

paikallisia yrityksiä ja yrittäjiä. Osa yrittäjistä kuitenkin myös otti vastuuta oman ryhmänsä suuntaan yhteistyön lisäämisestä.

”Meidän yrittäjien tulee pystyä tarjoamaan enemmän harjoittelupaikkoja ja opinnäytetöille mahdollisuuksia. Opiskelijat ovat voimavara ja mahdollisuus sekä opiskelijoille, että yrityksille.”

Ideoista monet olivat hyvin konkreettisia. Opettajia toivottiin harjoittelujaksoille ja jalkautumaan työelämään sekä yrittäjiä puhumaan ja vieraileviksi opettajiksi oppilaitoksiin. Johdon ja koulujen hallituksien toivottiin myös perehtyvän entistä paremmin työelämään ja paikallisiin yrityksiin.

Työharjoittelu tai työssäoppiminen on yksi perinteinen ja tärkeä yritys yhteistyön muoto oppilaitoksille ja hyvin konkreettinen myös yrityksille. Tästä syystä yrittäjillä olikin monia toiveita tämän suhteen. Harjoittelu aikaan toivottiin joustavuutta ja niiden toivottiin olevan ehjiä viikkoja, jottei työrytmi katkeaisi turhaan. Ajallisesti ne eivät yrittäjien mielestä aina sovi kaikkien yritysten kalenteriin ja osan mielestä jaksujen tulisi olla pidempiä, jotta omien työntekijöiden resurssia voisi käyttää. Pitkäjänteisyyttä siis toivottiin. Osan huolena oli, ettei työssäoppiminen ole taloudellisesti houkuttelevaa yrityksille. Moni yrittäjä toi kuitenkin esille sen, miten ensiarvoisen tärkeitä harjoittelujaksot ovat nuorille ja siksi niiden jatkuvaan kehittämiseen tulisi panostaa.

Yritykset osoittivat vahvaa kiinnostusta oppilaitosten kehittämiseen ”Yritysten pitäisi nykyistä enemmän voida vaikuttaa oppilaitosten kehittämiseen”. Väitteeseen samaa mieltä oli 89 % vastanneista yrityksistä. Heistä 44 % koki, että yrityksiä on tähän rohkaistu: ”Yrityksiä on rohkaistu osallistumaan paikallisten oppilaitosten toiminnan kehittämiseen”. Mielenkiintoista on, että yrittäjistä näin koki vain 37 %. Tässä Rantanen (2017) nosti aineistosta erikseen esiin alle 5 vuotta työskennelleet yrittäjät, joista vain 24 % oli samaa mieltä väitteen kanssa.

Yrittäjät eivät kokeneet työelämän palautteiden tulevan aina kuulluksi. Jopa 67 % oli eri mieltä väitteestä ”Paikalliset oppilaitokset hyödyntävät riittävästi työelämältä saatua palautetta opetuksessaan.” Siitä mainittiin myös, että palautteet kuullaan, mutta ne eivät siirry toimenpiteiksi asti. Yrityksistä vähemmistö onkin samaa mieltä väitteen kanssa, että ”opiskelijoilta ja työelämältä tulleet kehittämissideat huomioidaan ja niitä hyödynnetään koulun kehittämisessä.” Jälleen

yrittäjät olivat työntekijöitä huomattavasti kriittisempiä, eri mieltä yrittäjistä oli 67 % ja työntekijöistä vain 31%.

”Yrittäjiä kuunnellaan sujuvasti mutta siihen se sitten jää...?”

Innosessiossa haimme vastausta siihen, miksi yritys yhteistyöhön liittyvissä näkemyksissä on niin paljon eroa yrittäjien ja muiden ryhmien, kuten opettajien ja opiskelijoiden, vastauksissa. Saamiemme vastausten perusteella luokittelimme yhteistyöhön ja kehittämiseen liittyen tärkeimmäksi tekijäksi vuorovaikutuksen puutteet. Siihen ryhmään luokiteltiin niin a) reagoinnin hitaus ja sopivien vuorovaikutuskäytäntöjen puutteet, b) yhteistyömahdollisuuksien ja tuloksen viestimisen puutteet ja c) puutteet osapuolten tuntemisessa.

Suureksi haasteeksi tuntui nousevan se, ettei yhteisiä tapaamisia koettu olevan riittävästi. Myös oppilaitos-yritys yhteistyöhön kaivattiin yhteistä alustaa tai foorumia, joka kokoontuisi säännöllisesti. Oppilaitoksia myös syytettiin liian hitaasta reagoinnista ja tiedon kulun väitettiin olevan hidasta. Jo olemassa olevasta yhteistyöstä ja sen tuloksista ei myöskään Innosessioon osallistuneiden mielestä viestitä riittävästi muille yrityksille. Näin hyviä toteutuneita esimerkkejä ei saada laajempaan tietoisuuteen. Nykyisessä viestinnässä yrityksille oppilaitos yhteistyön hyötyjen kerrottiin jäävän epäselviksi. Tiedottamisessa ja viestimisessä ei myöskään välttämättä keskitytä yritysten kannalta oleellisiin asioihin. Vastauksissa tuli esiin myös, että yritykset eivät tiedä keneen ottaa yhteyttä ja eivät löydä oikeaa henkilöä, joka lähtisi viemään yrityksen projektia tai muuta yhteistyöehdotelmaa eteenpäin. Kontaktien puute nähtiinkin merkittäväksi haasteeksi yhteistyön kehittämisen osalta. Vastauksissa nousi esiin myös se, että yritykset eivät tiedä kuinka hyödyntää oppilaitoksia, koska eivät tunne oppilaitosten nykyisiä toimintatapoja.

”Yritykset eivät löydä oikeita henkilöitä, jotka veisivät asiaa eteenpäin.”

13.5 Edellytykset innovaatiotyölle

Innovaatiotoiminnan edellytyksiin voidaan yleisesti katsoa kuuluvan eri resurssien, kuten ajan, rahan, osaamisen ja verkostojen sekä asenteiden. Suurin osa (77 %) yrittäjistä oli sitä mieltä, ettei innovointiin ole riittävästi aikaa ja samaa mieltä väittämän ”Innovointi vaatii enemmän aikaa kuin minulla on käytettävissäni” kanssa. Väitteessä ei kuitenkaan eroteltu sitä kenen kanssa innovointia tehdään eli

tätä ei yhdistetty vain oppilaitosyhteistyöhön. Yrityksiä kuunnellessa aikapula tulee usein esille kehittämistyön esteenä. Innosessiossa yritysten resurssien puute oli yksi selittäjänä esiin nostettu tekijä, jonka koettiin haastavan oppilaitos-yritysyhteistyötä ja myös siitä viestimistä oppilaitosten kannalta. Tämä korostuu erityisesti pienissä yrityksissä, joissa yrittäjän tulee luonnollisesti keskittyä liiketoimintaansa.

”Yksinyrittäjällä ei oikeasti ole aikaa seurata aktiivisesti eri kanavista ilmoittelua yhteistyöhankkeista.”

Paikallisten oppilaitosten tekniset välineet saivat kiitosta ja 82 % yrittäjistä oli samaa mieltä väitteen ”paikallisissa oppilaitoksissa on ajanmukaiset tekniset välineet” kanssa. Kuitenkin yrittäjistä yli kolmasosa (31 %) oli eri mieltä väitteen ”Paikallisissa oppilaitoksissa hyödynnetään koulun tarjoamia teknisiä välineitä tehokkaasti” kanssa. Avoimissa kysymyksissä kukaan ei kuitenkaan ollut avannut tätä lisää, joten tässä vaiheessa voin vain todeta, että yrittäjät näkisivät vielä potentiaalia teknisten välineiden paremmassa hyödyntämisessä.

Asenteet ovat merkittävä osa innovaatiotoimintaa. Yrittäjistä 59 % oli eri mieltä väitteestä ”Opiskelijat sietävät riittävästi epävarmuutta opintojen työelämäyhteistyössä”. Työelämä on jatkuvassa muutoksessa, mikä varmasti osaltaan heijastuu myös oppilaitosyhteistyöhön. Valtaosa yrityksistä ei myöskään usko (67 % eri mieltä), että nuoria kasvatetaan oppilaitoksissa yritteliäiksi. Tässä mielenkiintoinen havainto on, että yrittäjistä väitteen kanssa eri mieltä oli n. 75 %, mutta työntekijöistä vain n. 55%. Tässä korostuu siis taas yrittäjien muita ryhmiä jyrkemmät mielipiteet. Opettajien asenteista yrittäjiltä ei kysytty, mutta avoimissa vastauksissa myös näihin otettiin kantaa.

”Opettajien asennoitumisen tulee olla lähtökohtaisesti yrittäjyyttä suosiva. Jokainen opettaja ei tätä ole.”

Innosessiossa asenteet nousivat merkittäväksi tekijäksi yritysten kriittisemmän yhteistyökuvan kannalta ja erityisesti oppilaitosten joustamattomia käytäntöjä kritisoitiin. Yhteistyöhön toivottiin lisää joustavuutta. Oppilaitosten toimintaa pidettiin vielä liian byrokraattisena.

Yrittäjät luonnollisesti näkevät työnsä merkityksen alueen kehitykselle ja väitteestä ”Työskentelylläni on merkitystä alueemme kehitykselle” oli 91,5%

samaa mieltä. Myös oppilaitosten autonomiaan uskotaan, väite ”Paikalliset oppilaitokset päättävät omasta toiminnastaan itse” sai 78 % kannatuksen.

13.6 Oppilaitokset valmentajina

Yrittäjistä 62 % oli eri mieltä väittämästä ”paikalliset oppilaitokset valmentavat hyvin opiskelijoita nyky-yhteiskunnan vaatimuksiin” ja 67 % oli eri mieltä väitteen kanssa, että ”paikallisissa oppilaitoksissa opitaan, mitä työelämässä odotetaan”. Samoin 67 % oli eri mieltä väittämästä ”oppilaitokset opettavat riittävästi tietoja, joita työelämässä tarvitsee”. Taitojen osalta tilanne oli vielä huonompi, 72 % oli eri mieltä väitteestä ”oppilaitokset opettavat riittävästi taitoja, joita työelämässä tarvitaan”.

Avoimissa vastauksissa yrittäjät toivoivat opiskelijoiden valmentamista oma-aloitteisuuteen ja ripeään työn suorittamiseen samoin kuin perustaitoihin, kuten työelämän sääntöihin, työaikaan ja palkkatyön termistöön liittyviä tietoja. Tämä on asia, jonka yrittäjät nostavat hyvin usein esille myös keskusteluissa. Yrittäjät korostivat myös opettajien vastuuta siitä, millaisella osaamisen tasolla opiskelijoita laitetaan yrityksiin harjoitteluihin.

”Oppilaille pitää antaa perusvalmiudet sekä tiedollisesti- että taidollisesti ennen kuin heidät laitetaan harjoitteluihin yrityksiin alkaen työelämän säännöistä.”

88 % yrittäjistä pitää opiskelijayrittäjyyttä mielenkiintoisena opetusmenetelmänä. Yrityksistä 59 % katsoo, että oppilaitokset voivat hyödyntää sitä jo tällä hetkellä. Myös avoimissa vastauksissa oppilaitosyrittäjyys nousi esille muutamissa vastauksissa sekä mahdollisuutena oppilaitosten toiminnan kehittämiseksi, että yritysysteistyötä heikentävänä tekijänä, koska se voi lisätä kilpailua.

”Opiskelijoilla / oppilaitoksessa voisi olla esim. oma yritys, jota opiskelijat pyörittävät.”

13.7 Johtopäätökset ja käytännön suositukset

Lähtökohta oppilaitosten ja yritysten väliselle yhteistyölle on erittäin hyvä. Kaikki osapuolet pitävät sitä tärkeänä, sekä yritysten että oppilaitosten kehittymisen kannalta ja monet niin valtakunnalliset kuin alueellisetkin linjaukset ja ohjelmat

korostavat yhteistyön merkitystä. Ristimäen mukaan sitoutuminen ja motivoituminen yhteistyöhön eri osapuolten välillä syntyy kuin itsestään, jos he tunnistavat yhteistyön tarpeellisuuden (Ristimäki 2002, 25). Kyselystä ja sen jatkotyöstöstä tuli esiin positiivinen asenne yhteistyötä kohtaan, joka edelleen vahvistaa perusteluita toiminnan kehittämiseksi ja laajentamiseksi.

Vuorovaikutuksen puutteet nousivat aineistosta vahvasti esille yhteistyötä haastavana tekijänä. Yrittäjät kokivat, että oppilaitokset eivät viesti riittävästi tai yrittäjille oikeita asioita yhteistyöhön liittyen. Yrittäjille voi olla vaikeaa löytää oikeaa yhteyshenkilöä ja vuorovaikutuksen käytännöt ovat puutteellisia. Myös Marttila ym. (2004) selvityksessä suurin haaste yhteistyölle oli juuri yhteyksien puuttuminen pk-yritysten ja oppilaitosten välillä, joka tukee hyvin tämän casen tuloksia. Yhteydenpidon muotojen tulisi olla jäsennellympiä ja aineistossa nousi vahvasti esiin tarve yhteisille foorumeille, jotta henkilökohtaisia verkostoja voisi syntyä.

Marttila ym. (2004) selvityksessä todettiin erilaisten yrittäjäjärjestöjen olevan tärkeitä tiedonvälittäjiä yritysten ja ammattikorkeakoulujen välillä, mutta tämän voi mahdollisesti laajentaa koskemaan kaikkia oppilaitoksia. Pienille yrittäjillä henkilökohtaisten oppilaitoskontaktien puutteen lisäksi aikapula heikentää mahdollisuutta tehdä yhteistyötä oppilaitosten kanssa ja yhteistyöosaamisen valmiudet ovat aivan erilaiset kuin suuremmilla yrityksillä. Yrittäjäjärjestöt voisivatkin toimia mahdollisesti näiden kahden tahon välillä yhteistyösuhteiden mahdollistajana ja paljon kaivatun informaation välittäjinä. Tällaisen mallin mahdollisuuksia voisi selvittää jatkossa.

Toinen aineistosta havaittu kehittämiskohde oli uusien yrittäjien huomiointi oppilaitosyhteistyössä. Harvemmat uudet yrittäjät (alle 5-vuotta toimineet yritykset) kokivat, että heitä on rohkaistu osallistumaan paikallisten oppilaitosten toiminnan kehittämiseen. Projektiryhmässä tästä havainnosta keskusteltiin ja pääteltiin tämän johtuvan muun muassa siitä, että oppilaitokset ja opettajat eivät riittävästi huomioi uusia yrittäjiä yritys-yhteistyötä suunniteltaessa. Kontaktistat voivat olla vanhoja, niitä ei päivitetä ja yhteistyöhön haetaan ensisijaisesti jo entuudestaan tuttuja kumppaneita. Jo asian tiedostaminen auttaa siihen, että tilannetta voidaan lähteä muuttamaan. Tässä myös voisivat toimia apuna alueen yrittäjäjärjestöt, jotka voivat välittää eteenpäin tietoa oppilaitosten tarjoamista yhteistyömahdollisuuksista. Tärkeää olisi kuitenkin se, että oppilaitokset itsekin pitäisivät tietonsa ajan tasalla

alueen yrityksistä ja tarjoaisivat yhteistyömahdollisuuksia myös uusille pienemmille yrityksille. Tälle kohderyhmälle voitaisiin suunnata myös palveluita kohdistetummin.

Kaiken kaikkiaan oppilaitos-yritysyhteistyön saralla on vielä paljon kehitettävää. Oppilaitoksia ohjataan jatkuvasti vahvempaan yhteistyöhön ympäröivän yritys-elämän kanssa ja tässä nähdään paljon käyttämätöntä innovaatiopotentiaalia, jota Suomi ja Etelä-Savo tarvitsee. Jatkokehittelyn mahdollisuuksia tästä teemasta löytyy paljon sekä erilaisille kehittämishankkeille että -tutkimukselle.

Lähdeluettelo

- Berg, P. (2013). *Innovaatioiden johtaminen*. Luento 13.2.2013. Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulun Pienyrityskeskus.
- Fayolle, A. (2007). *Entrepreneurship and new venture creation: The dynamic of entrepreneurial process*. UK: Cambridge University Press.
- Fayolle, A. & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*. (32) 7, 569–593.
- Gibb, A. (2005). The future of entrepreneurship education – Determining the basis for coherent policy and practice. Teoksessa P. Kyrö & C. Carrier (toim.), (s. 44–62). The dynamics of learning entrepreneurship in cross-cultural university context Hämeenlinna: University of Tampere, Research center for vocational and professional education.
- Marttila, L., Kautonen, M., Niemonen, H. & von Bell, K. (2004). *Yritysten ja ammattikorkeakoulujen T&K-yhteistyö*. Ammattikorkeakoulut alueellisessa innovaatiojärjestelmässä: koulutuksen ja työelämän verkottumisen mallit, osaprojekti III. Tampereen yliopisto. Työelämän tutkimuskeskus.
- Kimmo – Yrittäjyyskasvatusstrategian ketterä kehittäminen Etelä-Savossa. (2014).
Haettu osoitteesta: http://www.yesverkosto.fi/wp-content/uploads/2012/09/etela_savo_strategiakirja_small_2014.pdf
- Korhonen, M. (2000). *Ammattikorkeakoulu - työ ja oppiminen yhteistyössä?* (Kasvatustieteen lisensiaatintyö). Tampereen yliopisto, kasvatustieteiden laitos.
- Koulutus, ammattitaito ja elinikäinen oppiminen. (2014). Haettu osoitteesta: <https://www.rakennerahastot.fi/koulutus-ammattitaito-ja-elinikainen-oppiminen-esr-#.Waz4MrJJapq>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö (2017a). Tulevaisuuden työ on yhä enemmän yrittäjyyttä – koulutuksen yrittäjyyslinjaukset julki. Haettu osoitteesta: http://minedu.fi/artikkeli/-/asset_publisher/tulevaisuuden-tyo-on-yha-enemman-yrittajyytta-koulutuksen-yrittajyyslinjaukset-julki

- Opetus- ja kulttuuriministeriö, (2017b). Yrittäjyyslinjaukset koulutukseen. Haettu osoitteesta: <http://minedu.fi/documents/1410845/4363643/yrittajyyslinjaukset-koulutukseen-okm-2017.pdf/dd81b6e7-888e-45e4-8c08-40d0d5a5277e>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. (2009). *Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat*. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 7. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- Rantanen, M. (2017). Kestävä koulutus osana toimivaa innovaatioympäristöä. Julkaistaan syksyllä 2017 Xamkin julkaisusarjassa.
- Rehn, A. (2017). On innovation ambition. Haettu osoitteesta: <http://alfrehn.com/blog/2017/02/02/on-innovation-ambition/>
- Ristimäki, K. (2004). *Yrittäjyyskasvatus*. Järvenpää: Yrityssanoma Oy.
- Ristimäki, K. (2002). *Yrittäjyyskasvatus. Yrittäjyyttä ja kasvatus*. Helsinki: Taloudellinen tiedustustoimisto TAT.
- Ristimäki, K. (2000). Koulun ja yrityselämän yhteistyö yrittäjyyskasvatuksen toimintamuotona. Vaasa: Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 68.
- Vehviläinen A, (2017). Valtioneuvosto. Otetaan käyttöön kokeilukulttuuri. Haettu osoitteesta: <http://valtioneuvosto.fi/hallitusohjelman-toteutus/digitalisaatio/karkihanke4>

Liitteet

Liite 1. KYSELYLOMAKE YRITYKSILLE

Vastaajan taustatiedot

- toimiala
- yrittäjä / palkallisessa työsuhteessa oleva
- Kuinka pitkä työkokemus sinulla on toimialallasi? alle 5 v./ 5–10 v./ 10–20 v./ yli 20 v

Väittämät

(Likertin asteikolla: täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä, täysin samaa mieltä)

- Yhteistyö paikallisten oppilaitosten kanssa hyödyttää yritystoimintaamme
- Yritysyhteistyö paikallisten oppilaitosten edustajien kanssa rikastuttaa opetustyötä
- Teemme riittävästi yhteistyötä oppilaitosten kanssa
- Paikalliset oppilaitokset päättävät omasta toiminnastaan itse
- Yritysten pitäisi nykyistä enemmän voida vaikuttaa oppilaitosten kehittämiseen

- Innovointi vaatii enemmän aikaa kuin minulla on käytettävissäni
- Paikalliset oppilaitokset valmentavat opiskelijoitaan hyvin kohtaamaan nyky-yhteiskunnan asettamia vaatimuksia
- Opiskelijat sietävät riittävästi epävarmuutta opintojen työelämäyhteistyössä
- Paikallisia nuoria kasvatetaan yritteliäiksi
- Opiskelijayrittäjyys (esim. NY-yritykset ja opiskelijaosuuskunnat) on mielenkiintoinen opettamisen menetelmä
- Paikallisissa oppilaitoksissa voidaan jo tällä hetkellä hyödyntää opiskelijayrittäjyyttä opettamisen välineenä
- Paikallisessa opetuksessa on riittävästi työelämäyhteyksiä
- Paikalliset oppilaitokset hyödyntävät riittävästi työelämältä saatua palautetta opetuksessaan
- Paikallisissa oppilaitoksissa opitaan mitä työelämässä odotetaan
- Opiskelijoilta ja työelämältä tulleet kehittämisideat huomioidaan ja niitä hyödynnetään koulun kehittämisessä
- Koulu antaa opiskelijoille riittävästi työelämässä tarvittavia tietoja
- Koulu antaa opiskelijoille riittävästi työelämässä tarvittavia taitoja
- Yrityksiä on rohkaistu osallistumaan paikallisten oppilaitosten toiminnan kehittämiseen
- Työelämältä tulleita kehittämisideoita hyödynnetään oppilaitosten kehittämisessä
- Paikallisissa oppilaitoksissa on ajanmukaiset tekniset välineet
- Paikallisissa oppilaitoksissa hyödynnetään koulun tarjoamia teknisiä välineitä tehokkaasti
- Työskentelylläni on merkitystä alueemme kehitykselle

Avoimet kysymykset:

- Millaisia ideoita sinulla on oppilaitosten toiminnan kehittämiseksi?
- Millaisia ideoita sinulla on paikallisen opetusyhteistyön kehittämiseksi?

14 Yrittäjyyskasvatuksen tavoitteiden merkityksellisyys ja toteutuminen ammatillisessa koulutuksessa

Leena Eskola & Kyllikki Taipale-Erävala

Kerttu Saalasti Instituutti, Oulun yliopisto

Abstrakti

Tutkimuksen tarkoituksena oli muodostaa käsitys yrittäjyyskasvatuksen tavoitteiden merkityksellisyydestä ammatillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa ja tavoitteiden toteutumisesta ammatillisen toisen asteen koulutuksessa. Tarkastelun kohteena ovat yrittäjyys- ja työelämätaitoja sekä oppimisympäristöjä ja -menetelmiä vahvistavat toimenpiteet. Tulosten pohjalta esitetään toimenpide-ehdotuksia tavoitteiden saavuttamiseksi.

Keywords: ammatillinen koulutus, johtaminen, strategia, yrittäjyyskasvatus

14.1 Johdanto

Tutkimus selvittää mitkä ammatillisen koulutuksen yrittäjyyskasvatuksen tavoitteet opetushenkilöstö kokee merkittävimmiksi ammatillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa, mitkä asetetuista tavoitteista ovat parhaiten toteutuneet ja missä on eniten puutteita. Tutkimuksen kohteeksi valittiin ammatillinen toinen aste, koska yrittäjyyskasvatus painottuu aiempaa vahvemmin ammatillisen toisen asteen koulutuksessa koulutuksen uudistamisen myötä. Ammatillinen koulutus uudistetaan osaamisperusteiseksi ja asiakaslähtöiseksi, ja työpaikoilla tapahtuvaa oppimista lisätään merkittävästi. Tutkimuksen kohdealueeksi valittiin Pohjois-Pohjanmaa, koska siellä julkistettiin maakunnallinen yrittäjyyskasvatuksen strategia helmikuussa 2016 eikä sen toteutumisen seuranta ole tavoitteellisesti aloitettu.

Yrittäjyyskasvatusta kehitetään eri puolilla Suomea, ja useissa maakunnissa ja kunnissa on julkaistu alueellinen yrittäjyyskasvatuksen strategia. Kuitenkaan strategioiden toteutumisen seurannasta ei löydy tutkittua tietoa. Tämä tutkimus kohdistuu strategian seurantaan ja täydentää näin tutkimuksellista aukkoa.

Tutkimustieto käytännön toteutumasta on tärkeää, jotta tavoitteiden saavuttamista voidaan mitata ja mahdollisiin strategian toteutumisen esteisiin puuttua. Myös se, kokeeko opetushenkilöstö tavoitteet merkityksellisiksi voi vaikuttaa niiden toteutukseen.

Suomen Opetus- ja kulttuuriministeriö julkaisi keväällä 2017 päivitettyt yrittäjyyslinjaukset vuonna 2009 julkaistun Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat -julkaisun pohjalta. Yrittäjyyslinjausten tarkoituksena on suunnata, kehittää ja ohjata eri koulutusasteiden yrittäjyyden edistämisen ja yrittäjyyskasvatuksen toimenpiteitä. Nämä linjaukset muodostavat kokonaisuuden yhdessä strategisten asiakirjojen, kuten hallitusohjelman ja maakunnallisen yrittäjyyskasvatusstrategian kanssa (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017).

Pohjois-Pohjanmaalla toteutettiin laajasti osallistava strategiaproessi vuosina 2015–2016. Sen tuloksena laaditun yrittäjyyskasvatuksen strategian visiona on ”Nuoret tekevät tulevaisuuden”. Strategisiksi tavoitteiksi on asetettu oppijoiden yrittäjyys- ja työelämätaitojen vahvistaminen, yrittäjyyden oppimisympäristöjen ja menetelmien kehittäminen ja hyödyntäminen sekä yrittävän kulttuurin rakentaminen (Heinistö ym., 2016). Strategian käyttöönotosta tehtiin opinnäytetyönä (Mäntykangas, 2017) ammatillisen koulutuksen edustajille kysely, jossa vastaajat arvioivat strategian toimeenpanoa omassa organisaatiossaan. Tämä tutkimus perustuu saatuun kyselyaineistoon tarkoituksena selvittää opetushenkilöstön mielipiteitä strategian pohjalta tehtyyn toimintaohjelmaan määriteltyjen tavoitteiden merkityksellisyydestä ammatillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa ja havaintoja tavoitteiden toteutumisesta kymmenen kuukautta strategian julkaisemisen jälkeen. Tarkastelun kohteena olivat yrittäjyys- ja työelämätaitoja sekä oppimisympäristöjä ja -menetelmiä vahvistavat toimenpiteet. Tavoitteen selvittämiseksi haettiin vastausta kysymyksiin: 1) Kuinka merkityksellisiksi opetushenkilöstö kokee Pohjois-Pohjanmaan yrittäjyyskasvatusstrategiaan ja toimintaohjelmaan vuosille 2016–2020 ammatilliselle toiselle asteelle määritellyt tavoitteet ammatillisen tutkinnon suorittamisessa ja 2) kuinka hyvin tavoitteet toteutuvat.

Tutkimuksen aineistosta muodostettiin kokonaiskuva Pohjois-Pohjanmaan toisen asteen ammatillisen koulutuksen opetushenkilöstön näkemyksistä maakunnallisen yrittäjyyskasvatusstrategian tavoitteiden merkityksellisyydestä tutkinnon suorittamisessa ja strategian tavoitteiden toteutumisesta 10 kuukautta strategian

julkaisun jälkeen. Organisaatioiden keskinäistä vertailua ei tässä tutkimuksessa tehty. Saadun aineiston pohjalta annettiin toimenpide-ehdotuksia strategian toiminnallistamiseksi.

14.2 Keskeiset käsitteet ja teoreettinen viitekehys

Yrittäjyyskasvatus sisältää Kyrön (1997) mukaan sisäisen, ulkoisen ja omaehtoisen yrittäjyyden. Sisäinen yrittäjyys on yksilön toimintaa yhteiseksi hyväksi, ulkoinen liiketoiminnan johtamista ja omaehtoinen yrittäjyys kuvaa yksilön yrittäjämäistä toimintatapaa. Yrittäjyyskasvatus syntyy työtavoista, yhteisöllisyydestä, ongelmanratkaisusta, virheistä oppimisesta, luovuudesta ja reflektoinnista sekä yrittäjyyttä käsittelevistä sisällöistä (Seikkula-Leino 2007, 35–37). Yrittäjyyskasvatuksessa on Hytin (2002) mukaan kolme tasoa. Yksilön tulee oppia ymmärtämään yrittäjyyttä, oppia yrittäjämäiseksi ja oppia yrittäjäksi.

Strategia on perinteisesti johdon suunnitelma joka tulee osallistamisen keinoin jalkauttaa (Pietilä 2015). Strategian toteuttaminen on suunnitellun toimintalinjan noudattamista, jossa olennaista on miten toimitaan eri tavalla kuin kilpailijat (Mintzberg 1987; Porter 1996). Myös julkisten toimijoiden tulee uudistua, vaikka ne eivät kilpaile markkinoilla yritysten tavoin (Llewellyn & Tappin 2003).

Strategian käyttöönoton helpottamiseksi on tärkeää ottaa sen toteuttajat mukaan strategiatyöhön. Vähäinen osallistuminen strategiatyöskentelyyn aiheuttaa ongelmia sen täytäntöönpanossa ja heikentää strategian tasoa (Mantere & Vaara 2008). Pietilän (2015) mukaan strategiatyö tulee sisällyttää organisaation johdon lisäksi niiden henkilöiden tehtäviin, joilla on paras asiaosaaminen. Pohjois-Pohjanmaan yrittäjyyskasvatuksen strategiatyö tehtiin laajasti osallistavana, sen tekemisessä oli mukana opetushenkilöstöä ja oppilaitosten johtoa sekä koulutuksen yhteistyötoimijoita koko maakunnan alueelta ja kaikilta koulutusasteilta. Maakunnallisen strategian tekemisessä osallistavuus oli haaste, joten strategiaviestintään kiinnitettiin erityistä huomiota. Strategiaviestinnän tärkeydestä mainitsee mm. Strandman (2009). Strategiaviestintä voi alkaa jo ennen strategian laatimista tai vasta strategian valmistumisen jälkeen osana sen toimeenpanoa. Strategiaviestintä on kivijalka koko strategiaprosessille, eikä ainoastaan toimeenpanon osa.

Strategiasta viestimällä pyrittiin tiedottamaan strategiasta myös niitä, jotka eivät strategiaprosessiin osallistuneet. Kuitenkin Virtanen ja Kauppinen (2008)

tutkimuksessaan Helsingin kaupungin henkilöstöstrategian välittymisestä kaupungin organisaatiossa toteavat, ettei strategisten päämäärien heikko tuntemus välttämättä merkitse strategian heikkoa toteutumista. Strateginen tieto on olemassa eivätkä toteuttajat välttämättä tiedä toteuttavansa strategiaa tai sen tavoitteita.

14.3 Metodologia

Tutkimusstrategiana käytetään tapaustutkimusta, jolla tutkitaan rajattua kokonaisuutta, tutkitaan ja kuvataan aiheesta uutta yksityiskohtaista tietoa. Tutkimusaineisto kerättiin hyödyntäen kvalitatiivista menetelmää, joka pohjautuu saadun tiedon jäsentämiseen ja pienempiin osiin jakamiseen ja tarkasteluun (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin sähköistä Webropol-tiedonkeruuohjelmaa, jota käytetään yleisesti erilaisissa tutkimuksissa ja nopeissa kyselyissä. Tutkimuksen perusjoukko muodostettiin maakunnan suurimpien ammatillisen toisen asteen koulutuksen järjestäjistä, joita ovat Oulun seudun ammattiopisto, Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymä, Koulutuskeskus Brahe sekä Raahen Porvari- ja Kauppakoulu, joihin kuuluu yhteensä 21 yksikköä/ammattiopistoa. Kysely lähetettiin jokaisen organisaatioiden johdolle, rehtoreille ja pedagogisesta toiminnasta vastaaville henkilöille, lähiesimiehille ja yrittäjyyskasvatuksen vastuuhenkilöille. Kohderyhmälle lähetettiin joulukuussa 2016 sähköpostitse kutsu vastata Webropol-kyselyyn. Viestin ohessa vastaajille lähetettiin linkki, jonka kautta vastaaja ohjautui tiedonkeruuohjelmaan. Kysely lähetettiin yhteensä 72 henkilölle, vastauksia saatiin 23 (32 %) kappaletta.

Vastaajat yksilöitiin tehtävän ja organisaation osalta, jotta voitiin varmistaa vastausten tehtäväkohtainen ja alueellinen kattavuus. Vastaajia pyydettiin arvioimaan yrittäjyyskasvatuksen tavoitteiden merkityksellisyyttä ammatillisen toisen asteen suorittamisessa asteikolla 0–5, jossa 0=en osaa sanoa, 1=ei lainkaan tärkeä, 2=vähemmän tärkeä, 3=kohtalaisen tärkeä, 4=tärkeä, 5=erittäin tärkeä. Tavoitteiden toteutumista käytännössä arvioitiin asteikolla 0=en osaa sanoa, 1=ei lainkaan, 2=huonosti, 3=kohtalaisesti, 4=hyvin, 5=erittäin hyvin.

