

Suomalaisia elintarvikealan yrittäjiä motivoi itsensä toteuttaminen ja haastaminen

16.8.2024

Yrittäjyyden motiivit voivat olla hyvin monipuolisia ja yksilöllisiä. Taloudellisia motiiveja pidetään perinteisesti keskeisinä, mutta taloudellisetkaan tavoitteet eivät välttämättä tarkoita, että voittojen maksimoiminen on tärkeintä. Tästä todistaa esimerkiksi sosiaalinen yrittäjyys (esim. Ratten, 2020). Tutkimuskirjallisuudessa keskeisinä motiiveina mainitaan mm. itsenäisyys, taloudellinen menestys, uuden luomisen ja aikaansaamisen halu sekä erilaiset yrittäjyyden vapauteen liittyvät käytännön syyt (Cassar, 2007; Croson & Minniti, 2012; Collins, 2004; Gelderen & Jansen, 2006; Foley ym., 2018). Yrittäjyystutkimuksessa on myös tarkasteltu yrittäjyyden veto- ja työntötekijöitä (esim. Dawson & Henley, 2012). Tällöin vetotekijöitä ovat yrittäjyyden myönteiset piirteet kuten itsenäisyys ja työntötekijöitä yrittäjyyttä edeltävän tilanteen kielteiset puolet, kuten työttömyys tai tyytymättömyys nykyiseen työhön.

SeAMKin talvella 2023 toteuttamassa kyselyssä suomalaisille elintarvikealan yrityksille tarkasteltiin myös alan yrittäjien motiiveja. Kysymys osoitettiin ainoastaan niille vastaajille, jotka olivat omistajayrittäjiä (n=168). Tutkimuksessa vastaajia pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-7 missä määrin annetut vaihtoehdot kuvasivat heidän syitään ryhtyä yrittäjäksi (1=ei kuvaa lainkaan, 7=kuvaa erittäin hyvin) (Taulukko 1). Vaihtoehdot muodostettiin aiempien tutkimusten perusteella (Sutela & Pärnänen, 2018; Kuratko ym., 1997; Carter ym., 2003). Lisäksi mukaan otettiin perheyrityksen jatkaminen (esim. Gagné ym., 2021).

Taulukko 1. Elintarvikealan omistajayrittäjien syyt ryhtyä yrittäjäksi. FoodCap-aineisto.

Missä määrin eri tekijät kuvaavat syitä ryhtyä yrittäjäksi?		1=ei kuvaa lainkaan	2	3	4	5	6	7=kuvaa erittäin hyvin	Keski-arvo
Halusin toteuttaa itseäni	n=163	2 %	2 %	2 %	12 %	**17 %**	**30 %**	**34 %**	**5,6**
Halusin haastaa itseäni	n=163	6 %	4 %	7 %	11 %	**18 %**	**25 %**	**30 %**	**5,3**
Halusin tehdä jotain merkityksellistä	n=164	5 %	5 %	5 %	13 %	**21 %**	**18 %**	**32 %**	**5,2**
Tunnistin liiketoimintamahdollisuuden	n=165	5 %	3 %	8 %	15 %	**18 %**	**25 %**	**26 %**	**5,2**
Halusin olla oma pomoni	n=162	6 %	1 %	6 %	17 %	**24 %**	**24 %**	**22 %**	**5,1**
Eteen tuli sopiva tilaisuus	n=164	12 %	5 %	5 %	13 %	**16 %**	**24 %**	**26 %**	**4,9**
Halusin työllistää itseni	n=164	13 %	8 %	4 %	13 %	**14 %**	**24 %**	**24 %**	**4,7**
Halusin vaurastua	n=161	8 %	8 %	14 %	**25 %**	**22 %**	**15 %**	8 %	**4,2**
Halusin joustoa elämäntilanteeseeni	n=163	20 %	9 %	7 %	14 %	**18 %**	**16 %**	**16 %**	**4,1**
Halusin suuremmat tulot	n=163	9 %	12 %	**19 %**	**22 %**	**20 %**	11 %	7 %	**4,0**
Keksin innovatiivisen tuotteen	n=163	**29 %**	12 %	8 %	**17 %**	9 %	11 %	**15 %**	**3,6**
Jatkoin perheyritystä	n=163	**65 %**	5 %	5 %	2 %	2 %	4 %	**17 %**	**2,5**

Tulokset osoittavat hyvin, miten monipuolisia ja monitahoisia elintarvikealan yrittäjien motiivit ovat. Keskiarvojen perusteella eniten omaa yrittäjyysmotiivia vastaaviksi koettiin itsensä toteuttaminen (ka. 5,6) ja itsensä haastaminen (ka. 5,3). Tärkeiksi nousivat myös halu tehdä jotain merkityksellistä (ka. 5,2) ja liiketoimintamahdollisuuden tunnistaminen (ka. 5,2). Niukasti näiden perään jäi halu olla oma pomonsa eli itsenäisyys (ka. 5,1).

Yrittäjäksi ei lähdetä rikastumisen toivossa

Vaurastuminen (ka. 4,2) ja suuremmat tulot (ka. 4,0) olivat vain harvalla keskeinen motiivi. Vain 7–8 % vastanneista koki, että halu vaurastua tai saada suuremmat tulot kuvaa erittäin hyvin omia syitä ryhtyä yrittäjiksi. Tulosta voi pitää jopa hieman huolestuttavana, sillä yrittäjyyden motiiveilla on aiemmassa tutkimuksessa osoitettu olevan yhteyttä yritysten kasvuun (Cassar, 2007). Innovatiivisen tuotteen sen sijaan tunnistaa erittäin hyvin yrittäjyytensä syitä kuvaavaksi 15 % vastanneista (ka. 3,6), kun taas 29 % katsoo, ettei se kuvaa heidän syitään lainkaan. Tämä kertonee siitä, että vaikka elintarvikealalla on myös uutta luovaa innovatiivista yrittäjyyttä, valtaosalle yrittäjyys perustuu enemmän perinteisiin tuotteisiin.

