

PTT raportteja
PTT reports
PTT rapporter

282

Elli Lemmetti, Päivi Kujala, Sari Forsman-Hugg, Pekka Kinnunen,
Juuso Aalto-Setälä

Nuorten käsityksiä maaseudusta yrittäjyysympäristönä



Helsinki 2023

PTT raportteja 282

PTT reports 282

Nuorten käsityksiä maaseudusta yrittäjyysympäristönä

Lemmetti Elli, Kujala Päivi, Forsman-Hugg Sari, Kinnunen Pekka,
Aalto-Setälä Juuso

Helsinki 2023

Pellervon taloustutkimus PTT

Eerikinkatu 28 A

00180 Helsinki

Sähköposti ptt@ptt.fi

ISBN 978-952-224-248-8 (pdf)

ISSN 2489-9615 (pdf)

Tiivistelmä

Elinvoimainen maaseutu tarvitsee menestyviä yrityksiä ja yrittäjyyteen kannustavaa ilmapii-riä. Tässä selvityksessä tarkasteltiin nuorten, 18–39-vuotiaiden yrittäjien käsityksiä maaseudusta yrittäjyysympäristönä. Selvityksen keskiössä olivat sekä maaseutualueilla että kaupungeissa toimivien nuorten yrittäjien näkemykset maaseudun vahvuuksista ja haasteista yritystoiminnan paikkana. Tarkastelu perustuu kyselyaineistoon, johon vastasi 200 nuorta yrittäjää. Lisäksi kyselyn tuloksia reflektointiin asiantuntijatyöpajassa. Nuoret yrittäjät kokivat yrittäjyyden pääosin mielekkäänä, ja harva harkitsi yritystoiminnan lopettamista. Suosituimpia yhtiömuotoja olivat toiminimi, osakeyhtiö sekä kevytyrittäjyys. Maaseutu tarjoaa alueen asukkaille ja yrityksille mahdollisuuksia erityisesti monipuolisen luonnon ja yhteisöllisyyden muodossa, kun taas suurimpia uhkia ovat heikkenevä tiestö ja väestön väheneminen. Selvityksen perusteella tunnistettiin kehitys- ja toimenpidesuo-situksia nuorten yrittäjyyden edistämiseksi Suomen maaseudulla.

Asiasanat: Maaseutu, nuoret, yritykset, yrittäjyys, elinvoima

Abstract

A vibrant countryside needs successful businesses and an atmosphere that encourages entrepreneurship. This study examined young entrepreneurs', aged between 18 and 39, perceptions of rural areas as an entrepreneurial environment. The study focused on the views of young entrepreneurs in both rural and urban areas on the strengths and challenges of rural areas as a place for business. The study is based on survey data collected from 200 young entrepreneurs. The results of the survey were reflected in an expert workshop. Young entrepreneurs felt that entrepreneurship was mainly meaningful, and few considered quitting their business activities. The most popular types of company forms were private entrepreneurs, limited liability companies and light entrepreneurship. The rural areas offer opportunities for the inhabitants and businesses of the region, especially in the form of a diverse nature and sense of community, while the main threats are the poor condition of the roads and the decline of the population. Based on the study, policy recommendations were proposed to promote entrepreneurship among young people in rural Finland.

Keywords: Rural areas, young entrepreneurs, entrepreneurship

Yhteenveto

Selvityksessä tarkastellaan maaseutu- ja kaupunkialueiden 18–39-vuotiaiden nuorten yrittäjien kokemuksia yrittäjyydestä ja kokemuksia maaseutu- ja kaupunkialueista yrittäjyyssympäristönä. Maaseudun määritelmänä käytettiin Tilastokeskuksen taajama-asteen mukaista kuntaluokitusta, jonka perusteella kunnat on jaoteltu neljään ryhmään. Selvityksessä tarkasteltiin myös nuorten yrittäjien yhteistyön tarpeita ja viime aikojen kriisien vaikutusta yrittäjyyshalukkuuteen ja mielikuviin maaseudusta. Selvityksen on rahoittanut Keskittien säätiö.

Selvityksen aineistona oli yrittäjille suunnattu kysely sekä kyselyn tuloksia refleктоiva työpaja. Nuoret yrittäjät kokivat yrittäjyyden pääosin mielekkäänä, ja harva harkitsi yritystoiminnan lopettamista. Suosituimpia yhtiömuotoja olivat toiminimi, osakeyhtiö ja kevytyrittäjyys. Yhtiömuodon vaihtoa todettiin harkittavan silloin, jos yritystoiminta kasvaisi tai supistuisi nykyisestä. Jossain tapauksissa yhtiömuodon muutosvaihdos tehtäisiin myös yhteistyön lisäämiseksi. Noin joka neljännellä yrityksellä oli palkattua työvoimaa, näistä suurin osa sijaitisi kaupunkimaisissa kunnissa.

Maaseutu-kaupunki tarkastelussa SWOT-nelikentän avulla maaseudun vahvuuksiksi nousi monipuolinen luonto ja asumismenot, mahdollisuuksina yrittäjyyssympäristö sekä yhteistyön kulttuuri. Heikkouksina nähtiin puolestaan tietön kunto, sekä väestön ikääntyminen ja vähentyminen. Kaupunkien vahvuuksina koettiin olevan monipuolinen luonto ja liikenneyhteydet, mahdollisuuksina puolestaan yrittäjyyssympäristö sekä yhteistyön kulttuuri. Heikkouksina mainittiin asumismenot sekä kuntahallinto, uhkina väestön väheneminen ja ikääntyminen. Työpajoissa nousi esiin maaseutuun liitetävän pessimistisiä mielikuvia niin kuluttajien kuin yrittäjien suunnalta. Erityisesti kyselyyn vastanneet kaupungeissa toimivat yrittäjät eivät kokeneet maaseutua kehitettävän yritystoiminnan paikkana.

Kriisien merkitys yritystoiminnalle koettiin useimmiten negatiiviseksi. Ennen kaikkea kustannusten nousu oli heikentänyt monien yritysten kannattavuutta ja maksuvalmiutta. Yrittäjät kokivat kriisien kuitenkin jossain määrin lisänneen maaseudun houkuttelevuutta, erityisesti kotimaisen tuotannon merkityksen korostuessa.

Nuorten yrittäjien tärkein kumppani oli useimmiten toinen yritys. Tämä korostui erityisesti maaseutumaisten kuntien yrittäjillä, joilla lähes joka toisella tärkein kumppani muodostui toisesta yrityksestä. Työpajassa yhteistyön lisäämisessä nähtiin olevan vielä tilaa ja nuorten mukaan ottaminen paikallisiin yhteisöihin koettiin tärkeäksi. Mahdollisuuksia erilaisiin kohtaamisiin tulisi tarjota aktiivisesti, jotta erilaiset yrittäjät voisivat verkostoitua keskenään.

Sisältö

Yhteenveto	4
Sisältö.....	5
1 Johdanto	6
2 Selvityksen toteutus ja rakenne	9
3 Kyselyyn vastanneiden nuorten yrittäjien tilannekuva	10
3.1 Toiminimet, osakeyhtiöt ja kevytyrittäjyys nuorten suosiossa	14
4 Maaseutualue yrittäjyysympäristönä	17
4.1 Yritysten toimintaympäristön piirteet: markkina-alueena useimmiten koko Suomi	21
4.2 Sijainnin merkitys yritystoiminnalle	23
5 Kriisien vaikutus yrittäjyyteen.....	27
6 Yhteistyön tarpeita, tapoja ja tukea nuorille yrittäjille	30
7 Johtopäätökset.....	32
8 Lähteet	35

1 Johdanto

Maaseutuun kohdistuu monia suuria odotuksia. Elinvoimainen maaseutu tarvitsee menestyviä yrityksiä ja yrittäjyyteen kannustavaa ilmapiiriä. Maaseutubarometri 2020:n (Pyysiäinen ja Vihinen 2021) mukaan kaksi kolmannelle kansalaisesta näkee maaseudun merkityksen korostuvan tulevaisuudessa ja pitää maaseutua myös hyvänä toimintaympäristönä innovatiiviselle yrittäjyydelle. Maaseudun yrittäjyyden edistämisen kannalta nuorten aikuisten yrittäjyys ja onnistuneet omistaja- ja sukupolvenvaihdokset ovat avainasioita.

Maaseudulla korostuu pienimuotoinen yrittäjyys (Voutilainen 2005). Maaseutualueiden yritykset voivat syntyä perinteisistä maaseudun toiminnoista kuten maatilayrittäjyys tai yritykset voivat käyttää maaseutualueilla olevia resursseja ja raaka-aineita uudella tavalla, ja toisaalta yritykset voivat sijaita maaseudulla paikkariippumattomasti maaseudun ollessa myös yrittäjän asuinpaikka tai maaseudun ollessa yrityksen sijaintipaikka yrittäjän asuessa muualla (Stathopolou 2004, Anderson ym. 2016, Kujala ym. 2021). Kiinnostusta maaseutualueisiin lisää osaltaan monipaikkaisuuden vahva kehitys. Kehityksen myötä monipaikkaisuus kytkeytyy vapaa-ajan vieton lisäksi myös entistä enemmän työn murrokseen, mikä luo mahdollisuuksia maaseutualueille toimia osittaisena asuin- ja työntekeksen paikkana (Huovari ym. 2023).

Yksi merkittävä toimiala maaseutualueilla on maatilayrittäjyys. Vuonna 2021 maatilayrittäjien keski-ikä oli 53 vuotta. Keski-ikä on noussut kahdella vuodella vuodesta 2015. Samaan aikaan yksityishenkilöiden omistamilla maatiloilla vain noin 15 prosenttia maatilayrittäjistä oli alle 39-vuotiaita. Osuus on hieman laskenut vuodesta 2015 (Luonnonvarakeskus 2023). Ikärakenteen muutoksen on nähty olevan ongelma niin huoltovarmuuden kuin alan uudistumisen kannalta. Muiden yrittäjien keski-ikä vuonna 2020 oli 47 vuotta (Suomen Yrittäjät 2020).

Vuonna 2020 noin lähes kolmasosa maatiloista (32 %) oli monialaisia eli maatiloilla harjoitettiin muuta yritystoimintaa maa- ja puutarhatalouden ohella. Maatilojen muulla yritystoiminnalla tarkoitetaan toimintaa, jossa hyödynnetään tilan koneita, rakennuksia, aluetta tai tuotteita (Luonnonvarakeskus 2023). Yleisimmin monialaiset maatilat harjoittavat maatalouskoneurakointia, palvelutoimintaa, elintarvikkeiden ja puun jatkojalostusta sekä energian tuotantoa (Närvä ym. 2018).

Maaseutualueiden kuntien tavoitteena on tarjota koulutusta vastaavaa työtä ja pysyä vetovoimaisina asuinpaikkoina erityisesti nuorille aikuisille. Moni kunta

on pyrkinyt houkuttelemaan yrityksiä, nuoria paluumuuttajia ja lapsiperheitä pysyäkseen elinvoimaisina. Toisissa kunnissa tässä on onnistuttu paremmin kuin toisissa. Myös etätöiden lisääntymisen on odotettu lisäävän monipaikkaisuutta ja sitä kautta elävöittävän ja uudistavan maaseudun toimeliaisuutta.

Kaksi ikäryhmää, jotka muuttavat erityisen paljon ovat 18–23-vuotiaat opiskelun myötä kaupunkiin muuttavat ja 24–40-vuotiaat pientaloalueille muuttavat lapsiperheet (Suomen ympäristökeskus 2021). Syntyvyyden laskun ja väestön ikääntymisen vuoksi muuttotappioon sopeutumiseen olisi löydettävä innovatiivisia ja älykkään sopeutumisen ratkaisuja. Syntyvyys on laskenut Suomessa lähes 20 prosenttia vuosina 2000–2020 (Tilastokeskus, Väestörakenne 2021).