Kyselyaineiston tuloksista poimittiin tähän tutkimukseen vastaukset, jotka koskivat strategiaan määriteltyjen tavoitteiden merkittävyyttä ammatillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa sekä miten tavoitteet toteutuvat vastaajien omassa

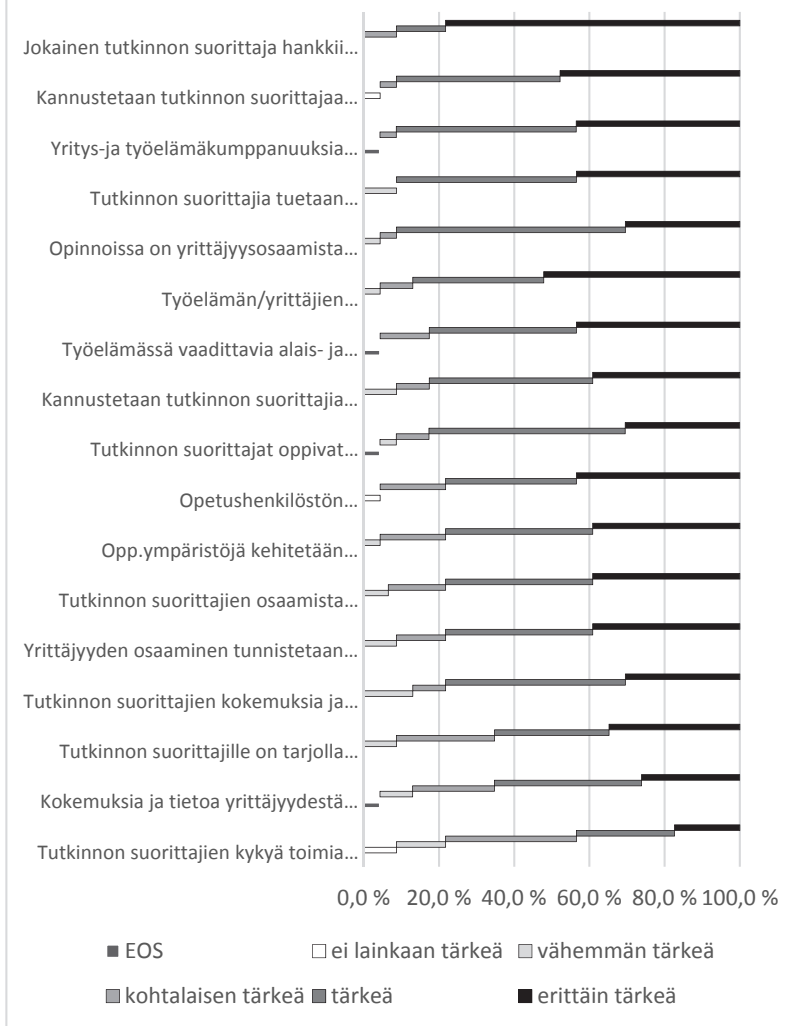
organisaatiossa. Arvioinnin kohteena olivat opiskelijoiden yrittäjyys- ja työelämätaitojen vahvistamiseen sekä yrittäjyyden oppimisympäristöjen ja menetelmien kehittämiseen liittyvät toimenpiteet.

14.4 Tulokset

Opetushenkilöstön mielipiteet ammatillisen koulutuksen tavoitteiden merkityksellisyydestä ammatillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa osoittavat, että strategiaan ja toimintaohjelmaan määritellyjä tavoitteita pidetään merkittävänä ammatillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa (Kuvio 1). Arvioitavana oli 17 tavoitetta, joista 16 arvioitiin kohtalaisen tärkeäksi, tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi ammatillisen tutkinnon suorittamisessa (noin 90 % vastaajista). Kaikista tavoitteista merkittävimpanä pidettiin opiskelijan työssäoppimista oppilaitoksen ulkopuolisessa organisaatiossa. Vastaajista 78 % arvioi sen erittäin tärkeäksi ja 22 % kohtalaisen tärkeäksi tai tärkeäksi. Myös työelämän tai yrittäjien asiantuntijuuden ja näkemysten hyödyntämisen yrittäjyyskasvatuksen toteutuksessa arvioi erittäin tärkeäksi yli puolet vastaajista (52 %).

Vähiten merkittävänä tavoitteena ammatillisen tutkinnon suorittamisessa pidettiin tavoitetta, jonka mukaan tutkinnon suorittajien kykyä toimia kansainvälisessä työympäristössä vahvistetaan kansainvälisyyskasvatuksella. Sen arvioi erittäin tärkeäksi 17 %, kohtalaisen tärkeäksi tai tärkeäksi 61 % ja vähemmän tärkeäksi tai ei lainkaan tärkeäksi 22 % vastaajista.

Yrittäjyyskasvatuksen tavoitteiden merkityksellisyys ammatillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa. N=23



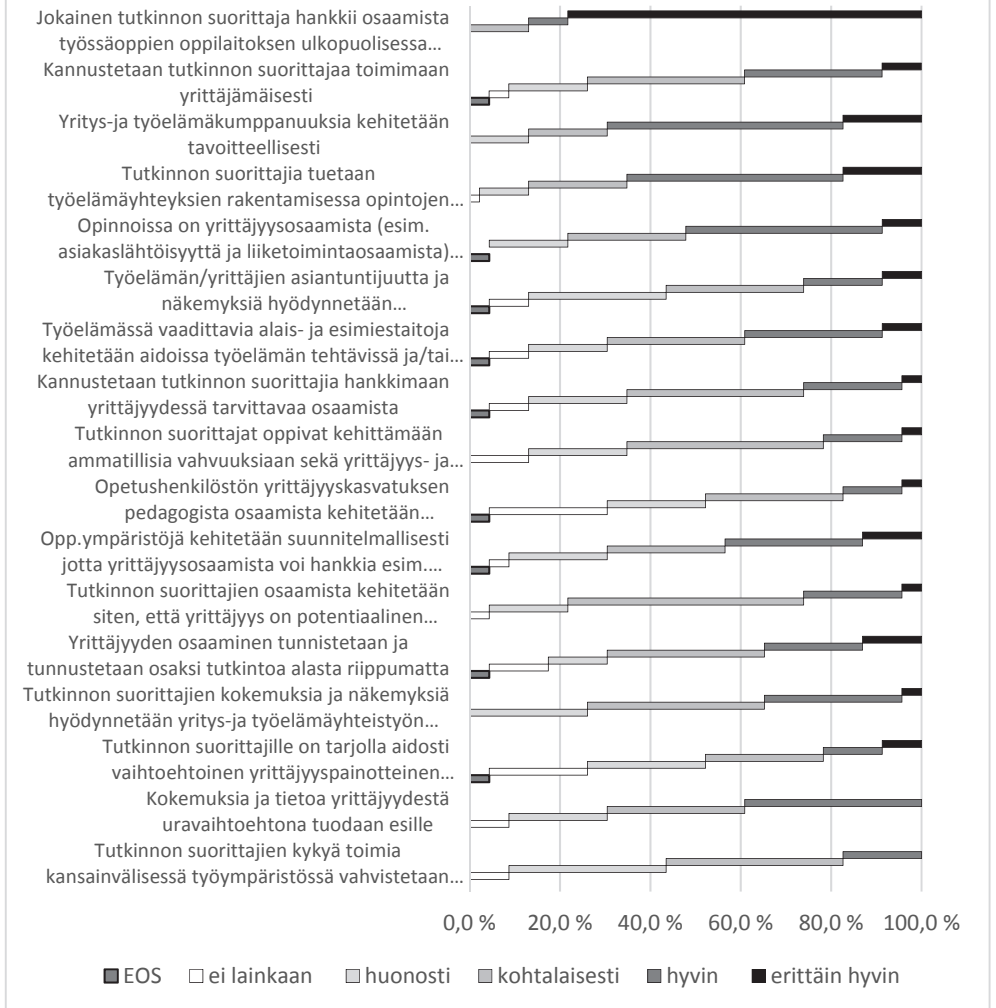
Kuvio 1. Yrittäjyyskasvatuksen tavoitteiden merkityksellisyys ammatillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa.

Kuviossa 1 tavoitteet ovat Pohjois-Pohjanmaan yrittäjyyskasvatuksen strategiasta (Heinistö ym. 2016).

Kuviossa 2 tarkastellaan asetettujen tavoitteiden toteutumista. Tavoitteista parhaiten on toteutunut työssäoppiminen oppilaitoksen ulkopuolisessa organisaatiossa, vastaajista 78 % arvioi tavoitteen toteutuneen erittäin hyvin ja 9 % hyvin. Yli puolet vastaajista arvioi myös erittäin hyvin tai hyvin toteutuneiksi tavoitteet Yritys ja työelämäkumppanuuksia kehitetään tavoitteellisesti (17 % ja 52 %), Tutkinnon suorittajia tuetaan työelämäyhteyksien rakentamisessa opintojen aikana (17 % ja 48 %) ja Opinnoissa on kehittäviä sisältöjä, työtapoja ja materiaaleja (9 % ja 44 %).

Heikoimmin vastaajat arvioivat toteutuneen opetushenkilöstön yrittäjyyskasvatuksen pedagogisen osaamisen suunnitelmallisen kehittämisen. 26 % vastaajista arvioi, ettei se toteudu lainkaan ja 22 % arvioi sen toteutuvan huonosti. Myös tavoitteet Tutkinnon suorittajille on tarjolla vaihtoehtoinen yrittäjyyspainotteinen opintopolku (22 % ja 26 %) ja Tutkinnon suorittajien kykyä toimia kansainvälisessä työympäristössä vahvistetaan kansainvälisellä kasvatuksella (9 % ja 35 %) ei arvioitu toteutuneen lainkaan tai toteutuneen huonosti.

Yrittäjyyskasvatuksen tavoitteiden toteutuminen ammattillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa. N=23



Kuvio 2. Yrittäjyyskasvatuksen tavoitteiden toteutuminen ammatillisella toisella asteella.

Kuviossa 2 tavoitteet ovat Pohjois-Pohjanmaan yrittäjyyskasvatuksen strategiasta (Heinistö ym. 2016).

14.5 Pohdinta

Tämän tutkimuksen tulokset tuovat ymmärrystä strategiaan asetettujen tavoitteiden merkityksellisyydestä ja toteutumisesta. Opetushenkilöstön arvioi yrittäjyyskasvatuksen strategiaan ja toimintaohjelmaan määritellyt tavoitteet merkittäviksi ammatillisen toisen asteen tutkinnon suorittamisessa (kuva 1). Tulos on lupaava strategian toimeenpanon näkökulmasta. Mantere ja Vaara (2008) kirjoittivat vähäisen osallistumisen strategiatyöskentelyyn vähentävän laaditun strategian tasoa ja aiheuttavan ongelmia sen toimeenpanossa. Vaikka Pohjois-Pohjanmaan yrittäjyyskasvatuksen strategiatyöhön osallistettiin laaja joukko opetushenkilöstöä, voidaan osallistumista pitää vähäisenä suhteessa maakunnan opetushenkilöstön määrään. Tässä tutkimuksessa saadun tuloksen mukaan tavoitteiden asettamisessa on onnistuttu hyvin ja vähäinen osallistuminen strategiatyöskentelyyn ei välttämättä ole vähentänyt sen tasoa. Asetettuihin tavoitteisiin sitoutuminen lienee mahdollista, koska vastaajat pitivät asetettuja tavoitteita tärkeinä ammatillisen tutkinnon suorittamisessa.

Kaikista tavoitteista merkittävimpänä pidettiin opiskelijan työssäoppimista oppilaitoksen ulkopuolisessa organisaatiossa ja toisena merkittävänä nähtiin työelämän ja yrittäjien asiantuntijuuden ja näkemysten hyödyntäminen yrittäjyyskasvatuksen toteutuksessa. Työelämäyhteistyöhön liittyvät tavoitteet myös arvioitiin parhaiten toteutuneiksi. Tulos oli odotettu, koska työssäoppiminen on mukana myös ammatillisen koulutuksen opetussuunnitelmissa ja tuleva ammatillisen koulutuksen uudistus tulee painottamaan työelämäyhteistyötä entisestään.

Tutkimuksen tuloksista vähiten merkittävänä tavoitteena ammatillisen tutkinnon suorittamisessa pidettiin tavoitetta, jonka mukaan tutkinnon suorittajien kykyä toimia kansainvälisessä työympäristössä vahvistetaan kansainvälisyyskasvatuksella. Sen arvioi vähemmän tärkeäksi tai ei lainkaan tärkeäksi 22 % vastaajista. Tulos oli yllättävä, koska yhteiskunta globalisoituu ja työpaikoilla edellytetään kansainvälistä osaamista ja kielitaitoa enenevässä määrin. Tavoitteista heikoimmin toteutuneiksi arvioitiin opetushenkilöstön yrittäjyyskasvatuksen pedagogisen osaamisen suunnitelmallinen kehittäminen ja

että tutkinnon suorittajille on tarjolla vaihtoehtoinen yrittäjyyspainotteinen opintopolku. Näille tavoitteille on yhteistä se, että ne eivät ole toteutettavissa yksittäisen opettajan toimesta. Opetushenkilöstön osaamisen suunnitelmallinen kehittäminen edellyttää aikataulutusta ja resursointia ja yrittäjyyspainotteinen opintopolku yhteistä opetussuunnitelmatyötä. Tarvitaan johdon toimenpiteitä, jotta nämä tavoitteet toteutuvat.

Tähän tutkimukseen kerättiin aineisto 10 kuukautta strategian valmistumisesta. Strategia julkaistiin helmikuussa 2016 ja lukuvuosi päättyi pian sen jälkeen. Lienee todennäköistä, ettei strategiaa ole vielä tavoitteellisesti viety vuosisuunnitelmiin ja käytäntöön kaikissa koulutusorganisaatioissa. Tavoitteet ovat osittain yhteneväisiä jo olemassa olevien opetussuunnitelmien kanssa, joten hyvin tai erittäin hyvin toteutuneiden tavoitteiden kohdalla on mahdollista, että henkilöstö toteuttaa strategian tavoitteita tietämättä strategian sisällöstä (ks. myös Virtanen ja Kauppinen 2008).

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että strategian toimeenpanoa tulee edelleen tehostaa. Tehty strategiatyö ja sen näkyvyys helpottaa toimeenpanoa jatkossa (Mantere & Vaara 2008). Strategian sisältöä on tulkittava ja konkretisoitava yhteisesti, jotta sen toteuttaminen on mahdollisimman lähellä perustehtävien toteuttamista ja jokainen pystyy oivaltamaan oman roolinsa strategian toteuttamisessa (Strandman 2009). Havainnot antavat tietoa käytännön toimenpiteitä varten ja strategian toteutumisesta saatua tietoa voidaan jatkossa käyttää lähtökohtana strategian toteutumisen seurannassa.

Mielenkiintoinen jatkotutkimusaihe akateemisen ja käytännön tutkimuksen kannalta on syventää käsitystä siitä, miksi tulokset osoittavat, että tavoitetta ”Tutkinnon suorittajien kykyä toimia kansainvälisessä työympäristössä vahvistetaan kansainvälisyyskasvatuksella” ei pidetä niin merkittävänä kuin muita tavoitteita. Vaikuttavatko tuloksiin mahdollisesti toimintakulttuuri tai vastaajien taustat vai onko strategian tavoitteista johdettuihin kysymyksiin vastaamisessa ongelmia, ovatko kysymykset yksiselitteisiä?

Lähdeluettelo

Heinistö, M., Eskola, L., Arhio, K., ym. (2016). Nuoret tekevät tulevaisuuden. Pohjois-Pohjanmaan yrittäjyyskasvatuksen strategia ja toimintaohjelma 2016–2020. Edita.

- Hytti, U. (2002). State-of-art of enterprise education in Europe. Results from the Entredu project. Small business institute. Business research and development centre. Turku School of Economics and Business Administration. Haettu osoiteesta: https://www.researchgate.net/publication/252485578_State-of-Art_of_Enterprise_Education_in_Europe.
- Kyrö, P. (1997). *Yrittäjyyden tarinaa kertomassa*. Juva: WSOY.
- Llewellyn, S., & Tappin, E. (2003). Strategy in the Public Sector: Management in the wilderness. *Journal of Management Studies*. 40(4), 955–982.
- Mantere, S., & Vaara, E. (2008). On the problem of participation in strategy: A critical discursive perspective. *Organization Science*. 19(2). 341–358. Haettu osoiteesta: <http://pubsonline.informs.org/doi/pdf/10.1287/orsc.1070.0296>
- Mintzberg, H. (1987). The strategy concept 1: Five ps for strategy. *California Management Review*. 30(1), 11
- Mäntykangas, U. (2017). Pohjois-Pohjanmaan yrittäjyyskasvatuksen strategian ja toimintaohjelman 2016–2020 toimeenpano. Strategian ja toimintaohjelman 2016–2020 merkityksellisyyden ja toteutuksen arviointi toisen asteen ammatillisessa koulutuksessa. Centria-amk. Opinnäytetyö. Kokkola.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. (2017). Koulutuksen yrittäjyyslinjaukset 2017. Haettu osoiteesta: <http://minedu.fi/yrittajyyslinjaukset>.
- Pietilä, H. (2015). *Strategiatyöhön osallistuminen: Strategistit ja strategiasehviytyjät*. Oulun yliopiston tutkijakoulu. Oulun yliopisto. Oulun yliopiston kauppakorkeakoulu. Johtamisen ja kansainvälisen liiketoiminnan yksikkö. Acta Universitatis Ouluensis G Oeconomica 77.
- Porter, M. E. (1996) "What is strategy?". *Harvard Business Review* 74(6). 1996. 61–78.
- Saaranen-Kauppinen, A., & Puusniekka, A. (2006). KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Verkkojulkaisu. Tampere. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Haettu osoiteesta: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus>.
- Seikkula-Leino, J. (2007). *Opetussuunnitelmauudistus ja yrittäjyyskasvatuksen toteuttaminen*. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2007/28. Yliopistopaino, Helsinki.
- Strandman, K. (2009). *"Se vain ilmestyi" – Vuorovaikutukseen perustuva strategian viestintä kuntaorganisaatioissa*. Lapin yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Väitöskirja. Lapin yliopistokustannus. Haettu osoiteesta: http://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/61743/Kristiina_Strandman_v%C3%A4it%C3%B6skirja.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Virtanen, P., & Kauppinen, I. (2008). Henkilöstövoimavarajohtamisen strategisten päämäärien välittyminen organisaatioissa. *Hallinnon tutkimus* 27:2. (38–51). Haettu osoiteesta: <http://elektra.helsinki.fi/se/h/0359-6680/27/2/henkilos.pdf>.

15 Vuorovaikutus omistajanvaihdosten innovaatioalustalla. 6Aika: Hyvinvointiyritykset kiertoon EAKR-hankkeessa

Sirkka-Liisa Kolehmainen, Mika Paldanius & Ulla Vehkaperä

Metropolia ammattikorkeakoulu, Oulun ammattikorkeakoulu & Metropolia ammattikorkeakoulu

Abstrakti

Tämän esityksen tarkoituksena on kertoa lokakuussa 2016 alkaneessa, 6Aika: Hyvinvointialan yritykset kiertoon -EAKR-hankkeessa käynnistetystä vuorovaikutuksesta ympäröivän elinkeinoelämän kanssa. Hankkeen tavoitteena on rakentaa innovaatioalusta, joka tuottaa hyvinvointiyritysten kehittämisen ja omistajanvaihdosten kautta uutta yrittäjyyttä, osaamista ja työllisyyttä metropolialueella ja Oulun seudulla.

Hankkeessa luodaan toimivat tukirakenteet pienten hyvinvointiyritysten kehittämiseen ja omistajanvaihdoksiin tekemällä omistajanvaihdoksen kautta syntyvästä yrittäjyydestä tunnettu ja haluttu uravaihtoehto. Hankkeessa on tarkoitus kehittää 100 omistajanvaihdoksen edessä olevaa hyvinvointiyritystä. Hankkeeseen osallistuu noin 500 opiskelijaa. Hankkeen aikana syntyy omistajanvaihdoksia ja opiskelijoita työllistyy ov-yrityksiin.

Hankkeessa sovelletaan Van Teeffelenin (2010, 20–23) sekä myöhemmin Varamäki ym. (2012, 38–40) ja Tall (2014, 40) yrityskauppaprosessin kuvauksia, joita on käytetty myös HYRRÄT- hankkeen hyvinvointialan omistajanvaihdosprojektissa (Kolehmainen 2015). Omistajanvaihdos nähdään yrityskauppaprosessina, jossa on todettavissa vaiheet ennen kauppaa, yrityskaupan teon aikana sekä kaupanteon jälkeen. Myyjän ja ostajan lisäksi omistajanvaihdosprosessiin voi liittyä monenlaisia toimijoita.

Hankkeessa hyödynnetään oppilaitosten toimintaa ja niissä kehitteillä olevia yrittäjyyskasvatuksen toimintamalleja ja syntyneitä verkostoja, esimerkiksi Laurean LivingLab ja LaureaStartUp sekä Metropolian Hyrrät, Turbiini ja

MINNO®-projektit ja Haaga-Helian kokonaisvaltaisen ohjauksen malli ja Innostuksen ja riskinoton -pedagogiikka sekä Oulun alueella toimivia Business Kitcheniä, Yrityshautomoa ja LABeja.

Hankkeessa selvitetään mm. seuraavia kysymyksiä: miten saadaan rakennettua toimiva verkosto hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten tueksi? Millaisten toimijoiden tuki on tarpeen? Millaisia tukimuotoja tarvitaan? Miten toimijoiden välinen vuorovaikutus saadaan toimimaan?

Metropolialueen ja Oulun seudun kehittämishankkeen aineistona ovat hanketoimijat ja verkostokumppanuudet sekä vuorovaikutteinen toiminta omistajanvaihdosten edistämiseksi. Kehittämistyötä tekevät potentiaaliset jatkajat ja monialaiset opiskelijaryhmät yhdessä yrittäjien kanssa vastaten erilaisiin ja monikulttuurisiin kaupunkilaisten tarpeisiin hyödyntämällä palvelumuotoilua ja teknologiaa.

Hanke on toteuttanut yhteistyössä neljä omistajanvaihdosiltaa Helsingissä, Vantaalla, Oulussa ja Hyvinkäällä. Niissä on törmäytetty yrityksiä, eri alojen opiskelijoita, luopujia ja jatkajia sekä omistajanvaihdoksia tukevia tahoja, kuten järjestöjä, rahoittajan ja Finnveran edustajia. Omistajanvaihdosilloissa käsiteltäviä teemoja olivat: megatrendit, tulevaisuuden haasteet ja bisneksen jatkuminen, luopumisen ja jatkamisen tuskat sekä yrityksen arvonnäätitys ja kehittäminen myyntikuntoon.

Metropolia ammattikorkeakoulun innovaatioprojektioinnissa hyvinvointialan opiskelijoita ja ov-yrittäjiä törmäytettiin uusien innovatiivisten palvelujen kehittämiseksi. Vantaalla Laurean ja Haaga-Helian amk:n hanketoimijat toteuttivat omistajanvaihdoskoulutuksen, jossa tiedon lisäämisen lisäksi opiskelijoiden kehittämistöiden avulla kehitettiin omistajanvaihdoksen edessä olevia yrityksiä myyntikuntoon. Kevään aikana hanketoimijat ovat tehneet myös useita yritysikäntejä ja olleet yhteyksissä yrityskauppoja tekeviin toimijoihin.

Hankkeen projektiryhmä on aloittanut avoimen innovaatioalustan mallintamisen ja hanketoimijat ovat verkostoituneet erilaisissa tapahtumissa potentiaaleihin omistajanvaihdosten tukijoihin. Haaga-Helia amk on toteuttanut kaupunkilaisten palvelumuotoilun työpajat Lapinlahden Lähteellä ja niiden tavoitteena on hahmottaa tulevaisuuden hyvinvointipalvelujen tarvetta.

Vuorovaikutus omistajanvaihdoksia tukevalla innovaatioalustalla on käynnistynyt. Jatkossa omistajanvaihdoksen innovaatioalusta integroidaan osaksi ammattikorkeakoulujen normaalia toimintaa. Hankkeen toimintaan on osallistunut 39 yritystä, joista kymmenessä on käynnistynyt omistajanvaihdosprosessi myyntikunnostamisella. Hanke on solminut vuorovaikutteisen verkostosuhteen yli 20 omistajanvaihdoksia tukevan tahon kanssa. Kaikkiaan noin 100 opiskelijaa on osallistunut hankkeeseen. Hankkeen verkkoalusta löytyy: www.hyvinvointiyritys.com

Hankkeen ohjausryhmä koostuu ammattikorkeakoulujen edustajien lisäksi, Uudenmaan liiton, Suomen yrittäjien omistajanvaihdoshankkeen, Suomen Yrittäjänäisten, Hyvinkään yritysvoimalan, Vantaan yrityspalveluiden (6Aika-edustus) sekä hyvinvointiyrittäjien järjestöjen, Fysi ry:n ja Teso ry:n edustajista.

Ammattikorkeakoulujen ja muiden toimijoiden välinen vuorovaikutus on mahdollistanut yhteisten toimintatapojen rakentamisen, asiantuntemuksen hyödyntämisen, päällekkäisen työn välttämisen sekä opiskelijoiden liikkuvuuden korkeakoulujen välillä.

Keywords: hyvinvointiyrittäjyys, innovaatioalusta, omistajanvaihdos, vuorovaikutus

15.1 Johdanto

Taustaa innovaatioalustan rakentamiselle

Tämän esityksen tarkoituksena on kertoa lokakuussa 2016 alkaneessa, 6Aika: Hyvinvointialan yritykset kiertoon -EAKR-hankkeessa käynnistetystä vuorovaikutuksesta omistajanvaihdosten innovaatioalustalla. Hankkeen tavoitteena on rakentaa innovaatioalusta, joka tuottaa hyvinvointiyritysten kehittämisen ja omistajanvaihdosten kautta uutta yrittäjyyttä, osaamista ja työllisyyttä metropolialueella ja Oulun seudulla.

Hankkeessa luodaan toimivat tukirakenteet pienten hyvinvointiyritysten kehittämiseen ja omistajanvaihdoksiin tekemällä omistajanvaihdoksen kautta syntyvästä yrittäjyydestä tunnettu ja haluttu uravaihtoehto. Hankkeessa on

tarkoitus kehittää 100 omistajanvaihdoksen edessä olevaa hyvinvointiyritystä. Hankkeeseen osallistuu noin 500 opiskelijaa. Hankkeen aikana syntyy omistajanvaihdoksia ja opiskelijoita työllistyy ov-yrityksiin.

Hankkeessa sovelletaan Van Teeffelenin (2010, 20–23) sekä myöhemmin Varamäki ym. (2012, 39–40) ja Tall (2014, 40) yrityskauppaprosessin kuvauksia, joita on käytetty myös HYRRÄT- hankkeen hyvinvointialan omistajanvaihdosprojektissa (Kolehmainen, 2015). Omistajanvaihdos nähdään yrityskauppaprosessina, jossa on todettavissa vaiheet ennen kauppaa, yrityskaupan teon aikana sekä kaupanteon jälkeen. Myyjän ja ostajan lisäksi omistajanvaihdosprosessiin voi liittyä monenlaisia toimijoita.

Hankkeessa hyödynnetään oppilaitosten toimintaa ja niissä kehitteillä olevia yrittäjyyskasvatuksen toimintamalleja ja syntyneitä verkostoja, esimerkiksi Laurean LivingLab ja LaureaStartUp sekä Metropolian Hyrrät, Turbiini ja MINNO®-projektit ja Haaga-Helian kokonaisvaltaisen ohjauksen malli ja Innostuksen ja riskinoton -pedagogiikka sekä Oulun alueella toimivia Business Kitcheniä, Yrityshautomoa ja LABeja.

Hankkeessa selvitetään mm. seuraavia kysymyksiä: Miten saadaan rakennettua toimiva verkosto hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten tueksi? Millaisten toimijoiden tuki on tarpeen? Millaisia tukimuotoja tarvitaan? Miten toimijoiden välinen vuorovaikutus saadaan toimimaan?

Hyvinvointiyrittäjyys

Hankkeessa ja tässä artikkelissa hyvinvointialalla tarkoitetaan sosiaali-, terveys- ja liikunta-alaan, sekä hyvinvointikoulutukseen, vapaa-aikaan, viihtymiseen, kauneuteen sekä hyvinvointi- ja terveysteknologian aloihin. Vastaavasti hyvinvointiyrityksellä viitataan näiden alojen yrityksiin. Omistajanvaihdos yrityksellä (ov-yrityksellä) tarkoitetaan ikääntymisen tai muun syyn takia omistajanvaihdoksen edessä olevaa yritystä. Potentiaalisella jatkajalla tarkoitetaan hankkeen toimiin osallistuvaa ammattikorkeakoulun opiskelijaa tai muuta hyvinvointialan yrittäjyydestä kiinnostunutta, hankkeen toimintaan osallistuvaa henkilöä.

Asiakkaiden valinnanvapaus ja yksityisten hyvinvointipalvelujen kysyntä on lisääntynyt 2000-luvulla ja edelleen lisääntyy muun muassa sote-uudistuksen myötä. Yksityiset sosiaali- ja terveyspalvelut, ovat Suomen voimakkaimmin kasvava ala henkilöstön ja liikevaihdon kasvulla mitattuna (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2015). Sosiaali- ja terveysalan yrittämisen lähtökohtana on asiakkaiden palvelu mahdollisimman kannattavasti ja asiakaskeskeisesti, jolloin kyetään yhtä aikaa huolehtimaan sekä asiakastarpeista että yrityksen menestymisestä. Yritysten tulee pystyä vastaamaan entistä moninaisemman ja monikulttuurisemman asiakaskunnan tarpeisiin. Hyvinvointialan palvelutarpeeseen vaikuttavat trendit ovat yhteisiä lähes koko maailmalle, joten hyvinvointialan innovaatioissa ja kilpailukykyisissä yrityksissä on potentiaalia myös kansainvälisille markkinoille. Hyvinvointi- ja terveysalalle tarvitaan uudenlaista yritystoimintaa ja innovaatioita väestön ikääntyessä ja monikulttuuristuessa sekä asiakkaiden valinnanvapauden lisääntyessä mm. sote-uudistuksen myötä.

Suomessa on 18661 sosiaali- ja terveyspalveluja tuottavaa yritystä, joista 17733 (95 %) on mikroyrityksiä ja suuria yrityksiä on vain 27. Sote-yritykset työllistävät 67490 henkilöä ja toimialan liikevaihto on 6050 miljoonaa euroa vuodessa (Suomen kunto- ja terveysliikuntakeskusten yhdistys ry ym., 2017). Vuoden 2015 yritysbarometrin mukaan 55 täyttäneistä yrittäjistä 27 % uskoo lopettavansa yritystoiminnan. Todennäköisimmät lopettajat ovat kaikkein pienimpiä yhden henkilön yrityksiä, naisten omistamia, korkeakoulututkinnon suorittaneiden perustamia ja useimmiten yritykset kuuluvat rakentamisen tai palvelujen toimialaan. (Varamäki ym., 2015) Seuraavan 10 vuoden aikana Suomessa on ikääntymisen vuoksi omistajanvaihdoksen edessä arviolta noin 6000 terveys- ja sosiaalialan yritystä. Pienten yritysten on vaikea saada tukea omistajanvaihdokseen. Omistajanvaihdosten epäonnistumisen myötä seurauksena voi olla tuhansien yritysten ja työpaikkojen menetys. Haasteeseen voidaan vastata luomalla toimivat tukirakenteet hyvinvointi- ja terveysalan yritysten kehittämiseen ja omistajanvaihdoksiin sekä tekemällä omistajanvaihdoksen kautta syntyvästä yrittäjyydestä tunnettu ja haluttu uravaihtoehto nuorille potentiaalisille yritysten jatkajille.

Omistajanvaihdos

Tässä artikkelissa käytetään käsitettä ”omistajavaihdos”, jolla tarkoitetaan sekä sukupolvenvaihdostilanteita, joissa uusi omistaja löytyy yrittäjäperheen tai suvun sisältä, että myös tilanteita, joissa uusi omistaja on perheen ulkopuolinen yrityksen sisältä tai ulkopuolelta tuleva henkilö. (Tall, 2014, 8) Omistajanvaihdoksen synonyymina on käytetty aiemmin termiä Yrittäjäpolvenvaihdos, joka on ikään kuin yläkäsite sellaisille vaihdostilanteille, jossa jatkaja voi tulla perheestä tai suvusta, yrityksen sisältä esimerkiksi sopivan henkilön tai toimivan johdon toimesta tai yrityksen ulkopuolelta. Edellä mainitut käsitelmäritellyt perustuvat Kuvajan ym. (2005) ja Stenholmin (2003) määritelmiin.

Yrityksen omistajanvaihdoksella tarkoitetaan prosessia, jossa liiketoiminnan omistajuus ja yleensä myös johtajuus siirtyy (European Union, 2013, 1). Toisaalta, yrityksen omistajanvaihdos voidaan määritellä merkittäväksi omistajuuden vaihdokseksi, ei johtajuuden vaihdokseksi (Berent ym., 2009, 3). Lisäksi yrityksen omistajanvaihdos voidaan määritellä minkä tahansa yrityksen omistajuuden vaihtumiseksi toiselle henkilölle tai juridiselle kokonaisuudelle (Van Teeffelen, 2010, 9). Oletuksena tässä on, että samalla turvataan yritystoiminnan jatkuminen ja että omistajanvaihdoksen kohteena on vähintään 50 % liiketoiminnoista tai osakkeista.

