

Naisyrittäjyyden monet muodot: sukupolvien vaikutus yrittäjien tulevaisuuskuviin

29.4.2026

Naisyrittäjät ovat kirjava joukko. Osa tavoittelee kansainvälistä kasvua ja yhteiskunnallista vaikuttamista, kun taas toisille on tärkeintä ennen kaikkea tasapainoinen ja vakaa arki. Vaikutuksia tulevaisuuskuvien erilaisuudelle on paljon, mutta yksi merkittävä vaikuttava tekijä on sukupolvierot. Työelämä ja siihen liittyvät odotukset ovat muuttuneet merkittävästi viime vuosikymmeninä. Eri sukupolviin kuuluvat naiset ovat sosiaalistuneet erilaisiin työelämän ja sukupuolen odotuksiin, mikä heijastuu myös tapoihin toimia yrittäjinä (Heath, 2016; Myers & Sadaghiani, 2010).

Naisyrittäjien tulevaisuuden näkymissä yrityksen kasvu näyttäytyy eri tavoin. Liikevaihdon kasvattamisen lisäksi kasvu kytkeytyy myös työn laatuun, merkityksellisyyteen, asiakassuhteisiin ja yrittäjän omaan hyvinvointiin. Kasvua punnitaan suhteessa sekä psykologisiin tekijöihin että arjen reunaehtoihin, ja päätöksiin kasvusta vaikuttavat työmäärä, käytettävissä olevat resurssit ja oma jaksaminen (Bulanova, 2011).

Lisäksi naisyrittäjien kasvumahdollisuuksiin vaikuttavat rakenteelliset tekijät. Yritykset sijoittuvat usein toimialoille, joilla kasvupotentiaali on keskimäärin rajallisempaa, ja rahoituksen saatavuus voi olla heikompaa kuin miesyrittäjillä. Näin kasvu ei ole pelkästään yksilön valinta tai ambition taso, vaan myös toimintaympäristön mahdollistama.

Tutkimuksessa tarkasteltiin X- ja Y-sukupolveen kuuluvien naisyrittäjien näkemyksiä yritystoimintansa kehittämisestä seuraavan viiden vuoden aikana. Sukupolviluokitteluja on erilaisia, mutta tässä tutkimuksessa X-sukupolvella tarkoitetaan vuosina 1965–1979 syntyneitä ja Y-sukupolvella vuosina 1980–1997 syntyneitä

henkilöitä. Erityisesti tutkimus keskittyy yrityksen kasvuun ja yrittäjän ammatilliseen kehittymiseen sekä siihen, millaisia sukupolvikohtaisia eroja näissä näkemyksissä ilmenee. Tutkimus perustuu 24 naisyrittäjän haastatteluihin eri toimialoilta.

Y-sukupolvi: kunnianhimoiset ja tulevaisuuteen suuntaavat visiot

Y-sukupolven yrittäjät kuvaavat tulevaisuutta kunnianhimoisten tavoitteiden kautta. Puheessa toistuvat haaveet ja visiot, joita ei pyritä rajaamaan tarkasti. Yritystoiminnan kasvu nähdään mahdollisuutena laajentua uusille markkinoille, kehittää uusia palveluja ja toimia kansainvälisesti. Kasvu ei kuitenkaan ole pelkästään taloudellinen tavoite, vaan siihen liitetään myös halu vaikuttaa yhteiskuntaan ja edistää esimerkiksi työllisyyttä tai kestävää kehitystä.

”Me oltas myös kansainvälisiä. Me oltais vähän Suomesta päästy jonnekin päin Eurooppaa ja meillä ois kansainvälisesti vahvoja kontakteja kenen kans tehtäis.” (Kaisa)

Yrittäjyys kytkeytyy vahvasti henkilökohtaiseen kasvuun. Yrityksen kehittäminen nähdään osana omaa ammatillista identiteettiä, ja yrittäjäroolin odotetaan muuttuvan ajan myötä operatiivisesta tekemisestä kohti johtamista ja strategista kehittämistä. Samalla työn ja muun elämän yhteensovittaminen on keskeinen teema. Kasvun toivotaan pitkällä aikavälillä mahdollistavan joustavampi arki ja enemmän aikaa perheelle.