Digitaalisuus, datatalous ja vihreän siirtymän innovaatiot tuovat mukanaan liiketoimintamalleja, jotka eivät ole aikaan ja paikkaan sidottuja. Alustatalous antaa entistä paremmat mahdollisuudet yrittäjien yhteistyöhön ja innovointiin globaaleilla markkinoilla. Nuorilla on paljon hyödyntämätöntä potentiaalia uusien ja tulevaisuusorientoituneiden liiketoimintaideoiden kehittämiseen ja toteuttamiseen. Parhaimmillaan tiedon jakaminen ja yhteiskehittäminen luotettavassa verkostossa nopeuttavat innovointia ja ideoiden tuotteistamista.

Tässä selvityksessä tarkastellaan nuorten yrittäjien käsityksiä maaseudusta yrittäjyysympäristönä. Selvityksen keskiössä on sekä maaseutualueilla että kaupungeissa toimivien nuorten yrittäjien näkemykset maaseudun vahvuuksista ja haasteista yritystoiminnan paikkana. Lisäksi tarkastellaan yritystoimintaan liittyviä yhteistyön tarpeita ja tapoja maaseudun ja kaupunkien nuorten yrittäjien näkökulmasta. Maassamme on olemassa vain vähän kattavaa tilastotietoa maaseudulla toimivien yrittäjien nykytilasta ja tulevaisuuden odotuksista. Myöskään vertailevaa tutkimusta maaseudulla ja kaupungeissa toimivien nuorten aikuisten yrittäjyysmahdollisuuksista ei ole juurikaan tehty. Selvityksen on toteuttanut Pellervon taloustutkimus PTT ry, ja sen on rahoittanut Keskitien säätiö.

Nuorilla yrittäjillä tarkoitetaan tässä selvityksessä 18–39-vuotiaita yrittäjiä. Maaseudun yritystoiminnalla tarkoitetaan maatilayritystoimintaa sekä muuta maaseudulla harjoitettavaa yritystoimintaa. Kaupunki-maaseutujaotteluna selvityksessä käytetään Tilastokeskuksen vuoden 2021 mukaisen taajama-asetta noudattelevan kuntauokituksen mukaan. Suomen ympäristökeskus käyttää paikkatietoihin perustuvaa seitsenportaista kaupunki-maaseutuluokitusta, jossa kaupungiksi luetaan sisempi ja ulompi kaupunkialue, ja maaseutu on näiden alueiden ulkopuolinen alue. Nämä maaseutualueet kattavat 95 prosenttia Suomen pinta-alasta, ja väestöstä kolmasosa asuu näillä alueilla (MMM 2017). Maaseudulla sijaitsee myös 30 prosenttia Suomen yrityksistä (ELY-keskus 2022).

Raportti rakentuu siten, että luvussa 2 tarkastellaan tässä tutkimuksessa käytettyjä menetelmiä ja aineistoja. Luvussa 3 esitellään peruskuvauksella nuorten yrittäjien tilanteesta Suomessa, ja luvussa 4 tarkastellaan maaseutua yritystoiminnan mahdollistajana. Luvussa 5 käydään läpi maaseudun elinvoima ja sen tulevaisuusnäkymät ja luvussa 6 nuorten yrittäjien kumppanuudet ja yhteistyön tarpeet. Lopuksi luku 7 kokoaa johtopäätökset.

2 Selvityksen toteutus ja rakenne

Selvitys toteutettiin vaiheittain käyttäen menetelminä sähköistä kyselyä ja reflektoivaa työpajaa. Ensimmäisessä vaiheessa tehtiin nuorten yrittäjyyteen kohdistuva kirjallisuuskatsaus, jonka tuloksia käytettiin nuorille yrittäjille suunnatun kyselylomakkeen laadinnassa, sekä soveltuvin osin kyselyn tuloksien peilaamisessa. Kirjallisuuden pohjalta koottu kysely lähetettiin sähköisenä lomakkeena maaseudulla ja kaupungissa toimiville nuorille yrittäjille syksyllä 2022. Kyselyn teknisestä toteutuksesta vastasi Kantar TNS Agri Oy. Kyselyyn saatiin 200 vastausta.

Kyselyn tilastollinen tarkastelu tehtiin Tilastokeskuksen kuntaryhmitysten pohjalta, jossa kunnat on jaettu taajama-asteen mukaisesti neljään luokkaan: pääkaupunkiseudun kunnat, kaupunkimaiset kunnat, taajaan asutut kunnat ja maaseutumaiset kunnat. Pääkaupunkiseudun kunnista vastauksia saatiin 56, muista kaupunkimaisista kunnista 79, taajaan asutuista kunnista 23 ja maaseutumaisista kunnista 42 vastausta. Yhteensä kaupunkimaisista kunnista (pääkaupunkiseutu ja muut kaupunkimaiset kunnat) vastauksia saatiin 135 kappaletta ja maaseutumaisista kunnista (taajaan asutut ja maaseutumaiset kunnat) 65 kappaletta.

Kyselyn tuloksia refleктоitiin virtuaalisessa työpajassa, johon osallistui 19 maaseudun kehittämiseen ja yrittäjyyden edistämiseen keskittyvien organisaatioiden ja hallinnon asiantuntijoita. Työpajan tavoitteena oli kuulla asiantuntijoiden ajatuksia ja ratkaisuja siihen, miten nuorten yrittäjyyden edellytyksiä maaseudulla voitaisiin vahvistaa ja miten voisi lisätä yritysten perustamista maaseudulle. Työpaja toteutettiin joulukuussa 2022, ja työpajan tuotokset kerättiin sähköiselle Miro-alustalle.

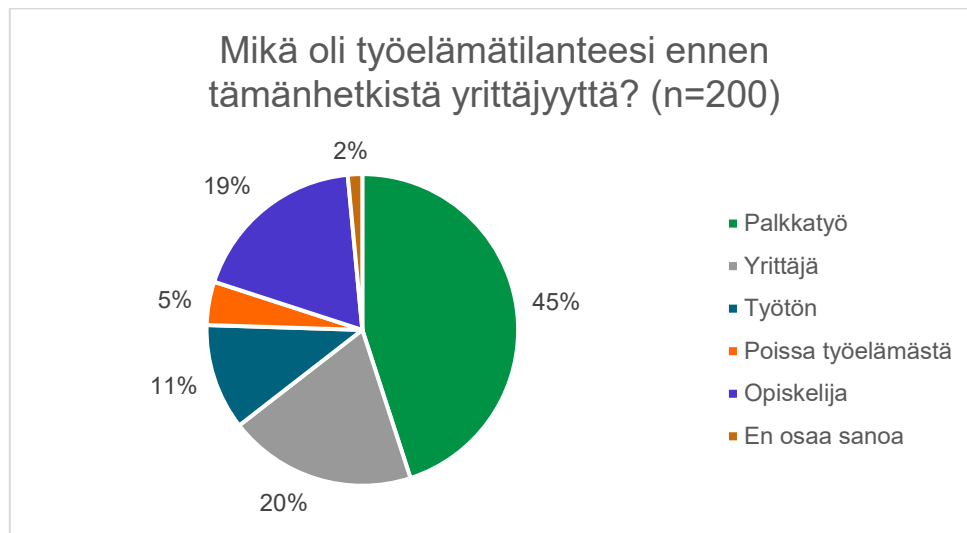
3 Kyselyyn vastanneiden nuorten yrittäjien tilannekuva

- Nuorten yrittäjien tilanne vaikuttaa kyselyn perusteella valoisalta: yritykset tavoittelevat kasvua, yrittäjyys koetaan mielekkäänä, ja useimmat nuoret ovat olleet joko palkkatöissä tai yrittäjänä ennen nykyistä yrittäjyyssuraa.

Nuorten yrittäjien määrä on kasvanut viime vuosina. Vuonna 2020 Tilastokeskuksen mukaan nuoria (18–34-vuotiaita) yrittäjiä oli 41 000, mikä on noin 17 prosenttia kaikista Suomen yrittäjistä. Yrittäjien suurin ikäluokka on 45–54-vuotiaat. Kaiken kaikkiaan Suomen työllisistä yrittäjien osuus on noin 12 prosenttia (Tilastokeskus, Työssäkäynti, 2022).

Kyselyyn vastanneista lähes puolella oli pohja yrittäjyyteen palkkatyöstä.

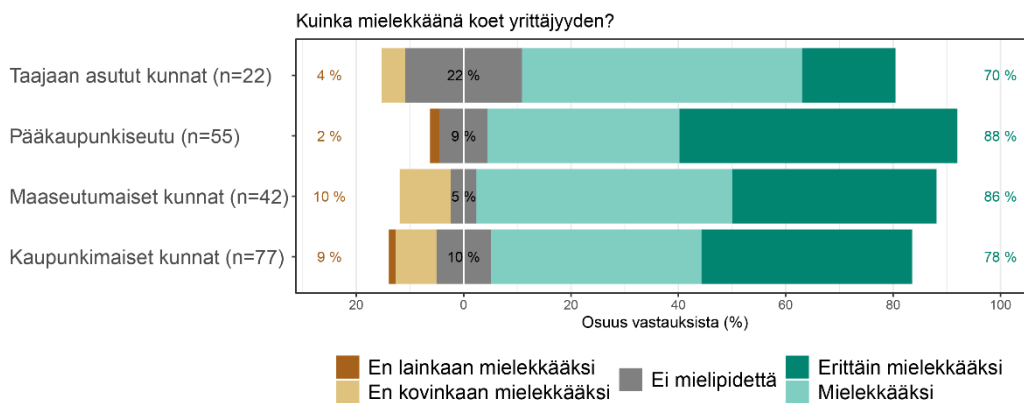
Viidesosa vastaajista oli toiminut yrittäjänä jo ennen tämänhetkistä yritystoimintaa, ja yhtä suuri osa oli ollut opiskelijana (Kuvio 1). Noin kymmenen prosenttia vastaajista oli ollut työttömänä ennen nykyistä yrittäjyyttä. Yleisimmin yrittäjänä oli toimitu 3–6 vuotta (35 % vastaajista), 0–2 vuotta (25 %), ja 7–10 vuotta (22 %). Lisäksi vastaajista lähes viidesosa oli toiminut yrittäjänä yli kymmenen vuotta.



Kuvio 1. Nuorten yrittäjien työelämätilanne ennen nykyistä yrittäjyyttä.