Omistajanvaihdoksen englanninkielisenä terminä, EU-alueella on alettu käyttää termiä, business transfer:

A business transfer “is understood as a transfer of ownership of the enterprise to another person or enterprise that assures the continuous existence and commercial activity of the enterprise. This can take place within the family, through management buy-outs (sales to non-family management/employees) and sales to outsider persons or existing companies, including takeovers and mergers” (European Commission, 2002; 6, European Union, 2012, 9)

Yrityskauppa määritellään järjestelyksi, jossa ostetaan kohdeyrityksen liikeomaisuus (liiketoiminta- eli substanssikauppa) tai sen osuudet tai osakkeet (omistuskauppa) (Immonen, 2011, 19). Käytännössä yrityskaupat eivät välttämättä ole suoraviivaisia osake- tai liiketoimintakauppoja, vaan ne voivat sisältää seuraavia elementtejä, joita kutsutaan myös yritysjärjestelyiksi: osingonjako, omien osakkeiden hankinta/lunastus, suunnattu anti, osakevaihto,

sulautuminen/jakautuminen ja liiketoimintasiirto (Lakari & Engblom, 2009, 40; Raunio ym., 2010, 109–122, Romppainen ym., 2000, 96–102).

Englanninkielisellä termillä acquisition tarkoitetaan tapahtumaa, jossa organisaatio hankkii omistukseensa toisen organisaation ja termillä merger (fuusio) tapahtumaa, jossa organisaatiot yhteisesti sopivat yhdistymisestä. Yleensä molempiin tapahtumiin liittyy, että toisen yrityksen johto käyttää strategista vaikutusvaltaa suhteessa toiseen yritykseen. (Johnson, Scholes & Whittington, 2008, 357)

Suomessa omistajanvaihdosten määrän arvioitiin olevan huipussaan vuosina 2008–2011 (Kuvaja, Saurio & Kortelainen, 2005), mutta omistajanvaihdokset eivät olekaan toteutuneet ennustetussa aikataulussa, koska yrittäjät itse pitkittävät omistajanvaihdoksen käynnistämistä. Tutkijat ja asiantuntijat (Hautala, 2003; Heinonen, 2003; Koironen, 2000; Kuvaja ym., 2005; Römer-Paakkanen, 2004; Stenholm, 2003; Tall, Varamäki, Kettunen, & Katajavirta, 2010–2015; Tunkkari-Eskelinen, 2007) ovat puhuneet suomalaisten omistajanvaihdoksiin liittyvistä ongelma-alueista ja niiden toteutumisen tärkeydestä ja edistämisestä, mutta asia on edelleen ajankohtainen ja monet aiheeseen liittyvät ongelmat ovat edelleen ratkaisematta.

Yritysten omistajanvaihdokset koskettavat yksittäisten luopuvien yrittäjien ja yrittäjäksi ryhtyvien lisäksi koko yhteiskuntaa. Euroopassa on 450 000 yritystä, jotka työllistävät yhteensä 2 000 000 työntekijää ja osa näistä vaihtaa omistajaa joka vuosi. Näissä prosesseissa saatetaan menettää arviolta 150 000 yritystä (noin 600 000 työpaikkaa) omistajanvaihdoksiin liittyvän tehottomuuden vuoksi. (European commission, 2011, 10; European Union, 2012).

Meijaardin tutkimuksessa Hollannissa on todettu yritysten omistajanvaihdosten merkityksen työllisyydelle olleen kolme kertaa suurempi kuin uusien perustettujen yritysten ja että elinkeinoelämän dynamiikkaa on mahdollista parantaa vähentämällä yritysten lopettamisten määrää ja lisäämällä yritysten omistajanvaihdosten määrää. (Meijaard, 2005, 19) Liiketoiminnan säilyminen toimivassa yrityksessä turvaa keskimäärin viisi työpaikkaa, kun taas alkavassa yrityksessä on kaksi vuotta perustamisen jälkeen keskimäärin vain 1,5 työpaikkaa. Edellä esitetty luku perustuu siihen, että olemassa olevan yrityksen jatkaminen perustuu valmiiseen asiakaskuntaan, olemassa olevaan infrastruktuuriin ja kassavirtaan, joiden avulla yritystoimintaa voidaan pitää käynnissä ja kehittää.

Vanhaa yritystä jatkava uusi omistaja ei myöskään kohtaa uskottavuusongelmia start-up yrittäjän tavoin ensimmäisten asiakasneuvottelujen yhteydessä. Hyvin usein myös pankki suhtautuu myötämielisemmin olemassa olevan liiketoiminnan rahoittamiseen kuin start-up yrityksen visionäärisiin kassavirtalaskelmiin. Maassamme tarvitaan siis samaan aikaan toimenpiteitä sekä nykyisten yritysten jatkuvuuden, että uusyrityspuustamisten hyväksi.

Valtakunnallinen omistajanvaihdosbarometrin (Varamäki ym., 2015) mukaan 39 prosenttia 55-vuotiaista tai sitä vanhemmista yrittäjistä arvioi myyvänsä yrityksensä ulkopuoliselle siinä vaiheessa, kun itse luopuu päävastuusta. Jatkajan perheen sisältä uskoo löytävänsä 23 prosenttia yrittäjistä ja 7 prosenttia ilmoitti, että yrityksessä on muita omistajia, jotka jatkavat toimintaa. Jopa 27 prosenttia vastaajista arvioi yrityksen toiminnan loppuvan kokonaan. (Varamäki ym., 2015, 30)

Sopivan jatkajan puuttumisongelman lisäksi Suomen Yrittäjien Omistajanvaihdos-hankkeessa on havaittu, että ikääntyviä yrittäjiä tulisi kannustaa nykyistä varhemmin lähtemään liikkeelle omistajanvaihdosprosessissa. Euroopan komissio (2013, 17–18) on korostanut, että omistajanvaihdosten keskeisimpiä elinkeinopoliittisia haasteita verotuksen lisäksi ovat omistajanvaihdoksia tukevat toimenpiteet, kuten tietoisuuden herättämiseen, asiantuntijapalveluihin ja rahoituspalveluihin. Yritysten omistajanvaihdoksien kansainvälisen vertailututkimuksen mukaan tietoisuuden herättelytoimenpiteitä pitää kehittää pitkäjänteisesti ja systemaattisesti sekä suunnata laajasti eri osapuolille (Viljamaa ym., 2015).

Omistajanvaihdosprosessin onnistuminen edellyttää osaamista ja tietoa, jonka etsiminen on tällä hetkellä työlästä. Asiantuntija-avun on todettu edistävän omistajanvaihdosten onnistumista (Varamäki ym., 2013). Omistajanvaihdosteoriassa onkin alettu käyttää ekosysteemi -käsitettä (business transfer ecosystem) (Van Teeffelen, 2012, Viljamaa ym., 2015, 8), jossa ostajan ja myyjän väliseen kauppaprosessiin liitetään olennaisena osana ulkopuolinen tuki ja olemassa oleva markkina- ja taloustilanne sekä verotus- ja rahoitussäädökset. Erityisesti pienten ja mikroyritysten on vaikea saada tukea omistajanvaihdokseen, koska välitysmarkkinat ovat keskittyneet toimimaan suurempien yritysten parissa. Jos omistajanvaihdoksia ei tueta nykyistä enempää, niin riskinä on tuhansien yritysten ja työpaikkojen menetys.

Yrittäjät myöntävät tarvitsevansa ulkopuolista apua yrityksen omistajanvaihdokseen liittyvissä kysymyksissä (Paakkanen, 2016), avun tarve on lisääntynyt yritysbarometriversailussa 2012–2015 (Varamäki ym., 2015, 05), mutta Heinosen ja Stenholmin (2005, 16–17) mukaan ulkopuolisten neuvojen kuuntelu on usein kuitenkin vaikeampaa pehmeissä ja yrittäjien henkilökohtaisiin arvoihin ja näkemyksiin liittyvissä asioissa kuin esimerkiksi verotukseen liittyvissä asioissa. Erilaiset ulkopuoliset asiantuntijapalvelut ovat kuitenkin hyödyllisiä, koska yrityksillä ei välttämättä itsellään ole tarvittavaa asiantuntemusta.

Yleisten omistajan vaihdoksiin liittyvien siantuntijapalveluiden lisäksi Suomessa on saatavilla hyvin vähän alakohtaista yritysten omistajanvaihdoksiin liittyvää tukimateriaalia. Esimerkiksi hyvinvointialan yrittäjyydessä on paljon alakohtaisia erityispiirteitä, kuten luvanvaraisuus ja muu sääntely, minkä vuoksi yrityksistään luopuvat ikääntyvät yrittäjät sekä potentiaaliset jatkajat kaipaavat nimenomaan hyvinvointialalle suunnattua yritysten omistajanvaihdoksiin liittyvää tukea, materiaalia ja esimerkkejä.

Vuorovaikutus

Vuorovaikutus on hyvin moniulotteinen ja laajan tietoperustan omaava käsite. Vuorovaikutuksen käsitettä ei ole kuitenkaan yleensä tarkemmin perustellen määritelty (Tsoukas, 2009). Vuorovaikutus-käsitteen rinnakkaiskäsitteinä käytetään kommunikaatio-, keskustelu- ja dialogi käsitteitä, jolloin kyse on ihmisten välisestä keskustelusta, abstraktien elementtien välisestä tapahtumasta. (Suorsa, 2012) Tällöin kyse on sosiaalisesta vuorovaikutuksesta (social interaction), joka tarkoittaa ihmisten välistä toimintaa erilaisissa ympäristöissä. Sosiaalinen vuorovaikutus on yläkäsite ja siihen kuuluvat sosiaaliset suhteet ja sosiaaliset taidot. Sosiaalisilla suhteilla tarkoitetaan sosiaalisen vuorovaikutuksen laadullisia piirteitä, kuten vuorovaikutuksen luonnetta. Sosiaalisilla taidoilla (social skills) tarkoitetaan laajasti yhteistoimintataitoja sekä sosiaalisten tilanteiden tiedollista hallintaa (sosiokognitiivisia taitoja). Sosiaalipsykologiassa ihmisten välisestä vuorovaikutukseen taidoista käytetään interpersoonalliset taidot-käsitettä, joka pitää sisällään kasvokkain ja sähköisten välineiden kautta tapahtuvan vuorovaikutuksen.

Vuorovaikutuksen rinnakkaiskäsite, kommunikaatio, käsittää sekä sanallisen (verbaalin) ja sanattoman (nonverbaalin) viestinnän. Sosiaaliseen vuorovaikutukseen liittyy yleensä sanoman, tiedonvaihdon lisäksi konteksti, eli tilanne ja paikka, jotka luovat edellytyksiä vuorovaikutukselle. (Kauppila, 2005, 19–20)

Keskustelu on vuorovaikutuksen perusmuoto, jossa puhe ja kuuntelu vuorottelevat ja siihen liittyy sanattomia toimintoja, ilmeitä ja eleitä. Keskustelussa kieltä käytetään järjestelmällisesti, luovasti ja tavoitteisesti ihmisten kesken. Keskustelua voidaan pitää kirjoittamattomien sääntöjen ohjaamana ihmisten välisenä vuorovaikutuksena. Keskustelu on tärkeä tunnekokemuksena ja psyykkisenä tasapainotekijänä. Keskustelussa jaetaan ja kehitellään yhteisiä näkemyksiä ja lopulta tavoitellaan yhteisymmärrystä. Keskustelu lisää ihmisten välistä läheisyyttä ja ihmissuhteiden toimivuutta. (Kauppila, 2005, 179)

Dialogi tarkoittaa ihmisten tasavertaiseen osallistumiseen perustuvaa yhdessä ajattelemista ja perehtymistä johonkin asiaan tai toimintaan (Aarnio & Enqvist, 2001). Aarnio ja Enqvist (2003) ovat hahmottaneet dialogin keskeiset toimintatavat, joita ovat mm. aktiivinen osallistuminen, sitoutuminen keskusteluun, vastavuoroinen suhtautuminen ja reagoiminen dialogissa. (Aarnio, 1999 ja 2017)

Omistajanvaihdostilanteisiin liittyy ulkopuolista tukea, jossa vuorovaikutus on keskeistä. Tuki sisältää usein ohjausta, opetusta ja neuvontaa. Näiden käsitteiden määrittely on viime vuosina yleistyneen konstruktivisen oppimisenäkemyksen pohjalta lähentynyt vahvasti dialogia. Timo Spangarin (1998) mukaan ohjaus on vuorovaikutus- ja neuvotteluprosessi, jossa asiakkaita autetaan selventämään ja luomaan kuvaa omista tavoitteistaan ja omasta tulevaisuudestaan. Heitä autetaan myös tunnistamaan omia voimavarojaan ja rajoituksiaan. Tärkeää on, että ohjaaja ja asiakas luovat tasaveroisen dialogisen ja luottamuksellisen suhteen, jossa molemmat ovat asiantuntijoita (ohjaaja ohjausprosessin ja asiakas oman elämänsä asiantuntija). (Mäkinen, 2002, 56) Opetus-käsite on muuntunut perinteisen tiedonjaon sijaan vahvasti ohjaukselliseen suuntaan. Opettaja asiantuntijana ja opetuksen toteuttajana ohjaa ja tukee oppijaa oppimisprosessissa, jossa oppija rakentaa itselleen (konstruoii) osaamispääomaansa. Neuvonta on yleensä konkreettisiin, kertaluonteisiin tilanteisiin liittyvä, suora neuvo tai ohje. Pedagogisena ohjauskeinona se ei kuitenkaan tue riittävästi oppijan omaa aktiivisuutta. (Mäkinen, 2002, 57)

Omistajanvaihdoksiin liittyy ekosysteemi (Van Teeffelen, 2012, Viljamaa ym., 2015, 8), missä vuorovaikutus saa laajan, yhteiskunnallisen ulottuvuuden ja verkostomaiset piirteet. Yrittäjyyden ekosysteemiajattelu on lähtöisin Isenbergin (2011) ja myöhemmin Mazzarolin (2014) kehittämistä mallinnuksista, joissa yrittäjyyden kehittäminen nähdään laajasti yhteiskunnallisena tehtävänä. Toimivassa ekosysteemissä yhteiskunta omien politiikkaohjelmiensa, lainsäädännön, instituutioidensa ja hallinnon kautta on keskeisessä roolissa. Rahoitusjärjestelmät ja markkinat luovat kannustimen yrittäjyydelle, kulttuuri asenteineen ja kannustimineen on moottorina, koulutusjärjestelmä varmistaa osaamisen ja sitä tukevat erilaiset tukipalvelut. Työ- ja elinkeinoministeriön selvityksen julkisista yrityspalveluista mukaan julkisia yrityspalveluja on runsaasti tarjolla, mutta alueellisia eroavaisuuksia on runsaasti ja palveluvalikoima on kirjava, mikä tekee yritysasiakkaan näkökulmasta kokonaisuuden hahmottamisen hyvin vaikeaksi. Erityisen tärkeänä nähdään toimintaympäristön kehittämisen ja verkostoitumispalvelut, koska selvitys paljasti koordinoimattoman yrityspalvelujen kentän, jossa ekosysteemiselle kehittämiselle, toimijoiden välisten rajapintojen sekä työnjakojen selkeyttämiselle löytyy tilaus. (Pekkala ym., 2016)

Salmisen ja Mikkilän (2016) Yrittäjäekosysteemit kasvun ajurina -julkaisussa yrittäjäekosysteemit hahmotetaan siltana innovaatio- ja liiketoimintaekosysteemien välille. Heidän näkemyksensä mukaan ekosysteemejä edistävän politiikan tulisi olla kokonaisuudet hahmottavaa, vuorovaikutussuhteiden sekä toimijoiden välisten rajapintojen ja toimenpiteiden yhteensovittamiseen keskittyvää. Markkinapuutteiden sijaan huomio pitäisi kohdistaa systeemisten aukkojen tai virheiden tunnistamiseen ja korjaamiseen. Ekosysteemisen politiikan tulee olla dynaamista, muuttuviin tilanteisiin ja konteksteihin nopeasti reagoivaa. Tämä edellyttää julkisilta toimijoilta uudenlaisia toimintamalleja, työkaluja ja kyvykkyyksiä. Toimivan ekosysteemin aikaansaaminen vaatii myös systeemijohtajuutta (Senge ym., 2015), jolloin pitää olla kykyä hahmottaa systeemin kokonaisuus, kykyä mahdollistaa aito keskinäisarviointi sekä kykyä siirtyä vanhojen ongelmien ratkaisemisesta uusien tulevaisuuksien yhdessä luomiseen (co-creation). Salminen ja Mikkilä (2016, 6)

Verkosto on eriasteisesti ja eri tavoin vakiintuneiksi sosiaalisiksi suhteiksi toisistaan riippuvaisten toimijoiden välillä, jotka ovat organisoituneet saman intressin ympärille (Linnamaa, 2004, 50–51 ja 174). Verkoston koko olemassaolo

perustuu toimijoiden välisiin henkilökohtaisiin suhteisiin ja verkosto on riippuvainen vuorovaikutuksesta toimijoiden välillä. Verkosto poikkeaa siten organisaatiosta, jonka toiminta perustuu organisaation toimintojen ja yksiköiden työntekijöiden väliseen vastuun- ja työnjakoon. Verkosto muistuttaakin siinä suhteessa enemmän tehtäväkeskeistä ryhmää ja sen yhteistoiminta on pääsääntöisesti väljästi organisoitua. Verkoston toimivuuden ja tulosten kannalta on olennaista, että jäsenten väliset suhteet ovat kunnossa ja vuorovaikutus toimii. (Vanhatalo, 2014)

Liiketoimintaverkostojen kyseessä ollen käytetään klusteri- ja arvoverkkokäsitteitä. Klusterit (clusters) ovat joidenkin toimialojen yritysten maantieteellisiä keskittymiä ja korostavat yritysten välistä kilpailua klusterien sisällä. Arvoverkostot (value networks) viittaavat puolestaan paikasta riippumattomiin – joskus jopa globaaleihin – yritysten arvoketjujen verkostoihin, joissa korostuu yhteistyö, yhteiset intressit ja yritysten omat valinnat: yritykset itse valitsevat, mihin arvoverkostoon ne kuuluvat. (Peltoniemi, 2004, Peltoniemi & Vuori, 2004, Porter, 1998, Porter, 2000).

Innovaatioalusta

Tässä hankkeessa edetään 6Aika strategian (6Aika, 2017) suunnassa ja hyödynnetään 6Aika, Avoin Innovaatioalusta kaupunkikehittämisen lähestymistapana, Käsikirja kehittäjille -julkaisun innovaatioalustan määrittelyä, missä innovaatioalusta hahmotetaan kolmen sisäisen elementin (kehittämistoiminta, tila ja yhteisö) verkostovuorovaikutukseksi laajemman toimintaympäristön kanssa. (Raunio, Nordling, Ketola, Saarinen, Heinikangas 2016, 12)



Kuvio 1. Innovaatioalustan sisäiset elementit sekä niiden ulkoiset kytkennät verkostovaikutuksen rakentajina (mukaiellen Raunio, Nordling, Ketola, Saarinen, Heinikangas 2016, 12).

Hyvinvointiyrietykset kiertoon hankkeessa lähdettiin liikkeelle innovaatioalustahahmotelmasta (Kolehmainen, Römer-Paakkanen, Sekki, Suonpää 2016). Arvoa tuottava kehittämistoiminta nähdään tietoisuuden lisäämisenä ja se aikaansaadaan erilaisten tapahtumien ja kohtaamisten järjestämisen, tiedottamisen, rekrytointikanavien luomisen ja arviointien kautta. Näiden toimien kautta mahdollistetaan omistajanvaihdosprosessien aktivoituminen. Toimintakentässä ammattikorkeakoulut hyvinvointiyrittäjien kouluttajina sekä opiskelijat, potentiaaleina jatkajina toimivat yhdessä hyvinvointiyrietyksien ja omistajanvaihdosten tukijärjestelmän kanssa omistajanvaihdosekosysteemiä kehittäen. Tilat vaihtelevat tarpeen mukaan oppilaitoskontekstista, yrityksiin, tai omistajanvaihdosten tukijoiden tiloihin. Oma kotisivu ja siellä blogit sekä sosiaalisen median erilaisten muotojen hyödyntäminen yhdistävät hankkeen toimintoja paikallisten sekä kansainvälisten toimijoiden ja verkostojen kanssa. Vuorovaikutuksellinen, fasilitoitu, innovatiivinen kehittämiskulttuuri on avain onnistuneen hankkeen aikaansaamiseksi.

15.2 Hankkeen tavoitteet ja hanketoimijat

HYKI-hankkeen tavoitteena on rakentaa innovaatioalusta, joka tuottaa hyvinvointiyritysten kehittämisen ja omistajanvaihdosten kautta uutta yrittäjyyttä, osaamista ja työllisyyttä metropolialueella ja Oulun seudulla.

Hankkeessa luodaan toimivat tukirakenteet pienten hyvinvointiyritysten kehittämiseen ja omistajanvaihdoksiin tekemällä omistajanvaihdoksen kautta syntyvästä yrittäjyydestä tunnettu ja haluttu uravaihtoehto. Hankkeessa on tarkoitus kehittää 100 omistajanvaihdoksen edessä olevaa hyvinvointiyritystä. Hankkeeseen osallistuu noin 500 opiskelijaa. Hankkeen aikana syntyy omistajanvaihdoksia ja opiskelijoita työllistyy ov-yrityksiin.

Vuorovaikutteisen, toimivan innovaatioalustan rakentamiseksi hankkeessa selvitetään mm. seuraavia kysymyksiä: Miten saadaan rakennettua toimiva verkosto hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten tueksi? Millaisten toimijoiden tuki on tarpeen? Millaisia tukimuotoja tarvitaan? Miten toimijoiden välinen vuorovaikutus saadaan toimimaan?

Metropolialueen ja Oulun seudun kehittämishankkeen aineistona ovat hanketoimijat ja verkostokumppanuudet sekä vuorovaikutteinen toiminta omistajanvaihdosten edistämiseksi. Kehittämistyötä tekevät potentiaaliset jatkajat ja monialaiset opiskelijaryhmät yhdessä yrittäjien kanssa vastaten moninaisten ja monikulttuuristen kaupunkilaisten tarpeisiin sekä hyödyntäen palvelumuotoilua ja teknologiaa.

15.3 Hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten tukiverkoston rakentaminen

Hankkeen projektiryhmä on aloittanut avoimen innovaatioalustan mallintamisen ja hanketoimijat ovat verkostoituneet erilaisissa tapahtumissa potentiaaleihin omistajanvaihdosten tukijoihin.

Hankkeessa hyödynnetään oppilaitosten toimintaa ja niissä kehitteillä olevia yrittäjyyskasvatuksen toimintamalleja ja syntyneitä verkostoja, esimerkiksi Laurean LivingLab ja LaureaStartUp sekä Metropolian Hyrrät, Turbiini ja MINNO®-projektit ja Haaga-Helian kokonaisvaltaisen ohjauksen malli ja

Innostuksen ja riskinoton -pedagogiikka sekä Oulun alueella toimivia Business Kitcheniä, Yrityshautomoa ja LABeja.

15.4 Hyvinvointiyrittäjien omistajanvaihdosten tuen tarve

Tähän mennessä saamamme käsitys on, että hyvinvointiyrittäjät tarvitsevat runsaasti tukea omistajanvaihdosprosesseissa. Suurin osa hyvinvointiyrittäjistä on yksin yrittäviä ammatinharjoittajia, jotka oman ammatinsa toteuttamisen lisäksi joutuvat hoitamaan kaiken hallintobyrokratian. Ikääntyneiden yrittäjien energia menee rahaa tuovan asiakastyön kanssa, eikä energia riitä seuraamaan kaikkea muutosta, mitä yhteiskunnassa tapahtuu. Monella yrittäjällä on myös luopumisen ajatuksia ja näkemys, että yrityksessä ei ole mitään myytävää. Sote- ja maakuntauudistus ovat peikko, mitä ei haluta kohdata.

Tietoisuuden lisääminen omistajanvaihdoksista on tärkeää hyvinvointiyrittäjille, mutta kokemuksemme mukaan myös ammattikorkeakouluympäristössä opettajat ja opiskelijat kaipaavat tätä tietoa. Uusien yritysten perustaminen (Start Up) on ollut painokkaasti esillä yrittäjyysopetuksessa, eikä luopumisen problematiikkaan ole kiinnitetty tarpeeksi huomiota.

Hyvinvointiyrittäjien myyntikunnostaminen on tärkeää, jotta yritys saadaan markkinoille ja yritys- ja johtamisen rakenteet kehitettyä niin, että joku olisi valmis ostamaan sen. Pienten yritysten kohdalla, sote-uudistukseen valmistautuminen on tuonut uusia haasteita. Digitaalisuuden käyttöönoton, potilastietojärjestelmien hankkimisen, rakenteiseen kirjaamiseen perehtymisen, omavalvontasuunnitelman tekemisen, Kanta-arkistoon siirtymisen ja yrityksen markkinoimisen haasteet ovat monelle yrittäjälle ylivoimaiselta tuntuvia. Hankkeessa järjestetyissä omistajanvaihdosilloissa on hyödynnetty yrityksen kuntokartoitusta ja sen perusteella on löydetty yrityksen kehittämiskohteita.

Hyvinvointiyrittäjien talousosaaminen on heikkoa ja monet yrittäjät ovatkin ulkoistaneet kirjanpidon, palkanmaksun ja verotusasioiden hoidon tilitoimistoille. Usein yrittäjät itse eivät osaa tulkita tilinpäätöstä ja tasetta, eivätkä he ole tottuneet seuraamaan yrityksen tunnuslukujen kehittymistä. Yrityksen arvon määrittämiseen tarvitaan ulkopuolista apua. Yritystä on vaikea myydä, jos yrittäjä ei pysty sanomaan, mitä yritys maksaa.

Yrityksen myyntiin vieminen on näyttäytynyt myös ongelmalliselta. Moni yrittäjä on tuonut esille se, että eivät halua tuoda yritystään julkisesti myytäväksi, koska silloin yrityksen arvo laskee ja työntekijät alkavat hakeutua muualle töihin ja myös kilpailijat aktivoituvat valloittamaan asiakkaita. Hyvinvointiyrityksiä ei haluta viedä avoimille myyntikanaville, kuten Yrityspörssi tms. Yrittäjät tarvitsevat tukea ja vahvistusta, että rohkaistuvat tuomaan yrityksensä myyntiaikeet esiin.

Hankkeen ideaalina tavoitteena oli, että ammattikorkeakoulujen opiskelijoista löytyisi potentiaalia jatkajia yrityksille. Hyvinvointialoja opiskelevat, potentiaalit ostajat, tarvitsevat kuitenkin koulutusta paitsi omistajanvaihdoksista niin myös yleensä yrittäjyydestä, talousasioista, markkinoinnista, yrityksen johtamisesta, yritys- ja sopimusjuridiikasta. Koulutukset ovat vielä nykyisinkin painottuneet ammatilliseen ainekseen niin vahvasti, että aikaa ja tilaa opetussuunnitelmissa valmiuksien kehittämiseksi ei tahdo löytyä. Tarvitaan käytännön läheisiä yrittäjyyden oppimispolkujen kehittämistä vahvistamaan hyvinvointialojen opiskelijoiden yrittäjyysvalmiuksia. Hyvinvointiyritystä voisi hyvin yrittäjänä jatkaa myös liiketalouden, tuotantotalouden, hyvinvointiteknologian tai IT-teknologian opintojen pohjalta. Tämä edellyttää laajaa, monialaisen yrittäjyyspolun rakentamista.

Kaupanteossa tukeminen on koettu myös tarpeelliseksi. Tässä vaiheessa tarvitaan yrityskauppa-asiantuntemusta, talous- ja verotusasiantuntemusta, rahoitusasiantuntemusta ja erilaisia rahoitusmuotoja sekä juridista apua sopimusten siirtojen tekemisessä ja kauppakirjan vahvistamisessa.

Myyjät tarvitsevat jälkihoito, luopumisen tuskan helpotusta. Moni hyvinvointiyrittäjä tuntee asiakkaansa vuosikymmenten ajalta ja heillä on vaikea luopua asiakassuhteista. Samoin asiakkaiden on vaikea vaihtaa hoitajaa, johon ovat tottuneet. Asiakkaille on kuitenkin tärkeää, että palvelu jatkuu yrittäjän työskentelyn loppuessa. Yrittäjä on usein työskennellyt pitkiä työpäiviä, kymmeniä vuosia ja luopuessa yritystoiminnasta elämä täytyy rakentaa uudelleen. Omistajanvaihdoksissa kohtaavat myös eri sukupolvet. Nuorilla on intoa ja voimavaroja, uusimmat tiedot, digiosaamista ja kielitaitoa. Luopujilla on taas pitkän uran tuoma realismi ja osaaminen, asiakasymmärrys ja suhteet. Yrittäjä on luonut myös omat verkostonsa. Näiden siirtäminen jatkajalle koetaan vaikeana. Vuorovaikutussuhteiden luominen ottaa oman aikansa eikä aina onnistukaan.

Ostajien saattohoito ja yrittäjyysvalmiuksien jatkuva kehittäminen ovat tärkeää omistajanvaihdoksen onnistumisen kannalta. Saattaen vaihtaminen edellyttää kuitenkin toimivia, luottamuksellisia suhteita ostajan ja myyjän välillä onnistuakseen. Parhaimmillaan se voi olla uudelle yrityksen jatkajalle opettavainen kokemus, koska luopujan hiljaisen, kokemustiedon siirtyminen voi tapahtua. Uuden yrittäjän ei tarvitse käydä läpi samoja karikoita, kun luopuja on käynyt. Myös asiakkaiden siirron kannalta saattohoito antaa aikaa tutustua ja tottua uuteen yrittäjään. Jatkajayrittäjällä on usein oma visionsa ja siihen pyrkiessään hän tarvitsee monenlaista tukea.

15.5 Hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten tukimuodot

Hanke on toteuttanut yhteistyössä neljä omistajanvaihdosiltaa Helsingissä, Vantaalla, Oulussa ja Hyvinkäällä. Niissä on törmäytetty yrityksiä, eri alojen opiskelijoita, luopujia ja jatkajia sekä omistajanvaihdoksia tukevia tahoja, kuten järjestöjä, rahoittajan ja Finnveran edustajia. Omistajanvaihdosilloissa käsiteltävät teemat olivat: megatrendit, tulevaisuuden haasteet ja bisneksen jatkuminen, luopumisen ja jatkamisen tuskat, miten arvotan yrityksen? ja yrityksen kehittäminen myyntikuntoon. Kohtaamistilanteiden järjestämisellä myyjille ja potentiaaleille ostajille voidaan vahvistaa eri osapuolten näkemysten esiintuloa Metropolia ammattikorkeakoulun innovaatioprojektiopinnoissa hyvinvointialan opiskelijoita ja ov-yrittäjiä törmäytettiin uusien innovatiivisten palvelujen kehittämiseksi. Opiskelijat ovat perehtyneet yrityksiin ja omistajanvaihdosilmiöön sekä tehneet yritysten myyntikunnostamiseen liittyviä töitä.

Vantaalla Laurean ja Haaga-Helian amk:n hanketoimijat toteuttivat omistajanvaihdoskoulutuksen, jossa tiedon lisäämisen lisäksi opiskelijoiden kehittämistöiden avulla kehitettiin omistajanvaihdoksen edessä olevia yrityksiä myyntikuntoon. Kukin osallistuva yritys sai opiskelijaparin, joka yhteistyössä yrittäjien kanssa toteutti kehittämistyön.

Kevään aikana hanketoimijat ovat tehneet myös useita yrityskäyntejä ja olleet yhteyksissä yrityskauppoja tekeviin toimijoihin. Haaga-Helia amk on toteuttanut kaupunkilaisten palvelumuotoilun työpajat Lapinlahden Lähteellä ja niiden tavoitteena on hahmottaa tulevaisuuden hyvinvointipalvelujen tarvetta.

Oulun ammattikorkeakoulussa hyvinvointiyritysten omistajavaihdokset on integroitu Yrityshautomo-opintoihin ja sen toimintaan. Yrittäjät ja opiskelijat saavat Yrityshautomon ohjaajaltaan yksilöllistä tukea omistajanvaihdosprosessiin sekä neuvoja, mistä yrittäjät ja opiskelijat voivat hakea tarpeellisia palveluja omistajanvaihdoksen eri vaiheissa.

Pääkaupunkialueella ollaan aktivoitunut kolmen ammattikorkeakoulun, Haaga-Helian, Laurea ja Metropolian, kesken kehittämään yrittäjyyskasvatusta, opiskelijoiden yhteisten yrittäjyyspolun rakentamisella sekä opettajien koulutuksella. Yhteistyössä Suomen Yrittäjien kanssa pääkaupunkiseudun ammattikorkeakoulujen opettajille järjestämässämme koulutuksessa vahvistui näkemys, että opettajat tarvitsevat omistajanvaihdoksiin liittyvää koulutusta sekä vahvistusta yrittäjyystietoisuudessaan. Erityisen tärkeänä kokivat hyvinvointialojen opettajat talous, markkinointi ja yritys- ja sopimusjuridiikan. Opiskelijoille järjestetyssä aamupuuro-tilaisuudessa opiskelijat toivat esiin, että omistajanvaihdokset ovat hyvin vieras asia ja toivoivat enemmän tietoa tapahtumista ammattikorkeakoulujen sisällä.