“Mun oma työnteko varmasti pikkaisen vähentynyt, että pystyn panostamaan lasten harrastuksiin enemmän. […] Sitä kautta olisi perheelle enemmän aikaa ja varaa matkustaa enemmän. Se raha mikä tavallaan sen hetkisessä elämässä on, niin pystyisi käyttää sen siihen, että pystyy nauttimaan. (Aino)

X-sukupolvi: asiantuntijuuteen ja kokemukseen nojaavat tulevaisuuskuvat

X-sukupolven naisyrittäjien näkemykset ovat Y-sukupolven yrittäjiin verrattuna konkreettisempia ja käytännönläheisempiä. Myös puhe on suoraviivaisempaa. Tulevaisuutta kuvataan esimerkiksi henkilöstön lisäämisenä, uusien toimipisteiden avaamisena tai toiminnan vakauttamisena. Kasvu nähdään harkittuna ja vaiheittaisena prosessina.

“(Yrityksen nimi) on kasvanut niin, että siellä on nyt se alta 10 työntekijää. Se toimii Vaasassa, Tampereella, Jyväskylässä ja pääkaupunkiseudulla. Täällä Seinäjoella on isoin toimisto. […] No sillä lailla kumminkin, että me oltais se tämän alueen isoin toimija. Kasvua, mutta sillai kivalla lailla.” (Tuuli)

Monille X-sukupolven yrittäjille nykyinen yrityskoko on riittävä, ja kasvua tarkastellaan kriittisesti suhteessa työmäärään ja omaan jaksamiseen. Osalla X-sukupolven yrittäjistä on toki merkittäviäkin kasvutavoitteita, mutta Y-sukupolveen verrattuna ei ole nähtävissä laajaa innokkuutta kasvattaa yritystoimintaa. Sen sijaan he korostavat ammatillista varmuuttaan ja asiantuntijuuttaan, joka on karttunut kokemuksen myötä. Elämän

tasapaino koetaan usein saavutetuksi, eikä sitä haluta vaarantaa hallitsemattomalla kasvulla.

“Täähän on mun ongelma just, kun mä en osaa suuresti unelmoida ollenkaan kun pitäisi. Siis se olisi vaan mun haave että tää voisi olla ihan tällaista näin […] että tää nyt vaan jatkuisi sillai että saisin sen toimeentulon.” (Sinikka)

Sukupolvierot haastavat kasvun yksinkertaiset tulkinnat

Tutkimus osoittaa, että molemmille sukupolville kasvu merkitsee muutakin kuin liikevaihdon lisääntymistä. Yrittäjyys kytkeytyy vahvasti elämänlaatuun, merkityksellisyyteen ja arjen hallintaan. Erot sukupolvien välillä liittyvät ennen kaikkea siihen, miten kasvu asemoituu osaksi yrittäjän elämäntilannetta ja arvoja.

Tulokset korostavat, että naisyrittäjyyttä ei voida tarkastella yhtenäisenä ilmiönä. Eri sukupolvien tarpeet, tavoitteet ja toimintatavat poikkeavat toisistaan. Yrittäjyyden tukipalveluissa ja kehittämistoimissa on tärkeää tunnistaa nämä erot ja huomioida sekä yksilölliset elämäntilanteet että laajemmat rakenteelliset tekijät. Sukupolvinäkökulma tarjoaa välineen ymmärtää paremmin naisyrittäjyyden moninaisuutta ja kehittää ratkaisuja, jotka tukevat kestävää ja merkityksellistä yrittäjyyttä eri elämänvaiheissa.

Artikkeli on tuotettu osana Naiset innovaatio- ja kasvupolulla -hanketta, joka on Euroopan unionin osarahoittama. Osa artikkelin aineistosta on kerätty Töysän säästöpankkisäätiön tuella osana ”Naiset esiin ja eteenpäin” -hanketta.

Annukka Koivuranta
Asiantuntija, TKI
SEAMK

Emilia Kangas
Yliopettaja
SEAMK

Lähteet

Bulanova, N. (2011). Growth aspirations among women entrepreneurs: reconsidering business growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *18*(3), 560–575.

Heath, R.G. (2016). Women like you keep women like me down: understanding intergenerational conflict and work-life balance from a discourse perspective. In *Handbook on well-being of working women*, 65–82. Dordrecht: Springer Netherlands.

Myers, K.K. & Sadaghiani, K. (2010). Millennials in the workplace: A communication perspective on millennials’ organizational relationships and performance. *Journal of Business and Psychology*, *25*(2), 225–238.