Vastaajista suurin osa (82 %) toimi päätoimisena yrittäjänä, muille yritystoiminta oli sivutoimista. Yleisin liikevaihdon suuruus oli 50 000–100 000 euron

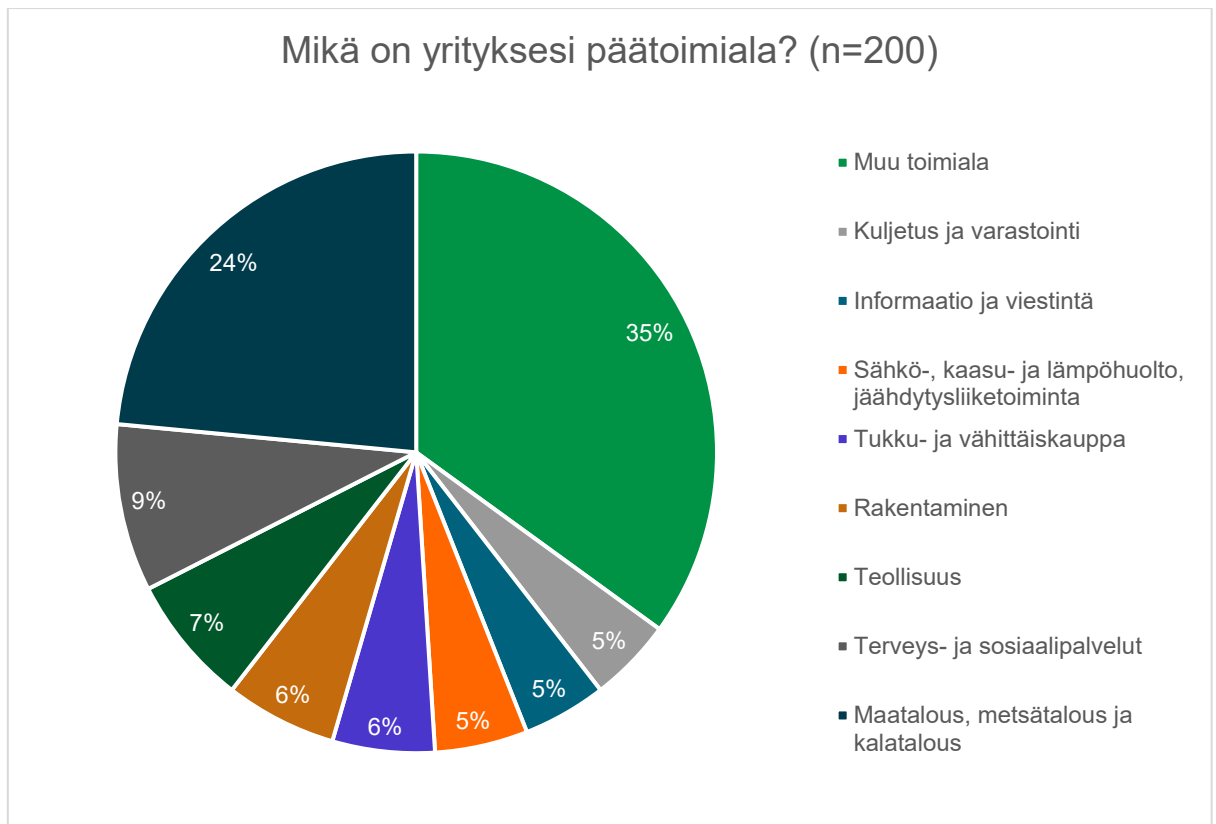
väliltä (22 % yrityksistä). Yrityksistä kolmanneksella oli palkattua työvoimaa. Vastaajista 80 prosenttia koki yrittäjyyden joko erittäin mielekkääksi tai mielekkääksi (Kuvio 2). Maaseutu-kaupunkiluokituksen mukaisen jaottelun perusteella tarkasteltuna yrittäjyys koettiin pääosin mielekkääksi tai erittäin mielekkääksi kaikilla alueilla. Erittäin mielekkääksi yrittäjyyden kokivat useimmiten pääkaupunkiseudun yrittäjät. Myös taajaan asutuissa kunnissa ja maaseutumaaisissa kunnissa yrittäjyys koettiin pääosin mielekkääksi.



Kuvio 2. Kokemus yrittäjänä toimimisen mielekkyydestä kuntaluokan mukaan (% vastaajista). Täysin tai jokseenkin eri mieltä vastausten osuus on esitetty ruskean sävyillä, en samaa enkä eri mieltä harmaalla ja jokseenkin tai täysin samaa mieltä vihreän sävyillä. En osaa sanoa -vastausten osuuden kunkin kuntaryhmän osalta saa vähentämällä 100 %:sta väritettyjen vastausten yhteenlasketut prosenttiosuudet.

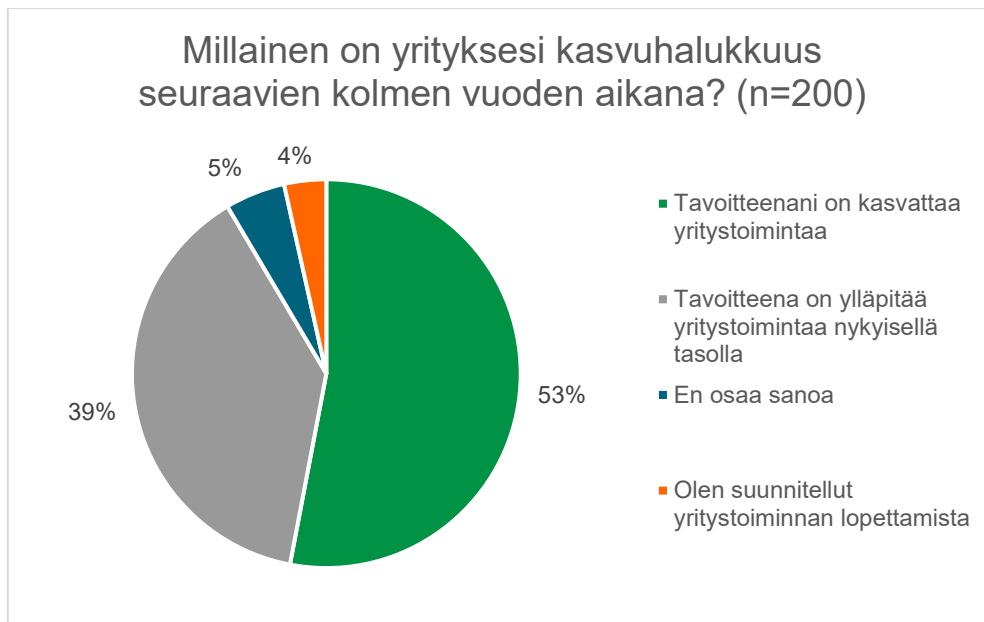
Yleisimpiä syitä ryhtyä yrittäjäksi oli oma yrittäjyyshalukkuus (60 % vastaajista) sekä yrityksen jatkaminen (28 %). Näiden lisäksi yrittäjäksi ryhdyttiin palkkatöiden puutteen vuoksi (19 %) tai harrastusten kautta (15 %). Avoimissa vastauksissa mainittiin yrittäjyyden olevan tiettyjen alojen ominaispiirre tai sattuman vaikuttaneen yrittäjäksi ryhtymiseen muun muassa yrityskumppanin löytymisen myötä.

Yleisimmät yritysten toimialat olivat muu toimiala -luokan piiriin kuuluvat yritykset, maa-, metsä- ja kalatalous sekä terveys- ja sosiaalipalvelut (Kuvio 3). Muut toimialat sisältävät esimerkiksi majoitus- ja ravitsemustoiminnan ja rahoitus- ja vakuutustoiminnan.



Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden yrittäjien päätoimialat.

Noin joka toinen yritys (53 %) ilmoitti tavoittelevansa yrityksensä kasvua (Kuvio 4). Alueiden välisiä eroja kasvuhaluukkuuksissa ei juurikaan ilmennyt. Yritystoiminnan jatkamista nykyisellä tasolla tavoitteli 39 prosenttia vastaajista, ja neljä prosenttia vastaajista suunnitteli toiminnan lopettamista. Kukaan vastanneista ei aikonut supistaa yritystoimintaansa seuraavan kolmen vuoden aikana.



Kuvio 4. Yritysten kasvuhaluukkuus seuraavien kolmen vuoden aikana (% vastaajista).

Aikaisemmissa selvityksissä on havaittu nuorten yrittäjyyshalukkuuden lisääntyvän mitä syvemmälle maaseutua mennään, mutta yrittäjyys on ainoa toimeentulon lähde vain harvan nuoren silmissä. Alueellisesti nuorten (18–30-vuotiaat) yrittäjien osuus työllisistä kasvaa mitä kauemmas kaupungista siirrytään. Kaupungeissa nuorten yrittäjien osuus työllisistä vuonna 2016 oli noin 3,5 prosenttia, kaupungin läheisellä maaseudulla 5,5 prosenttia ja harvaan asutulla maaseudulla 8 prosenttia (Kuhmonen, 2020).

Yrittäjyys nähdään usein osana toimeentulon lähteitä, mutta yrittäjyys päätuolnlähteenä ei ole kovinkaan suosittua nuorten parissa. Kuhmosen ja Kinnusen (2017) tutkimuksessa Pirkanmaan alueen 18–30-vuotiaat nuoret unelmoivat yleisesti palkkatyöstä, ja vain noin 16 prosenttia unelmoi yrittäjyydestä. Kuitenkin, kun mukaan laskettiin myös muut yrittäjyyteen liittyvät vaihtoehdot, esimerkiksi palkkatyön ja yrittäjyyden yhdistelmä, yrittäjyys oli mukana toimeentulon mielikuvana noin kolmanneksella nuorista.

3.1 Toiminimet, osakeyhtiöt ja kevytyrittäjyys nuorten suosiossa

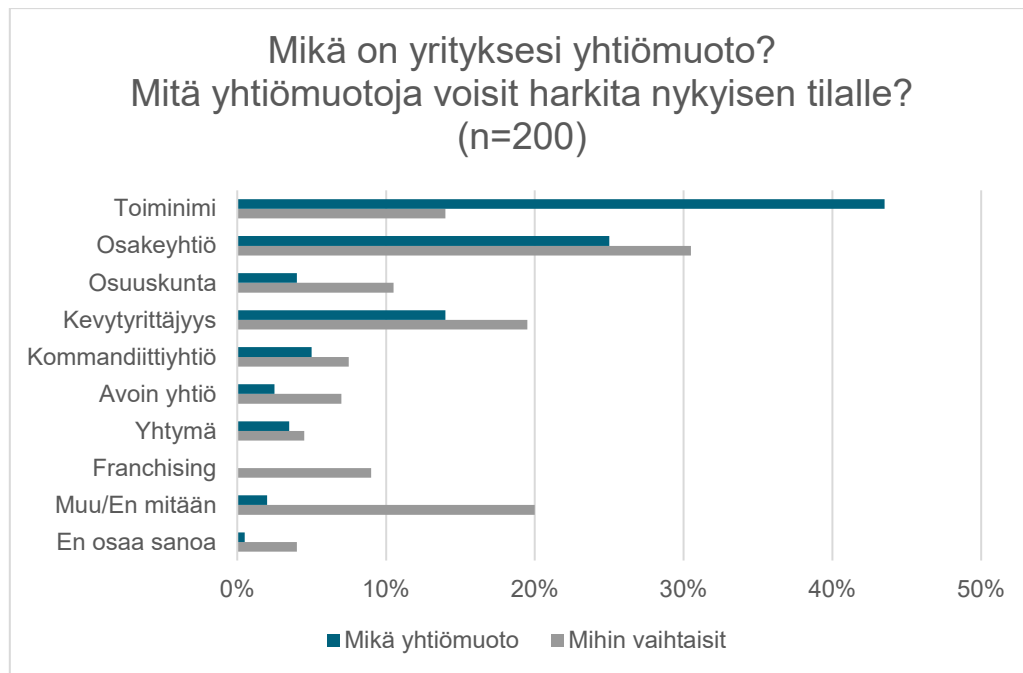
- Kyselyyn vastanneiden nuorten yrittäjien yritysmuodot koostuivat 80 prosenttisesti toiminimistä, osakeyhtiöistä sekä kevytyrittäjistä. Yritysmuodon vaihtoon lähdettäisiin yrityksen kasvaessa tai toimintaa supistettaessa, mutta myös yhtiökumppanin toivossa.

Suomessa vuosittain rekisteröidyistä uusista yrityksistä suurin osa on toiminimiä ja osakeyhtiöitä. Samalla osakeyhtiö ja toiminimi olivat myös yleisimmät yritysmuodot Suomessa vuonna 2021 kattaen noin 78 prosenttia Suomen yrityksistä. Avointen yhtiöiden, kommandiittiyhtiöiden sekä osuuskuntien suosio on laskenut vuodesta 2016, sillä vuonna 2021 osuuskuntia rekisteröitiin 65 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2016. Kaiken kaikkiaan rekisteröityjen yritysten lukumäärä on kasvanut noin viidellä prosentilla vuodesta 2018. (Patentti- ja rekisterihallitus 2022). Yhtiömuotojen välillä on kuitenkin eroja toiminnan jatkuvuuden kannalta. Verohallinnon selvityksen mukaan vuosien 2010–2014 perustetuista liiketoimintaa harjoittaneista yrityksistä noin joka kolmas oli lopettanut toimintansa vuosien 2010–2015 aikana. Elinkeinoharjoittajista noin 60 prosenttia oli jatkanut toimintaansa vuoden 2015 loppuun mennessä, kun taas osakeyhtiöillä ja osuuskunnilla jatkamisprosentti oli lähes 80 (Verohallinto 2017).