15.6 Vuorovaikutus hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten innovaatioalustalla

Vuorovaikutus omistajanvaihdoksia tukevalla innovaatioalustalla on käynnistynyt. Hankkeen toimintaan on osallistunut 41 yritystä, joista 12 on käynnistynyt myyntikunnostaminen De minimis -sopimuksella. Hanke on solminut vuorovaikutteisen verkostosuhteen yli 20 omistajanvaihdoksia tukevan tahon kanssa ja kaikkiaan verkostossa on jo 74 kumppania. Kaikkiaan noin 100 opiskelijaa on osallistunut hankkeeseen. Hankkeen verkkoalusta löytyy: www.hyvinvointiyritys.com

Hankkeen ohjausryhmä koostuu ammattikorkeakoulujen edustajien lisäksi, Uudenmaan liiton, Suomen yrittäjien omistajanvaihdoshankkeen, Suomen Yrittäjänäisten, Hyvinkään yritysvoimalan, Vantaan yrityspalveluiden (6Aika-edustus) sekä hyvinvointiyrittäjien järjestöjen, Fysi ry:n ja Teso ry:n edustajista.

Hanke on vahvasti verkostoitunut muiden yrittäjyyttä edistävien hankkeiden kanssa ja hanketoimijoita on mukana myös Oona Osaamista ja onnistumisen tukea yrittäjänaisille. Hyvinvointiala on vahvasti naisvaltainen, joten yrittäjänaisien

hankkeiden, Keuken Osaajanainen ja Suomen Yrittäjänäisten Liekki, hanketoimijoiden kanssa olemme myös verkostoituneet. Pidämme yhteisiä kokoontumisia, teemme markkinointiyhteistyötä ja asiantuntijavaihtoa.

Ammattikorkeakoulujen ja muiden toimijoiden välinen vuorovaikutus on mahdollistanut yhteisten toimintatapojen rakentamisen, asiantuntemuksen hyödyntämisen, päällekkäisen työn välttämisen sekä opiskelijoiden liikkuvuuden korkeakoulujen välillä. Yhdessä tekemisen kulttuurin kautta on opittu tuntemaan kanssatoimijoita ja luottamaan heidän ammattitaitoonsa. On opittu jakamaan ja antamaan.

Jatkossa omistajanvaihdoksen innovaatioalusta integroidaan osaksi ammattikorkeakoulujen normaalia toimintaa. Pääkaupunkiseudulla on sitouduttu kehittämään 3amk yhteistyötä ja siinä yrittäjyyspolut ja opettajien koulutus ovat keskeisiä toimintamuotoja.

15.7 Pohdinta

Hyvinvointiyritykset kiertoon -hanke on hyvin ajankohtainen ja opettavainen hanke ammattikorkeakoulutoimijoille. Hankkeen aihealueessa yhdistyy sote- ja maakuntauudistuksen tuomat haasteet, yrittäjyyden vahvistaminen talouden pönkittämiseksi hyvinvointipalvelujen tarve väestön ikääntymisen seurauksena, sekä omistajanvaihdosten määrän lisääntyminen yrittäjien ikääntymisen seurauksena. Lisäksi hyvinvointiyrittäjyyteen tutustumisen kautta on noussut tietoisuuteen, kuinka vahvasti se on nais-, pienyrittäjyys- ja ammatinharjoittajavaltaista. (Suomen kunto- ja terveysliikuntakeskusten yhdistys ry ym., 2017) Pääkaupunkiseudulla yrittäjyyttä ja omistajanvaihdoksia tukevia toimijoita on runsaasti, mutta hyvinvointialojen yrittäjät eivät löydä, tai osaa käyttää palveluita, eivätkä välittäjätkään aina ole kiinnostuneita auttamaan pienellä liikevaihdolla toimivia yrityksiä.

Ammattikorkeakoulutoimijoina hankkeen alussa oli kova huoli siitä, miten saadaan rakennettua toimiva verkosto hyvinvointiyritysten omistajanvaihdosten tueksi? Millaisten toimijoiden tuki on tarpeen? Millaisia tukimuotoja tarvitaan? Miten toimijoiden välinen vuorovaikutus saadaan toimimaan? Nyt hanke on kohta puolivälissä ja olemme tehneet tärkeitä havaintoja:

Ammattikorkeakoulutoimijoiden on tärkeä verkostoitua alueensa keskeisten toimijoiden kanssa. Tässä hankkeessa tärkein toimija on ollut Suomen Yrittäjien Omistajanvaihdoshankkeen projektipäällikkö Mika Haavisto. Hänen kauttaan on auennut ovia monelle taholle. Mika Haavisto on toiminut myös ansiokkaasti hankkeen ohjausryhmän puheenjohtajana. Toinen merkittävä kumppanuus on ollut hyvinvointiyrittäjien järjestöt Fysi ry ja Teso ry, joiden edustajat Leila Salonen ja Pekka Riihimäki ovat myös ohjausryhmän jäseniä. Muihin hyvinvointiyritysten järjestöihin ollaan myös pidetty yhteyttä tapahtumatiedotusten muodossa.

- Hyvinvointiyritykset ovat vahvasti kanssakäymisissä myös ammattiliittojensa kanssa. Hanketoimijat ovat vierailleet järjestöissä ja käyneet esittelemässä hanketta ja sen toimintoja erilaisissa järjestöjen tilaisuuksissa. Ammattiliittojen yrittäjyyden edistämistyö on tärkeää toimintaa ja yhteistyössä voimme saada omistajanvaihdosten sanomaa eteenpäin.
- Hyvinvointiyritykset tarvitsevat tukea kaikissa elinkaaren vaiheissa. Erityinen osaamisvaje yrittäjillä on yrittäjyysosaamisessa, talouden hallinnassa, yritys- ja sopimusjuridiikassa sekä markkinoinnissa. Hyvinvointiyrittäjät muita hoitaessaan ovat omaksuneet ”aina jaksajan” eetoksen, jolloin toisen avun pyytäminen ja vastaanottaminen koetaan usein vaikeana. Tämä näkyy myös omistajanvaihdosprosesseissa, joissa ulkopuolista apua ei osata hyödyntää.
- Ammattikorkeakoulutoimijoina opettajat ovat keskeisessä asemassa tulevien hyvinvointiyritysten jatkajien kouluttajina. He tarvitsevat vahvistusta omistajanvaihdosprosessin tuntemuksessa, talousosaamisessa, markkinointiosaamisessa, yritys- ja sopimusjuridiikassa sekä kontakteja ja apua työhönsä yrittäjiltä ja yrittäjyyttä ja omistajanvaihdoksia tukevilta henkilöiltä. Opetussuunnitelmien muokkausta ja yrityspolkujen rakentamista myös omistajanvaihdoksia tukeviksi tarvitaan. Ammattikorkeakoulujen opettajissa on lakimiehiä, yrityskauppamarkkinassa vahvasti toimineita, yrittäjiä joilla on kokemusta yrityskaupoista. Tällaisia osaamisia on hyvä hyödyntää omistajanvaihdosten edistämistyössä, koska he toimivat myös tulkkina alueen muun yksityisen ja julkisen yritystuen kanssakäymisessä. Pääkaupunkiseudulla on käynnistynyt kolmen ammattikorkeakoulun yhteistyö, missä hanketoimijoita on aktiivisessa roolissa opiskelijoiden yrittäjyyspolkujen rakentamisessa sekä opettajien koulutuksessa.
- Opiskelijoiden mukaan saamisessa on ollut hankaluutta. Veimme kuitenkin hankkeen innovaatioprojektioipintoihin, jonka kautta yli sata opiskelijaa on nyt

perehtynyt omistajanvaihdosproblematiikkaan ja osallistunut yritysten myyntikunnostamiseen.

- vuorovaikutuksen toimivuus tässä hankkeessa on onnistumisen kannalta todella tärkeää. Alussa huomasimme, että omistajanvaihdoksia tukevien tahojen asenteissa oli havaittavissa nihkeyttä yhteistyöhön. Olemme hankkeessa lähteneet kuitenkin siltä perustalta, että emme kilpaile muun tukijajoukon kanssa, vaan pyrimme täydentämään tuomalla ammattikorkeakoulukenttää vahvasti myös omistajanvaihdosten tuennan piiriin. Yhteistyössä ja yhdessä toimien tuemme toisiamme ja lisäämme tietoisuutta tukipalveluista.

Hankeellamme on aikaa vielä vuosi viedä hyvinvointiyritysten omistajanvaihdoksia eteenpäin. Tähän mennessä tekemämme työ on saanut kiitosta ohjausryhmältä sekä hankekumppaneiltamme. Tavoitteisiin pääsemiseksi meillä on kuitenkin vielä työmaata. Yrityskauppojen syntyminen hankkeemme lyhyenä aikana on epätodennäköistä, mutta 100 yrityksen myyntikunnostustavoite täyttynee. Opiskelijoiden saaminen mukaan hankkeen toimintaan on osoittautunut myös vaikeaksi. Aloitimme keväällä 2017 opiskelijoiden aamupuuro-tilaisuudet pääkaupunkiseudulla ja niitä on nyt tarkoitus lisätä hankkeeseen osallistuvissa ammattikorkeakouluissa. Oulun alueella OAMK:n Kontinkankaan kampuksella järjestetään syksyn aikana erilaisia hyvinvointiyrittäjyyden omistajanvaihdostilaisuuksia opiskelijoille, yrittäjille ja sidosryhmille. Näistä ja hankkeen muista tulevista tapahtumista voi lukea verkkosivuilta <https://hyvinvointiyritys.com/>

Lähdeluettelo

- Aarnio, H. (1999). Dialogia etsimässä. Opettajaopiskelijoiden dialogin keittyminen tieto- ja viestintäteknistä ympäristöä varten. Acta Universitatis Tamperensis 676. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.,
- Aarnio, H. (2017). Verkko yhteisöjen analyysimenetelmiä. Dialogin tutkiminen. Helsingin yliopisto. Suomen Virtuaaliyliopisto. Haettu osoitteesta https://www.edu.helsinki.fi/svy/kvali/dialogi/mat/dialogi_oppim.pdf
- Aarnio, H. & Enqvist, J. (2001). *Dialoginen oppiminen verkossa – DIANA-malli ammatillisen osaamisen rakentamiseen*. Kehittyvä koulutus 2(2001). Opetushallitus.
- 6Aika (2016). *6-aika – Avoimen ja älykkäät palvelut -strategia*. Kuutoskaupungit: Helsinki, Espoo, Vantaa, Tampere, Turku ja Oulu. Haettu osoitteesta <http://6aika.fi/6aika-avoimia-ja-alykkaita-palveluja/>

- Beret, M., Uhlaner, L., Gibcus, P. & Timmermans, N. (2009). The relationship between successor, planning characteristics and transfer process on post-transfer profitability in SMEs. Haettu osoitteesta <http://ondernemerschap.panteia.nl/pdf-ez/h200901.pdf>
- European Commission (2002). Final report of the expert group on the transfer of small and medium-sized enterprises. Brussels: European Commission.
- European Commission (2011). Business dynamics: Start-ups, business transfers and bankruptcy “The economic impact of legal and administrative procedures for licensing, business transfers and bankruptcy on entrepreneurship in Europe.” Final report 2011, Bruxelles. Haettu osoitteesta <http://docplayer.net/12092095-Business-dynamics-start-ups-business-transfers-and-bankruptcy.html>
- Euroopan Komissio (2013). Komission tiedonanto Euroopan parlamentille, neuvostolle, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle ja alueiden komitealle Yrittäjyys 2020 – Toimintasuunnitelma Uutta kipinää Euroopan yrittäjyyteen. Bryssel. Haettu osoitteesta <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2012/FI/1-2012-795-FI-F1-1.Pdf>
- European Union (2013). Evaluation of the implementation of the 2006 Commission communication of business transfers. Final Report.
- European Union (2012). Facilitating transfer of business. Guidebook Series: How to support SME Policy from Structural Funds. Belgium. ISBN 978-92-79-25926-5. Haettu osoitteesta <https://publications.europa.eu/fi/publication-detail/-/publication/fe11a558-a838-47be-89a4-4df967b2c9a6>
- Hautala, T. (2003). Vetäjä vaihtuu. Havaintoja, Ohjeita ja kokemuksia yritysten sukupolvenvaihdoksista. Helsinki: Yrityskummit ry.
- Heinonen, J. (toim.), (2003), Quo vadis, suomalainen perheyrittäjä? Turun kauppakorkeakoulu. Turku: PK-Instituutti. 229 (24–43).
- Heinonen, J. & Stenholm P. (2005). Johdatus perheyrittäjyyteen ja sukupolvenvaihdokseen. Teoksessa J. Heinonen (toim.), (2005), Yrityksen sukupolven- ja omistajanvaihdos. Helsinki: Tietosanoma.
- Hirvensalo, A. (2015). Organisaatioiden välinen tiedon rakentaminen eturistiriidassa - fasilitoidun työpajan vuorovaikutuksen tarkastelua. Väitöskirja. Koneenrakennustekniikan laitos, Tuotantotalouden laitos. Aalto Yliopisto. Aalto University publication series doctoral dissertations 45/2015. Haettu osoitteesta: <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/15617/isbn9789526061535.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Immonen, R. (2011). Yritysjärjestelyt. 5. painos. Helsinki: Talentum.
- Isenberg, D. (2010). The big idea: How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review. Haettu osoitteesta <https://hbr.org/2010/06/the-big-idea-how-to-start-an-entrepreneurial-revolution>
- Johanson, G., Scholes, K. & Whittington, R. (2008). Exploring corporate strategy. 8th ed. Harlow: Prentice Hall.
- Kauppila, R.A. (2005). Vuorovaikutus ja sosiaaliset taidot. Vuorovaikutusopas opettajille ja opiskelijoille. Keuruu: PK-Kustannus. Otavan Kirjapaino Oy.

- Kolehmainen, S-L. (2015): Yrityksestä luopuminen. Verkkosivuilla: Vehkaperä U, Kolehmainen S-L, Kokkala, C ym. HYRRÄT Reittejä hyvinvointialan yrittäjyyteen ESR-hankkeessa tuotettu verkkosivu. Hyrrät ESR-hanke. Metropolia ammattikorkeakoulu. Haettu osoitteesta: <http://hyrrat.metropolia.fi/>
- Kolehmainen, S., Römer-Paakkanen, T., Sekki, A. & Suonpää, M. (2016). Hyvinvointialan yritykset kiertoon. Esitys Yrittäjyyskasvatuksen päivillä Jyväskylässä. Haettu osoitteesta https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/52506/YKTT2016%20Conference%20proceedings_21.12.16.pdf?sequence=1
- Koiranen, M. (2000). Juuret ja siivet - perheyrittäjien sukupolvenvaihdos. Edita. Oma yritys. Helsinki.
- Kuvaja, S., Saurio, S. & Kortelainen, S. (2005). Ammattikorkeakoulun rooli yrittäjäpolvenvaihdoksen edistämässä. KTM Rahoitetut tutkimukset 3/2005. Elinkeino-osasto. Haettu osoitteesta: [http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/0/7CB8722249053615C2256FCC0041DF2E/\\$file/ratu3elo_2005.pdf](http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/0/7CB8722249053615C2256FCC0041DF2E/$file/ratu3elo_2005.pdf)
- Lakari, T. & Engblom, A. (2009). Käytännön sukupolvenvaihdos – yritysraenteet ja verotus. Helsinki: KHT-Media.
- Linnamaa, R. 2004. Verkostojen toimivuus ja alueen kilpailukyky. Helsinki: HAUS kehittämiskeskus Oy.
- Mazzarol, T. (2014). 6 ways governments can encourage entrepreneurship. World economic forum – Global agenda. Haettu osoitteesta: <https://www.weforum.org/agenda/2014/12/6-ways-governments-can-encourage-entrepreneurship/>
- Meijaard, J. (2005). Business transfer in the Netherlands. Entrepreneurship in the Netherlands, Business transfer: a new start. Zoetermeer: EIM.
- Mäkinen, P. (2002). Ammatillisen aikuiskoulutuksen verkko-oppimisen käytäntöjen ja kokemusten selvitys. AihHe -projekti. Raportit 2002-2003. Opetushallitus. Hakapaino Oy. Haettu osoitteesta http://www.oph.fi/download/49247_verkkooppimisen_kaytantoja_malleja_ja_tyokaluja.pdf
- Paakkanen, S. (2016). *Valmistautuminen omistajanvaihdokseen. Laadullinen tutkimus omistajayrittäjien kokemuksista*. Pro-gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Kauppakorkeakoulu.
- Pekkala, H., Lamminmäki, K. Kaihovaara, A., Halme K. & Salminen, V. (2016). Selvitys julkisista yrityspalveluista. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Konserni 10/2016. Työ- ja elinkeinoministeriö. Haettu osoitteesta: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74841/TEMjul_10_2016_web_11032016.pdf?sequence=1
- Peltoniemi, M. (2004). Cluster, value network and business ecosystem: Knowledge and innovation approach. Conference Paper, (September 2004), 9–10.
- Peltoniemi, M., & Vuori, E. (2004). Business ecosystem as the new approach to complex adaptive business environments. Proceedings of eBusiness Research Forum, 267–281.

- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, (November-December), 77–90.
- Porter, M. E. (2000). Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15–34.
- Raunio, M., Romppainen, L., Ukkola, O. & Kotiranta, K. (2010). Verojen jakaminen ja verotus osakeyhtiössä. Helsinki: KHT-Media.
- Raunio, M, Nordling, N., Ketola, T., Saarinen, J.P. & Heinikangas, A. (2016). Avoin innovaatioalusta, kaupunkikehittämisen lähestymistapana. Käsikirja kehittäjille. 6Aika-ohjelman Avoimet innovaatioalustat –kärkihankkeessa (AIA). Haettu osoitteesta https://avoimetinnovaatioalustat.files.wordpress.com/2016/09/alustajohtamisen-3a4sikirja_pc3a4ivitetty.pdf.
- Romppainen, L., Raunio, M., Kotiranta, K. & Ukkola, O. (2000). Osakeyhtiön verojen jakaminen ja verotus. 2. painos. Helsinki: KHT-yhdistyksen palvelu Oy.
- Römer-Paakkanen, T. (2004). Yrittäjyys ja perheyrittäjyys Seniori-Suomessa 2010-luvulla. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta. Julkaisuja 139/2004. Haettu osoitteesta https://www.jyu.fi/jsbe/tutkimus/julkaisut/verkkojulkaisut/Romer_Paakkanen.pdf.
- Salminen, V. & Mikkela, K. (2016). Yrittäjäekosysteemit kasvun ajurina. Haettu osoitteesta <https://urbanmill.org/2016/03/11/4front-urban-mill-yrittajaekosysteemit-siltana-innovaatio-ja-liiketoiminta-ekosysteemien-valilla/>
- Senge Peter, Hamilton Hal, Kania John. (2015). Dawn of System Leadership. Stanford Social Innovation. Review, <http://www.fsg.org/publications/dawn-system-leadership>
- Spangar (ent. Vähämöttönen), T. (1998). Reframing career counselling in terms of counsellor-client negotiations. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Stenholm, P. (2003). Yrityksen sukupolvenvaihdos ja sen tukeminen. Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimuksia ja raportteja 7/2003. Elinkeino-osasto. Helsinki. 94.
- Suomen Kunto- ja terveysliikuntakeskusten yhdistys ry, Suomen Fysioterapia- ja kuntoutusyritykset FYSI ry, Näkemisen ja silmäterveyden toimiala ry, Terveys- ja sosiaalialan Yrittäjät ry, Suomen Yrittäjät ry & Lääkäripalveluyritykset ry (2017). Sote Suomessa. Infografiikka perustuu vuoden 2015 lukuihin.
- Suorsa, Anna (2012). Vuorovaikutuksen käsite tiedon luomisen nykytutkimuksessa. Haettu osoitteesta <https://journal.fi/inf/article/download/5141/4631/>
- Suomen virallinen tilasto (2015). Yritysrekisterin vuositilasto [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-6214. Helsinki: Tilastokeskus. Haettu osoitteesta <http://www.stat.fi/til/syr/>
- Tall, J. (2014). Yrityskauppa ja strateginen uudistuminen. Acta wasaensia 305. Liiketaloustiede 124. Johtaminen ja organisaatiot. Vaasa: Vaasan yliopisto. Haettu osoitteesta http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-547-3.pdf
- Tall, J., Varamäki, E., Kettunen, S. & Katajavirta, M. (2015). Perustamalla tai ostamalla yrittäjäksi – kokemukset yrittäjäuran alkutaipaleelta. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 101.
- Tsoukas, H. (2009). A dialogical approach to the creation of new knowledge. *Organization Science*, 20(6), 941-957.

- Tunkkari-Eskelinen, M. (2007). Yrittäjä taitekohtassa. Opas omistajanvaihdoksen ja yrittäjäkoulutuksen mentoreille. Kehittämishankeraportti. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Ammatillinen opettajakorkeakoulu. Haettu osoitteesta <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/19764/TMP.objres.592.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2015). Yrityskatsaus 2015. Haasteena uudistuminen. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Kilpailukyky 55/2015.
- Vanhatalo, R. (2014). Vuorovaikutuksen yhteys verkoston rakenteeseen, toimintaan ja toimijoiden kokemuksiin. Akateeminen väitöskirja. Tampereen yliopisto, Viestinnän, median ja teatterin yksikkö. Universitatis Tamperensis 1979 Acta Electronica Universitatis Tamperensis. Haettu osoitteesta <http://uta32-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/96184/978-951-44-9589-2.pdf?sequence=1>
- Van Teeffelen, L. (2010). Exploring success and failure in small business ownership transfers, Breukelen, the Netherlands: Nyenrode Business Universiteit.
- Van Teeffelen, L. (2012). Avenues to improve succession SME business transfers: Reflections on theories, research and policies. Utrecht: Hogeschool Utrecht.
- Varamäki, E., Tall, J., Sorama, K., Länsiluoto, A., Viljamaa, A., Laitinen, E.K., Järvenpää, M. & Petäjä, E. (2012). Liiketoiminnan kehittyminen omistajanvaihdoksen jälkeen - Case-tutkimus omistajanvaihdoksen muutostekijöistä. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja A. Tutkimuksia, 9. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. ISBN:978-952-5863-61-1. Haettu osoitteesta <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/39399/A9.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Varamäki, E., Tall, J., Viljamaa, A., Sorama, K., Länsiluoto, A., Laitinen, E.K. & Petäjä, E. (2013). Omistajanvaihdos osana liiketoiminnan kehittämistä ja kasvua – tulokset, johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B 76, Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. ISBN:978-952-5863-61-1. Haettu osoitteesta http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/69000/B76_.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Varamäki, E., Tall, J., Joensuu, S. & Katajavirta, M. (2015). Valtakunnallinen omistajanvaihdosbarometri 2015. Suomen yrittäjät. Haettu osoitteesta <http://spotidoc.com/doc/3683596/valtakunnallinen-omistajanvaihdosbarometri-2015>
- Viljamaa, A., Tall, J., Varamäki, E., Slavica, S. & Durst, S. (2015). Business Transfer Ecosystems and Awareness Raising Activities: Situation Analysis of Five European Countries. Publications of Seinäjoki University of Applied Sciences B. Reports 108. Seinäjoki: Seinäjoki University of Applied Sciences. Haettu osoitteesta <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/97257/B108.pdf;sequence=1>

16 Yrittäjyyden ja yrittäjäksi ryhtymisen erilaiset tavat ja yrittäjyyskasvatuksen haasteet ammattikorkeakoulussa

Tarja Römer-Paakkanen & Maija Suonpää

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Abstrakti

Tässä artikkelissa tarkastellaan yrittäjyyden monimuotoisuuden ja yrittäjyyskasvatuksen laajojen tavoitteiden toteutumista ja haasteita suomalaisessa ammattikorkeakoulukontekstissa. Tarkoituksena on esitellä 1) Minkälaisia ajatuksia liiketalouden opiskelijoilla on yrittäjyydestä opintojensa alussa ja yrittäjyysopintojen aikana? 2) Minkälaisia vaihtoehtoisia yrittäjänä toimimisen ja yrittäjäksi ryhtymisen muotoja on olemassa? 3) Minkälaista yrittäjyyskasvatusta ammattikorkeakoulut tarjoavat? 4) Miten Hyvinvointiyritykset kiertoon -hanke pyrkii vastaamaan yrittäjyyskasvatuksen haasteisiin ammattikorkeakoulussa?

Artikkeli perustuu ensimmäisen vuoden liiketalouden opiskelijoiden kirjoittamien esseiden sisällönanalyysiin ja opiskelijoiden round-table -keskusteluihin, ammattikorkeakoulujen yrittäjyysopintojen benchmarkausaineistoon ja Hyvinvointiyritykset kiertoon -hankkeen tavoitteiden esittelyyn.

Keywords: yrittäjyyden muodot, yrittäjyys, yrittäjyyskasvatus, yrittäjyyskasvatuksen tavoitteet

16.1 Taustaa

Vaikka yrittäjyys on monimuotoista ja tarjoaa hyvinkin erilaisia vaihtoehtoisia tapoja ryhtyä yrittäjäksi tai työllistää itsenä, yrittäjyyskasvatus ammattikorkeakouluissa nähdään usein vain uusien yritysten perustamisena tai liiketoimintasuunnitelman kirjoittamisena. Julkisessa keskustelussa ja mediassa yrittäjyys näkyy polarisoituneena: Toisessa päässä 'hypetetään' nopeasti kasvavaa startup yrittäjyyttä ja 'helppoa rikastumista' ja toisessa päässä korostetaan yrittäjien työlle uhrautumista ja jatkuvaa konkurssiuhkaa. Hyrkäksen (2016,19) mukaan sankarillisia startup tarinoita kerrotaan usein jo ennen kuin yritys on saanut yhtään

ulkopuolista rahoitusta tai onnistunut myymään mitään. Startup tarinoissa spekulatiivinen korkean riskin yrittäjyys esitetään suosittuna ja tavoiteltavana, vaikka todellisuudessa uuden teknologian startup yritysten onnistuminen ja menestyminen on todella harvinaista. Tällainen startup yrittäjyyden hypettäminen saattaa innostaa joitakin nuoria ryhtymään yrittäjiksi aivan epärealistisin toivein ja tavoittein. Joitakin toisia hypetys puolestaan estää tarttumasta todellisiin mahdollisuuksiin, koska he kuvittelevat, että yrityksen pitää heti alusta asti kasvaa vauhdilla ja tuottaa miljoonia euroja voittoa vuosittain.

Monet pitävät edelleen yrittäjyyskasvatuksen tavoitteena pelkästään yrityksen perustamista ja liiketoimintasuunnitelman tekemisen oppimista. Yrittäjyyskasvatus tulisi kuitenkin käsittää huomattavasti laajempaan kaikilla elämän alueilla vaikuttavana aktiivisen kansalaisen osaamisena ja luovuuden, mahdollisuusorientaation, proaktiivisuuden ja innovatiivisuuden kehittämisenä. Lackeuksen (2015) mukaan molemmissa näkölumissa yrittäjyyden ydinajatuksena on arvon luominen toisille ihmisille. Arvon luominen on osaamista, jota jokainen kansalainen uravalinnastaan riippumatta tarvitsee nyky-yhteiskunnassa. Lautenschläger ja Haase (2011) korostavat, että vaikka yrityksen perustamisenkin oppimista tarvitaan, pelkästään uuden yritystoiminnan luomiseen keskittymisen sijaan korkeakouluissa tulisi painottaa opiskelijoiden luovuuden, mahdollisuuksien havaitsemisen ja ongelmanratkaisutaitojen oppimista.

16.2 Liiketalouden opiskelijoiden ajatuksia yrittäjyydestä

Vaikka varsinkin yrittäjät itse väittävät, että yrittäjäksi synnytyään eikä siihen voida kouluttaa, ei tästä asiasta enää nykyisin tarvitse kiistellä, sillä aivan yleisesti on hyväksytty, että yrittäjyyteen voi valmentaa ja yrittäjän taitoja voi harjoitella. Yrittäjyyteen valmentava ammatillinenkaan koulutus ei kuitenkaan johda suoraan yrittäjän ammattiin vaan se tarjoaa ensisijaisesti joitakin valmiuksia, tietoja, taitoja ja asennetta.

Yrittäjäksi ryhtymisen päätöksentekoprosessissa yrittäjän henkilökohtaiset tarpeet ja erilaisten vaihtoehtojen ja mahdollisuuksien punnitseminen ovat tärkeitä tekijöitä. Päätöksentekotilanne ei ole mikään yksittäinen tapahtuma vaan pikemminkin sitoutumisesta ja tahdosta lähtevä tapahtumien ketju, jonka aikana ”syntymässä oleva yrittäjä” punnitsee aikaisempien kokemustensa valossa kehittyvän yrityksen mahdollisuuksia (Pihkala 2001, 35). Huuskosen (1989, 145)

mukaan motivaatio yrittäjäksi ryhtymiseen syntyy henkisessä kasvuprosessissa, johon vaikuttavat sekä henkilöstä ja hänen persoonastaan riippuvat tekijät, että tilanteesta riippuvat tekijät. Jos henkilöllä on motivaatio ryhtyä yrittäjäksi ja tilanne muutenkin suosii yrittäjäksi ryhtymistä, henkilö ryhtyy yrittäjäksi.

Opiskelijoiden erilainen tausta ja erilaiset kokemukset vaikuttavat erityisen paljon yrittäjyysopintojen tarpeeseen ja sisältöön. On mahdotonta rakentaa kaikille opiskelijoille sopivaa ns. ”yrittäjyysputkea” ja opinnoissa onkin jo alusta asti lähdettävä kunkin opiskelijan henkilökohtaisista tavoitteista ja lähtökohdista. Yrittäjyysopinnoissa tulisi korostaa yksilöllisyyttä, luovuutta, itseohjautuvuutta ja joustavuutta: Ihannetilanteessa opetus olisikin mahdollista räätälöidä kullekin opiskelijalle erikseen.

Monet toimijat, kuten muut perheen jäsenet ja yrittäjät, opettajat koulussa ja muiden opintojen aikana sekä harrastustoimintaan liittyvät ohjaajat ja valmentajat, vaikuttavat yksilön kasvuun kohti yrittäjyyttä. Perheen piirissä kehittyvät sosiaaliset arvot, koulutusjärjestelmä ja opinnot luovat yrittäjyyteen ohjaavat rakenteet ja vapaa-ajan toiminnoissa ja harrastuksissa kasvaa itseluottamus ja intohimo toimintaan. (Römer-Paakkanen 2009.)

Opiskelijoilla saattaa olla ammattikorkeakouluun tullessaan varsin vahva oma näkemys yrittäjyydestä, joillakin on jopa vahva aikomus ryhtyä yrittäjäksi joko jo opintojen aikana tai tutkinnon suorittamisen jälkeen. Seuraavassa sitaatissa näkyy opiskelijan vahva halu toteuttaa itseään ja hän kokee yrittäjyyden itselleen sopivaksi elämäntavaksi:

”Minulle yrittäjyys uravaihtoehtona on aina ollut itseäänselvyys ja ajan myötä ajatukseni itsestä yrittäjänä on vain vahvistunut. Yrittäjyydestä houkuttelevan tekee mielikuva vapaudesta, vastuusta ja itsensä toteuttamisesta. En ole koskaan nähnyt vaihtoehtona käydä päivätöissä ja unohtaatyöasiat vapaa-ajalle vaihtaessa vaan haluan luoda uran, joka on paljon enemmän elämäntapa tai kutsumus kuin pelkkä palkkatyö. En ole koskaan osannut päättää vain yhtä ammattia ”mikä minusta tulee isona” joten yrittäjyyden kautta koen pääseväni kokeilemaan kaikkia haaveitani.

Nuorempana haaveilin omasta vaateputiikista tai tatuointiliikkeestä tms. perinteisestä yrittäjyydenmuodosta mutta nyt suunnittelen yrittäjämäistä projektiluonteista uraa rakastamieni asioidenparissa. Tavoitteenani on

hankkia vankka liike-elämän osaaminen, jotta osaan markkinoida itseäni ja navigoida työelämässä onnistuneesti. Minulle yrittäjydessä ei ole kyse rahasta vaan halustatehdä omaa juttua.” (Veeruska)

Myös seuraava opiskelija on hakenut opiskelemaan liiketaloutta vahvistaakseen omaa osaamistaan toimia yrittäjänä:

”En valehtelisi, jos sanoisin hakevani liiketalous alalle sen takia, jotta minulla olisi mahdollisuus valmistumisen jälkeen tai tulevaisuudessa olla yrittäjä. Luulen, että minulla on tutkinnon jälkeen valmiudet ryhtyä yrittäjäksi. Tulevaisuudessa olisi kiva, jos saisi oman yrityksen perustettua.” (Osku)

Osa opiskelijoista tiedostaa, että yrittäjyys saattaa jossain elämänvaiheessa olla ainoa tapa työllistää itsensä. Heidänkään kohdallaan ei välttämättä voida Suomessa puhua pakkoyrittämisestä vaan pikemminkin siitä, että korkeakoulututkinnon suorittaneella saattaa olla erilaisia vaihtoehtoja työllistää itsensä myös palkkatyössä:

”Tällä hetkellä työllisyys tilanne vaikuttaa heikolta, mutta todennäköisesti tulevaisuudessa ei ole nykyisen kaltaista tarvetta itsensä työllistämiseen, kun suuret ikäluokat eläköityvät. Mikäli oman alan töitä on helposti löydettävissä, en usko, että ryhtyisin yrittäjäksi ilman jotakin uutta innovaatiota, jonka kokisin hyödylliseksi sekä uskoisin, että voin sen avulla rikastua.” (Roope)



Suomalaisilla nuorilla alkaa yleisesti olla varsin positiivinen asenne, mutta asenne ei kuitenkaan muutu toiminnaksi. Nuoret ymmärtävät, että yrittäjyys on yhteiskunnan toiminnan kannalta tärkeää, mutta he eivät välttämättä ajattele, että yrittäjyys koskisi heitä:

”En koe yrittäjyyttä itselleni tärkeänä asiana, tosin yrittäjyys on tärkeä osa yhteiskuntaamme. Minulla ei ole tarvittavaa paloa yrittäjyyteen, ainakaan vielä. En sulje pois yrittämisen vaihtoehtoa, mutta ennen yrittäjäksi ryhtymistä tarvitaan hyvä liikeidea, jotta yrittäjyydestä tulee kannattavaa.” (Mira)

Työskennellessämme korkeakouluopiskelijoiden kanssa olemme havainneet, että startup hypetyks on vaikuttanut paljon nuorten asenteisiin erilaisia yrittäjyyden muotoja kohtaan. Jotkut opiskelijat eivät koskaan halua ryhtyä yrittäjiksi. Toiset taas haaveilevat löytävänsä loistavan yritysideoita ja aloittavan yritystoiminnan, jonka he myyvät myöhemmin miljoonilla eurolla ja keskittyvät sen jälkeen harrastuksiinsa tai johonkin muuhun kiinnostavampaan kuin työntekoon tai yrittäjyyteen.

