



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne (kustantajan versio).

Viite:

Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., & Kangas, E. (10.4.2024). Kuva kasvuyrittäjästä kaipaa päivitystä. *Ilkka-Pohjalainen*, 10.



# Kuva kasvuyrittäjästä kaipaa päivitystä

Kasvuyrittäjyyden kuvasto on hyvin maskuliininen. Julkisuudessa esiintyvät kasvuyrittäjät ovat usein miehiä ja kasvuun liitetään vaurastuminen, voittojen tavoittelu, tietynlainen kovuus sekä vahva riskinotto-kyky.

Tämä kuva johtaa helposti harhaan – kasvuyrittäjät voivat olla myös toisenlaisia, mikä selvisi SeAMKin tekemässä naisyrittäjyystutkimuksessa.

Haastattelimme Töysän säästöpankkisäätiön rahoittamassa tutkimuksessa 12 Etelä-Pohjanmaalla toimivaa naisyrittäjää, jotka kaikki olivat kasvuhakuisia ja osa oli myös kasvattanut liiketoimintaansa merkittävästi.

Haastatelluilla kasvuun yhdistyikin pehmeämpiä arvoja ja motiiveja: halua auttaa muita, halua työllistää, halua saada aikaa perheelle ja halua tehdä hyvää.

Tietysti myös taloudellinen menestyminen oli tavoitteena, mutta arvopohja ei rakentunut voittojen tavoittelulle.

Myös muut tutkimukset ovat osoittaneet, että naisyrittäjät korostavat enemmän työllisyyttä, laatua sekä toisten auttamista yrityksen kasvuun liittyen kuin miespuoliset yrittäjät.

Onko sitten ongelma, jos kuva kasvuyrittäjyydestä on ”miehinen”? Lyhyt vastaus: on.

Se nimittäin saattaa johtaa käsitykseen, että naisilla on vähemmän yrittäjyyspotentiaalia, tavoitteita ja yrittäjyyteen liittyvää kunnianhimoa. Tutkimukset ovat kuitenkin osoittaneet, että naisten omistamien yritysten keskimäärin vähäisempi kasvu verrattuna miesten omistamiin yrityksiin johtuu todennäköisesti siitä, että naisten omistamat yritykset toimivat vähemmän kasvujohteisilla aloilla.

Onkin selvää, että sukupuolten väliset erot kasvuyrittäjyydessä johtuvat enemmän naisiin ja miehiin eri tavoin vaikuttavista kulttuurisista ja rakenteellisista tekijöistä kuten segregoituneista työmarkkinoista kuin sukupuolten varsinaisesta erilaisuudesta.

Käsityksemme kasvuyrittäjyydestä tulisi olla paljon nykyistä monipuolisempi. Ei pitäisi joutua yllättymään siitä, että kasvuyrityksen takana on esimerkiksi usean lapsen äiti maaseudulta tai maahanmuuttaja.

Tarvitsemme julkisuuteen enemmän ja monipuolisempia roolimalleja, jotta kuva kasvuyrittäjyydestä voisi päivittyä.

Vääristynyt kuva voi vaikuttaa myös siihen, että naiset hakeutuvat harvemmin yrittäjiksi kuin miehet.

SeAMKin vuosittain tekemä yrittäjyysaikomustutkimus ensimmäisen vuoden opiskelijoille on osoittanut jo vuosia, että naisten aikomukset yrittäjyysuralle ovat vähäisempiä kuin miesten. Erot eivät selity pelkästään opiskelualoilla, vaan kyse on jostain syvemmästä.

Uskommekin, että kuva sekä kasvuyrittäjyydestä että yrittäjyydestä laajemmin tarvitsevat kirkastamista. Parhaimmillaan yrittäjyys on omien unelmien toteuttamista ja paremman maailman rakentamista itselle ja muille.

Haastattelemamme naisyrittäjät toimivat useimmiten maaseudun konteksteissa, mikä loi oman merkityksensä yrittäjyyteen. Maaseutu harvoin yhdistyy kasvuyrittäjyyteen julkisessa kuvassa, kun Slush-tyyppiset tapahtumat järjestetään kaupungeissa.

Juuret paikkakunnalla – perhesiteet, kotiseuturakkaus – nousivat kuitenkin esiin useissa haastatteluissa ja maaseudulla toimimiseen liittyi syvempiä pohjavirtoja.

Osalle yrittäjistä onnistuminen huolimatta syrjäisestä sijainnista oli merkityksellistä. Koettiin erityisen tärkeäksi se, että yritys pystyi luomaan työpaikkoja paikkakunnalle.

Oma merkityksensä oli myös yritystoiminnan ja verkostojen kasvullisuudella.

### **Sanna Joensuu-Salo**

FT, KTT, tutkijayliopettaja, dosentti

### **Anmari Viljamaa**

KTT, VTM, tutkijayliopettaja

### **Emilia Kangas**

KTT, yliopettaja

Seinäjoen ammattikorkeakoulu