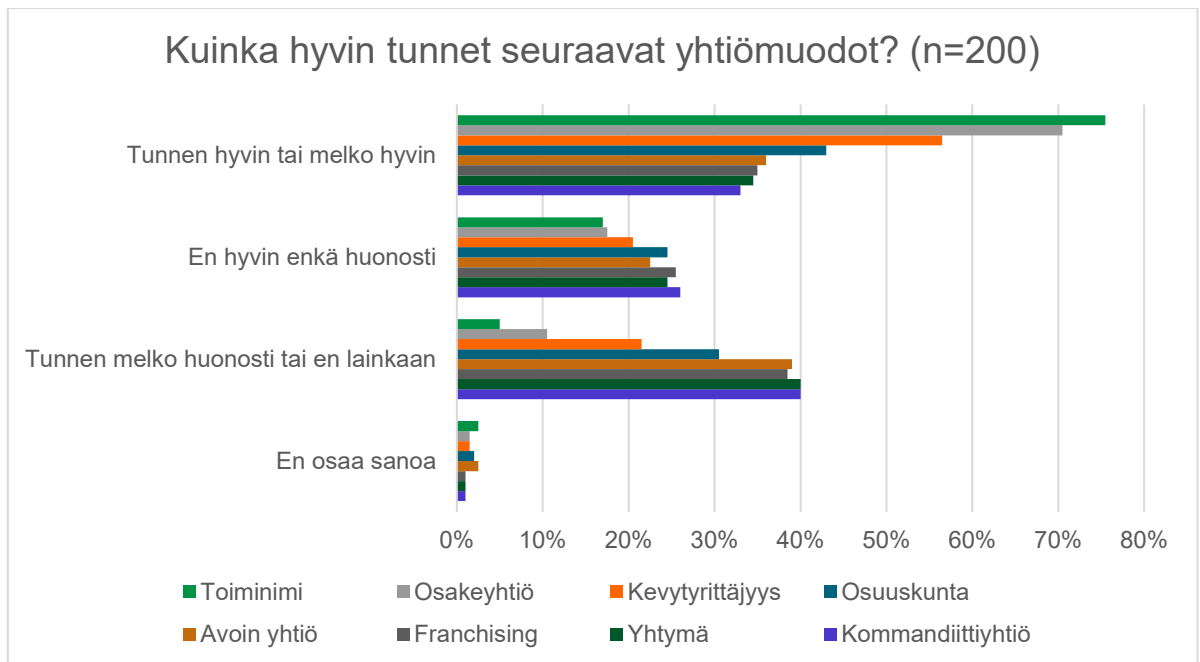
Kyselyyn vastanneiden nuorten yrittäjien suosiossa olivat toiminimet ja osakeyhtiöt. Yhdessä kevytyrittäjyyden kanssa näiden osuus yritysmuodoista oli noin 80 prosenttia (Kuvio 5). Nämä olivat myös nuorten yrittäjien parhaiten tuntemat yritysmuodot (Kuvio 6). Heikoiten nuorten keskuudessa tunnettiin avoin yhtiö, yhtymä sekä franchising. Osuuskunnan tunsivat hyvin reilu kolmannes vastaajista.

Vastaajilta kysyttiin myös, mitä yhtiömuotoa he voisivat harkita nykyisen yhtiömuodon tilalle sekä miksi. He, jotka olivat valmiita vaihtamaan toiseen yhtiömuotoon, vaihtaisivat joko osakeyhtiöön (30 %) tai kevytyrittäjäksi (19,5 %) (Kuvio 5). Useimmilla syy siirtyä osakeyhtiöön olisi liiketoiminnan kasvu ja verotukselliset syyt. Kevytyrittäjyyteen siirryttäisiin, jos yrittäjyys jäisi sivutoimiseksi esimerkiksi palkkatyön ohelle. Perusteluina mainittiin muun muassa se, että kevytyrittäjänä olisi mahdollista siirtää osa hallinnollisesta työstä pois omalta vastuulta ja byrokratian selvittämiseen saisi ulkopuolista apua. Toiminimeen voisi siirtyä hieman yli 10 prosenttia vastaajista, jos yritys kasvaisi. Toiminimi koettiin tutuksi ja helpoksi yritysmuodoksi. Osuuskuntaa harkitsi vaihtoehtona

alle kymmenen prosenttia vastaajista. He, jotka harkitsivat osuuskuntaa, mainitsivat syinä mahdollisuuden tehdä yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa. Viidesosa vastaajista ei harkinnut muita yhtiömuotoja.



Kuvio 5. Kyselyyn vastanneiden yrittäjien ilmoittama nykyinen yhtiömuoto, ja vaihtoehdot nykyisen yhtiömuodon tilalle (vastaajalla on ollut mahdollisuus valita useampi vaihtoehto) (% vastaajista).



Kuvio 6. Eri yhtiömuotojen tunnettavuus (% vastaajista).

Työpajassa käsiteltiin nykyisten yritysten ja yhtiömuodon valinnan merkitystä nuorten mahdollisuuksiin lähteä yrittäjäksi. Työpajassa korostettiin, ettei maaseudulla tulisi keskittyä vain uusien yritysten perustamiseen, vaan aikaisemmin aktiivisten ja menestyneiden yritysten toiminnan uudistamiseen olisi hyvä kiinnittää huomiota esimerkiksi yrityskauppojen ja omistajavaihdosten aikana. Yritysmuodon valinnassa voitaisiin nuoria yrittäjiä kannustaa myös monipuolisemmin eri yhtiömuotojen pariin.

Työpajassa pohdittiin erityisesti osuuskuntamuotoisten yritysten soveltuvuutta nuorille yrittäjille. Työpajassa korostettiin, että osuustoiminta yritysmuotona tulisi tehdä tunnetuksi, koska nuorilla ei ole siitä riittävästi tietoa. Mielikuvana on usein, että osuustoimintamalli sopii tietyille aloille, mutta lähtökohtaisesti ei pitäisi sulkea mitään alaa pois. Osuuskuntamuodon korostettiin olevan toimiva malli yrittäjyyteen esimerkiksi hoivapalveluissa, tilitoimistoissa, IT-palveluissa ja matkailu- ja kotipalveluissa. Osuuskuntia yritysmuotona voisi olla perusteltua lisätä, sillä osuuskuntamalli voisi tarjota nuorelle yrittäjälle matalamman kynnyksen lähteä yrittäjäksi samalla tarjoten vertaistukea yrittäjyyteen. Osuuskuntapohjaisen yrityksen hyötyinä korostuivat muun muassa riskien jakautuminen ja neuvotteluvoiman vahvistuminen. Osuustoiminnan koettiin olevan yksi tulevaisuuden trendeistä.

4 Maaseutualue yrittäjyysympäristönä

- Maaseutualueiden suurimpina uhkina nähtiin näivettyminen muuttoliikkeen, huonon tiestön ja väestön ikääntymisen takia, kaupungeissa uhkana nähtiin korkeat asumismenot. Useimmat kyselyyn vastanneet kokivat maaseudun elinvoimaisena paikkana, mutta erityisesti kaupungeissa maaseutua ei nähty kehitettävän yritystoiminnan paikkana.

Kaupungistuminen on kehittynyt voimakkaasti Suomessa viime vuosikymmeninä (Sitra 2020). Suomen maapinta-alasta kuitenkin suurin osa, noin 95 prosenttia, määritellään maaseudeksi, ja lähes 30 prosenttia liikeyritysten toimipaikoista sijaitsee maaseudulla (ELY-keskus, 2022). Myös nuorten suhteellinen osuus on kasvanut kaupunkialueilla verrattuna maaseutualueisiin. Vuosien 2000 ja 2020 välillä kaupunkialueiden osuus asuinpaikkana oli noussut nuorten¹ keskuudessa noin kymmenen prosenttia, ja nuorista yli 80 prosenttia asui kaupunkimaisilla alueilla (Tilastokeskus, Väestörakenne 2022).

Yksi keskeinen alue-erojen tekijä kaupunkien ja maaseudun välillä on muuttoliike. Väestökehitys polarisoitui voimakkaasti 2010-luvulla Suomen sisäisen muuttoliikkeen kiihtyessä (Sitra 2020). Suurille kaupunkiseuduille muuttivat 15–24-vuotiaat nuoret opiskelu- ja työllistymismahdollisuuksien perässä, kun taas 25–34-vuotiaita nuoria aikuisia houkutteli korkeakoulupaikkakunnille työhön ja asumiseen liittyvät tekijät. Samaan aikaan syntymäkuntaan palaavien muuttajien määrä on vähentynyt, mikä johtaa maaseudun näivettymiseen (Sitra 2020).

Elävän maaseudun säilyminen vaatii uusiutuvia yrityksiä ja nuorta yrittäjyyttä, mikä vahvistaisi alueiden kykyä tarjota asukkailleen töitä ja palveluita. Maaseudun liiketoimintaympäristöä on tarkasteltu aiemminkin kirjallisuudessa nuorten näkökulmasta, mutta vertailevaa tutkimusta kaupunkien ja maaseudun liiketoimintaympäristöjen välillä nuorten kokemana on tehty vain vähän.

Kyselyssä nuorten yrittäjien asuinympäristön mahdollisuuksien kärjessä oli yhteistyön kulttuuri. Maaseudun ja kaupungin yrittäjyysympäristöä tarkasteltiin kyselyssä SWOT-nelikentällä (Taulukko 1). Molempien alueiden yleisin vahvuus oli monipuolinen luonto. Maaseudun vahvuuksia olivat monipuoliset asumisen muodot sekä asumismenot, kaupunkimaisissa kunnissa vahvuuksina olivat yrittäjyysympäristö sekä liikenneyhteydet. Sekä maaseutumaisissa

¹ Tilastokeskuksen ikäluokitus sisältää 20–39-vuotiaat.

kunnissa että kaupunkimaisissa kunnissa mahdollisuuksina koettiin olevan monipuolisen luonnon lisäksi yrittäjyysympäristö sekä yhteistyön kulttuuri.

Kokemukset alueiden heikkouksista yrittäjyyden kannalta erosivat. Maaseutumaisissa kunnissa suurimpina heikkouksina koettiin tiestön kunto sekä liikenneyhteydet, kaupunkimaisissa kunnissa puolestaan asumismenot sekä kunnan hallinto koettiin heikkoutena yrittäjyyden kannalta. Väestön ikääntyminen mainittiin molempien alueiden heikkoutena, maaseutumaisissa kunnissa heikkoutena koettiin tämän lisäksi väestön väheneminen. Maaseudun uhkia yrittäjyydelle olivat lisäksi etäisyydet asiakkaisiin ja työvoiman saatavuus.