Liiketalouden yrittäjyysopinnoissa opiskelijoiden kanssa käymissämme round-table keskusteluissa olemme myös havainneet, että opiskelijat luokittelevat yrittäjyyden sellaisten kriteerien perusteella, jotka pohjautuvat heidän omiin henkilökohtaisiin kiinnostuksiinsa tai ennako-odotuksiinsa.

Kuviossa esitetään alustava luokittelu opiskelijoiden odotuksista yrittäjyyttä kohtaan. Ajatuksiin vaikuttavat rahaan ja rikastumiseen sekä vapauteen ja vapaa-aikaan liittyvät odotukset.

 Vapaus	'Elämäntapa' yrittäjyys <ul style="list-style-type: none"> • Taitelija/urheilija/muusikko/ • Personal trainer/Life coach • Pelikehittäjä • Baarin omistaja • Panimon omistaja • Kahvilan omistaja 	'Seksikäs' liiketoiminta ja hyvät tulot <ul style="list-style-type: none"> • Rahantekoyrityksen omistaja – tulla rikkaaksi ilman että työskentelee yrityksessä • Startup – tulla rikkaaksi ja poistua markkinalta • It -yrityksen omistaja • Konsultti • Sosiaalisen median markkinointineuvoja • Nettikaupan omistaja
	'Kova työ' vaatimattomat tulot <ul style="list-style-type: none"> • Ammatinharjoittaja/freelancer /itsensä työllistäjä • Liikkeenharjoittaja/vähittäiskauppia/sekatarvakauppia • Pakkoyrittäjyys 	'Tylsä ja tavanomainen' yrittäjyys <ul style="list-style-type: none"> • Perheyrittäjyys • Kirjanpitäjä • Asiantuntija/akateeminen yrittäjä
Raha 		

Kuvio 1. Esimerkkejä opiskelijoiden ajatuksista yrittäjyyttä kohtaan.

Opiskelijoiden kanssa käydyissä keskusteluissa olemme havainneet, että he arvostavat joitain yrittäjyyteen liitettyjä tunnusmerkkejä ja joitain taas ei. Jotkut opiskelijat arvostavat vapautta ja he haluaisivat tulla yrittäjiksi, koska eivät halua sitoutua kiinteisiin työaikoihin tai työpaikkaan. Jotkut haluavat ryhtyä yrittäjiksi, mutta eivät halua olla työnantajia. Jotkut haluavat rakentaa yritystoimintaa oman harrastuksensa ympärille ja jotkut haluavat tulla vain rikkaaksi ilman työntekoa. Jotkut opiskelijat ovat sitoutuneet perheyritykseen ja haluavat jatkaa sitä vanhempien luopuessa liiketoiminnasta, mutta toisaalta taas osa opiskelijoista ei halua jatkaa perheyrittäystä vaan luoda oman yrityksen. Jotkut opiskelijat eivät halua

missään tapauksessa ryhtyä yrittäjäksi vaan haluavat työskennellä toisen palveluksessa.

Monet opiskelijat ovat kiinnostuneita hyvinvointiin liittyvästä liiketoiminnasta, koska he ovat kiinnostuneita omasta hyvinvoinnistaan ja uskovat voivansa yhdistää henkilökohtaisen kiinnostuksensa ja yrittäjyyden esimerkiksi ryhtymällä henkilökohtaiseksi valmentajaksi tai kuntosaliohjaajaksi. Päivittäistavarakauppiaiden oletetaan työskentelevän jatkuvasti ja heidän työnsä uskotaan olevan melko fyysistä. Opiskelijat eivät näe kaupan alan yrittäjyyttä yhtä ’seksikkäänä’ kuin esimerkiksi IT-alalla. Vaikuttaa siltä, että opiskelijoiden yrittäjyysasenteet perustuvat enemmän median luomaan mielikuvaan kuin oikeaan tietoon.

16.3 Yrittäjyyden ilmenemismuodot ja yrittäjäksi ryhtymisen erilaiset tavat

Koska yrittäjyys ilmenee hyvin erilaisilla tavoilla ja opiskelijoidenkin tarpeet ja tavoitteet ovat yksilöllisiä, on korkeakoulujen yrittäjyyskasvatuksessa otettava nämä erilaiset tavat ja tavoitteet huomioon: Yksi haluaa jatkaa perheensä yritystä, toinen on kiinnostunut ostamaan ja kehittämään jotain muuta jo olemassa olevaa yritystä, joku kolmas haluaa toimia tunnetun brändin ja testatun konseptin kautta franchising yrittäjänä. Jotkut saattavat haaveilla omaan harrastukseen perustuvasta elämäntapayrittäjyydestä, joka tuottaa vain minimitoimeentulon. Yrittäjyyskasvatuksen avulla pitäisi esitellä erilaisia vaihtoehtoja ja tarjota tukea opiskelijoiden yksilöllisiin valintoihin.

Yrittäjyyden ilmenemismuodot

Tässä osiossa tutustutaan yrittäjyyden muuttuviin ilmenemismuotoihin (mm. perheyrittäjyys, ketju- ja franchisingyrittäjyys, verkkoyrittäjyys, luovien alojen yrittäjyys, tiimiyrittäjyys, osuustoimintayrittäjyys, osa-aikainen yrittäjyys, blogiyrittäjyys jne.). Kuviossa 2 esitellyt yrittäjyyden ilmenemismuodot on löydetty round-table –keskusteluissa muutaman vuoden aikana yhdessä opiskelijoiden kanssa. Jokaisen opiskelijaryhmän kanssa olemme ikään kuin ’keksineet pyörän uudestaan’ ja joka vuosi kuvassa olevaan pilveen on ilmestynyt ainakin yksi uusi yrittäjyyden muoto.



Kuvio 2 Yrittäjyyden erilaiset ilmenemismuodot (Römer-Paakkanen & Jokinen 2015).

Monilla kuviossa 2 mainituilla yrittäjyyden muodoilla ei ole olemassa varsinaista määritelmää, mutta niitä käytetään yleisesti ja opiskelijat muodostavat oman käsityksensä niistä lähinnä perustuen siihen, mitä he lukevat niistä mediassa ja varsinkin sosiaalisessa mediassa. Yrittäjyyden opinnoissa heidän on tutustuttava näihin termeihin ja itse etsittävä niitä koskevaa tutkimusta ja kirjallisuutta. Heidän on myös etsittävä 'eläviä' esimerkkejä kustakin yrittäjyyden ilmenemismuodosta. Kaikki eivät perehdy kaikkiin muotoihin vaan he esittelevät yksin tai parityönä määrittelmänsä muodot toisilleen ja oppivat siten laajemman kirjon kuin itseksensä opiskellessaan. Heidän täytyy myös valita itselleen kiinnostavia muotoja ja pohtia, minkälainen yrittäjyys sopisi heille itselleen, heidän omaan ideaansa, elämäntilanteeseensa ja minkälaisen toimintaan heidän osaamisensa riittää. Tavoitteena on, että opiskelijat havaitsevat erilaisia vaihtoehtoja ja oppivat näkemään, arvioimaan ja tarttumaan ympäristössään oleviin mahdollisuuksiin.

Yrittäjäksi ryhtymisen erilaiset tavat

Tämän päivän haasteena on kehittää korkeakoulutukseen yrittäjyyskasvatuksen tavoitteisiin taipuvia opintosuunnitelmia ja –menetelmiä. (Heinonen ja Akola 2007,

29). Koska yhtä ainoata kaikille sopivaa yrittäjyyden oppimistapaa ei ole olemassakaan, koulutuksessa on pyrittävä löytämään kunkin opiskelijan vahvuudet ja heitä on ohjattava, valmennettava ja mentoroitava yksilöllisesti. Euroopan komission (2006, 10) määrittelemä yrittäjyys kannustaa omaksumaan laajan oppimiskäsityksen yrittäjyyskasvatukseen. Yrittäjyyden ja yrittäjämäisen toimintatavan oppiminen tarkoittaa siis uusien ideoiden ja uusien pedagogisten ympäristöjen kehittämistä. Yrittäjyys ilmenee yksilön kykynä muuttaa ideat toiminnaksi, jossa on mukana luovuutta, innovaatioita, riskinottoa sekä kykyä suunnitella ja johtaa tavoitteellisia projekteja. Tällainen ajattelutapa tukee jokaisen kansalaisen toimintaa arkipäivän elämässä niin kotona kuin koko yhteiskunnassa. Se saa työntekijät tiedostamaan paremmin työnsä sisällön ja merkityksen sekä auttaa heitä arvioimaan ja tunnistamaan erilaisia mahdollisuuksia sekä luo yrittäjille otolliset olosuhteet kehittävät kaupallisia ja sosiaalisia toimintoja.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa esitellään opiskelijoille myös erilaisia yrittäjäksi ryhtymisen tapoja vaihtoehtona yrittäjyyskasvatuksessa vallitsevalle uuden yrityksen perustamiselle. Opintoissaan yrittäjyyden opiskelijat pohtivat myös mitä 1) itsensä työllistäminen, 2) uuden yrityksen perustaminen, 3) olemassa olevan yrityksen ostaminen/jatkaminen (= omistajanvaihdos) tai 4) franchise-yrittäjyys tarkoittavat ja minkälaisia mahdollisuuksia ne tarjoavat heille.

Itsensä työllistäminen on yksi työmarkkina -asemaa kuvaava työllistymisen muoto, johon voidaan liittää hyvin erilaisia toimintoja. Ihmiset valitsevat itsensä työllistämisen erilaisista syistä ja siksi syystä itsensä työllistävien joukko on hyvin heterogeeninen. Itsensä työllistävät muodostavat yhden henkilön mikroyrityksiä, jotka toimivat yrittäjämäisesti. Toisaalta itsensä työllistäminen voidaan käsittää epätoivottavaksi tilaksi, johon on jouduttu vastahakoisesti, koska henkilöt eivät ole löytäneet sopivaa työtä työmarkkinatilanteen takia. Jotkut valitsevat itsensä työllistämisen, koska haluavat joustavia työaikoja, joita palkkatyö ei välttämättä voi tarjota. Toisille taas itsensä työllistäminen on vaihtoehto työttömyydelle. Niinpä monissa kehittyvissä maissa itsensä työllistämien voidaan nähdä yhtenä epävirallisen työllistymisen muotona. (Dawson, Henley & Latreille 2009).

Omassa opetuksessamme käytämme itsensä työllistäjän käsitettä kollektiivisena terminä neljälle Tilastokeskuksen määrittelemälle alakategorialle:

1. Yksinyrittäjät, jotka työskentelevät yksinään ilman ulkopuolisia työntekijöitä, mutta heillä voi olla osakekumppaneita.
2. Ammatinharjoittajat, jotka työskentelevät ilman palkattua työvoimaa ja kiinteää toimipistettä myyden omaa osaamistaan.
3. Freelancerit työskentelevät sopimus pohjaisesti useille yrityksille.
4. Apurahansaajat, jotka ovat saaneet apurahaa taiteen ja tieteen tekemiseen. (Pärnänen & Sutela, 2014, 7.)

Itsensä työllistäjillä tai yksinyrittäjillä ei tarvitse olla yritystä, mutta he voivat aloittaa yritystoiminnan, jos heidän toimintansa laajenee.

Uuden yrityksen perustaminen tarkoittaa, että henkilö (tai tiimi) perustaa uuden yrityksen. Uuden yrityksen perustamisprosessi noudattaa seuraavaa viitekehystä (Cox, Mueller & Moss, 2002)

- Etsintävaihe
- Tehtävä 1: Kehittää ainutlaatuinen yritysidea
- Tehtävä 2: Tunnistaa markkina mahdollisuuksia uudelle yritykselle
- Suunnitteluvaihe
- Tehtävä 3: Suunnittele yritystoimintaa
- Task 4: Kirjoita muodollinen liiketoimintasuunnitelma
- Vakuuttamisen vaihe
- Tehtävä 5: Kerää rahaa yritystoiminnan aloittamiseksi
- Tehtävä 6: Vakuuta muut investoimaan yritykseesi
- Tehtävä 7: Vakuuta pankki lainaamaan rahaa yrityksen aloittamiseen
- Tehtävä 8: Vakuuta muut tekemään töitä yrityksessäsi
- Toteuttamisvaihe
- Tehtävä 9: Pienen yrityksen johtaminen
- Tehtävä 10: Kasvata menestyvä yritys

Tänä päivänä yllä esitetty uuden yrityksen lineaarinen suunnitteluprosessi ei vastaa niihin haasteisiin, joita nopeasti muuttuva liiketoimintaympäristö asettaa yrityksen suunnittelulle. Gruber (2007, 803) huomauttaa, että on järkevämpää hallita useampia erilaisia yritystoiminnan suunnittelu- ja kehittämisvälineitä kuin opetella norminmukainen ja jäykkä liiketoimintasuunnitteluprosessi, joka ei välttämättä sovellu niihin moninaisiin tilanteisiin ja ympäristöihin, joissa yrityksiä perustetaan.

Gartnerin (1988) mukaan uuden yrityksen perustamisprosessissa vaikuttaa neljä erilaista ulottuvuutta: 1) Uuden yrityksen perustamisessa mukana olevat henkilöt, 2) aktiviteetit, joita ryhdytään tekemään uuden yrityksen perustamisprosessissa, 3) uuden yrityksen organisaatorakenne ja strategia sekä 4) uuden yrityksen toimintaympäristö. Kesslerin ja Frankin (2009) mukaan nuoren yrittäjän mahdollisuutta onnistua yrityksensä perustamisprosessissa voidaan selittää yrittäjän itsensä, saatavilla olevien resurssien, toimintaympäristön (ja start-up prosessin avulla).

Uuden yrityksen perustaminen ei kuitenkaan ole ainoa tapa aloittaa yritystoimintaa. Pienten ja keskisuurten yritysten omistajanvaihdokset avaavat mahdollisuuksia yritystoimintaan jo olemassa olevassa yrityksessä. Omistajanvaihdokset eli liiketoiminnan siirrot ovat tällä hetkellä tärkeitä, mutta arka aihe Suomen taloudessa. Omistajanvaihdos voi tarkoittaa olemassa olevan yrityksen ostamista tai perheyriksen jatkamista. Liiketoiminnan siirron erilaisia tapoja ovat sukupolvenvaihdos, yrityskauppa eri muotoineen sekä erilaiset fuusiot, listautuminen ja johtotehtävistä luopuminen tai yrityksen lopettaminen (Stenholm 2003, 15). Yhä useampi omistajanvaihdoksista tehdään perheyriksen ulkopuoliselle taholle, koska uusi sukupolvi ei ole halukas jatkamaan perheyriystä.

Suomen omistajavaihdosbarometrin (Varamäki, Tall, Joensuu & Katajavirta 2015) mukaan,

- 39 prosenttia 55-vuotiaista tai sitä vanhemmista yrittäjistä arvioi myyvänsä yrityksensä ulkopuoliselle siinä vaiheessa, kun itse luopuu päävastuusta
- 23 prosenttia puolestaan uskoo löytävänsä jatkajan perheen sisältä
- 7 prosenttia ilmoitti, että samassa yrityksessä on muita omistajia, jotka jatkavat toimintaa ja
- jopa 27 prosenttia vastaajista arvioi yrityksen toiminnan loppuvan kokonaan, kun he siirtyvät eläkkeelle. (Varamäki ym. 2015, 30.)

Liiketoimintamuotona franchising perustuu kahden itsenäisen yrityksen väliseen sopimussuhteeseen, jossa emoyhtiö eli franchisingantaja on kehittänyt liiketoimintamallin ja antaa toisen yrityksen eli franchisingottajan myydä tätä liiketoimintamallia määrätyin ehdoin, tietyssä paikassa, tietyn ajanjakson puitteissa ja sovittua maksua vastaan. (Curran & Stanworth 1983; Stokes & Wilson 2010, 258). Franchisingottaja vapaaehtoisesti hyväksyy rajoituksia mm.

innovaatiotoiminnassaan, koska liiketoiminnan riskit ovat pienemmät kuin vastaavilla itsenäisesti toimivilla kilpailijoilla (Morrison 2000). Lewandowskan (2014) mukaan uusilla yrittäjillä on vaikeampi saada rahoitusta isoihin kilpailijoihin nähden, joten yksi ratkaisu uudelle yrittäjälle on franchising-sopimus, jossa franchisingantaja kasvattaa yritystoimitaansa ja franchisingottaja saa oman yrityksen.

Welsh, Desplaces ja Davis (2011) tutkivat franchisingin, uuden itsenäisen yrityksen sekä ostetun itsenäisen yrityksen välisiä eroja. Tutkimuksen tulokset osittivat franchisingin eroavan monella eri tavalla uudesta yrityksestä, mutta ne olivat hyvin samankaltaisia ostettuihin yrityksiin verrattuna. Yrittäjät, joilla ei ole aikaisempaa yrittäjäkokemusta, tavoittelevat kaikkia kolmea eri yrittämisen muotoa yhtä todennäköisesti. Tutkimuksen tulosten mukaan franchising ei tuota ensimmäisenä toimintavuonna suoraa taloudellista etua ostettuun tai uuteen yritykseen verrattuna. Franchising- yrittäjällä oli myös pienempi todennäköisyys olla kannattava ostettuun tai uuteen yritykseen nähden, sillä heillä oli samat työvoimakustannukset kuin ostetulla tai uudella yrityksellä. Vaikka franchising- yrittäjällä oli korkeammat tulot verrattuna uuteen yritykseen, niin nämä tulot olivat kuitenkin matalammat verrattuna ostettuun yritykseen.

16.4 Ammattikorkeakoulujen tarjoama yrittäjyyskasvatus

Seuraavassa esitellään vuonna 2015 tehdyn benchmarking-tutkimuksen (Römer-Paakkanen 2015) aineiston perusteella, minkälaista yrittäjyyskasvatusta ammattikorkeakoulut tarjoavat opiskelijoilleen. Ammattikorkeakouluissa kehitetään kaiken aikaa yrittäjyyden opetuksen sisältöjä ja pedagogiikkaa sekä tuodaan yrittäjyyttä näkyvämmäksi ja helpommin saavutettavaksi. Vaikka useat ammattikorkeakoulut ovat vuoden 2015 jälkeen uudistaneet strategioitaan ja kehittäneet yrittäjyysopintojaan ja lisänneet opintotarjontaansa, tässä artikkelissa esitetty kuvaus vastanee edelleen hyvin vuoden 2015 tarjonnan kirjoa.

Ammattikorkeakouluissa yrittäjyysopintoja on sisällytetty moniin koulutusohjelmiin, mutta yrittäjyysopintojen laajuus ja pakollisuus vaihtelevat sekä ammattikorkeakouluittain että koulutusohjelmittain. Kaikilla ammattikorkeakouluilla on myös esihautomo- tai yrityshautomotoimintaa, jonka avulla opiskelijat voivat testata omia liikeideoitaan tai kehittää varhaisvaiheen yritystoimintaansa. Ammattikorkeakoulut myös informoivat

yrittäjyysopinnoistaan paremmin kuin aikaisemmin: Www sivut ovat reilussa kymmenessä vuodessa tulleet huomattavasti kattavammiksi, mutta ehkä juuri tämän laajentuneen tietomäärän takia yrittäjyyskasvatuksen ja yrittäjyysopintojen tarjonnan arviointi on edelleen vaikeaa.

Voidaan edelleen osittain yhtyä Korkeakoulujen arviointineuvoston (2006, 24) esittämään väitteeseen, että yrittäjyysopintojen tarjoaminen kattavasti eri koulutusohjelmissa on ammattikorkeakouluissa pääosin ratkaisematta. Vaikka ammattikorkeakouluissakin on vielä opettajia, joiden mukaan yrittäjyyden ei voi luontevasti liittää esimerkiksi sosiaali- ja terveysalan opintoihin, voidaan tästä tutkimuksesta kuitenkin yhteenvetona sanoa, että yrittäjyys on hyvinkin monipuolisesti näkyvässä ammattikorkeakoulujentoiminnassa. Yrittäjyydestä kiinnostuneet voivat niin halutessaan löytää paljon tietoa esimerkiksi kunkin ammattikorkeakoulun www sivuilta. Jos tietää, mitä etsii, sivuilta löytyy myös yhteystietoja yrittäjyyden opettajiin, projekteihin ja hankkeisiin. Voidaan kuitenkin todeta, että jos ei-liiketalouden opiskelija ei ole kiinnostunut yrittäjyydestä ammattikorkeakouluopintoja aloittaessaan, hän pystyy todennäköisesti 'väistelemään' yrittäjyysopetusta koko tutkintonsa ajan. Mutta kaikille ammattikorkeakouluopiskelijoille, jotka heräävät yrittäjyyteen jollakin tavalla opintojensa aikana, on tarjolla opintoja, apua ja tukea oman yrittäjyyden pohtimiseen omassa ammattikorkeakoulussaan.

Liiketalouden opiskelijoille yrittäjyyden opinnot ovat yleensä osa pakollisia opintoja, mutta sen lisäksi niitä on tarjolla eri tason opintoina: pakollisia ammattiopintoina tai syventävinä ammatillisina suuntautumisopintoina tai vapaasti valittavia erillisinä kursseina. Lisäksi yrittäjyysopinnoista voi useissa ammattikorkeakouluissa rakentaa oman yrittäjyyspolun, jolloin yrittäjyyteen liittyviä opintoja voi kertyä varsin paljon (esimerkiksi Haaga-Helian Yrittäjyyspolku voi olla 45–100 op). Monissa ammattikorkeakouluissa on varsinaisten yrittäjyysopintojen lisäksi 'yrittäjyyskouluja', esihautomoita, hautomoita tai muita hautomotyyppisiä oppimisympäristöjä, joissa toimitaan ja opitaan yrittäjämäisesti erilaisissa projekteissa, harjoitusyrityksissä, yhteistyöyrityksissä tai omissa yrityksissä.

Ammattikorkeakoulujen www-sivuilla yrittäjyyttä ja yrittäjyysopintoihin liittyvä tieto ei yleensä ole koottuna helposti löydettävään muotoon vaan se esiintyy hyvin fragmentoituneena tietona osana erilaisten koulutusohjelmien, opintojen, kurssien, projektien, hankkeiden ja tapahtumien kuvausta. Varsinkin opintojen alussa, kun

opiskelija vasta yrittää ymmärtää omien tulevien opintojensa kokonaisuutta, voi olla vaikeaa hahmottaa, miten ammattikorkeakoulun erilaiset muut opinnot, toiminnot, tai yrittäjyys liittyvät hänen omiin opintoihinsa. Vaikka yrittäjyys näkyisi selkeänä tavoitteena amk:n strategiassa ja opintojen yleiskuvauksissa, opiskelijan – tai opettajien ja opinto-ohjaajienkin – saattaa olla vaikeaa löytää tarvitsemaansa tietoa. Esimerkiksi Saarelan (2012, 60) Laurean Hyvinkään yksikön opiskelijoille tekemä kysely osoittaa, että opiskelijat eivät välttämättä osaa lähteä hakemaan tietoa yrittäjyydestä omasta ammattikorkeakoulustaan. Saarelan kyselyn mukaan opiskelijat lähtisivät ensin kysymään tietoja yrittäjyydestä tutulta yrittäjältä tai jolla on samankaltaista liiketoimintaa, kuin itse on suunnitellut aloittavansa (21,3 %). Sukulaiset sekä uusyrityskeskus olivat melkein yhtä todennäköisiä tiedonlähteitä (molemmat 18 %) Neljäntenä sai kannatusta Työ- ja elinkeinoministeriö (14,7 %), lisäksi moni käyttäisi tiedon etsintään myös internetistä löytyviä palveluita yrittäjät.fi-sivuston lisäksi. Lähes kukaan (alle 5 %) ei olisi hakenut tietoa oman koulutusyksikön esihautomosta.

Jotkin amk:t ovat keskittäneet yrittäjyysopetuksen johonkin tiettyyn paikkaan tai jollekin kampukselle (esim. TAMK:n Y-kampus), josta löytyy kaikki amk:ssa tarjolla olevat yrittäjyysopinnot. Koko amk:n yrittäjyysopintojen keskittäminen vaikuttaisi hyvin opiskelijalähtöiseltä ja tehokkaalta toimintatavalta. Jos opiskelijoilla on helppo pääsy yrittäjyysopintoja tarjoavalle kampukselle tai paikalle, tällainen 'Yhden luukun' -periaate saattaa olla toimiva ratkaisu, koska opiskelija haluaa nopeasti ja helposti vastauksia omaa yrittäjyyttä koskeviin kysymyksiinsä.

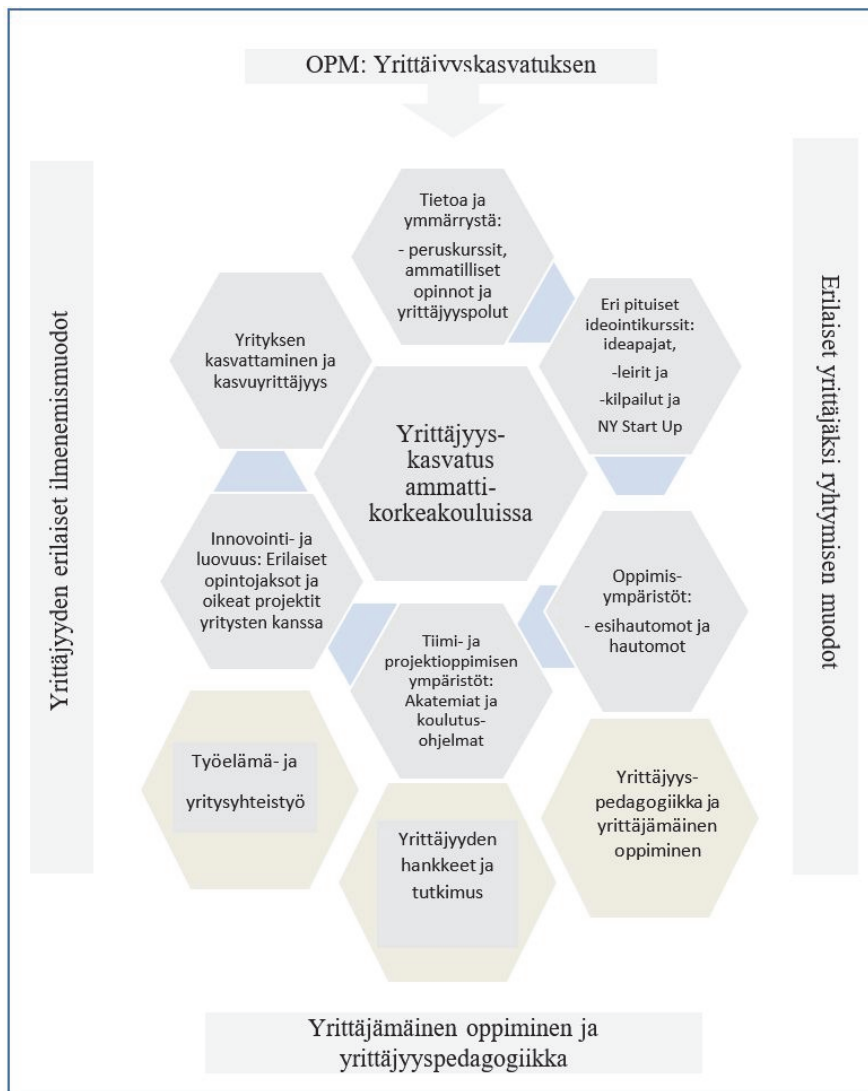
Yrittäjyyteen kasvaminen ja oppiminen ovat prosessi – mutta ei välttämättä lineaarinen prosessi. Yleisesti kuitenkin ajatellaan yrittäjyyden etenevän lineaarisena prosessina, joka lähtee perustiedon jakamisesta, idean löytämisen ja kehittämisen kautta yrittäjyyteen kasvamiseen ja sitä kautta yrityksen perustamiseen, jonka jälkeen yritystoiminta vakiintuu ja lähtee luontaisesti kasvuun. Innovointi, luovuus ja tutkimus- ja kehittämistoiminta liittyvät oleellisesti yrittäjyyteen ja ammattikorkeakoulujen toimintaan. Yrittäjyysopintojen erilaiset tavoitteet voivat näkyä karkeasti jaotellen seuraavasti ammattikorkeakoulujen opintotarjonnassa:

1. Oppimista yrittäjyydestä: Peruskurssit, joilla kerrotaan perusasiat yrittäjyydestä ja liiketoiminnasta, tutustutaan kenties oikeisiin yrittäjiin

2. Oppimista yrittäjyyttä varten: Syventävät opinnot, polut, esihautomot, hautomot, joissa tehdään mm. liiketoimintasuunnitelmia
3. Oppimista yrittäjyydellä: Oppiminen erilaisissa projekteissa ja mahdollisuusoppiminen, voi olla toimintatapana kaikessa tekemisessä ammattikorkeakoulussa, joissakin koulutusohjelmissä tai laajemmissa opintokokonaisuuksissa
4. Yrittäjyysorientoitunut koulutusorganisaatio: Yrittäjämäinen toimintatapa näkyy kaikissa toiminnoissa sekä organisaatio että yksilötasolla. Tehdään yhteistyötä yrittäjien kanssa.

Yrittäjämäinen koulutusorganisaatio on vielä tavoiteasteella, mutta selvästi ammattikorkeakouluissa tapahtuu koko ajan ja yrittäjyyskasvatusta aletaan nähdä laajempaan kompetenssiin ja osaamiseen liittyvänä kaikkia koskevana asiana eikä pelkkänä yritysten perustamisena. Opiskelijat varustetaan ensin riittävillä tiedoilla siitä, mitä ovat yrittäjyys, yritys ja liiketoiminta-osaaminen, minkä jälkeen tarjotaan mahdollisuuksia yrittäjämäiseen opiskeluun ja tietojen täydentämiseen tai soveltamiseen. Opiskelijoille tarjotaan lisäksi kosketuspintoja yrittäjien kanssa erilaisten projektien tai tapahtumien avulla.

Periaatteessa kaikilla ammattikorkeakouluilla on tarjolla jokaiseen oheisessa kuviossa kaksi esitettyyn kennoston osaan liittyen jotain toimintaa tai opetusta. Yrittäjyyskasvatuksen sisällöistä on tehty useita tutkimuksia ja yrittäjyyskasvatuksen käytännöistä oppilaitoksissa useita kunnallisia ja maakunnallisia selvityksiä eri puolilla Suomea (Eskola, Niinikoski, Keränen ja Muhos 2013). Tämän selvityksen perusteella voidaan edelleen yhtyä toteamukseen, että ammattikorkeakoulujen opetussuunnitelmien arvioiminen yrittäjyyskasvatuksen näkökulmasta on laaja ja moniulotteinen aihealue (Jussila, Hytönen ja Salmi 2005, 26). Ammattikorkeakouluihin kohdistuu suuria odotuksia yrittäjyyden ja yritystoiminnan edistämiseksi. Niiden oletetaan lisäävän opiskelijoiden yrittäjäpotentiaalia antamalla heille asenteellisia, taidollisia ja tiedollisia valmiuksia yrittäjäksi ryhtymiseen. Lisäksi ammattikorkeakoulujen halutaan tukevan alueensa yritysten kasvua ja kehittymistä sekä edistävän yritysten omistajapolvenvaihdoksia. (Korkeakoulujen arviointineuvosto 2006, 23.)



Kuvio 3. Erilaisia yrittäjyyden sekä yrittäjyyden opettamisen tai oppimisen ilmenemismuotoja ammattikorkeakouluympäristössä (Römer-Paakkanen 2015).

Yrittäjyys ilmenee niin erilaisissa muodoissa, että amk:n tarjoaman todellisen yrittäjyyskasvatuksen määrän tai laadun arvioiminen on lähes mahdotonta. Yrittäjyys sanana voi esiintyä useinkin jonkin amk:n esittelyssä, strategia- ja

tavoiteteksteissä tai opintojen sisältökuvauksissa ilman, että se käytännössä kuitenkaan toteutuisi kovinkaan syvällisesti. Toisaalta jonkin toisen amk:n vastaavissa teksteissä yrittäjyys ei ehkä esiinny sanana kovinkaan usein, mutta jos oppilaitos organisaationa ja sen henkilökunta yksilöinä toimivat yrittäjämäisesti, voi se tuottaa yrittäjämäistä toimintaa ja yrittäjyyttä huomattavassa määrin.