Perheyrityksen jatkaminen syynä yrittäjyyteen sai alhaisen keskiarvon (ka. 2,5), mutta vastausten jakauma (ks. Taulukko 1) osoittaa, että perheyritystä jatkaneille se on selvästikin ollut hyvin keskeinen motiivi. 17 % katsoi, että se kuvaa erittäin hyvin heidän syitään ryhtyä yrittäjäksi. Tulos vertautuu kiinnostavasti Sutelan ja Pärnäsen (2018) aiempaan tutkimukseen, jossa perheyrityksen jatkaminen oli tärkein syy yrittäjäksi ryhtymiseen 16 % vastaajista.

Halu työllistää itsensä oli vähintään jossain määrin syynä yrittäjyyteen yli puolella vastaajista (62 %, arviot 5-7). Tulosta ei kuitenkaan kannata tulkita näyttönä elintarvikealan pakkoyrittäjyydestä; kyse voi olla yhtä hyvin halusta työllistyä nimenomaan yrittäjätyöhön tai esimerkiksi työllistyä juuri nykyisellä paikkakunnalla tai omaan perhetilanteeseen sopivin ehdoin.

FoodCap paneutuu elintarvikealan kasvun taustoihin

Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittama FoodCap-hanke paneutuu tutkimuksen keinoin elintarvikealan yritysten kasvun taustoihin ja edellytyksiin (Junkkari & Viljamaa, 2023). Valtakunnallisessa tutkimuksessa tarkastellaan mm. yritysten kasvustrategioita ja kyvykkyyksiä. Elintarvikealan kehitys ja kilpailukyky on tärkeää etenkin Etelä-Pohjanmaan näkökulmasta, sillä ala on maakunnalle keskeinen.

Tämä artikkeli kuuluu sarjaan, joka käsittelee FoodCap-tutkimuksen tuloksia. Tutkimuskyselyyn vastasi noin 200 suomalaista elintarvikealan yritystä.

Aiemmin sarjassa ilmestynyt:

https://lehti.seamk.fi/verkkolehti/kyselytutkimus-vaatii-vastaajia-elintarvikeala-vastasi-kutsuun/https://lehti.seamk.fi/verkkolehti/elintarvikealan-yritysten-vienti-ja-kiinnostus-vientiin/https://lehti.seamk.fi/verkkolehti/suomalaiset-elintarvikeyritykset-kehittavat-toimintaansa-ja-tuotantoprosessejaan/https://lehti.seamk.fi/verkkolehti/elintarvikeyritykset-kehittavat-tuotteitaan-paaasiassa-nykyisille-markkinoille/https://lehti.seamk.fi/verkkolehti/suomalaiset-elintarvikealan-yritykset-tavoittelevat-kasvua-kehittamalla-omaa-toimintaansa-ja-kumppanuuksia/https://lehti.seamk.fi/verkkolehti/vienti-koko-ja-kasvu-yhteydessa-elintarvikealan-yritysten-menestymiseen/https://lehti.seamk.fi/verkkolehti/suomalaisten-elintarvikeyritysten-kokemuksia-vahittaiskauppayhteistyosta/**Anmari Viljamaa**
tutkijayliopettaja
SeAMK

Marja Katajavirta
asiantuntija, TKI
SeAMK

Sanna Joensuu-Salo
tutkijayliopettaja
SeAMK

Terhi Junkkari
yliopettaja
SeAMK

Margit Närvä
yliopettaja
SeAMK

Lähteet:

Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, *18*(1), 13–39. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00078-2

Cassar, G. (2007). Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth. *Entrepreneurship & Regional Development*, *19*(1), 89–107. https://doi.org/10.1080/08985620601002246

Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004). The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis. *Human Performance*, *17*(1), 95–117. https://doi.org/10.1207/S15327043HUP1701_5

Croson, D. C., & Minniti, M. (2012). Slipping the surly bonds: The value of autonomy in self-employment. *Journal of Economic Psychology*, *33*(2), 355–365. https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.05.001

Dawson, C., & Henley, A. (2012). “Push” versus “pull” entrepreneurship: an ambiguous distinction?. *International journal of entrepreneurial behavior & research 18*(6), 697–719. https://doi.org/10.1108/13552551211268139

Foley, M., Baird, M., Cooper, R., & Williamson, S. (2018). Is independence really an opportunity? The experience of entrepreneur-mothers. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *25*(2), 313–329. https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2017-0306

Gagné, M., Marwick, C., Brun de Pontet, S., & Wrosch, C. (2021). Family Business Succession: What’s Motivation Got to Do With It? *Family Business Review*, *34*(2), 154–167. https://doi.org/10.1177/0894486519894759

Junkkari, T., & Viljamaa, A. (27.1.2023). *Ruoka-alan pienet kasvun polulle*. SeAMK verkkolehti. https://lehti.seamk.fi/kestavat-ruokaratkaisut/ruoka-alan-pienet-kasvun-polulle/

Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Naffziger, D. W. (1997). An examination of owner’s goals in sustaining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, *35*(1), 24–33.

Ratten, V. (2020). Cultural, lifestyle, and social entrepreneurship. *Journal of small business & entrepreneurship, 34*(1), 1–8. https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1789933

Sutela, H., & Pärnänen, A. (2018). Yrittäjät Suomessa 2017. Tilastokeskus.