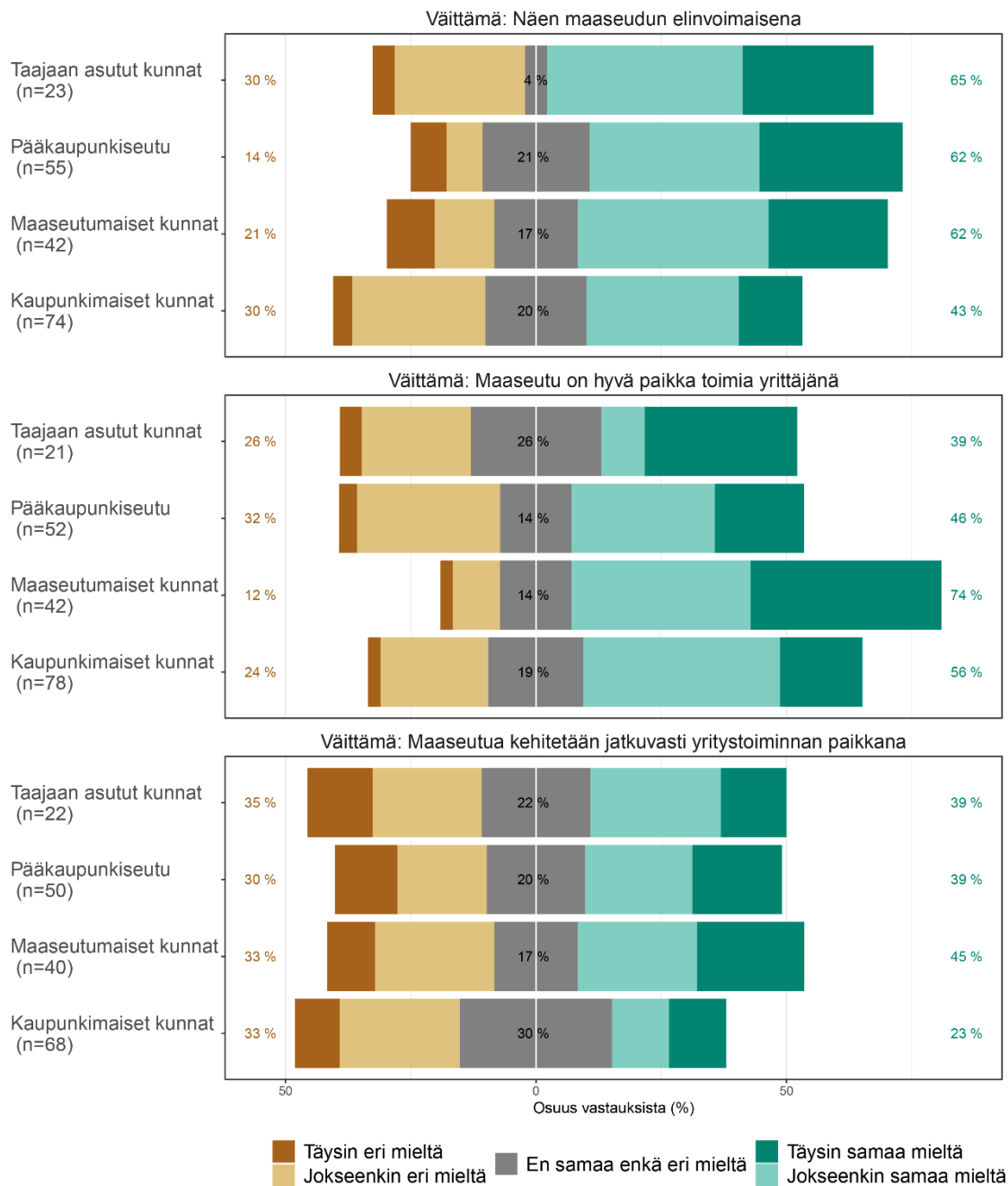
Taulukko 1. SWOT-analyysi (vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia, uhkia) nuorten yrittäjien asuinalueiden tekijöistä.

Maaseutu		Kaupunki	
<u>Vahvuuksia</u>	<u>Heikkouksia</u>	<u>Vahvuuksia</u>	<u>Heikkouksia</u>
Monipuolinen luonto	Tiestön kunto	Monipuolinen luonto	Asumismenot
Asumismenot	Liikenneyhteydet	Yrittäjyysympäristö	Kunnan hallinto
Monipuoliset asu- misen muodot	Väestön ikääntyminen	Liikenneyhteydet	Väestön ikääntyminen
	Väestön väheneminen		
<u>Mahdollisuuksia</u>	<u>Uhkia</u>	<u>Mahdollisuuksia</u>	<u>Uhkia</u>
Monipuolinen luonto	Väestön väheneminen	Yrittäjyysympäristö	Asumismenot
Yrittäjyysympäristö	Väestön ikääntyminen	Yhteistyön kulttuuri	Väestön väheneminen
Yhteistyön kulttuuri	Tiestön kunto	Monipuolinen luonto	Väestön ikääntyminen
	Etäisyys asiakkaisiin		
	Työvoiman saatavuus		

Työpajassa asiantuntijat painottivat, että maaseudun saavutettavuutta pitää parantaa, mikä tarkoittaa sujuvampaa julkista liikennettä ja tiestön parempaa

kuntoa. Niin ikään nähtiin tärkeänä, että maaseudun palvelutarjonnasta pidetään huolta. Työpajassa myös korostettiin, että usein maaseutuun kytkeytyvien toimialojen imago ei ole positiivisia. Tämä vähentää houkuttelevuutta perustaa yritystä maaseutualueille.

Maaseutu kuitenkin nähtiin kyselyn mukaan elinvoimaisena paikkana; useimmat vastaajista olivat joko täysin tai jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa vastaajan asuinkunnasta riippumatta (Kuvio 7). Kriittisimpiä maaseudun elinvoimaisuutta kohtaan olivat taajaan asuttujen sekä kaupunkimaisten kuntien yrittäjät, joista noin kolmannes vastaajista oli eri mieltä väittämän kanssa. Maaseudun koettiin olevan hyvä paikka toimia yrittäjänä maaseutumaisissa kunnissa asuvien yrittäjien mielestä (74 %). Kaupunkimaisten ja pääkaupunkiseudun kunnista noin puolet vastaajista koki maaseudun hyvänä paikkana toimia yrittäjänä. Yrittäjät olivat vähiten samaa mieltä väittämästä, kuinka maaseutua kehitetään yritystoiminnan paikkana. Maaseutumaisten kuntien yrittäjistä 45 prosenttia ja kaupunkimaisten kuntien yrittäjistä vain 23 prosenttia koki, että maaseutua kehitetään jatkuvasti yritystoiminnan paikkana.



Kuvio 7. Maaseudun elinvoimaisuus vastaajan asuinkunnan ryhmittelyn mukaan. Täysin tai jokseenkin eri mieltä vastausten osuus on esitetty ruskean sävyillä, en samaa enkä eri mieltä harmaalla ja jokseenkin tai täysin samaa mieltä vihreän sävyillä. En osaa sanoa -vastausten osuuden kunkin kuntaryhmän osalta saa vähentämällä 100 %:sta väritettyjen vastausten yhteenlasketut prosenttiosuudet.

Kirjallisuudessa maaseudun potentiaali näyttäytyy mahdollisuuksina asumisen ja rakentamisen parissa. Maaseudun vahvuutena oleva rakentamisen väljyys antaa erilaisen mahdollisuuden liiketoimintaan kuin kaupunkiympäristö. Kasvukeskusten ulkopuolelta saattaa olla mahdollista löytää yrityksen tarpeita vastaavia liiketiloja edullisesti (Saarinen 2020). Kaupunkialueiden korkeat elinkustannukset vähentävät kaupunkialueiden houkutusta samalla kun maa-, metsä- ja elintarviketalouden osaaminen keskittyy maaseudulle ja raaka-aineiden saatavuus on varmempaa maaseudun läheisille yrityksille. Riippuen kunnasta maaseudun palvelut ovat toimivia ja esimerkiksi kulkuyhteydet kaupunkeihin ovat kunnossa. (Niittykangas 2011).

Luonnon merkitys maaseudun arvottamisessa on noussut aiemmin esiin muun muassa Maaseutubarometrissa 2020, jossa luonto linkittyy vahvasti mielikuvaan maaseudusta (Pyysiäinen ja Vihinen 2021). Monipuoliset luontoarvot mahdollistavat muun muassa matkailu- ja elämyspalveluiden liiketoiminnan lisäämistä (Grahm 2021). Lisäksi kesäaikaiset asukkaat luovat uusia palvelutarpeita ja yritystoiminnan mahdollisuuksia maaseudulle. Monipaikkaisuuden merkittävänä vahvuutena onkin todettu olevan tulot paikalliselle elinkeinoelämälle (Huovari ym. 2023). Monipaikkaisuus ja työnkuvien laajentuminen digitalisaation ansiosta mahdollistaa työskentelyn myös harvaan asutuilla seuduilla, mutta samalla ennen kaikkea tietoliikenneyhteyksien merkitys yritystoiminnan edellytyksenä korostuu. Maaseudun tietoliikenneyhteyksiä ei nähdä erityisenä heikkoutena tai uhkana yrittäjyydelle, mutta niiden laadussa on todettu olevan alueellisia eroja (MMM 2017).

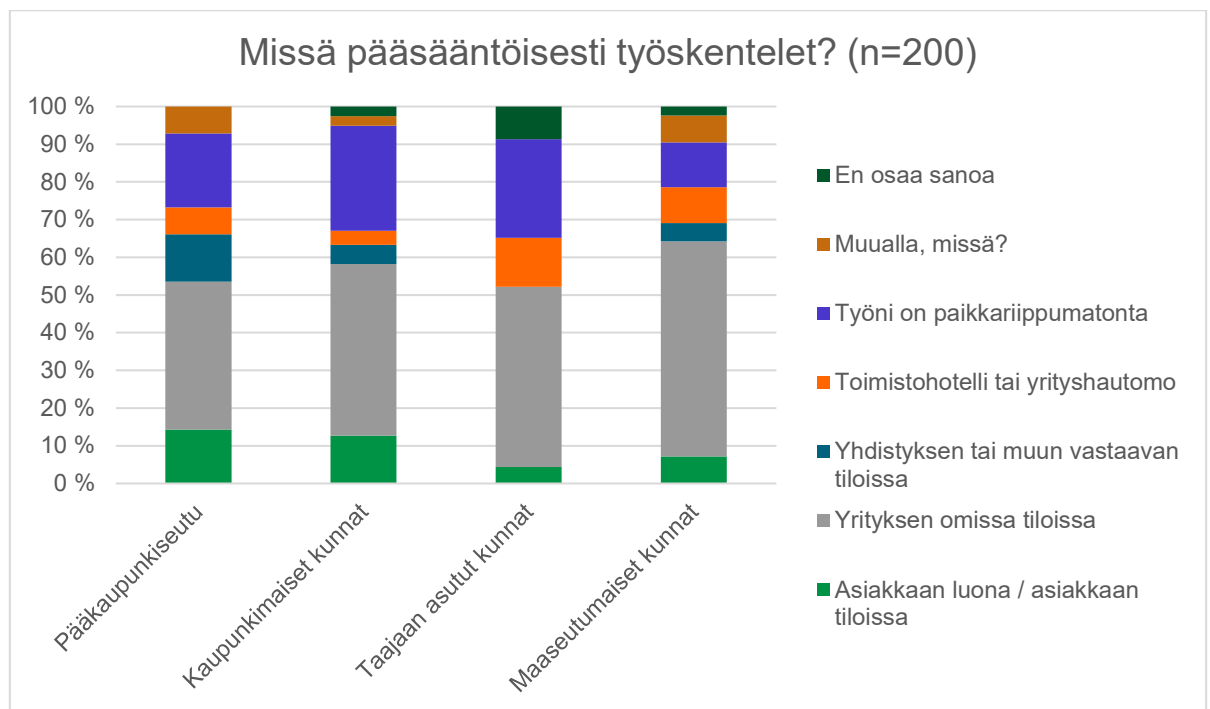
Kyselyssä maaseutualueiden suurimpina uhkina koettu väestön väheneminen ja ikääntyminen on tunnistettu aikaisemmin esimerkiksi Niittykankaan (2011) maaseutua koskevassa analyysissä. Väestön väheneminen heikentää palveluntarjoajan edellytyksiä toimia alueella, jolloin palvelut siirtyvät pois maaseudulta. Pidentyvät välimatkat heikentävät yritystoiminnan edellytyksiä sekä mielekkyyttä muuttaa alueelle (Niittykangas 2011).

4.1 Yritysten toimintaympäristön piirteet: markkina-alueena useimmiten koko Suomi

- Yrittäjistä puolella oli omia tiloja yritystoimintaa varten, kuitenkin paikka-riippumaton työskentely oli mahdollista jo 20 prosentille vastaajista. Näitä yrittäjiä varten maaseudun arkea ja mahdollisuuksia tulisi tuoda esille, jotta maaseutu säilyisi houkuttelevana yrittäjyysympäristönä myös tulevaisuudessa.

Uudet yrittäjyyden muodot mahdollistavat uusia tapoja toimia yrittäjänä. Esi-merkiksi kevytyrittäjyys avaa yrittäjyyden ovet yhä useammalle nuorelle toimia yrittäjänä palkkatöiden tai opiskeluiden ohella.