Pelkkä tiedon jakaminen www sivuilla tai opinto-oppaissa tai erilaisilla opintojaksoilla ei kuitenkaan saa opiskelijoita innostumaan yrittäjyydestä. Opiskelijoiden positiivinen asenne ja innostuminen syntyvät toiminnasta ja tekemisestä ja siitä, että opiskelijat uskovat omaan oppimiseensa tai osaamiseensa ja uskaltavat kokeilla erilaisia opintoja, vaihtoehtoja, oppimismuotoja ja ideoita (Potinkara, Römer-Paakkanen, Suonpää & Kiviniemi 2013). Pakolliset ja passiiviset luentotyypiset yrittäjyysopinnot eivät lisää opiskelijoiden yrittäjyysaikomuksia tai muuta asenteita positiivisemmiksi yrittäjyysuraa kohtaan. Asenteiden muuttamiseksi nuorten tietopohjaa on toki parannettava, mutta nuorten pystyvyyssuostusten parantamiseksi olisi heidät saatettava sellaisiin pedagogisiin tilanteisiin, joissa he pääsevät kehittämään yrittäjyyteen liittyviä taitojaan ja kompetenssejaan. (Joensuu, Varamäki, Viljamaa, Heikkilä & Katajavirta 2014, 142 ja 136.)

16.5 Hyvinvointiyritykset kiertoon -hanke omistajanvaihdosten ja opiskelijoiden yrittäjyyden edistäjänä

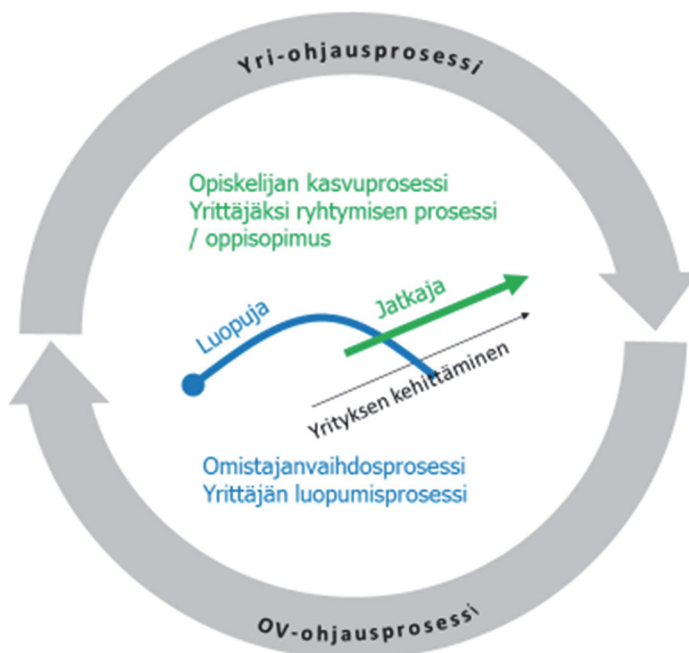
Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvoston (2015, 6) mukaan ammattikorkeakoulujen erityisenä mahdollisuutena on löytää yrityksille jatkajia. Ammattikorkeakoulut voivat edistää yrittäjyyden uudistumista yhtäältä tukemalla yritysten omistajavaihdoksia ja toisaalta rakentamalla yrittäjyyttä tukevaa tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa. Ammattikorkeakoulut muodostavat yhdessä alueen muiden toimijoiden kanssa toimivan ekosysteemin, mikä tukee yrittäjyyden ja kasvuyrittäjyyden edellytyksiä mm. seuraavasti:

- Ammattikorkeakoulut tarjoavat tarvittaessa jatkajakoulutusta ja yritysmarkkinaosaamista sukupolven- ja omistajanvaihdostilanteisiin.
- Ammattikorkeakoulut tarjoavat yrittäjyyteen ja yrittäjyyden kehittämiseen liittyviä palveluja yhteistyössä alueen muiden toimijoiden, kuten ammatillisen koulutuksen ja yliopistojen kanssa. Ammattikorkeakoulut ovat aktiivinen osa alueiden innovaatioekosysteemiä.

- Ammattikorkeakoulujen henkilöstön asiantuntemusta käytetään nykyistä laajemmin edistämään yritysten kehittymistä (kumppanuussuhteet, tutkimus- ja kehityshankkeet, osallistuminen strategiseen työskentelyyn jne.)
- Ammattikorkeakoulut tarjoavat yrityksille ja yhteisöille mahdollisuuden tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen käyttäjälähtöisiä innovaatiomenetelmiä hyödyntäen. Lisäksi ammattikorkeakoulut tarjoavat foorumin yritysten ja yhteisöjen ideoiden edelleen jalostamiseen. (Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto 2015, 6)

Metropolia amk, Haaga-Helia amk, Laurea amk ja Oulun amk ovat Hyvinvointiyritykset kiertoon –hankkeessaan ottaneet Pk-yritysten ja erityisesti pienten hyvinvointialan yrittäjien omistajanvaihdostarpeen haasteekseen ja ne pyrkivät yhdessä rakentamaan omistajanvaihdosta tukevat innovaatioalustat pääkaupunkiseudulle ja Oulun alueelle. Innovaatioalustan (kuvio 4) toiminnan tavoitteena on tuottaa hyvinvointialalle yritysten kehittämisen ja omistajanvaihdosten kautta uutta yrittäjyyttä, osaamista ja työllisyyttä sekä tutkimus-, kehittämis- ja innovaatioyhteistyötä. Avoin innovaatioalusta rakentuu:

- Jatkajia etsivien ja tulevien yrittäjien rekrytointikanavista
- Hyvinvointiyritysten kehittämisen tukiprosesseista
- Omistajanvaihdoksen tukiprosesseista
- Ammattikorkeakoulujen (Metropolia, Haaga-Helia, Laurea ja Oulun ammattikorkeakoulu) ja muiden omistajanvaihdosta tukevien tahojen verkostosta ja yhteistoiminnasta.



Kuvio 4. Luopujayrittäjän omistajanvaihdosprosessi ja potentiaalisen jatkajan yrittäjäksi ryhtymisen prosessi omistajanvaihdoksia tukevalla innovaatioalustalla.

Alustalla kehitetään omistajanvaihdoksen edessä olevia hyvinvointiyrityksiä sekä synnytetään uutta yhteistyötä ja markkinavetoisia palveluja törmäyttämällä yrityksiä, eri alojen opiskelijoita, luopujia ja jatkajia sekä hyvinvointipalveluja käyttäviä kaupunkilaisia. Kehittämistyötä tekevät potentiaaliset jatkajat ja monialaiset opiskelijaryhmät yhdessä yrittäjien kanssa. Hankkeessa tuetaan hyvinvointi-yrittäjiä ja jatkajia omistajanvaihdosprosessissa järjestämällä koulutusta ja yrityskohtaisia tukiprosesseja. Toiminta rakennetaan yhteistyössä muiden omistajanvaihdos-toimijoiden kanssa. Hankkeeseen osallistuvat yritykset pääsevät hyödyntämään ammatti- korkeakoulujen monialaista opetus-, tutkimus-, innovaatio- ja kehittämisosaamista ja jokaiselle osallistujalle räätälöidään yksilöllinen kehittämisprosessi.

Lähdeluettelo

- Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto (2015). ARENE ry:n toimintasuunnitelma vuodelle 2015. http://www.arene.fi/sites/default/files/PDF/ts_tk/TS2015_2.pdf (Luettu 15.8.2015)
- Cox, L.W., Mueller, S.L., & Moss, S.E. (2002). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(2), 229–245.
- Curran, J. & Stanworth, J. (1983). Franchising in the modern economy: Towards a theoretical understanding. *International Small Business Journal*, 2, 8–6.
- Dawson, C., Henley, A. and Latreille, P. (2009). Why do individuals choose self-employment? Institute for the study of labor (IZA). Discussion paper No. 3974. Bonn. Haettu osoitteesta <http://ftp.iza.org/dp3974.pdf>
- Eskola, L., Niinikoski, E.-R., Keränen, H. ja Muhos, M. 2013. Yrittäjäyyskasvatus Pohjois-Pohjanmaalla. Nykytila 2013. OULUN YLIOPISTO. Tuotantotalouden työpapereita, Oulun Eteläisen instituutti. Haettu osoitteesta <http://herkules.oulu.fi/isbn9789526204444/isbn9789526204444.pdf>
- EU Commission (NIRAS Consultants, FORA, ECON Pöyry). 2008. Survey of Entrepreneurship Education in Higher Education in Europe. Haettu osoitteesta <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8973/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- Gartner, W.B. (1988). Who is an entrepreneur? *American Journal of Small Business*, 8(4), 11–32.
- Gruber, M. (2007). Uncovering the value of planning in new venture creation: A process and contingency perspective. *Journal of Business Venturing* 22(2007), 782–807
- Heinonen, J. & Akola, E. 2007. Entrepreneurship training and entrepreneurial learning in Europe – results from the Entlearn project. Tse entre. Turku school of economics. Turku.
- Huuskonen, V. 1989. Yrittäjäksi ryhtyminen motivoitumis- ja päätöksentekoprosessina: Käsiteanalyttinen tutkimus yrittäjämotivaation syntyyn vaikuttavista seikoista ja motivaation kytkennästä yrittäjäksi ryhtymiseen. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja D-1:1989.
- Hyrkäs, A. (2016) Startup complexity tracing the conceptual shift behind disruptive entrepreneurship. University of Helsinki. Department of social research. Faculty of social sciences. *Publications of the faculty of social sciences* 38 (2016). Sociology.
- Joensuu, S., Varamäki, E., Viljamaa, A., Heikkilä, T. ja Katjavirta, M. 2014. Yrittäjyyskomukset, yrittäjäyysaikomusten muutos ja näihin vaikuttavat tekijät koulutuksen aikana. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja A. Tutkimuksia 16. Seinäjoki.
- Jussila, E., Hytönen, J. ja Salminen, K. 2005. Yrittäjäyyskasvatus ammattikorkeakoulujen koulutusohjelmien opetussuunnitelmissa–benchmarking-hanke. Korkeakoulujen arviointineuvosto. Korkeakoulujen arviointineuvoston verkkojulkaisuja 3:2005. Haettu osoitteesta https://karvi.fi/app/uploads/2015/01/KKA_1207.pdf

- Kessler, H. & Frank, H. (2009). Nascent entrepreneurship in a longitudinal perspective. The impact of person, environment, resources and the founding process on the decision to start business activities. *International Small Business Journal*. (27)6, 720–742.
- Korkeakoulujen arviointineuvosto. 2006. Uudenlaista sankaruutta. Ammattikorkeakoulujen aluekehitysvaikutuksen huippuyksiköt 2006–2007. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisuja 13:2006. Tampere. Haettu osoitteesta http://kka.fi/files/164/KKA_1306.pdf
- Lackeus, M. (2015) Entrepreneurship education. What, why, when, how. Entrepreneurship 360. Background paper. LEED (Local Economic and Employment Development) Division of the OECD. Haettu osoitteesta https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf
- Lautenschläger, A. & Haase, H. (2011). The myth of entrepreneurship education: Seven arguments against teaching business creation at universities. *Journal of Entrepreneurship Education*, (14), 2011. 147-161.
- Lewandowska, L. (2014). Franchising as a way of creating entrepreneurship and Innovation. *Comparative Economic Research*, 17(3).
- Morrison, A. (2000). Entrepreneurs or intrapreneurs. In Lashley, C. & Morrison, A. (2000.) Franchising hospitality services, 68–91. Elsevier.
- Pihkala, T. 2001. Entrepreneurial capability and new venture formation. A study on entrepreneurs' start-up practices. Acta Wasaensia. No 84. Business Administration 34. Management and Organization. Vaasa. 209
- Potinkara, H., Römer-Paakkanen, T., Suonpää, M., Kiviniemi, S. 2013. Developing Passion and Risk-taking -pedagogy. Interdisciplinary Studies Journal (ISJ) Double-blind peer reviewed special issue of the Encounters13 Conference: Passion, Flow & Transformation. (3)3, 2013. Haettu osoitteesta http://www.laurea.fi/en/isj/latest_issue/Pages/default.aspx
- Pärnänen, A. & Sutela, H. (2014). Itsensäyöllistäjät Suomessa 2013. Statistics Finland. Helsinki. Haettu osoitteesta https://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/yits_201400_2014_12305_n et.pdf
- Römer-Paakkanen, T. 2009 Yrittäjyyteen kasvaminen perhetaustan, koulutuksen ja harrastusten triangulaationa. Julkaisussa: Kansikas, J., Kyrö, P., Seikkula-Leino, J. & Römer-Paakkanen, T. (toim.), 2009: *Yrittäjyyskasvatuksen muotoutuva maisema – Yrittäjyyskasvatuksen identiteettiä rakentamassa* (s. 27–49). Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta. Julkaisuja 176/09 163,
- Römer-Paakkanen, T. & Jokinen, T. (2016). Julkaisematon kurssimateriaali ja tutkimusaineisto.
- Römer-Paakkanen, T. 2015. Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivojen tilan arviointi amk sektorilla Suomessa. (Julkaisematon tutkimusaineisto. Aalto University/School of Business/Small Business Center.)
- Saarela, J. 2012. Esihautomotoiminnan markkinointiviestinnän kehittäminen – Esihautomo InnoVilla. Laurea ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Hyvinkää. Haettu osoitteesta <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201205076727>

- Stenholm, P. (2003). Yrityksen sukupolvenvaihdos ja sen tukeminen. Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimuksia ja raportteja 7/2003. Elinkeino-osasto. Helsinki.
- Stokes, D. & Wilson, N. 2010. Small business management and entrepreneurship. Cengage Learning. Andover.
- Varamäki, E., Tall, J., Joensuu, S. & Katajavirta, M. (2015). Valtakunnallinen omistajanvaihdos-barometri 2015. The Federation of Finnish Enterprises. Haettu osoitteesta https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/migrated_documents/omistajanvaihdos_barometri_2015.pdf.
- Welsh, D.H.B., Desplaces, D.E. & Davis, A.E. (2011). A Comparison of retail franchises, independent businesses, and purchased existing independent business startups: Lessons from the Kauffman firm survey. *Journal of Marketing Channels*, 18:1, 3–18.

17 Research agenda with empirical results of using humour strategically in business

Taina Vuorela, Eeva-Liisa Oikarinen, Pia Hurmelinna, Helena Ahola, Päivi Aro, Sari Alatalo, Anne Poutiainen, Salla Saraniemi, Eila Estola, Pirkko Siklander, Jaana Tähtinen & Jaakko Sinisalo

Oulu University of Applied Sciences· University of Oulu, University of Turku, University of Lapland

Abstract

The aim of this project was to create a preliminary theoretical framework of how to utilize humour strategically in organizations with the aim of creating new business opportunities. The present multidisciplinary discussion paper will identify research gaps and combine viewpoints of international business management, international business communication, marketing and education in a novel way. It appears that in previous literature on humour in a business context, discussions have taken place in different ‘silos’ and as a result, the connections between different research fields have been scarce. Consequently, a more comprehensive understanding of the significance of humour in business innovations is necessary. Firstly, we are proposing a framework and a research agenda for exploring different strategic ways of using humour in companies. Secondly, in the Hurmos-project we have already collected empirical evidence based on this framework, and some preliminary results are also presented. Hence, the potential, as well as the limits and risks of humour in business have been examined in terms of both internal and external corporate communication. We have focused on such research aspects as corporate storytelling, corporate and employer branding, and work engagement. Peer group mentoring has been used as one tool for collecting relevant narratives from companies. Additionally, we have explored innovation communication, in particular how humour can be applied as a strategic tool in new business development both in facilitating creative Research, Development and Innovation (R&D&I) work environments, and in incorporating humour into product and service innovation in practice. Our empirical results will provide a much needed more comprehensive view of the role of humour as a strategic tool in corporate communication and business innovation. The results also provide a point of

departure for further research. Besides academia, results and generated know-how will be of interest to managers of large corporations as well as start-up companies.

Keywords: business innovation, corporate communication, humour, peer-group mentoring, service design

17.1 Introduction

It appears that the potential of humour to create fun at work or to utilize it both in internal and external business practices is not yet fully recognized or harnessed in business. Concerning the activities within firms, the work and business environment have undergone major changes in recent years as attitude and approach to work have changed dramatically: lifelong employment contracts are rare, and employees' expectations of doing work are quite different from those of previous generations. Enjoying work and having fun are examples of the current expectations as especially the younger generations value these aspects in their work (Romero and Pescosolido, 2008). In this, the role of humour becomes pronounced: it acts as a kind of glue in social interaction; it enhances the happiness and creativity of any work community as well as enables new perspectives in business potentials. At best, this can be extended outside the firm, as humour becomes embedded in the products, and/or humorous communication can attract customers that increasingly value entertaining and relaxing features in the firm offerings (e.g., Cao & Shi, 2013). In fact, considering the offerings of the firm and the ways in which they are promoted in the markets, humour can be a powerful tool.

With the potential for being a useful tool, phenomena such as humour – not conventionally considered a relevant part of 'serious' business and management – are now seen in a new light, and opportunities for business are searched from new sources. As a result, there is a growing need for new, more people-oriented tools to assist companies with their development of business solutions. Yet, quite a few aspects have gone unheeded in academia; in other words, little reliable knowledge is provided for companies trying to tackle these issues. HURMOS (Developing Humour as a Strategic Tool for Creating Innovative Business) is a Tekes founded ongoing joint project (University of Oulu and Oulu University of Applied Sciences) exploring possible solutions and tools incorporating the aspect of humour as a facilitator in the creation of new, innovative business ideas for the growth and internationalization of businesses. In particular, the main research question of this

project has been how humour can be used strategically as a tool in creating innovative, value generating business environments and business opportunities for organizations. The project has had nine Finnish companies/organizations from various fields actively involved in the project.

The project exploring the possibilities and potential of humour in business practices through applying both qualitative and quantitative research methods has already yielded a wide range of results within the compiled framework. Firstly, the potential as well as the limits and risks of the use of humour in business communication have been studied regarding internal and external corporate communication from the viewpoints of innovations, innovativeness, employee engagement and brand building. In addition, we have addressed humour in marketing communications, advertising and company storytelling culture. Secondly, in the course of the project we have resorted to for example the tools of service design and peer group mentoring to promote the awareness of humour as a valuable tool in business.

17.2 Starting points and gaps in research

The fact is that humour as a phenomenon is challenging: it is universal, yet person-specific and, simultaneously, it is time and place-specific (Gulas & Weinberger, 2006). Personal temperament, age and gender indeed affect how different types of humour are understood (Ruch et al., 1990; Ruch et al., 1996; Martin et al., 2003). In addition, humour is a culture-dependent phenomenon. Although there are several studies for example in advertising context, identifying global and culture-specific features of humour (Fugate, 1998; Alden et al., 1993; Alden and Martin, 1995; McGullough and Taylor, 1993), Biswas et al. (1992) share the common wisdom that humorous advertisements used in one country do not work similarly in another country. With all these different aspects, humour and humour-generated positive emotions provide a topic of multidisciplinary interest and, indeed, humour has attracted the attention of scholars from several academic disciplines such as anthropology, communication, education, linguistics, literature, medicine, philosophy, psychology, sociology (e.g. Veatch, 1998). Even researchers operating in the field of business have been fascinated by humour research, and they have examined the phenomenon at various organizational levels and in various contexts including management, business communication, advertising and employer branding (Duncan, 1982; Oikarinen, 2013; Oikarinen & Saraniemi, 2012; Romero

and Pescosolido, 2008; Tähtinen and Blois, 2011; Vuorela, 2005; Weinberger and Gulas, 1992).

Nonetheless, despite all the interest in humour research, the business potential involving humour as an element in creating new business opportunities is as yet not fully recognized. It seems that even if the role of emotions and feelings for business relationships is acknowledged (Tähtinen & Blois, 2011), the research still remains scarce. Previous literature tells little about how humour can be utilized to solve difficult aspects of business relations within and between organizations and across cultural boundaries. In addition, corporate communication holds quite a few aspects where the people-centric approach remains quite vague. There is an illusion in marketing literature that we know everything about the use of humour; however, the knowledge is mainly focused on how humour works in advertising context, and the role of humour in branding literature seems to be lacking so far, and this offers one research gap for the ongoing project. Furthermore, earlier research where humour is incorporated has covered the work climate for new product development, but the role of humour in research has typically been limited (e.g. Danneels, 2008; Isaksen & Ekvall, 2010). From design perspective, literature related to humorous design principles has also been rare (e.g. Cao & Shi, 2013; Yu & Nam, 2014). Moreover, the scarce literature on humorous products is often related, for example, to services marketing (e.g. van Dolen et al., 2008), meaning that there is room for further examination especially within the field of innovation.

When it comes to international operations environments and their connections to innovative activities, literature in international business has focused on considering country conditions, e.g. knowledge acquisition in host countries, and in the field of international economics, the discussion has concentrated on knowledge flows from multinational companies to organizations residing in host country. Thus, they have used a lens that does not really take into account firm-specific factors, let alone the role of emotions (Alcácer & Chung, 2007; Faria & Sofka, 2010). International Entrepreneurship literature and literature on Born Globals, for example, have tried to understand what enables small firms to become active in international markets, but the examination has been more about the patterns of internationalization than organizational characteristics (Gassmann & Keupp 2007). Yet, the role of entrepreneurs for internationalization has been acknowledged, and sometimes the (personal) characteristics of entrepreneurs have been taken under scrutiny. However, in most cases, the discussion has delved around international experience,

attitude, orientation, network, and personal life experiences like foreign education or work experience, travel, foreign birth, knowledge of foreign languages, and other such features rather than their ability to affect emotions or utilize humour (Zuccella et al., 2007). In other words, the role of factors such as humour has not been addressed. Yet, we believe that if humour could be actively promoted and utilized, managing also international business activities could be carried out in a manner that yields competitive advantages, and this offers yet another research gap to be addressed.

Practical examples (selling Putous-format to China, success of Ismo Leikola in international arenas, Angry Birds, etc.) suggest that there is potential in Finnish organizations for utilizing humour in business. Yet, Finnish companies seem to be far behind the global tendency when it comes to enjoying work and utilizing humour as part of business practices. Hence, by addressing the research gaps outlined above, Hurmos project aims to develop humour-related understanding and expertise especially for the benefit of Finnish companies.

17.3 Conceptual framework

Humour

There are three main theories addressing humour as a mechanism: the cognitive-perceptual, superiority, and relief theories (e.g., Gulas & Weinberger, 2006; Vuorela, 2005; Graham, 1995). Cognitive-perceptual approach is related to incongruity and incongruity resolution theories: surprise or inconsistency alone can be enough to achieve humour, but incongruity-resolution demands processing and resolving discrepant information to drive humour (Spotts et al., 1997). Second, superiority theories are interested in the social functions of humour: according to this view, there are a winner and a loser in humorous situations, and the disparagement nature of humour is emphasized. Disparagement humour does not exist alone, but it demands the existence of incongruity and also possibly relief. The third type, relief (arousal-safety) theories have in common that there is a physiological relief as a result of humour. Similarly to incongruity resolution debate, the question is if arousal alone is able to cause enjoyment, or whether arousal-relief is needed (Gulas and Weinberger, 2006, 26–31).

In this project, we have adopted the universal view related to the immediate effects of humour: the perception of something as funny is a result of a deviation from what is expected (Alden & Hoyer, 1993; Alden et al., 1993). This can occur many ways, which has been observed also in attempts to create humour typologies (Catanescu & Tom, 2001; Spotts et al., 1997; Weinberger & Spotts, 1989;). For example, Reick's practitioner-oriented system classifies humour into five types: exaggeration, pun, put-down, silliness and surprise (see Catanescu & Tom, 2001). Catanescu and Tom (2001) have also considered the personification type of humour as one that "attributes human characteristics to animals, plants and objects". In Finnish management context, Vuorela (2005) has identified irony to be relevant in internal sales team meetings.

Humour in Corporate Communication

The role of humour has been investigated to some extent both in internal and external corporate communication (McIlheran, 2006; Oikarinen and Saraniemi, 2012). Brand identity and image are often defined as the internal and external parts of the brand (Nandan, 2005), marketing communications being the link between them (Witt & Rode, 2005). In brand building, a brand image is seen as originating from a company's internal qualities, such as corporate identity, and strengths (Kapferer, 2008), but still defined and created by stakeholders in the market (Mäläskä, Saraniemi & Tähtinen, 2011). A strong and authentic identity is a basis for successful brand building (Burmam et al., 2009), increasing also togetherness among persons in the organization (Aaker, 2002). As humour may have an interesting potential in this, the depicted stream of literature provides one point of departure for the Hurmos project.

Corporate communication and brand discussion cover the research topics in different ways. First, in marketing communications, and particularly in advertising research, humour is traditionally identified as a central tool for creating advertising appeal (Voss, 2009). Another perspective has been how humour can create strong corporate and particularly employer brand- and thereby affect value creation and value perceptions. Still, the role and meaning of it in the creation of corporate and employer brand is not yet studied extensively. Inside the organization, so far, it has been established that employees experiencing fun in the workplace are more satisfied in their job (Karl & Peluchette, 2006). Tews et al (2012) have demonstrated that workplace fun is even stronger predictor of applicant attraction

than for example, opportunities for advancement and compensation, which is indeed important knowledge for recruiters seeking capable job applicants. However, it is another issue whether the value proposition related to humour and fun climate is realized when new generations enter the traditional work environments. It can be argued, that humour is not enough when used only as a communication tool; rather, it should also be embedded into the organizational culture and be part of the fun climate when the aim of the company is to start building a strong corporate and employer brand.

The corporate communication approach involves identifying boundary issues related to the use of humour; finding out where the limitations lie. There are risks in using humour in business communication and practices. Indeed, one of the risks and limitations related to humour usage in international business is that humour is a culture-bound phenomenon, (Rogerson-Revell, 2007). As any other concept rooted in cultural elements, humour in international businesses should therefore be managed from several reference points.

Apart from cultural differences, there are many contexts where the use of humour can be risky. For example, humour has potentially negative effects when used in advertising products with high technology image (Fugate, 1998; McCullough & Taylor, 1993, Scott et al., 1990;). Personal temperament, age and gender, jargon, and other such factors affect the way how different types of humour are understood (Martin et al. 2003; Ruch et al 1990; Ruch et al. 1996;), and therefore careful segmentation-related humour usage is a critical issue. It is important to know the target groups and how they are likely to respond to humorous messages. In addition, humour is quite innate and thus, it is hard to change personal characteristics or temperament which mainly define individual's ability to produce or understand humour. However, the less serious attitude at individual level is something which can be learned. Due to the acknowledged risks, it is crucial to understand where the limits and boundaries of using humour are. Then companies are able to manage their credibility and reputation as serious business actors.

As a final point here, existing knowledge on corporate communication (both internal and external) also reflects new forms of communication and in these humour may become central. Digital and social media have become everyday communication channels between people. These media are not only used for communication, but they are also environments for creating new business

opportunities. Social media is full of entertainment, and humour there is a visible part of natural interaction between people. In online environment, humour is understood as the most common advertising appeal for viral advertisements (Porter & Golan, 2006; Golan & Zaidner, 2008), but achieving word-of-mouth is only one aspect of the digital environment, which is also a global environment for making international business and an essential part of business, not a separate value itself (e.g. e-services, e-stores, virtual worlds).

17.4 Objects and research questions

In sum, the primary objective of this project has been to incorporate the use of humour into business and communication culture in a manner that promotes new, efficient business practices, and improves competitive situation and development possibilities for Finnish firms operating in different industries and contexts. This is achieved through increased humour awareness and competence in Finnish companies. In particular, the purpose is to find out to what extent the use of humour can be incorporated into business models; how humour can create value to customers and, directly and as a product of increased customer value, to companies serving those customers. The three different perspectives of Hurmos project are presented in Figure 1.



Figure 1. Priorities in the present humour-based research.

As illustrated in Figure 1, the project particularly aims to develop firm-specific business potential for using humour in organizations. This more general approach towards humour is scrutinized more closely with regard two specific areas, as the project discusses the use of humour in both internal and external corporate communication as well as in product and service development. The reason why these specific areas have been selected as targets is, first, that value can be found in the offerings of the firms, and the ways in which those are produced are therefore of essence; and, second, how value is perceived, is to a notable part dependent on how it is communicated. In other words, the ability to affect emotions of employees, customers, and partners may be quite decisive. A more detailed description of the project specifications can be found in Figure 2.

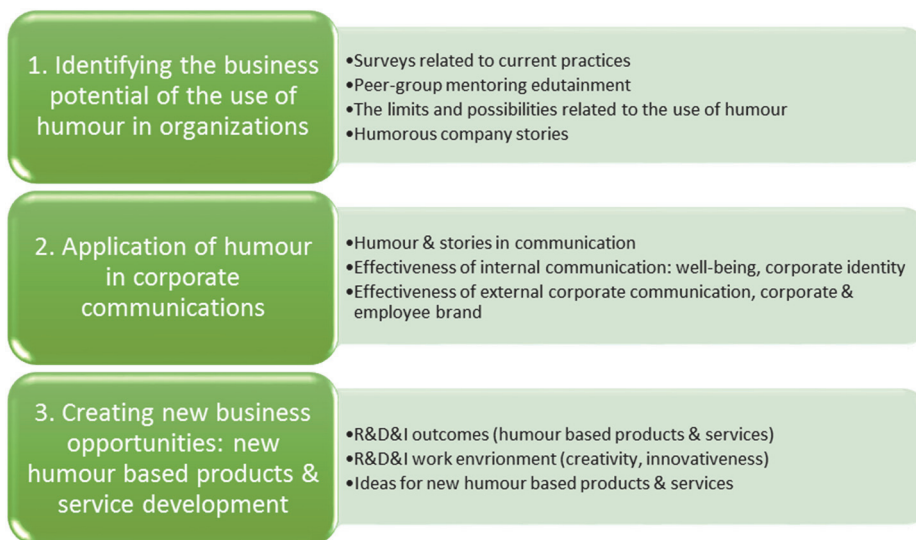


Figure 2. Outline of the Hurmos project.

As the Hurmos project is presently ongoing and is at its completion phase, quite a few of the activities have already been carried out. Along with experiences on peer-group mentoring and service design, some preliminary research results can also be presented concerning the use of humour in organizations. Pilot survey among the case organizations of the project was conducted, and it has already yielded some research findings as for the possibilities and limits of the use of humour. Application of humour has also been explored in various studies conducted during the project; in particular, the use of humour in recruitment has been in focus.

The main research question of this project is how humour can be used strategically as a tool in creating innovative, value generating business environments and business opportunities in the international operations environment. Under the umbrella of the general questions, the goal of the project is achieved through answering three sub-questions:

1. How can humour be used in different business environments to create value for the organization?
2. How is humour applied in internal and external corporate communications?

3. How is humour applied in internal R&D&I work environment and in external R&D&I?

17.5 Research methods and data

The project has applied multiple research approaches. The corpus collected during the project involve both qualitative and quantitative data of various kinds. Considering that research in general with this type of overarching approach is notably rare and challenging, we started from a relatively simple, more controlled research setting of Finnish culture and Finnish firms. This allowed us to first identify relevant components, and then evaluate how they change in different contexts. .

Considering the first sub-research question, peer-group mentoring groups were created with the aim to identify, explore and develop company specific tools of humour. Apart from a method to collect data in a form of visual and audit recordings, peer-group mentoring was a way of spreading experiences on the use of humour and had a role in utilizing humour in companies. Peer-group mentoring was conducted in LeaForum laboratory (<http://leaforum.fi/facilities/leaf/>) which enables both visual and audit data collection. There are, for example, the following typical elements related to peer-group mentoring:

1. Group work with an emphasis on shared expertise between mentors and mentees.
2. Creative communality with a potential to have fun, be inspired and break down boundaries.
3. Mentoring as a goal-oriented process requiring self-regulation and commitment.
4. Development of company profiling and productization of know-how in mentoring.

Also, survey data have been collected so as to gain a wider view on the use of humour. The project has provided a chance to identify and test the usefulness and validity of humour-related measures, both subjective, and more objective ones. There are different measures for humour, in organizational and especially in leadership literature (e.g Kahn, 1989; Priest & Swain, 2002) which offers potential for innovation management also. The project has identified, adopted and modified relevant measures to be employed in the research of the project. In the first stage,

quantitative pilot surveys were targeted at employees of the project companies in order to achieve an updated understanding of the current practices related to the use of humour in communication as well as in R&D&I in the companies, as well as the performance indicators related to these. This scale survey with multiple respondents within different firms served as a basis for a wider survey among Finnish exporting firms.

For answering the second sub-research question on corporate communication, humorous case company stories were gathered through e.g. peer-group mentoring. These stories will be studied by employing tools from e.g. narratology, discourse analysis and semantics. Moreover, humorous messages in specified contexts (e.g. recruitment advertising, social media) have been employed for research purposes during the course of this project. The limitations of appropriate use of humour in external corporate communication has also been tested experimentally (Lynn and Lynn, 2003).

Finally, for the third sub-research question focusing on business opportunities related to R&D&I, data are based on applying qualitative methods and collecting data in company specific workshops where ideas for humour-based new services and products have been co-created, utilizing also service design thinking. The work has involved exploration, creation and reflection processes. This qualitative data will be analysed with the aim of transferring the good practices from one industry to another. The effects of humour on creativeness, work climate and innovativeness have been investigated and measured with the help of the surveys. Case study research methodology has also been employed not only within the research group but also in various theses compiled by students of the two participating institutions. The applied research methods have enabled the collections of versatile data through a wide range of methods to be used for their collection and well as analysis. This type of multi-method approach is ambitious, and it has the benefit of allowing the examination of the use of humour from multiple angles and acknowledging different situations where it could be used. The role of experiences and emotions in business is strengthening in general (Tähtinen & Blois, 2011) and the rational logic does not work alone anymore in business, and this needs to be taken into account in organizations.

17.6 Preliminary project results

Even if there is a plenty of material still to be analysed, some results of the Hurmos project can already be presented. Based on the wide range of research endeavours described above, the results provide a multifaceted entirety with the element of humour in organizational context in common. Notwithstanding the diverse nature of results, the areas of research addressed during the project can be combined into a single figure presented below (Figure 3).

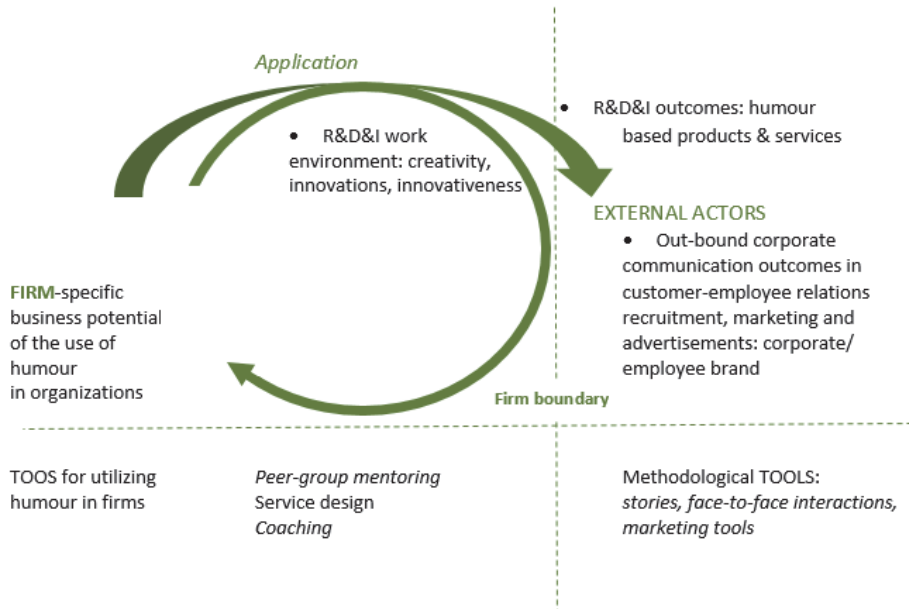


Figure 3. A framework for humour-based business innovation research.

Figure 3 above illustrates the connections between the aspects regarding which research has been conducted during the project. It needs to be noted that not all the collected material about all the aspects have been fully analysed as yet, and consequently, more project results are to be expected in the future. Next, some research results will be discussed in more detail. Of these results, a considerable proportion has already been published e.g. in journals and conferences, and the sources of the results are indicated in connection with the presentation of the findings.

With the pilot survey in the background, a study was conducted as for the connection of humour types with innovative behaviour and innovation output (Hurmelinna-Laukkanen et al. 2016a). Based on the findings, it appears that humour has a more substantial role in innovations within a company than in relations with external actors. Furthermore, affiliative, coping and reframing types of humour are related to positive outcomes when it comes to innovative behaviour and innovation output. However, aggressive humour seems to have a downright negative association. Similarly, a positive link between telling stories within an organization about the organization, and individual-level innovativeness was also suggested by another study (Hurmelinna-Laukkanen et al., 2017). Furthermore, playful attitude and atmosphere in general seem to be positively related to higher work engagement (Hurmelinna-Laukkanen et al., 2016b).

As for humour in services, in customer relations in particular, a study about the impact of an employee using jokes in face-to-face conversations revealed that humour actually reduced customer satisfaction (Söderlund et al., 2017). Even so, in another study customers hope for more humour in service encounters (Lehtovuori, 2016). Young newspaper readers also seem to expect articles to have a humorous tone (Ervasti, 2016). Furthermore, a study by Nevala and Häyrynen (2017) indicates that a happy and memorable amusement park experience involves e.g. diverse amusements with cheerful staff. The studies appear to yield mixed results and, indeed, the academic paper by Ahola et al. (2016) suggests a research agenda for determining the best practices for using humour in service development.

When it comes to the relations between organizations and employees, humour in recruitment is a theme addressed from multiple angles in the project. Firstly, possibilities are provided in the form of viral effects of humorous recruitment advertisements (Oikarinen & Söderlund, 2016). Secondly, humour in the context of recruitment advertisements has a more positive impact the more congruent it is with the message of the advertisement (Oikarinen, 2017). Thirdly, if humour is involved in recruitment advertisements, it provides firms with a cost-effective method to recruit employees as it offers candidates a chance to test their compatibility with the organization (Oikarinen & Sinisalo, 2017). Lastly, when approaching recruitment advertisements from the perspective of an employer brand, it appears the employer brand messages comprise instrumental and symbolic elements of content as well as communication including the use of humour in it (Oikarinen & Saraniemi, 2016).

Humour has also been explored in the contexts of peer-group mentoring, provocative coaching and service design workshops. In the peer-group mentoring workshops, representatives of the project organizations had the chance to meet and get acquainted with each other. Humour was involved when discussing humour in work communities, communication and customer service situations (Jokelainen, 2016). In the context of studying provocative coaching, the element of humour was deemed to be an important part of such coaching (Kukkonen & Lilleberg, 2016). Humour was also present in service design workshops and according to the preliminary analysis of the results, workshop facilitators can use humour as a tool in various stages of business development, e.g. in building a trustful and stimulating atmosphere (Ahola et al., 2017). Furthermore, industrial context does not seem to be the decisive factor in determining how funny, playful a service design workshop can be expected to be, e.g. atmosphere was ranked higher on humour scale in a company operating in an industrial sector than in a company offering amusement services (ibid.).

The project results reported above represent published results thus far. As the project is still going on, there are more results to come. Firstly, there is a survey conducted among Finnish companies, and there will be some results from it coming up later. Moreover, there is plenty of data recorded in peer-group mentoring and service design workshops organized with the project organizations, and that data needs to be studied; interesting viewpoints may be found when analyzing participants' communicative styles and their links to the use of humour.

17.7 Managerial implications

The research results produced during the course of the Hurmos project will have even more substantial implications once all the results of the project are available. Still, already at this point, something can be stated about them. The studies individually and together have at least offered interesting avenues for further research. Apart from this, observations can be made regarding the implications of the studies already conducted.

As for innovativeness and different types of humour, it can be said that acknowledging differences will assist managers to monitor and encourage the use of humour in interaction inside the organization as well as with its external actors

(Hurmelinna-Laukkanen et al., 2016b). Furthermore, entrepreneurs and managers have the potential for enhancing employees' work engagement through communicating and offering a platform for playfulness in the organization (Hurmelinna-Laukkanen et al., 2016b).

In terms of humour in service encounters, retail and service employees should be aware of the dangers concerning the use of humour with the customers; furthermore, they should be mindful of the aspects of the conversation that might affect the theme (Söderlund et al., 2017). Even if customers and clients, e.g. newspaper readers, expect humour to be embedded in services (Lehtovuori, 2016; Ervasti, 2016), customer service staff should be careful when applying humour in service encounters. More research in authentic contexts is required to further confirm the findings.

When it comes to the use of humour in business, it possesses potential albeit also challenges. Also small companies can utilize the possibilities of humour, e.g. in humorous recruitment advertisements. For instance, they can take advantages of the viral effects of job advertisements on the Internet (Oikarinen & Söderlund, 2016). With the help of humour, companies can also cost-effectively test the applicants' compatibility with the organizational values (Oikarinen & Sinisalo, 2017).

Humour was present in peer-group mentoring and service design workshops. It seems that engaging company staff in collaborative work in workshops could pose a challenge as people are busy and they need to be able to tolerate some degree of uncertainty in service design workshops. For facilitators it is a challenge to find relevant actors who would be prepared and motivated in a workshop. Moreover, company culture may have bearing on the success of the workshop and service innovation. To find common grounds for inclusive– and to avoid exclusive - humour in service innovation workshops is important; positive, visual and naturally occurring humour seem to have beneficial effects. (Ahola et al., 2017). Hence, this kind of humour could be taken advantage of in the service design of organizations.

These are some of the implications that can be expressed at this point. Later on, with a more comprehensive review of the project results, it will be possible to make even further conclusions about how humour can be used and utilized for the benefit

of various organizations. However, even at this point the research findings form an interesting, even if to some extent mixed set of observations.

References

- Aaker, D. (2002). *Building strong brands*. London: Free Press.
- Ahola, H., Aro, P., Vuorela T. (2016). Humour matters in service design workshops. European Conference on Innovation and Entrepreneurship (ECIE). 15.–16.9.2016 Jyväskylä.
- Ahola, H., Vuorela, T. and Aro, P. (2017). Lessons learnt: Humour in service design workshop facilitation. Working paper/publication (forthcoming).
- Alcácer, J. and Chung, W. (2007). Location strategies and knowledge spillovers. *Management Science*, 53(5), 760–776.
- Alden, D.L. and Hoyer, W.D. (1993). An examination of cognitive factors related to humorousness in television advertising. *Journal of Advertising*, 22(2), 29–37.
- Alden, D.L., Hoyer, W.D. and Lee, C. (1993). Identifying global and culture-specific. Dimensions of humor in advertising: A multinational analysis. *Journal of Marketing*, 57, 64–75.
- Alden, D.L. and Martin, D. (1995). Global and cultural characteristics of humour in advertising: The case of Japan. *Journal of Global Marketing*, 9(1/2), 121–143.
- Biswas, A., Olsen, J.E. and Carlet, V. (1992). A comparison of print advertisements from the United States and France. *Journal of Advertising*, 21(4), 73–81.
- Burmam, C., Hegner, S. and Nicola, R. (2009). Towards an identity based branding. *Marketing Theory*. 9(1), 113–118.
- Cao, Y.C. and Shi, M. (2013). Study and analysis on the design principle and the emotion factor fusion of humorous products' interface design. International Conference on Information, Business and Education Technology (ICIBIT 2013)
- Catanescu, C. and Tom, G. (2001). Types of humor in television and magazine advertising. *Review of Business*, 22(1/2), 92–95.
- Danneels, E. (2008). Organizational antecedents of second - order competences. *Strategic Management Journal*, 29(5), 519 - 543.
- Duncan, W.J. (1982). Humor in management: Prospect for administrative practice and research. *Academy of Management Review*, 7(1), 136–142.
- Ervasti, N. (2016). Palvelumuotoilun työpaja. Case: Kaleva. (Bachelor's thesis, Oulu University of Applied Sciences, Oulu, Finland). Retrieved from: https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/121663/Ervasti_Noora.pdf?sequence=1 .
- Faria, P. and Sofka, W. (2010) Knowledge protection strategies of multinational firms – A cross-country comparison. *Research Policy*, 39, 956–968.
- Fugate, D.L. (1998). The advertising of services: What is an appropriate role for humour? *The Journal of Services Marketing*, 12(6), 453–472.

- Gassmann, O. and Keupp, M.M. (2007). The early and rapid internationalization of the firm, *Journal of World Business*, 42(3), 350–366.
- Golan, G.J. and Zaidner, L. (2008). Creative strategies in viral advertising: An application of Taylor's six-segment message strategy wheel. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 959–972.
- Graham, E.E. (1995). The involvement of sense of humor in the development of social relationships. *Communication Reports*, 8(2), 158–169.
- Gulas, C.S. and Weinberger, M.G. (2006). *Humor in advertising. A comprehensive analysis.* M.E Sharpe, Armonk, New York, London, England.
- Hurmelinna-Laukkanen P, Alatalo S., Oikarinen E-L, Vuorela T., Ahola H., Aro P., Kallio T. and Atta-Owusu K. (2016a). Relationships of playfulness, work engagement and innovative performance. European Conference on Innovation and Entrepreneurship (ECIE). 15.-16.9.2016 Jyväskylä.
- Hurmelinna-Laukkanen, P., Atta-Owusu K. and Oikarinen E-L (2016b). You are joking, right? Connecting humor types to innovative behavior and innovation output. *International Journal of Innovation Management* 20(8), 22.
- Häyrynen, R. & Nevala K. (2017). Asiakaskokemus on aina oikeassa. Case Huvipuisto Powerpark– suhtaudumme hauskanpitoon tosissamme. Bachelor's thesis, Oulu University of Applied Sciences. Haettu osoitteesta: https://theseus.fi/bitstream/handle/10024/125952/Hayrynen_Raili_Nevala_Kirsi.pdf?sequence=1
- Isaksen, S. G. and Ekvall, G. (2010). Managing for innovation: The two faces of tension in creative climates. *Creativity and Innovation Management*, 19(2), 73–88.
- Jokelainen, S. (2016). Huumori ja liiketalous vertaismentoroimityöpajoissa. Case HURMOS-projekti. Bachelor's thesis, Oulu University of Applied Sciences. Retrieved from http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/106810/Jokelainen_Sinna.pdf?sequence=1
- Kahn, W. A. (1989). Toward a sense of organizational humor: Implications for organizational diagnosis and change. *The Journal of applied behavioral science*, 25(1), 45–63.
- Kapferer J-N. (2008). *The new strategic brand management, creating and sustaining brand equity long term.* London: Kogan Page.
- Karl, K. and Peluchette, J. (2006). How does workplace fun impact employee perceptions of customer service quality? *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(2), 2–13.
- Kukkonen, T. and Lilleberg H. (2016). Provocative coaching. Bachelor's thesis, Oulu University of Applied Sciences. Retrieved from http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/106281/Kukkonen_Tanja_Lilleberg_Heidi.pdf?sequence=1
- Lehtovuori, H. (2016). Utilization of humor in a tourism service encounter when creating a service experience. Master's thesis, University of Oulu. Retrieved from <http://jultika.oulu.fi/files/nbnfioulu-201604141482.pdf>

- Lynn, A. and Lynn, M. (2003). Experiments and quasi-experiments: Methods for evaluating marketing options. *Corneel Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 44(2), 75–84.
- Martin, R.A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J. and Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48–75.
- McGullough, L.S and Taylor, R.K. (1993). Humour in American, British, and German ads. *Industrial Marketing Management*, 22(1), 17–29.
- McIlheran, J. (2006). The use of humor in corporate communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(3), 267–274.
- Mäläskä, M., Saraniemi, S. and Tähtinen, J. (2011). Network actors' participation in B2B SME branding. *Industrial Marketing Management*, 40(7), 1144–1152.
- Nandan, S. (2005). An exploration of the brand-identity-brand image linkage: A communications perspective. *Journal of Brand Management*, 12(4), 264–278.
- Oikarinen, E-L (2013). The effects of humor in the online job ad on the potential applicants' evaluations. In: Proceedings of the NFF13, 22nd Nordic Academy of Management Conference, August 21–13, 2013 Reykjavik, Iceland.
- Oikarinen, E-L (2017). The moderating role of congruence between humor and fun climate of the company on the effects of humor in Internet job ads. *Advances in advertising reserarch. VII: Bridging the Gap between Advertising Academia and Practice*, 167–181.
- Oikarinen, E-L and Saraniemi, S. (2012). The varied roles of stakeholders initiating digital, humor-based employer brand communication. The perspective of a start-up company. Conference: The Conference on Corporate Communication 2012, June 2012, At Baruch College, New York, US, 561–576.
- Oikarinen, E-L and Saraniemi, S. (2016). Categorizing humorous employer brand message in a small company's online job ads. *Corporate Reputation Review*, 19(3), 198–218.
- Oikarinen, E-L and Sinisalo, J. (2017). Personality or skill: A qualitative study of humorous recruitment advertising campaign on social media. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 11(1), 22–24.
- Oikarinen, E-L and Söderlund, M. (2016). The effects of humour in online recruitment advertising. *Australasian Marketing Journal*, 24(3), 180–186.
- Porter, L. and Golan, G. (2006). From subservient chickens to brawny men: A comparison of viral advertising to television advertising. *Journal of Interactive Advertising*, 6(2), 26–33.
- Priest, R. F. and Swain, J. E. (2002). Humor and its implications for leadership effectiveness. *Humor*, 15(2), 169–190.
- Rogerson-Revell, P. (2007). Humour in business: A double-edged sword. A study of humour and style shifting in intercultural business meetings. *Journal of Pragmatics*, 39, 4–28.
- Romero, E. and Pescosolido, A. (2008). Humour and group effectiveness. *Human Relations*, 61(3), 395–418.

- Ruch, W., Köhler, G. and VanThriel, C. (1996). Assessing the "humorous temperament": Construction of the facet and standard trait forms of the State-Trait-Cheerfulness-Inventory–STCI. *Humor: International Journal of Humor Research*, 9(3–4), 303–339.
- Ruch, W., McGhee, P.E. and Hehl, F.-J. (1990). Age differences in the enjoyment of incongruity-resolution and nonsense humor during adulthood. *Psychology and Aging*, 5(3), 348–355
- Scott, C., Klein, D. and Bryant, J. (1990). Consumer response to humour in advertising: A series of field studies using behavioral observation. *Journal of Consumer Research*, 16 (March), 498–501.
- Söderlund, M. Oikarinen, E-L, and Heikka, E-L (2017). Jokes in the store and its effect on customer satisfaction. *International review of retail, Distribution and Consumer Research*, 27(3), 260–283.
- Spotts, H.E., Weinberger, M.G. and Parsons, A.L. (1997). Assessing the use and impact of humor on advertising effectiveness: A contingency approach. *Journal of Advertising*, 16(3), 17–32.
- Tews, M. J., Michel J.W. and Bartlett, A. (2012). The fundamental role of workplace fun in applicant attraction. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 19, 105–114.
- Tähtinen, J. and Blois, K. (2011). The involvement and influence of emotions in problematic business relationships. *Industrial Marketing Management*, 40(6), 907–918.
- van Dolen, W. M., de Ruyter, K. and Streukens, S. (2008). The effect of humor in electronic service encounters. *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 160–179.
- Veatch, T.C. (1998). A theory of humor. *International Journal of Humor Research*, 11(2), 161–215.
- Voss, K.E. (2009). Using Humor in Conjunction with Negative Consequences in Advertising. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 31(2), 24–39.
- Vuorela, T. (2005). Laughing matters: A case study of humor in multicultural business Negotiations. *Negotiation Journal*, 21(1), 105–130.
- Weinberger, M.G. and Gulas, C.S. (1992). The impact of humour in advertising: A review. *Journal of Advertising*, 21(9), 35–59.
- Weinberger, M.G. and Spotts, H.E. (1989). Humor in U.S. versus U.K. TV Commercials: A Comparison. *Journal of Advertising*, 18(2), 39–44.
- Witt, P. and Rode, V. (2005). Corporate brand building in start-ups. *Journal of Enterprising Culture*, 13(3), 273–294.
- Yu, Y. and Nam, T. J. (2014). Let's giggle!: *Design principles for humorous products*. In Proceedings of the 2014 Conference on designing interactive systems, (275–284). ACM.
- Zucchella, A., Palamara, G. and Denicolai, S. (2007). The drivers of the early internationalization of the firm. *Journal of World Business*, 42(3), 268–280.

18 Yhteisopettajuus yrittäjyyttä edistämässä

Marja-Liisa Kaakko & Kaija Arhio

Centria ammattikorkeakoulu

Abstrakti

Yhteisopettajuus on noussut erääksi innovatiivisten ja autenttisten oppimisympäristöjen luomisen avaintemaksi. Tänä päivänä oppiminen on yhä enemmän yhteisöllistä toimintaa, mikä haastaa pyrkimään myös opetuksessa yksintyöskentelystä yhteisopettajuuteen. Tällä esityksellä haluamme tuoda esille yhteisopettajuuden mahdollisuudet yrittäjyyden edistämässä. Tuomme esille kaksi käytännön toteutusta, joissa yhteisopettajuuden kautta on edistetty yrittäjämäisiä työskentelytapoja sekä opettajien että opiskelijoiden näkökulmasta.

Yhteisopettajuus on kahden tai useamman opettajan yhdessä toteuttamaa opetusta siten, että suunnittelu, toteutus ja arviointi tehdään yhdessä. Käsitteinä samanaikaisopetus ja yhteisopettajuus ovat lähellä toisiaan, mutta yhteisopettajuus voidaan nähdä ”syvemmän tason” yhteistyönä, yhdessä, ei vain rinnakkain, tekemisenä. Haluamme näillä esimerkeillä tuoda yhteisopettajuuden tarjoamat mahdollisuudet esille myös yrittäjyyskasvatuksen näkökulmasta.

Yhteisopettajuus on tiimityötä, vaatii luovia, joustavia ratkaisuja käytännön tilanteissa, tuo uusia näkökulmia totuttuun tapaan toimia ja mielestämme nämä tavat edistävät yrittäjämäistä asennetta opettajan työhön. Opiskelijan näkökulmasta opintojakson toteutus yhteisopettajuutena tuo vahvan tiimityön kokemuksen ja sitouttaa myös opiskelijat tätä kautta yrittäjämäisempään työskentelyyn.

Esiteltävät toteutukset:

1. Wooden Bridges Workshop, esimerkki KIT-pedagogiikasta

Yhteisopettajuuden case, jossa oli mukana opetus, TKI, asiakas, yritykset, kansainvälinen kumppaniyliopisto - ja tietenkin ryhmä opiskelijoita. KIT-pedagogiikka termiä on käytetty TKI:n ja opetuksen kiinteään yhteistyöhön viitaten. KIT = kehitys, innovaatio ja tutkimus (siis kuten TKI). Tässä korostuu oppimisympäristöjen monimuotoisuus, vertaisoppiminen ja

vertaiskehittäminen. Yrittäjämäisesti opettajan rooli on olla ohjaaja ja mahdollistaja.

2. Yrityspelin toteutus verkon välityksellä kansainvälisen yhteistyökorkeakoulun kanssa

Yhteisopettajuuden case, jossa oli mukana saksalainen yhteistyöyliopisto, kahden korkeakoulun opiskelijat ja kaksi opettajaa.

Keywords: tiimityö, yhteisopettajuus, yrittäjyyskasvatus

18.1 Johdanto

Opettajuus myös ammattikorkeakoulussa muuttuu yksin tekemisestä yhteistyöhön. Perinteinen opettajuus ei nykypäivän oloissa enää yksinkertaisesti toimi. Työelämän muuttuvat osaamistarpeet ja – vaatimukset koskettavat mitä suurimmassa määrin ammattikorkeakoulun opettajan työtä. (mm. Kangastie 2016; Reijonen ym. 2014). Samaan aikaan ammattikorkeakouluverkosto on rakenteellisen muutoksen kohteena. Ammattikorkeakoulun lähestymistapa pedagogiikkaan painottaa työelämälähtöistä tutkivaa ja kehittävää projektioppimista. Kotilan (2012) mukaan ammattikorkeakoulupedagogiikassa puhutaan yhä enemmän oppimisympäristöistä ja niiden autenttisuudesta. Näissä oppimisympäristöissä työelämä, oppija ja opettaja toimivat vuorovaikutuksessa. Näiden kohdatessa on mahdollisuus uudistavaan oppimiseen kaikissa osapuolissa (Rantala-Nenonen 2014). Ammattikorkeakoulun eräänä tärkeänä tehtävänä on toimia alueensa yritysten kehittämiskumppanina. Yritysyhteistyön tavoite on kehittää opetuksen laatua ja tuottaa lisäarvoa osallistuville osapuolille (mm. Vihervaara 2015).

18.2 Teoreettinen viitekehys

Yhteisopettajuus pedagogisena menetelmänä

Ammattikorkeakoulussa opettajat etenkin tekniikan koulutusohjelmissa ovat ensisijaisesti oman alansa asiantuntijoita, joiden pedagoginen ajattelu kehittyi käytännön työn myötä. Yrityksistä tulleina toisaalta yhteisen tekemisen muodot ovat tuttuja ja projektiosaaminen kunnossa. Kuitenkin ammattikorkeakoulun

toimintakulttuurista riippuen opettaja on saattanut jäädä hyvinkin yksin omien opintojaksojen kanssa. Kotilan ja Mäen (2012) mukaan ammattikorkeakoulupedagogiikka kehittyy yksin tekemisen kulttuurista yhdessä kehittämisen kulttuuriin. Tässä mukaan tulevat myös työelämäkumppanit. Vuorovaikutuksellinen yhdessä kehittäminen mahdollistaa asiantuntijuuden kehittämisen. (Kotila & Mäki, 2012, 5–7).

Käsitteenä yhteisopettajuus on moninainen. Sen yhteydessä puhutaan samanaikaisopettajuudesta, tiimiopettajuudesta, jaetusta opettajuudesta, vuorottelevasta opettajuudesta, joustavuudesta jne. (Thousand ym., 2006). Samanaikaisopetuksella kuvataan opettajien yhteistyötappaa tiukimmillaan samassa tilassa samaan aikaan samalle ryhmälle suuntautuvana toimintana. Yhteisopettajuus (co-teaching) on ytimekkäämpi termi, sillä yhteisopettajuudessa korostuvat opetuksen yhteinen suunnittelu, toteutus ja arviointi (Nevin ym., 2009; Takala 2010).

Opettajan työn osaamistarpeet- ja vaatimukset muokkautuvat työelämän ja yhteiskunnan muutosten sekä oppimisen sekä opetuksen kehittyvien käsitysten myötä. Mitä opettajuus ja erityisesti yhteisopettajuus edellyttää nyt ja tulevaisuudessa? Tämä on pohdittu mm. Lapin ammattikorkeakoulussa oppimisen organisoimisen kehittämisen yhteydessä (Kangastie, 2016), jossa puhutaan moniulotteisesta osaamisesta. ”Moniulotteisessa osaamisessa ei erotella toisistaan opetus- ja tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa, vaan tavoitellaan niiden integroitumista opettajan osaamisena omassa työssään pedagogisena ajatteluna ja ammattikorkeakoulun lakisääteisten tehtävien osaamisena.” (Kangastie, 2016, 15).

Yhteisopettajuus tarkoittaa kollektiivisen asiantuntijuuden jakamisen tilaa ja paikkaa, jossa kunkin opettajan erilainen osaaminen rikastuttaa kokonaisuutta. Toinen opettaja voi olla vahvempi ja osaavampi substanssissaan, toinen pedagogina ja kolmas kenties käytännön työelämän kehittäjänä. (Kaljonen, 2014, 39) Näin eri osaamisen alueet kohtaavat ja muodostavat yhteistyössä koko ammattikorkeakoulua ja ympäröivää elinkeinoelämää hyödyntävän moniulotteisen asiantuntijuuden.

Termi yhteisopettajuus korostaa opettajien yhtäläistä vastuuta ja osallisuutta, yhdessä tekemistä. Villa, Thousand, & Nevin (2008, 5) mukaan yhteisopetuksessa opettajien välinen luottamus on tärkeä. Yhdessä työskenneltäessä tulee eteen myös

kysymyksiä töiden jakamisesta, kommunikaatiosta, haasteiden ja ongelmien voittamisesta, mahdollisten konfliktien ennakoimisesta ja niiden käsittelystä rakentavasti. Tärkeitä ovat yhteiset tavoitteet, yhteiset arvot ja oppimiskäsitykset sekä tasavertaisuus ja kyky jakaa tehtäviä ja vastuita. Yhteistoiminnalliseen oppimiseen kuuluu olennaisesti myös positiivinen keskinäisriippuvuus, joka Villa, Thousand, & Nevin (2008, 7) mukaan on yhteisopettajuuden sydän. Tämä positiivinen keskinäisriippuvuus pitää sisällään ajatuksen laajemmasta asiantuntijuudesta, jossa oppijoiden hyödyksi tarjoillaan jokaisen tietoja, taitoja ja resursseja.

Yhteisopettajuuden tutkimuksissa korostuvat toiminnan hyödyt. Monesti yhteisopettajuus saattaa tuntua haasteelliselta, mutta lopulta sujuu kuin itsekseen. Yhdessä työskenteleminen edellyttää luottamusta sekä itseen että työtovereihin. Virtasen (2015) tutkimuksessa haastatellut opettajat painottivat yhteistyön positiivisia puolia ja oppimista. Itse asiassa yhteisopettajuuden haitoista on olemassa hyvin vähän tutkimuksia (Virtanen 2015, 11).

KIT-pedagogiikasta

Ammattikorkeakoulujen tehtäviin kuuluu kiinteästi jo lainkin mukaan ammattikorkeakouluopetusta palveleva sekä työelämää ja aluekehitystä tukeva ja alueen elinkeinorakenteen huomioon ottava soveltava tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminta. Yleisesti puhutaan termeillä TKI tai T&K.

Ammattikorkeakoulun toiminnasta tämä lyhenne voidaan kääntää muotoon KIT eli kehitys-, innovaatio- ja tutkimustoiminta (Rantala-Nenonen 2015). Näin korostuu juuri ammattikorkeakoulun käytännöllinen rooli alueen yritysten kehittämiskumppanina. Mutta voidaanko puhua erikseen KIT-pedagogiikasta? Ammattikorkeakoulussa projektioppimisen, tutkivan oppimisen, tekemällä oppimisen, uudistavan oppimisen ym. käsitykset soveltuvat ja niitä käytetään työelämän kanssa tapahtuvasta oppimisesta. Metaforana KITti ”on aine, joka sitoo palasia yhteen” (Rantala-Nenonen 2015, 10). KITti-pedagogiikka ei sisällä uusia elementtejä, vaan siihen yhdistyy monia erilaisia oppimisen tapoja. Itse asiassa termikin on aluksi hieman ”pilke silmäkulmassa” lausuttu.

Itse kuitenkin ihastuin tämän löydöksen äärellä, koska se kääntää ajatuksen kehittäminen edellä tapahtuvaan toimintaan ja näin korostaa juuri

ammattikorkeakoulun lähestymistapaa. Ammattikorkeakoulupedagogiikassa painottuu työelämäläheinen monialainen tutkiva ja kehittävä projektioppiminen (esim. Jokinen 2012). Kontekstuaalisen oppimiskäsityksen myötä korostuu oppimisen ja oppimisympäristöjen autenttisuus (Kotila 2012). Autenttisessa ja työelämälähtöisessä oppimisympäristössä opiskelija ei ole ainoa oppija. Pyrittäessä uusiin oppimisympäristöihin kaikkien käyttäjien panos on tarpeen. Opiskelijat, opettajat ja työelämä kehittävät jatkuvassa dialogissa yhteistoiminnallisesti. (Kotila 2012).

18.3 Esimerkit yhteisopettajuudesta

Wooden Bridges Workshop, esimerkki KIT-pedagogiikasta

Opintojakso: Design with Engineering, 4 op
Opiskelijat: Tuotantotalouden 3. vuosikurssi
Opettajat: Kaija Arhio ja Marja-Liisa Kaakko

Opintojakso Design with Engineering on jo usean vuoden ajan toteutettu yhteistyössä Zvolenin teknillisen yliopiston ja Centria-ammattikorkeakoulun yhteistyönä. Opintojakso edustaa yhteistyötä, kansainvälisyyttä ja yhteisopettajuutta monesta näkökulmasta. Opintojakson keskeinen tavoite on yhdistää design-suunnittelun ja tuotantotalouden opiskelijoiden osaaminen yhteisen projektityöskentelyn kautta, tämä tuo molempien korkeakoulujen opiskelijoille uutta näkemystä tulevaisuuden työelämän näkökulmasta.

Siltasuunnittelun esimerkissä toteutuu yhteisopettajuuden lisäksi myös yhteistyö kansainvälisessä kontekstissa. Wooden Bridges siltatyöpaja toteutettiin keväällä 2017 yhteistyössä Centria ammattikorkeakoulun, Zvolenin teknillisen yliopiston, Lapin ammattikorkeakoulun ja Ylivieskan kaupungin kanssa. Mukana oli myös useita muita tahoja, mm. Woodpolis Kuhmo, Luleå Universität sekä paikallisia yrityksiä.

Ylivieskan kaupunki on kaavoittanut useita uusia kevyen liikenteen siltoja kaupungin läpi virtaavan Kalajoen yli. Centrialla on meneillään projekti Future possibilities for CLT, jossa etsitään uusia käyttömahdollisuuksia ja sitä kautta edelleen uutta liiketoimintaa yrityksille (Centria, 2016). Opetuksen ja TKI:n yhteistyössä suunniteltiin osaksi hanketta kansainvälinen opiskelijatyöpaja, johon

Ylivieskan kaupunki asiakkaana antoi toimeksiannon. Tässä kohtasivat uudella tavalla opetus ja TKI, johon lisäarvoa edelleen tuotti slovakialaisen yhteistyöyliopiston mukanaolo.

Käytännössä opintojakson toteutus piti sisällään kaksi intensiiviweekkoa, toinen Ylivieskassa ja toinen Zvolenissa. Opiskelijat työskentelivät projektin parissa ennen ensimmäistä yhteistä weekkoa, ko. weekkojen välillä ja raportoinnin osalta vielä Zvolenin viikon jälkeen. Käytännön työtä projektin osalta jatkoivat tämän jälkeen vielä Lapin ammattikorkeakoulun rakennustekniikan opiskelijat.

Opiskelijoiden näkökulmasta projekti oli haastava, tehtiinhän siinä todelliseen tarpeeseen todelliselle asiakkaalle suunnitelmaa, joka myöhemmin saattaa olla osa kaupunkikuvaa ja siten suuren yleisönkin reposteltavissa. Erilaisista kulttuureista ja erilaisilla taustoilla olevien opiskelijaryhmien törmäyttäminen tarkoittaa myös toimimista oman mukavuusalueen ulkopuolella.