Kyselyn yrittäjien yritystoiminta edellyttää useimmiten fyysisiä työskentelytiloja, monille työskentely on myös paikkariippumatonta. Kyselyyn vastanneista yrittäjistä noin puolet työskenteli yrityksen omissa tiloissa (Kuvio 8). Viidesosalle työ oli paikkariippumatonta, ja viisi prosenttia vastaajista, jotka kertoivat työskentelevänsä muualla, työskentelivät kotona. Paikkariippumattomasti työskentelevistä yrityksistä 75 prosenttia sijaitsi pääkaupunkiseudulla tai kaupunkimaisissa kunnissa.



Kuvio 8. Yrittäjien pääsääntöinen työskentelypaikka.

Yritysten yleisin markkina-alue oli koko Suomi. Noin 40 prosenttia yrityksistä toimi maanlaajuisesti. Noin 20 prosenttia vastaajista toimi oman maakunnan sisällä, ja 26 prosenttia toimi paikallisilla markkinoilla. Ulkomaille vientiä harjoitti 12 prosenttia vastaajista.

Raaka-aineet hankitaan hieman useammin siltä alueelta, missä yritys sijaitsee. Noin joka kolmas kaupunkialueiden yritys hankki raaka-aineensa kaupunkialueilta, kun taas taajama- ja maaseutukuntien yrityksistä melkein joka toinen hankki raaka-aineensa maaseutualueilta. Noin joka kymmenes yritys ilmoitti

raaka-aineidensa tulevan ulkomailta, näistä enemmistö toimi taajama-alueilla. Noin joka kahdeksas yritys kertoi toimivansa digitaalisesti, näistä lähes kaikki toimivat kaupunkialueilla (87 %). Yritykset, joilla oli palkattua työvoimaa (n=69) olivat useimmiten (80 %) kaupunkialueiden yrityksiä, ja ne saivat työvoimansa suurelta osin kaupunkialueilta. Neljäsosa yritysten työvoimasta oli lähtöisin maaseutualueilta, ja vajaa viidesosa yritysten työvoimasta oli lähtöisin joko ulkomailta (13 %) tai yritys toimi digitaalisesti (4 %).

Työpajassa todettiin painokkaasti, että maaseudulla elämisestä tarvitaan lisää tietoa, sillä maaseudulla asuminen voi tuntua täysin vieraalta usealle kaupunkialueen nuorelle ja myös vanhemmalle. Maaseudun elämää olisi hyvä tuoda esille muillekin kuin yrittäjille, ja maaseudun mahdollisuuksia asuinpaikkana olisi hyvä korostaa jo alemmilla kouluasteilla.

Myös monipaikkaisuus voi tarjota uusia mahdollisuuksia maaseudulle. Maaseutubarometrissa vuodelta 2020 kolmasosa kansalaisista voisi harkita monipaikkaista- tai etäyrittäjyyttä, jossa osa yritystoiminnasta tapahtuisi maaseudulta (Vihinen ja Ovaska 2021). Selvityksen työpajassa korostettiin myös monipaikkaisuuden merkitystä maaseutualueiden yrittäjyyden lisäämisen mahdollisuutena. Monipaikkaisuuden koettiin mahdollistavan muun muassa kausityön tekemistä ja helpottavan työvoiman liikkuvuutta. Monipaikkaisesti työskentelevät yrittäjät voisivat siten vahvistaa maaseudun yhteisöjä ja verkostoja. Työpajassa keinoina lisätä paikallisten ja monipaikkaisesti työskentelevien kohtaamista korostettiin olevan etätyöpisteet ja muut yhteiset kohtaamispaikat. Monipaikkaisesti työskentelevät voisivat toimia myös vertaistukena paikallisille yrittäjille.

4.2 Sijainnin merkitys yritystoiminnalle

- Suosituin vaihtoehtoinen sijainti yritykselle oli kaupunkialue. Joka kuudennen yrityksen toimipaikka oli kuitenkin sidottu nykyiseen sijaintiin, ja joka seitsemäs yritys ei ollut halukas vaihtamaan sijaintia. Yrityksen sijaintia hyödynsi markkinoinnissaan noin joka neljäs yrityksistä. Erityisesti maaseudulla markkinoinnissa voitaisiin hyödyntää sosiaalisen median kanavia ja pelillistämisen ja tarinallistamisen keinoja.

Maaseutu tarjoaa jo tällä hetkellä kesäkaudella monelle kausityötä, tämän lisäksi monipaikkainen työskentely mahdollistaa yritystoiminnan sijoittumisen

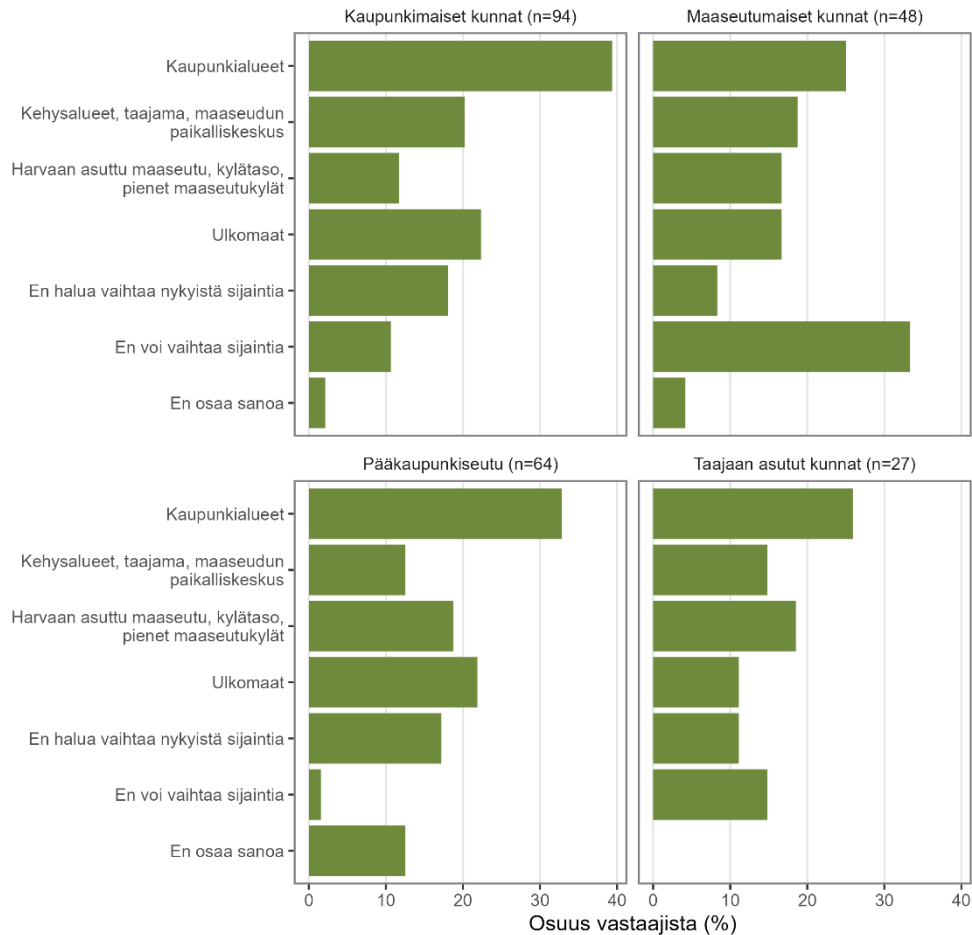
alueelle, erityisesti nuoret² kaupunkilaiset ovat kiinnostuneita yrittäjyydestä, josta osa tapahtuu maaseudulla (Vihinen ja Ovaska 2021). Myös koronapandemia siirsi muuttoliikettä maaseutumyönteisempään suuntaan, mutta ilmiön kestosta ja pysyvyydestä on vielä epävarmuutta (Lehtonen ja Kotavaara 2021).

Kyselyn yrittäjille yleisin vaihtoehto toimipaikaksi olisi kaupunki, maaseudulla joka kolmas yrittäjä ei kuitenkaan voisi vaihtaa nykyistä sijaintiaan. Kyselyssä tarkasteltiin myös sijainnin merkitystä yritystoiminnalle. Yrittäjiltä kysyttiin, olisivatko he halukkaita vaihtamaan yrityksen sijaintia jollekin toiselle alueelle ja toisaalta hyödyntävätkö he yritystoiminnan sijaintia markkinoinnissaan.

Yrityksen sijaintipaikka ei vastaajien näkemyksen mukaan voi olla mikä tahansa. Kysyttäessä, voisiko yritys sijaita jossain muualla kuin nykyisessä paikassa, 16 prosenttia kyselyyn vastanneista ei voisi vaihtaa yrityksensä toimipaikkaa muualle (Kuvio 9). Jos toimipaikkana olisi joku muu kuin nykyinen sijainti, 39 prosenttia vastanneista voisi sijoittaa yritystoiminnan kaupunkialueille, 23 prosenttia ulkomaille ja 18 prosenttia maaseutualueille.

² Kaupungeissa asuvat nuoret 15–29-vuotiaat kansalaiset

Voisiko toimipaikkana olla muu kuin nykyinen sijainti



Kuvio 9. Yritysten vaihtoehdot toimipaikkoina. Vastaajilla oli mahdollisuus valita useita eri vaihtoehtoja.

Vain reilu neljännes yrittäjistä hyödynsi yrityksen sijaintia keskeisesti tai jossain määrin yrityksen markkinoinnissa. Viidennes ei hyödyntänyt sijaintia yrityksen markkinoinnissa, ja reilu puolet ei osannut sanoa, hyödynsikö vai ei (Kuvio 10). Vastauksia 'jossain määrin' ja 'en' pyydettiin tarkentamaan avoimilla vastauksilla. Avoimissa vastauksissa paikkaa korostettiin hyödynnettävän muun muassa markkinoinnissa sijoittumalla lähelle asiakasta, liittämällä paikka yrityksen brändiin tai sijoittumalla vähemmän kilpaillulle alueelle. Ne, jotka eivät hyödyntäneet sijaintia markkinoinnissa, vastasivat syiksi muun muassa sen, ettei ole tarvetta tai siitä ei ole hyötyä. Syinä mainittiin esimerkiksi paikkariippumaton työ tai alkutuotanto, jolloin sijainnin markkinoinnilla ei koettu olevan lisäarvoa.



Kuvio 10. Sijainnin hyödyntäminen tuotteen tai palvelun markkinoinnissa (% vastaajista).

Työpajassa ratkaisuksi maaseudun elinvoiman lisäämiseksi nostettiin maaseudun elämän ja yritysten sijainnin vieminen lähemmäs kuluttajia pelillistämisen ja tarinallistamisen keinoin, tavoitteena luoda maaseudun arjesta tarina tai toiminta, johon kuluttajat haluavat sitoutua. Erityisesti eri sosiaalisten medioiden kanavia tulisi hyödyntää. Sosiaalisen median avulla luotaisiin tarinaa yrittäjien palveluista tai tuotteesta yhdistäen ne yrityksen historiaan ja yritystoiminnan paikkaan. Näin yritys pystyisi hyödyntämään mahdollisesti syntyvää vuorovaikutusta kuluttajien kanssa sekä vastaamaan kuluttajien muuttuvaan kysyntään. Apuna tarinallistamisessa ja pelillistämisessä voisi hyödyntää sosiaalisen median osaajia yhdistäen heidän osaamistaan maaseudun yrittäjien tarpeiden kanssa. Maaseudun arjen tuominen lähemmäs kuluttajia voisi edistää myönteistä maaseutukuvaa.

5 Kriisien vaikutus yrittäjyyteen

- Viimeaikaiset globaalit kriisit ovat heikentäneet niin yrittäjien investointihalukkuutta kuin yritysten maksuvalmiutta ja kannattavuutta. Samalla kotimaisen tuotannon merkitys on kasvanut, minkä nähtiin lisänneen maaseudun houkuttelevuutta.