Yrityspelin toteutus verkon välityksellä kansainvälisen yhteistyökorkeakoulun kanssa

Opintojakso: Business Workshop Game

Opiskelijat: Industrial Management, 4. vuosikurssi

Opettajat: Marja-Liisa Kaakko, Centria ja prof. Raymond Figura, Westfälische Hochschule, Saksa

Opintojakson Business Workshop Game tavoitteena on perehdyttää opiskelijat yrityksen strategian suunnitteluun ja sen toteuttamiseen ”käytännössä” virtuaalisen yrityspelin avulla. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että opiskelijat toimivat tiimeittäin oman yrityksen johtajina ja tekevät liiketoimintaa koskevat päätökset 5-7 vuoden ajan. Pelissä mukana olevat yritykset kilpailevat keskenään ja pelin lopputulos ei ole etukäteen tiedossa. Yrityspeliä on käytetty tekniikan opetuksessa useiden eri ryhmien kanssa (Kaakko & Arhio, 2015).

Syksyllä 2016 yrityspeli toteutettiin yhteistyössä saksalaisen korkeakoulun kanssa. Peliin osallistui Centriasta 5 tiimiä ja Bochholtista yksi tiimi. Yhteistyö hoidettiin skype-yhteyden kautta, mm. tutustuminen, perehtyminen ja viikoittaiset tulospalaverit sekä loppuseminaari. Tämän lisäksi opettajat keskustelivat erikseen

mm. aikatauluista tms. käytännön asioiden hoitamisesta sähköpostin ja puhelimen välityksellä.

Tämä toteutusmalli on yhteisopettajuuden lisäksi esimerkki siitä, että kansainvälistä yhteistyötä voi tehdä osana opintojaksoa myös ilman matkustamista.

Tämä yrityspelikurssin pelinä käytettiin Cesim–yrityspelien Global Challenge–simulaatiota (lisätietoja löytyy www.cesim.com). Opiskelijoiden työskentely ajoitettiin noin kuuden viikon mittaiselle jaksolle, eli käytännössä yksi pelikierros per viikko ja tämän lisäksi perehtyminen sekä loppuseminaari. Yrityspeliin osallistuminen edellyttää ja vaatii opiskelijalta sitoutumista ja sovittujen aikataulujen noudattamista– siis yrittäjämäistä otetta.

18.4 Päätelmiä

Ammattikorkeakoulun yrittäjyyskasvatuksessa korostuu opiskelijan laaja-alaisen yrittäjyysvalmiuksien kehittyminen. Tavoite on, että opiskelija oppii yrittäjyyttä monialaisissa autenttisissa oppimisympäristöissä. Esillä olevat esimerkit sopivat tähän tavoitteeseen hyvin. Monialaisuus ja kiinteä yhteys työelämään, projektioppiminen todellisten toimeksiantojen kanssa yhdistää oppijan, opettajan, TKI-toimijan ja asiakkaan KITti-pedagogiikan tavoin yhteiseen kehittämiseen. Pedagogisena mallina KIT tukee ammattikorkeakoulun tehtävää alueen elinkeinoelämän kehittämisessä.

Opettajuuden muutos yksin tekemisestä yhteisöllisempään suuntaan on kehityksen suunta myös ammattikorkeakoulussa. Kahden tai useamman opettajan yhteisopettajuus yhdessä TKI-henkilöstön kanssa todellisessa asiakasprojektissa muodostaa yrittäjyyttä tukevan autenttisen oppimisympäristön. Kansainvälisyys lisää tämän toimintatavan haasteita, mutta antaa osallistuville osapuolille lisäarvoa. Kuvatun kaltaisten esimerkkien organisointi saattaa lisätä aluksi opettajan työkuormaa, se edellyttää opettajalta joustavuutta ja luovuutta, mutta kokeiltuaan tiimiopettajuutta ja päästyään KITti-pedagogiikan makuun, tuntuisi perinteisempi opettaminen sängen tylsältä. Kiinteä opetuksen ja TKI:n yhteistyö lisää opettajan kompetenssia ja antaa uusia mahdollisuuksia opetuksen toteuttamiseen yrittäjyyttä edistävällä tavalla.

Lähdeluettelo

- Centria. (2016). Future possibilities for CLT. Haettu osoitteesta <https://tki.centria.fi/hanke/future-possibilities-for-clt-fclt/1101>
- Cesim (2017). Cesim business management simulations. Haettu osoitteesta <http://www.cesim.com>
- Jokinen, T. (2012). *Uuden opetussuunnitelman käyttöönotto ja työelämävalmiuksien lisääminen projektioppimisessa.* (s 137–164). Teoksessa Kotila H. – Mäki, K. (toim.), *Ammattikorkeakoulupedagogiikka 2.* Helsinki: Edita.
- Kaakko, M.-L. & Arhio, K. (2015). Yrityspeli tekniikan koulutuksen yritystalouden opetuksen pedagogisena menetelmänä. (s. 72–81). Teoksessa Hytti, U. (toim.), *Yrittäjyyskasvuspäivät 24.–25.9.2015.* Konferenssijulkaisu. Turun yliopiston kauppakorkeakoulun Porin yksikön julkaisu.
- Kaljonen, P. (2014). Identiteettien monimuotoisuutta - keskustelua opettajien identiteeteistä. Teoksessa M, Reijonen, P. Kaljonen, M, Mannila ja E, Heiskanen (toim.), *Ammattikorkeakoulun opettajuus muutoksessa Opettajien toimijuus, identiteetti ja käsitykset työstään* (s. 29–42). Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisusarja Aatos-artikkelit 17 2014. Haettu osoitteesta http://www.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/Julkaisutoiminta/Julkaisusarjat/AATOS/PDF/AATOS_17_2014_Ammattikorkeakouluopettajuus_muutoksessa.pdf
- Kangastie, H. (2016). Yksin vai yhdessä – yhteisopettajuus ja osaamisen kehittäminen. Teoksessa: Kangastie, H. (toim.), *Yhteisopettajuus Lapin ammattikorkeakoulussa – näkökulmia ja käytänteitä oppimisen organisointiin.* (s. 11–16). Sarja B. Raportit ja selvitykset 8/2016. Lapin ammattikorkeakoulu. Rovaniemi. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/114157/B+8+2016+Yhteisopettajuus.pdf?sequence=1>.
- Kotila, H. (2012). Oppimiskäsitykset ja oppiminen ammattikorkeakoulujen toimintaympäristöissä. Teoksessa Kotila, H. ja Mäki, K. (toim.), *Ammattikorkeakoulupedagogiikka 2,* (s. 26–52). Helsinki: Edita.
- Kotila, H. & Mäki, K. (toim.). (2012). *Ammattikorkeakoulupedagogiikka 2.* Helsinki: Edita.
- Nevin, A., Thousand, J., & Villa, R. (2009). Collaborative teaching for teacher educators. *What does the research say? Teaching and Teacher Education* 25, 569–574.
- Rantala-Nenonen, K. (2014). Työelämäläheinen oppiminen – mahdollisia oppimiskäsityksiä. Teoksessa K. Rantala-Nenonen (toim.), *Pedagoginen kehittäminen. KITtiä kanssa! Uudistavaa yhteistoiminnallista oppimista.* (s. 8–32). Metropolia ammattikorkeakoulu. Mikrokirjat. Haettu osoitteesta <http://mikrokirjat.metropolia.fi>
- Reijonen, M., Kaljonen, P., Mannila, M. ja Heiskanen, E. (toim.). (2014). *Ammattikorkeakoulun opettajuus muutoksessa Opettajien toimijuus, identiteetti ja käsitykset työstään.* Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisusarja Aatos - artikkelit 17, 2014. Haettu osoitteesta http://www.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/Julkaisutoiminta/Julkaisusarjat/AATOS/PDF/AATOS_17_2014_Ammattikorkeakouluopettajuus_muutoksessa.pdf

- Thousand, J.S., Villa, R.A. & Nevin, A.I. (2006). The many faces of collaborative teaching. *Theory into Practice*. 45(3), 239–248.
- Vihervaara, T. (2015). Yritysyhteistyö opetuksessa. Käytännön käsikirja yliopistoille ja yrityksille. Aalto-yliopisto. Nordprint. Helsinki.
- Villa, R. A., Thousand, J. S. & Nevin, A. I. (2008). A guide to co-teaching. Practical tips for facilitating student learning. 2nd edition. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Virtanen, E. (2015). Yhteisopettajuuden toteutuminen inklusioluokassa. Kasvatustieteen pro gradu-tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Haettu osoitteesta <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/46410/URN-NBN-fi-jyu-201506252434.pdf?sequence=4>

19 IBC-opintokokonaisuus kehittää yrittäjävalmiuksia ja tiimityötaitoja

Jaana Uusitalo & Outi Sutinen

Oulun ammattikorkeakoulu

Abstrakti

International Business Corridor -projekti (IBC) on eurooppalaisten korkeakoulujen yhteistyöprojekti, jossa tuotetaan markkinatutkimuspalveluja yrityksille. Tavoitteena on helpottaa yritysten markkinoille menoa ja lisätä opiskelijoiden työelämävalmiuksia ja osaamista yritysten toimeksiantojen avulla. Kansainvälisissä tiimeissä tapahtuva oppiminen haastaa opiskelijan toimimaan vastuullisena ja aktiivisena ryhmän jäsenenä ja mahdollistaa syvällisen oppimiskokemuksen. Virtuaalinen toimintaympäristö vastaa hyvin reaalia maailmaa ja työelämän osaamistarpeita. Oulun ammattikorkeakoulun ja Oulun yliopiston yhteisessä projektissa on mukana korkeakouluja Belgiasta, Hollannista, Norjasta, Ruotsista ja Saksasta. IBC-projekti voidaan suorittaa osana opintoja kaikissa korkeakouluissa ja sen laajuus on 5–10 opintopistettä. Projekti tarjoaa mukana olevien maiden yrittäjille tehokkaan tavan tutkia muiden maiden markkinoita siten, että jokaisessa tiimissä on mukana paikallisosaamista.

Opintokokonaisuus aloitettiin nimellä Arctic Business Corridor (ABC), mutta koska toimintamallia kehitetään yhdessä keskieurooppalaisten korkeakoulujen kanssa, nimi vaihdettiin International Business Corridoriksi (IBC),

Oulun ammattikorkeakoulu (Oamk) ja Oulun yliopisto tarjoavat ainutlaatuista apua kansainvälisille markkinoille tähyäville yrityksille. International Business Corridor -palvelulla yritykset saavat käyttöönsä kansainvälisen opiskelijatiimin, joka selvittää markkinapotentiaalin yrityksen tavoittelemasta kohdemaasta. Tiimillä on valmentaja joko Oamkista tai Oulun yliopistosta ja lisäksi tiimi saa valmentajan kansainvälisestä partnerikorkeakoulusta.

Artikkeli käsittelee International Business Corridor -opintokokonaisuuden (IBC) mahdollisuuksia kasvattaa opiskelijoiden yrittäjävalmiuksia. Opintokokonaisuus on kehitetty Oulun korkeakoulujen Business Kitchen -toimintaympäristössä.

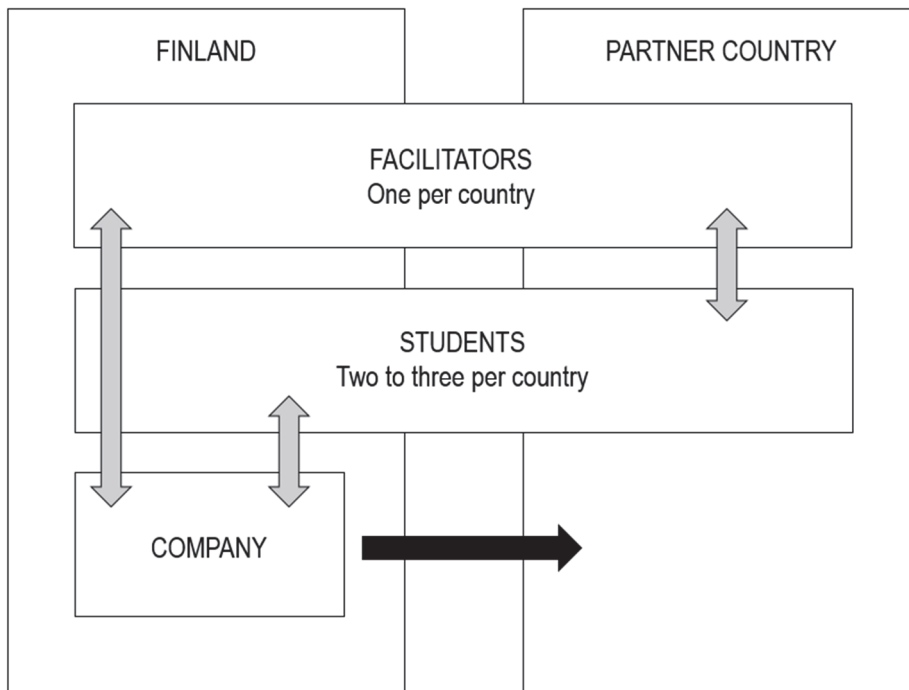
Yrittäjyyskasvatuksen sisällyttäminen liiketalouden korkeakouluopintoihin on ajankohtaista, koska yhä suurempi osa nuorista voi uransa aikana työskennellä joko koko- tai osa-aikaisesti yrittäjänä.

Opintokokonaisuuden kehittäminen on rahoitettu osana Korkeammalle korkeakoulu yhteistyössä - hankekokonaisuutta, joka on rahoitettu ESR-rahoituksella.

IBC-opintokokonaisuuden tehtävänä on ollut nostaa yrittäjyys todelliseksi työllistymisvaihtoehdoksi haastavassa työllisyystilanteessa, ja samalla on luotu toimintamalli uuden liiketoiminnan kehittämiseen. Yrittäjyys tarkoittaa myös yrityksen kehittämistä sekä yrittäjämäistä toimintatapaa, jota tarvitaan myös liiketoiminnan uudistamisessa. Tärkeä peruste hankkeen käynnistämiseksi on ollut myös se, että korkeakouluilla on laaja kansainvälinen verkosto, jonka potentiaalia ei ole hyödynnetty paikallisessa liike-elämässä merkittävässä määrin.

Käytännössä IBC-opintokokonaisuudessa on konseptoitu toimintamalli yritysten kansainvälistymisen tukemiseen. Kansainvälisillä opiskelijatiimeillä on päävastuu yritysten markkinapotentiaalin selvittämisestä valituilla kohdemarkkinoilla. Opiskelijat toimivat virtuaalitiimeissä, joiden osallistujat ovat eri maista. Käytännössä on toimittu niin, että jos suomalaisen pk-yrityksen kohdemaana on esimerkiksi Hollanti, tiimissä on ollut 2 opiskelijaa Suomesta ja 2 Hollannista. Lisäksi tiimiä on valmentanut yksi valmentaja Suomesta ja yksi Hollannista. Tiimin keskuudesta valitaan projektipäällikkö sekä roolit jokaiselle ryhmän jäsenelle. Kymmenen viikkoa kestävä projekti haastaa opiskelijat ottamaan vastuuta, kontaktoimaan yrityksiä ja kartoittamaan markkinoita tuloslähtöisesti. Lisäksi opiskelijoiden tiimivalmiudet ja itsetuntemus kehittyvät.

IBC-opintokokonaisuuden rakentaminen on tuottanut toimintamallin, jota voidaan käyttää myös muissa oppilaitoksissa yrittäjyyskasvatuksen tukena.



Kuvio 1. IBC käytännössä (Kaihua & Karjalainen 2017). Mukaeltu.

Opiskelijapalautteet ovat olleet hyvin rohkaisevia sen suhteen, että IBC kehittää nimenomaan yrittäjämäistä työskentelyotetta. Osa IBC-opintokokonaisuuden suorittaneista kiittää hankkeen tarjoamaa mahdollisuutta tehdä yhteistyötä autenttisessa kansainvälistymisympäristössä. Opiskelijat kokivat, että erityisesti harjoittelun myötä lisääntynyt rohkeus tarttua puhelimeen ja kyky esitellä yritystä on tuonut valmiuksia, jotka ovat edistäneet työelämään sijoittumista.

Opiskelijat kokivat myös oppineensa merkittävästi projektinhallinnasta, kontaktoinnista ja kansainvälisessä tiimissä toimisesta. Yritysten edustajat olivat erittäin tyytyväisiä markkinaselvitysten tasoon. Osa yrityksistä haluaa jatkaa yhteistyötä ja tutkia uusia markkinoita.

Yksi keskeinen valmentajien havainto on, että virtuaalitiimeissä on syytä panostaa erityisesti aloitukseen. Mikäli mahdollista, olisi hyvä järjestää tiimille kasvokkain tapaaminen aloituksen yhteydessä. IBC-opintokokonaisuutta on pilotoitu eri tavoin,

ja kasvokkain tapaaminen projektin alussa näyttää tuottavan parhaan tuloksen. Lisäksi on tärkeää sopia säännöllisistä tapaamisista, joista osa on virtuaalisia koska kaikki tiimin jäsenet eivät työskentele samassa maassa. Mikäli asiasta ei sovita, tapaamiset jäävät liian vähäisiksi muiden opintojen ja projektien vuoksi ja syntyy vuorovaikutuksen ongelmia.

Lepsinger & Derosa (2010, 37) sekä Rad & Ginger (2003) korostavat myös aloitustapaamisen merkitystä, koska sillä tavoin päästään yhteisymmärrykseen projektin tarkoituksesta sekä tunnistetaan tavoitteet ja odotukset. IBC projektin ensimmäisellä pilotointi kerralla järjestettiin yhteinen aloitustapaaminen ja sen hyöty oli selvästi havaittavissa mm. siten että tiimien työskentely käynnistyi nopeasti. Toisessa toteutuksessa näin ei tehty ja se johti hitaampaan projektien haltuunottoon eivätkä kaikki sitoutuneet tavoitteisiin vaan priorisoivat muita projekteja. Valmentajan rooli on myös merkittävä sitouttamisessa, hän voi toimia esimerkkinä sekä tukea konfliktien ratkaisussa.

IBC-opintokokonaisuus on myös korkeakoulu yhteistyön kannalta merkittävä, koska tiimeissä on edustajia sekä Oulun yliopistosta, Oulun ammattikorkeakoulusta, että Euroopan yliopistoista ja ammattikorkeakouluista.

Palautteen kerääminen kaikilta sidosryhmiltä ja kokemusten arviointi ovat merkittäviä kehittämismuotoja. Siten on saatu tärkeää tietoa pilotoinnin tueksi. Tietoa voidaan hyödyntää opintojakson edelleen kehittämisessä sekä myös muissa korkeakouluissa

Keywords: korkeakoulu yhteistyö, kansainvälisyys, markkinakartoitus, palvelut yrityksille, yrittäjyys, virtuaalitiimi

19.1 Projektin taustaa

Projektin alkuvaiheessa lähdettiin systemaattisesti rakentamaan kansainvälistä verkostoa. Verkostoon valikoitui Oamk:n ja Oulun yliopiston partneriyliopistoja niistä maista, joihin suomalaisten yritysten viennin katsottiin ensisijaisesti suuntautuvan. Tällä hetkellä verkostoon kuuluvat Ruotsi, Norja, Saksa, Hollanti ja Belgia.

Verkoston rakentaminen vaatii aikaa ja perustuu luottamuksellisiin, henkilökohtaisiin suhteisiin. Jatkossa kansainväliset partnerit osallistuvat yhä enemmän myös käytänteiden kehittämiseen ja voidaan puhua todellisesta kansainvälisestä yhteistyöstä. Tämä on erittäin antoisaa paitsi hankkeessa oleville opiskelijoille, myös ohjaajille, koska osaamista ja tietotaitoa voidaan jakaa ja se kumuloituu ajan myötä.

19.2 Projektin rakenne ja kesto

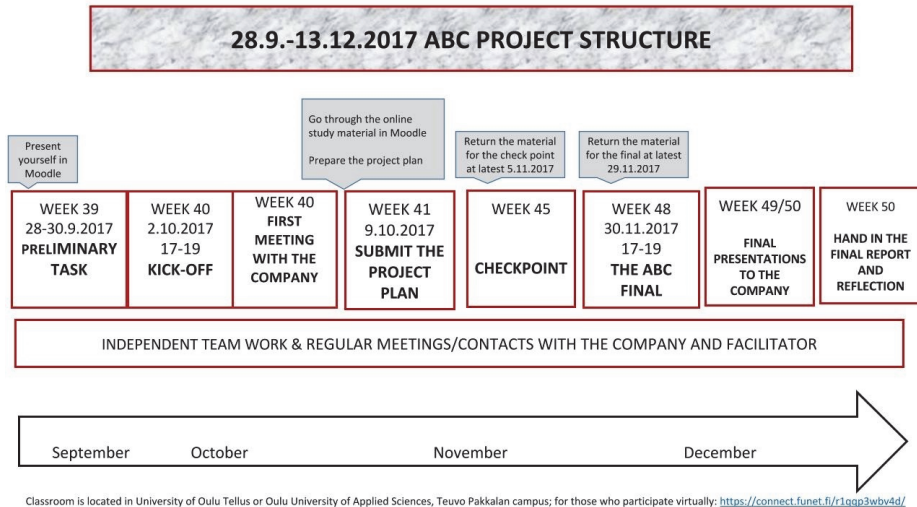
Opintokokonaisuuden kesto on 10 viikkoa. Kuviossa 2 on esitelty mallin rakenne. Malli muodostuu Moodlessa olevista tehtävistä ja itseopiskelumateriaalista, yhteisistä kokoontumisista sekä yrityksen kanssa järjestettävistä tapaamisista kasvokkain ja verkon yli.

Ennakkotehtävänä on tutustua oppimisalustaan ja esitellä itsensä. Tämä toimii lämmittelynä opintojaksolle ja edistää oppimisympäristön omaksumista jo varhaisessa vaiheessa. Varsinaisen työskentelyn käynnistää Kick-off, jossa esitellään projektin tavoitteet, työskentelytavat, aikataulut ja mukana olevat henkilöt. Kick-offissa yritykset esittelevät työstettävät kehittämistehtävät, ja opiskelijoilla ja kansainvälisillä valmentajilla on mahdollista esittää tarkentavia kysymyksiä. Tavoitteena on, että koko tiimi tapaa Kick-offissa ja kansainväliset opiskelijat matkustavat yrityksen kotimaahan, jotta projektille saadaan mahdollisimman hyvä alku. Kick-off-tilaisuus tapahtuu samanaikaisesti kaikissa kohdemaissa ja muiden esitykset jaetaan Adobe Connect -työkalun kautta. Näin kaikille muodostuu kokonais käsitys siitä, millaisia kehittämistehtäviä kullakin yrityksellä on. Joskus myös sama yritys on teettänyt yhtäaikaisten toteutuksen kahdessa eri kohdemaassa. Tällöin on ollut mahdollista sparrata toisia ja oppimiskokemuksesta on saanut entistä enemmän irti.

Opiskelijat ja valmentajat tapaavat henkilökohtaisesti yrityksen edustajan erillisessä tapaamisessa. Tällöin on mahdollisuus vielä rajata toimeksiantoa ja suunnitella lähestymistapaa. Tapaamisessa varmistetaan, että toimeksiannosta on yhteinen jaettu ymmärrys.

Opiskelijat työstävät tapaamisen jälkeen yhdessä tiimin kanssa projektisuunnitelmaa noin viikon ajan, jonka jälkeen he palauttavat

projektisuunnitelman oppimisalustalle, ja se hyväksytään ohjaajan ja yrityksen toimesta.



Kuvio 2. Projektin rakenne.

Noin puolessavälissä projektia järjestetään Check-point, jossa opiskelijat palauttavat videon projektin tuloksista ja ohjaaja sekä yrityksen edustaja antavat palautetta. Tässä vaiheessa on mahdollista tarkentaa projektin suuntaa ja tehdä tarvittavia muutoksia.

Finaalivaiheessa järjestetään yhteinen tilaisuus, jossa kaikki opiskelijat esittelevät projektin tulokset suomalaisille ja kansainvälisille ohjaajille sekä toisilleen. Opiskelijat saavat esityksestä palautetta, joka auttaa valmistautumaan yritystapaamiseen. Optimaalisessa tilanteessa yrityksen edustaja matkustaa kohdemaahan tapaamaan opiskelijoita sekä mahdollisesti projektin aikana löytyneitä potentiaalisia asiakkaita tai yhteistyökumppaneita.

Tämän jälkeen loppuraportti palautetaan ja siitä järjestetään palautetilaisuus. Palautetta antavat ohjaajat Suomesta ja kohdemaasta sekä yrityksen edustaja.

Koko prosessin ajan opiskelijatiimi ja ohjaajat tapaavat joustavasti yrityksen edustajaa joko henkilökohtaisesti tai Skypen avulla.

19.3 Kokemuksia toimeksiannoista

Tavallisin toimeksianto on markkinatutkimus, jossa kartoitetaan markkinapotentiaalia. Opiskelijat selvittävät potentiaalisia asiakkaita, kilpailutilannetta, markkinaosuuksia, paikallista lainsäädäntöä ja asiakkaiden tarpeita.

Tähän mennessä markkinoita on tutkittu sekä kansainvälistä toimintaa vasta aloittavan, että jo muutamalla markkinalla operoivan yrityksen toimeksiannosta. Kokemuksen myötä yritykset oivaltavat tarkemmin, millaiset kysymykset ovat olennaisia ulkomaan markkinoita tutkittaessa. Tämä kokemus kumuloituu IBC-projektissa ja jo nyt on nähtävissä, että myös toisilta yrityksiltä on voitu siirtää oppia eteenpäin. Projektin on havaittu kehittävän yritysten kysymyksenasettelua ja täten on ollut mahdollista saada hyviä tuloksia. IBC-projektin voidaankin nähdä korvaavan esimerkiksi vientirenkaita. Eniten projektista saa irti, kun yritys paneutuu siihen tosissaan ja on valmis jakamaan ja vaihtamaan tietoa avoimesti.

19.4 Tuloksia

Oppimisen kannalta projekti on tuottanut lisääntyntä valmiutta kontaktoida yrityksiä, myydä ja esitellä palveluita ja tuotteita sekä toimia kansainvälisessä tiimissä. Opiskelijoiden mukaan se on arvokasta osaamista, jota yritykset tarvitsevat. Moni projekteissa mukana olleista opiskelijoista onkin työllistynyt hyvin. Muutosvalmius ja kyky reagoida ovat keskeisiä taitoja, jotka kehittyvät projektin myötä.

IBC-projektit ovat tuottaneet toimeksiantajille arvokasta tietoa markkinoiden valmiusasteesta, kilpailun luonteesta ja potentiaalisista yhteistyökumppaneista. Paikallisten opiskelijoiden mukanaolo on mahdollistanut alustavien kontaktien solmimisen ja osoittanut esimerkiksi sen, että varsinkin Belgian markkinoilla tarvitaan lokaalia verkostoa ja näkemystä. Markkina poikkeaa Hollannista avoimuutensa suhteen ja myös asenteet uutta teknologiaa kohtaan voivat vaihdella suuresti maan sisälläkin. Toisaalta juuri näistä maista löytyvät Euroopan merkittävimmät vientisatamat ja yrityskeskittymät, jotka voivat tarjota merkittävän markkinan pienillekin suomalaisille toimijoille.

Myös Ruotsi poikkeaa selkeästi Suomen markkinoista ja esimerkiksi digitalisaatio etenkin perinteisemmällä toimialoilla on Suomea jäljessä. Ruotsalaiset tekevät mielellään kauppaa ruotsiksi ja paikallinen opiskelija olikin etu projektissa. Ylipäätään merkittävin kilpailuetu IBC-projektilla on juuri paikallisen kielen, kulttuurin ja markkinan ymmärtäminen.

Kokemukset osoittavat, että kulttuurierojen ja paikallistuntemuksella on suuri merkitys yrityksen markkinoille menon onnistumisessa. Tämä tieto vahvistaa lokaalien verkostojen hyödyntämisen tärkeyttä. Englannilla ei pärjää ainakaan IBC projektin kohdemaissa kuin auttavasti.

19.5 Projektin konseptointi

Kansainvälisessä, pitkälti virtuaalisessa oppimisympäristössä on tärkeää, että oppimisolusta on toimiva. Moodle mahdollistaa materiaalin jakamisen ja vuorovaikutteisuuden sekä tarjoaa erilaisia opetukseen soveltuvia työkaluja. IBC-projekti on konseptoitu Moodle-alustalle, ja siitä löytyvät mm. ohjaajan opas, toimeksiantajan opas ja opiskelijan opas. Lisäksi löytyy opetusmateriaalia ja räätälöityjä videoita mm. projektihallinnasta, markkinatutkimuksesta ja markkinoinnista sekä kontaktoinnista. Yhteinen keskustelualue mahdollistaa, että kaikki mukana olevat saavat vastaukset myös muiden esittämiin kysymyksiin. Tämä säästää huomattavasti aikaa verrattuna sähköpostiviestintään.

Opiskelijoilta on pyydetty palautetta eri vaiheissa ja heidät on osallistettu myös oppimisolustan kehittämiseen. Konseptointi on vaativaa ja aikaavievää toimintaa, mutta jatkossa sen kehittäminen ja toimintojen virtaviivaistaminen mahdollistavat IBC-projektin pyörittämisen entistä tehokkaammin.

19.6 Havaintoja prosessista

Käytännössä havaittiin, että tärkeintä on panostaa prosessin alkuun. On tärkeää määritellä yrityksen tavoitteet ja projektin rajaus heti alussa. Havaitsimme, että tämä on kokeneellekin yritykselle haasteellista ja tuotimme ytimekkään videon, jossa esitellään myös yrityksille erilaisia tutkimusnäkökulmia, jotta toimeksiannon rajaaminen on mahdollisimman optimaalinen. Yritysten aktiivinen osallistuminen ja sitoutuminen ovat myös olennaista.

Opintojakso ei myöskään sovi kaikille opiskelijoille haastavuutensa vuoksi. Niinpä onkin tarpeen valita mahdollisimman sopivat opiskelijat, ja tässä IBC-projektin valmentajat ovat avainasemassa.

Ongelmatilanteessa valmentajien ripeä puuttuminen ja valmius tukea opiskelijoita ongelmien ratkaisussa ovat tärkeitä projektin onnistuneelle läpiviennille. Mahdollisia ongelmatilanteita ovat ryhmädynamiikkaan ja vastuunkantoon liittyvät kysymykset. Projektin alussa ryhmiä kannustetaan luomaan omat pelisäännöt ja erityisesti projektipäällikön rooli on syytä määritellä. Pienessä tiimissä kaikkien täytyy osallistua tekemiseen ja antaa oma työpanoksensa. Eri maissa voi olla eri käsitys siitä, mikä on riittävän hyvä. Esimerkiksi saksalaiset ovat perinteisesti erittäin vaativia työn laadun suhteen, ja sitä odotetaan koko ryhmältä. Kulttuurieroja onkin hyvä käydä läpi ja keskustella niistä avoimesti. Tämä mahdollistaa syvällisen ja ainutlaatuisen oppimiskokemuksen koko ryhmälle.

Projektin haasteena on saada eri maissa toimivat korkeakoulut toimimaan yhteistyössä. Käytännössä suurimmat haasteet liittyvät aikataulujen yhteensovittamiseen ja koordinoituvastuun jakamiseen. Myös vaatimustaso korkeakouluopinnoissa poikkeaa eri maissa toisistaan ja onkin hyvä määrittää, mitä on riittävä laatu kyseisessä projektissa. Toisaalta mahdollisuutena on se, että usealla projektissa toimivalla opettajavalmentajalla on oma verkostonsa kohdemaassa. Motivoituneet valmentajat muodostavatkin ensiarvoisen tärkeän lähtökohdan projektin kehittämiseksi ja hyvien tulosten aikaansaamiselle.

Tulevaisuudessa on tarkoituksena syventää kansainvälistä korkeakoulujen välistä yhteistyötä yhteisellä hankehakemuksella. Eräänä vaihtoehtona tutkitaan Erasmusrahoitusta (Knowledge Alliance).

Tällä hetkellä IBC-projekti käynnistyy kolmatta kertaa ja osa yrityksistä on kartoittanut jo useampia markkinoita. Konseptointi on tehostanut työskentelyä ja sitä jatketaan edelleen.

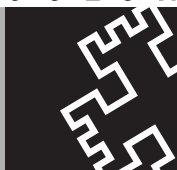
Lähdeluettelo

Kaihua, E. & Karjalainen, A. (2017). Proactively addressing project implementation issues with stakeholder guides. Guide creation for Arctic Business Corridor. Theseus.

Lepsinger R., Derosa D. (2010). *Virtual Team Success: A Practical Guide for Working and Leading from a Distance*. October 2010, Pfeiffer.

Rad P. F., Levin, G. (2003). *Achieving Project Management Success Using Virtual Teams*. Boca Raton, FL: J. Ross Publishing.

OULUN



YLIOPISTO

PL 7500 • 90014 OULUN YLIOPISTO

Kansikuvassa yksityiskohta Veijo Ulmasen veistoksesta Akku, joka sijaitsee Oulun yliopiston päärakennuksen edessä.
Kannen suunnittelu Raimo Ahonen

A LUONNONTIETEET
Yliopistonlehtori Tuomo Glumoff

B HUMANISTISET TIETEET
Yliopistonlehtori Santeri Palviainen

C TEKNIikka
Tutkijatohtori Sanna Taskila

D LÄÄKETIEDE
Professori Olli Vuolteenaho

E KASVATUSTIETEET
Yliopistonlehtori Veli-Matti Ulvinen

F HALLINTOPALVELUT
Suunnittelupäällikkö Pertti Tikkanen

G TALOUSTIETEET
Professori Jari Juga

H AVOIN YLIOPISTO
Kehityspäällikkö Juha Pohjonen

PÄÄTOIMITTAJA

Professori Olli Vuolteenaho

TOIMITUKSEN SIHTEERI

Julkaisutoimittaja Kirsti Nurkkala