Käsillä oleva selvitys tehtiin kahden yhtäaikaisen maailmanlaajuisen kriisin aikana. Koronapandemian vahvin vaihe kesti keväästä 2020 syksyyn 2022. Samaan aikaan helmikuussa 2022 alkoi Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan. Sota on käynnissä edelleen tämän raportin kirjoitusvaiheessa. Näiden kahden kriisin vuoksi selvityksessä tarkasteltiin erikseen nuorten yrittäjien näkemyksiä maaseudun elinvoimaisuudesta ja tulevaisuuden näkymiä kriisien aikana.

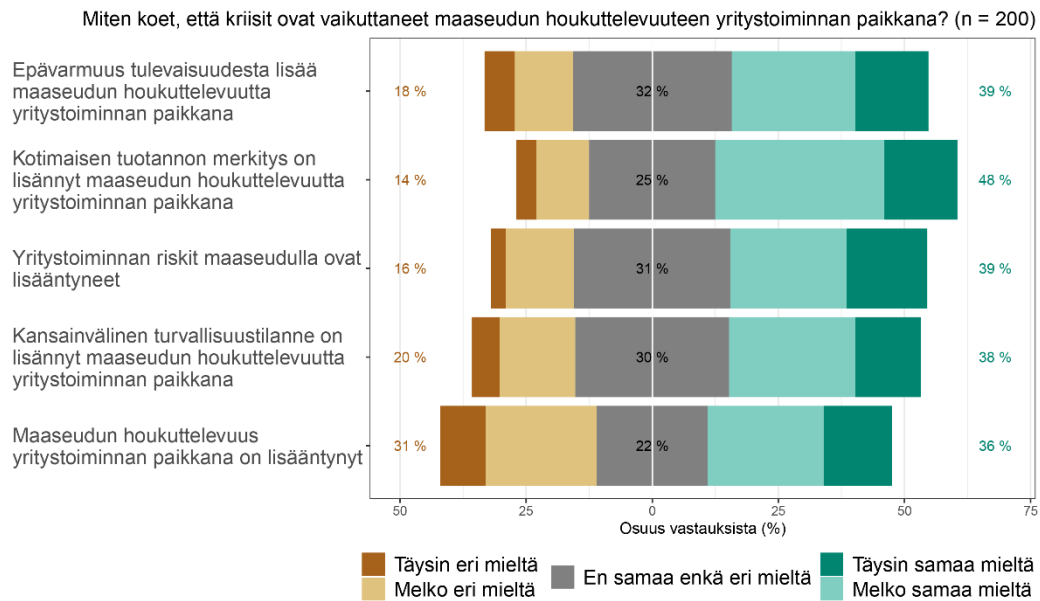
Kyselyn yrittäjien mukaan kriisit lisäävät maaseudun houkuttelevuutta.

Kyselyssä selvitettiin koronapandemian ja Ukrainan sodan seurauksena syntyneitä vaikutuksia yritystoimintaan sekä maaseudun elinvoimaan. Lähes 70 prosenttia yrittäjistä oli sitä mieltä, että kriisien myötä lisääntynyt taloudellinen epävarmuus oli heikentänyt investointihalukkuutta (Kuvio 11). Myös kustannusten nousu oli heikentänyt yrityksen maksuvalmiutta ja kannattavuutta jopa 60 prosentilla yrityksistä.



Kuvio 11. Kriisien vaikutukset yrittäjähallukkuuteen tai yrittäjyyteen (% vastaajista). Täysin tai jokseenkin eri mieltä vastausten osuudet on esitetty ruskean sävyillä, en samaa enkä eri mieltä harmaan sävyillä ja jokseenkin tai täysin samaa mieltä vihreän sävyillä. En osaa sanoa -vastausten osuuden kunkin vastauksen osalta saa vähentämällä 100 %:sta väritettyjen vastausten yhteenlasketut prosenttiosuudet.

Viime vuosien globaalit kriisit ovat lisänneet maaseudun houkuttelevuutta, sillä lähes puolet vastanneista koki maaseudun houkuttelevuuden lisääntyneen, vaikka samalla myös yritystoiminnan riskien koettiin lisääntyneen (Kuvio 12). Lähes puolet vastaajista koki, että epävarmuus tulevaisuudesta ja kotimaisen tuotannon merkitys on lisännyt maaseudun houkuttelevuutta. Niin ikään noin 40 prosenttia koki kansainvälisen turvallisuustilanteen lisänneen maaseudun houkuttelevuutta yritystoiminnan paikkana.



Kuvio 12. Kriisien vaikutukset maaseudun houkuttelevuuteen yritystoiminnan paikkana (% vastaajista).

Kyselyyn vastanneet yrittäjät näkivät maaseudun kriiseistä huolimatta edelleen hyvänä paikkana toimia yrittäjänä. Vaikka yritystoiminnan riskien koettiin jos-sain määrin lisääntyneen, kotimaisen tuotannon merkityksen korostumisen koettiin lisänneen maaseudun houkuttelevuutta.

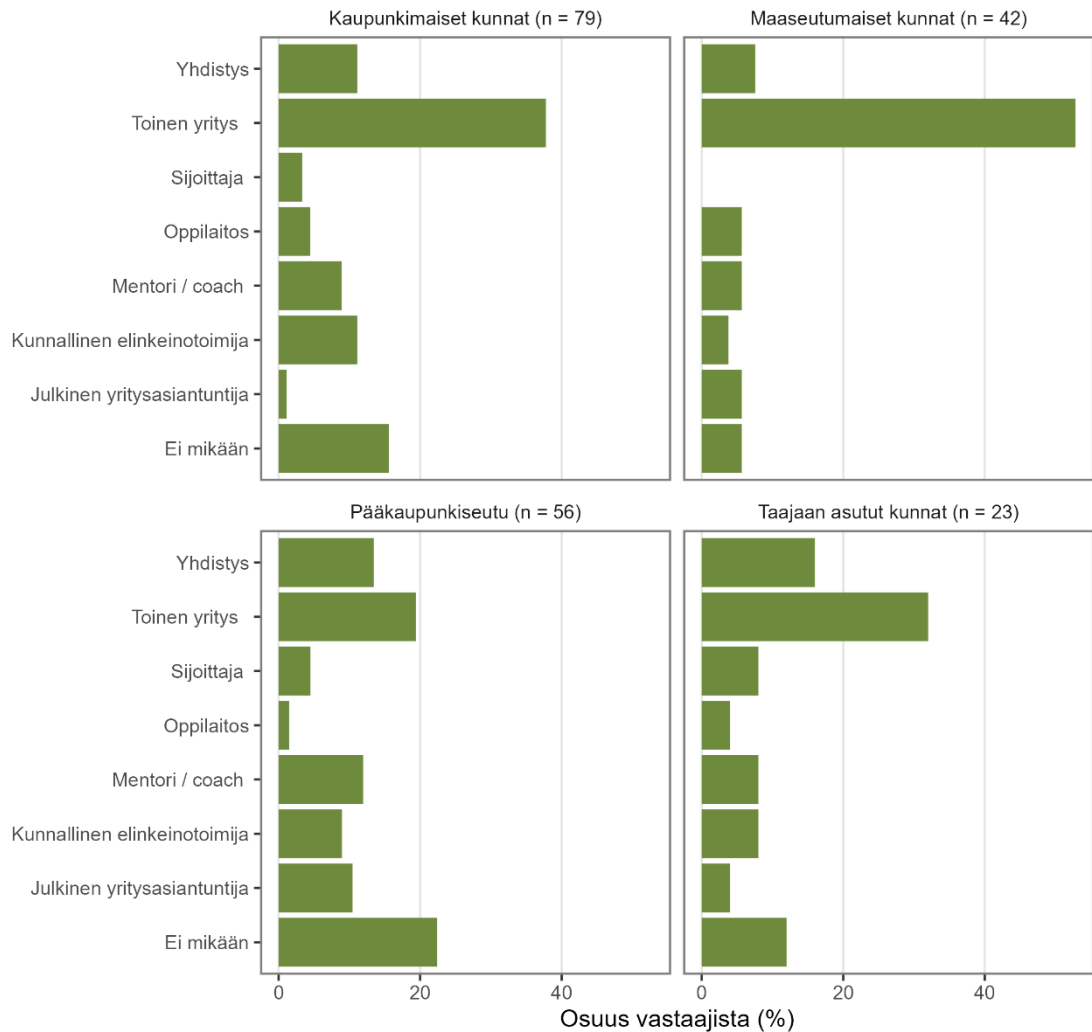
6 Yhteistyön tarpeita, tapoja ja tukea nuorille yrittäjille

- Noin joka viidennellä yrityksellä ei ollut lainkaan tärkeitä yhteistyökumppaneita. Tärkein kumppani oli useimmiten toinen yritys, erityisesti maaseudulla jopa puolella yrityksistä. Verkostoitumismahdollisuuksia eri toimialojen välillä tulisi lisätä, ja erityisesti nuoret tulisi ottaa aktiivisesti mukaan.

Maaseudun yritystoimintaa kuvataan usein yhteisöllisenä. Koska etäisyydet muihin yrityksiin ja asiakkaisiin voivat olla pitkiäkin, on yhteistyölle tilaa ja tarvetta paikallisella tasolla.

Kyselyn yrittäjillä on maaseudulla kumppanina toinen yritys, kaupungissa harvemmin mitään. Kyselyyn vastanneet yrittäjät tekivät eniten yhteistyötä toisen yrityksen tai yhdistyksen kanssa (Kuvio 13). Kaikista vastanneista yrittäjistä 40 prosenttia ilmoitti tärkeimmäksi yhteistyökumppaniksi toisen yrityksen, 14 prosenttia yhdistyksen. Vastaajista 18 prosenttia kertoi, että yrityksellä ei ollut lainkaan tärkeintä yhteistyökumppania. Maaseutukunnissa sijaitsevilla yrityksillä oli eniten yhteistyötä toisen yrityksen kanssa.

Mitkä ovat tärkeimpiä kumppaneitasi tai yhteistyötahoja yritystoimintasi tukena?



Kuvio 13. Yritysten tärkeimmät yhteistyökumppanit tai -tahot yritystoiminnan tukena. Vastaajat pystyivät valitsemaan useita vaihtoehtoja.

Työpajassa nuorten yrittäjien yhteistyölle koettiin olevan tilaa erityisesti verkostoissa ja sosiaalisen median parissa. Nuorten yhteistyön lisäämisessä olemassa olevien yhteisöjen tulisi olla aktiivinen ottamaan nuoria mukaan ja auttaa yrityksiä ja nuoria kohtaamaan toisensa. Yhteistyön lisäämiseksi etäyhteydet eivät yksistään riitä, vaan tarvitaan aktiivisia nuorten fyysisiä kohtaamisia. Paikallista yhteistyötä voi olla helpompi aloittaa paikkakunnilla, joilla on vähän oman alan kilpailua. Toisaalta maaseudun yrittäjillä voi olla riski jäädä yksin, jos kumppaneita toiminnalle ei ole saatavilla.

7 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset

Maaseutualueita on haastanut viime vuosina erityisesti muutokset työssäkäynnissä, digitaalisuudessa ja muuttoliikkeessä. Nuorten muuttoliike on suuntautunut kaupunkeihin ja muuttaminen maaseudulle on vähentynyt. Kehitystä on pyritty viime vuosina kääntämään muun muassa lapsiperheille suunnatuilla kampanjoilla, mutta tulokset eivät vielä juurikaan näy tilastoissa. Toisaalta monipaikkaisuuden kehitys tukee maaseutualueita, sillä vapaa-ajan vieton lisäksi yhä useammat henkilöt ovat kiinnostuneita työskentelemään tai perustamaan yrityksen maaseutualueille perustuen monipaikkaiseen toimintaan.

Selvityksen tulosten mukaan nuoret yrittäjät kokivat maaseudun tarjoavan alueen asukkaille ja yrityksille mahdollisuuksia erityisesti monipuolisen luonnon ja yhteisöllisyyden kautta, kun taas suurimpina uhkina koettiin olevan heikkenevä tiestö ja väestön väheneminen. Väestön siirtyminen kaupunkialueille luo puolestaan kaupunkialueiden yrittäjille uhkan kasvavista asumismenoista. Kasvat etäisyydet kaupunki- ja maaseutualueiden välillä lisäävät puolestaan painetta toimivalle tie- ja tietoliikenneinfrastruktuurille.

Maaseudun väestömäärässä on toistuvaa vaihtelua, sillä maaseutu on muun muassa merkittävä kausityön tarjoaja. Myös globaalit kriisit kuten koronapandemia vaikutti maaseutualueiden muuttoliikenteeseen ja mielikuvaan positiivisesti. Kuitenkin pandemiasta seuranneen muutoksen pysyvyydestä on epävarmuutta, ja vaikutus voi jäädä ajallisesti lyhytluontoiseksi. Kriisien luoma positiivinen mielikuva maaseudusta olisi kuitenkin hyvä huomioida aluekehityksessä. Myös selvityksen kyselyyn vastanneet yrittäjät kokivat kriisien vaikuttaneen maaseudun elinvoimaan joiltain osin positiivisesti, erityisesti kotimaisen tuotannon merkityksen nähtiin kasvaneen. Samalla kuitenkin kriiseillä on ollut liiketoimintaan heikentäviä vaikutuksia, ja investointihalukkuus oli heikentynyt. Silti yrittäjyys nähtiin kaikilla alueilla kuitenkin edelleen pääosin mielekkäänä.

Maaseutualueiden kehitysnäkymät olivat yrittäjien silmissä heikoissa kanteissa: alle puolet yrittäjistä oli sitä mieltä, että maaseutualueita kehitetään yritystoiminnan paikkana. Negatiivisen muuttoliikkeen takia maaseudun elinvoiman lisäämisessä ei voi tuudittautua pelkästään uusien yritysten perustamiseen tai niiden houkuttelemiseen alueelle, vaan näiden lisäksi kehittämisen tulisi kohdistua myös olemassa olevien yritysten uudistumiseen yrityskaupan yhteydessä. Samalla yrityskauppojen ja omistajanvaihdojen mielikuva olisi muovattava myönteiseksi ja mahdollisuuksien mukaan pyrittävä luomaan siitä trendikäs ilmiö. Lisäksi eri yritysmuotojen toimivuutta ja niiden soveltuvuutta eri

aloille olisi hyvä tuoda esille potentiaalisille nuorille yrittäjille. Selvitys osoitti muun muassa, että esimerkiksi osuuskuntamalli tunnettiin kohtalaisen hyvin, ja sen todettiin toimivan hyvin useammalla toimialalla kuten hoivapalveluissa, tili-toimistoissa ja IT-palveluissa, mutta osuuskuntapohjaisia yrityksiä vastaajajoukossa oli silti vain vähän. Eri yritysmuodot voisivat tarjota uusille yrittäjille mielekkään alun vaikkapa yrityskumppanin tai vertaistuen muodossa.

Kyselyn nuorista yrittäjistä suurin osa oli ryhtynyt yrittäjäksi omasta yrittäjyyshalustaan. Yrittäjyyttä pohtiville nuorille kuntien ja yritysryhmien tarjoamat lyhyet yritystoimintaan tutustuttavat projektit voisivat toimia väylänä innostaa nuoria yrittäjyyteen ja avartaa maaseudun mahdollisuuksia asuinpaikkana. Vertaistuen saatavuusolemassaolo olisi myös keino lisätä yrittäjyyden mielekkyyttä: yrityskummitoiminta ja mentorointi voisivat laskea yrittäjäksi ryhtymisen kynnystä. Tämän lisäksi kaikenikäisten yrittäjien kohtaamisten mahdollistaminen olisi tärkeä keino lisätä yrittäjien välistä vuorovaikutusta.

Selvityksen perusteella tunnistettiin seuraavat kehittämissuhteet nuorten yrittäjyyden edistämiseksi Suomen maaseudulla:

- **Maaseutualueiden arkea ja yrittäjyyttä tuodaan esille niin kuluttajille kuin yrittäjille.** Yrittäjät voivat elävöittää mielikuvaa yritystoiminnasta ja elämästä maaseudulla. Tehokkaita keinoja markkinoinnissa ovat tarinallistamisen ja pelillistämisen keinot, ja näitä keinoja tulisi tuoda yritysten toimintaan mukaan tuomalla yhteen sosiaalisen median osaajia sekä maaseudun yrittäjiä.
- **Yrittäjien yhteistyötä tulee lisätä tarjoamalla avoimia kohtaamispaikkoja yrittäjille.** Nuorille yrittäjillä tärkein yhteistyökumppani oli toinen yritys, ja digitaalisen yrittäjyyden lisääntyessä tarvitaan sekä fyysisiä että verkossa toimivia kohtaamispaikkoja yhteistyön lisäämiseksi. Erityisesti nuoret pitäisi ottaa aktiivisesti mukaan verkostoihin ja olemassa oleviin yhteisöihin tai järjestöihin.
- **Monipaikkaisuus ja pidentyvät välimatkat palveluihin edellyttävät hyvää tieliikenneverkostoa ja nopeita tietoliikenneyhteyksiä.** Kuntien ja valtion tulee nähdä kasvavan monipaikkaisuuden merkitys työelämässä ja mahdollistaa työskentelytapojen monipuolistuminen ja paikkasidonnaisuuden vähentyminen panostamalla eri alueiden välisiin tie- ja tietoliikenneyhteyksiin.
- **Maaseudun yritystoimintaa kehitetään eri tilanteissa olevien yritysten näkökulmista.** Yritystoiminnan kehittämistä tulisi tehdä entistä

vahvemmin uudistuvien yritysten ehdoilla. Erityistä huomiota tulisi kiinnittää nykyisten yritysten uudistumiseen yritysoston yhteydessä eli restartup-toimintaan. Eri yhtiömuotojen tunnettavuutta tulee lisätä.

8 Lähteet

Anderson, A.R., Wallace, C., and Townsend, L. (2016). Great expectations or small country living? Enabling small rural creative businesses with ICT. *Sociologia Ruralis* 56(3), 450–468.

Elinkeino, liikenne- ja ympäristökeskus, Maaseudun yritysrahoitus.
<https://www.ely-keskus.fi/maaseudun-yritysrahoitus> Viitattu 22.8.2022.

Grahn, M. (2021). Kulttuuriperintöyrittäjyys maaseudun voimavarana, *Matkailututkimus* 17(1): 7–25.

Huovari, J., Kujala, P., Lehtonen, O., Saukkonen, P., Vaahtoniemi, S. ja Vartiainen, N. (2023). Monipaikkaisuuden kuntatalousvaikutukset Suomessa. Kes kustelupaperi. Itä-Suomen yliopisto, Pellervon taloustutkimus PTT ry. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta, valtioneuvoston kanslia, valtiovarainministeriö.

Kuhmonen, T. (2020). Nuorten yrittäjyyspolut. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto.

Kuhmonen, T. ja Kinnunen, V. (2017). Pirkanmaan nuorten tulevaisuuskuvat. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto.

Kujala, P., Virkkala, S. & Lähdesmäki, M. (2021). Authorities as enablers in rural business support policy regime – case study Finland. *Sociologia Ruralis* 61: 1, 212–233. Saatavilla: <https://doi.org/10.1111/soru.12326>

Leader Suomi (2022). <https://www.leadersuomi.fi/fi/mita-on-leader/> (viitattu 28.7.2022).

Lehtonen, O. ja Kotavaara, O. (2021). Havaintoja ihmisten liikkuvuudesta ja nettomuuttoliikkeestä koronapandemian aikana, *Maaseutututkimus* 29(1): 32–59.

Luonnonvarakeskus, Maatalous- ja puutarhayritysten rakenne (2021).
https://statdb.luke.fi/PxWeb/pxweb/fi/LUKE/LUKE__02%20Maatalous__02%20Rakenne__02%20Maatalous-%20ja%20puutarhayritysten%20rakenne/08_Viljelijoiden_lkm_yksityishenk_om_tiloilla.px/table/table-ViewLayout2/ (viitattu 13.1.2023).

Luonnonvarakeskus, Maatalous- ja puutarhayritysten muu yritystoiminta (2020). <https://www.luke.fi/fi/tilastot/maatalous-ja-puutarhayritysten-muu-yritystoiminta/maatalouslaskenta-2020-maatalous-ja-puutarhayritysten-muu-yritystoiminta-2020> (viitattu 9.3.2023).

Pyysiäinen, J. ja Vihinen, H. Maaseutubarometri 2020, osa 1. Maaseutupolitiikan neuvosto / maa- ja metsätalousministeriö. (2021). <https://www.maaseutupolitiikka.fi/uploads/MANE-raportit/Maaseutubarometri-taitettu-diasetti-osa-1-julkaisu-FINAL-17062020-paivitetty.pdf> (viitattu 25.7.2022).

Vihinen, H. ja Ovaska, U. Maaseutubarometri 2020, osa 2. Maaseutupolitiikan neuvosto / maa- ja metsätalousministeriö. (2021). <https://www.maaseutupolitiikka.fi/uploads/MANE-raportit/Maaseutubarometri-2020-tutkimusraportti-osa-2-FINAL.pdf> (viitattu 25.7.2022).

Maatalous- ja metsäministeriö, 2017. Maaseutukatsaus 2017. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80600/MMM_7_2017_low.pdf?sequence=1&isAllowed=y (viitattu 20.7.2022).

Niittykangas, H. (2011). Alueellinen yrittäjyys 2011: 271. Working paper, Jyväskylän University. School of Business and Economics.

Närvä, M., Rantamäki-Lahtinen, L. M. ja Ryhänen, M. (2018). Monialaiset maatilat maatalouden rakennemuutoksessa. Suomen Maataloustieteellisen Seuran tiedote. Vuosikerta 2018, Nro 35.

Patentti- ja rekisterihallitus. Rekisteröityjen uusien yritysten lukumäärät yritysmuodoittain kaupparekisterissä. (2022). <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystenlkm/rekisteroidytyritykset.html> (viitattu 17.8.2022).

Pukkinen, T., Heinonen, J., Hytti, U. ja Stenholm, P. (2021). Yrittäjyys maaseudun nuorten uravaihtoehtona.

Saarinen, E. (2020). Yrittäjyys maaseudulla – yrittäjien kokemuksia maaseudusta ja yrityksen toimipaikasta Lieksassa, Outokummussa ja Rääkkylässä: 91.

Sitra 2020. Sitran taustaraportti. VÄESTÖSELVITYS 2040. Väestöselvitys 2040 (sitra.fi)

Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., and Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe: a research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 10(6), 404–425.

Suomen ympäristökeskus. (2021). Kestävän yhdyskuntarakenteen jäljillä – näkökulmia ja ratkaisuja kaupunkien ja maaseutujen suunnittelun haasteisiin.

Suomen Yrittäjät 2020. Suomen Yrittäjien aluekehitysohjelma 2020–2025.

Tilastokeskus. Työssäkäynti. https://statfin.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_tyokay/statfin_tyokay_pxt_115m.px/table/tableViewLayout1/ Viitattu: 12.1.2023.

Tilastokeskus. Väestörakenne. https://statfin.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vaerak/statfin_vaerak_pxt_11s3.px/table/tableViewLayout1/ Viitattu: 22.8.2022.

Verohallinto. Uudet yritykset, 2017. Harmaan talouden selvitysyksikkö. <https://www.vero.fi/globalassets/harmaa-talous-ja-talousrikollisuus/laajuus/kuvat-videot-ja-tiedostot/uudet-yritykset.pdf>

Voutilainen, O. (2005). Yritystuki maaseudun kehittämisen välineenä – maaseudun mikroyritykset ja yritystukien kohdentuminen. MTT:n selvityksiä 95. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus, Helsinki. <http://www.mtt.fi/mtts/pdf/mtts95.pdf>