

TAMPEREEN YLIOPISTO

VIISI TARINAA YRITTÄJYYDESTÄ SUOMESSA

Maahanmuuttajanaisten yrittäjyysidentiteetin rakentuminen

Kasvatustieteiden tiedekunta
Ammattikasvatuksen tutkimus-
ja koulutuskeskus
Pro gradu -tutkielma
Tuula Merikallio
5.4.2007

Yliopisto ja tiedekunta TAMPEREEN YLIOPISTO Kasvatustieteiden tiedekunta Ammatti- ja aikuiskasvatuksen laitos
Tekijä MERIKALLIO TUULA
Työn nimi Viisi tarinaa yrittäjyydestä Suomessa Maahanmuuttajanaisten yrittäjyysidentiteetin rakentuminen
Oppiaine Ammattikasvatus
Työn laji Pro gradu-tutkielma 5.4.2007, 80 s.
<p>Yrittäjyyden lisääminen ja yritteliäs yhteiskunta on nostettu tärkeäksi tavoitteeksi Euroopan unionissa ja kansallisella tasolla Suomessa. Yrittäjyys ja yrittäjyyskasvatus ovat nousseet kiinnostaviksi aiheiksi myös aikuisten maahanmuuttajien ammatillisessa koulutuksessa, ammatilliseen koulutukseen valmistavassa koulutuksessa, sekä työllistymisessä koulutuksen lopettamisen jälkeen. Tämän tutkimuksen tavoitteena on saada yrittäjinä Suomessa toimivien maahanmuuttajanaisten äänet kuuluville ja tuoda tätä kautta uusia näkökulmia maahanmuuttajanaisten yrittäjyyteen..</p> <p>Tutkimuksessa tarkastellaan maahanmuuttajanaisten yrittäjyysidentiteetin rakentumista ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Ilmiötä tarkastellaan yrittäjysteorian, identiteettiteorian ja narratiivisuuden viitekehyksessä. Narratiivisuutta käytetään tutkimuksessa metodina ja teoriana. Tavoitteena on pystyä hyödyntämään tuloksia maahanmuuttajien valmistavassa koulutuksessa ja rohkaista maahanmuuttajanaisia toteuttamaan omia unelmiaan yrittäjyyden kautta.</p> <p>Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä on ollut narratiivinen haastattelu, jossa viisi maahanmuuttajataustaista naisyrittäjää kertoo yrittäjyystarinansa. Tiedonkeruumenetelmä perustuu käsitykseen siitä, että identiteetti rakentuu tarinoiden avulla.. Narratiivinen identiteetti on ihmisen itsensä konstruoima käsitys siitä kuka hän on. Tutkimusaineisto on analysoitu käyttäen narratiivisen aineiston analyysinä Categorical content aineiston lukutapaa, jonka avulla aineistosta löytyi haastateltaville yhteisiä teemoja. Naisyrittäjät halusivat luoda oman todellisuutensa tekemänsä työn kautta. Halu tehdä jotakin omaa nousi tärkeäksi yrittäjyyden määrittäjäksi. Yrittäjyyttä edelsi usein työttömyys, mutta oman yrityksen perustaminen teki mielekkään työn tekemisen mahdolliseksi. Naisyrittäjät olivat rohkeita, eivätkä he myöskään pelänneet riskien ottamista yritystoimintaa käynnistäessään. Yrittäjät olivat valmiita sekä fyysisesti, että henkisesti raskaaseen työhön ja valmiita uhraamaan vapaa-aikaansa yrityksen hyväksi. Oma etninen identiteetti koettiin tärkeäksi ja liiketoimintamahdollisuuksia etsittiin mielellään ”omien parista”, jolloin toimintakulttuuri ja kieli ovat yrittäjille tuttuja. Perheen ja työn yhteensovittaminen ei noussut haastattelujen perusteella ongelmaksi, mutta omaa vapaa-aikaa kaivattiin enemmän. Kaikilla yrittäjillä oli ollut yksi tai useampi suomalainen kumppani tai yhteyshenkilö apuna yrityksen perustamisvaiheessa, tämä koettiin tärkeänä mahdollisuutena verkostoitua valtaväestön kanssa ja päästä yritystoiminnan alkuun.</p>
Avainsanat Yrittäjyys, naisyrittäjyys, maahanmuuttajayrittäjyys, identiteetti, narratiivisuus, narratiivinen tutkimus
Säilytyspaikka Tampereen yliopiston kirjasto

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	5
2	TUTKIMUKSEN VIITEKEHYS JA TUTKIMUSKYSYMYS	8
2.1	Tieteenfilosofiset valinnat	9
2.2	Tiedonkeruumenetelmä	9
3	YRITTÄJYYS	10
3.1	Yrittäjyystutkimus	13
3.2	Naisyrittäjyys	14
3.3	Naisyrittäjyyden tutkimus	16
3.3.1	Naisyrittäjyyden tutkimus Suomessa	18
3.3.2	Naisyrittäjyyden feministisiä tutkimussuuntia	18
3.4	Maahanmuuttajayrittäjyys Suomessa	20
3.5	Maahanmuuttajayrittäjyyden tutkimus	21
4	IDENTITEETTI	22
4.1	Kolme näkemystä identiteetistä	23
4.2	Narratiivinen identiteetti	24
5	NARRATIIVISUUS JA NARRATIIVI	26
5.1	Narratiivi	27
5.2	Narratiivinen tutkimus	29
6	NAISYRITTÄJIEN VALINTA TUTKIMUKSEEN	31
7	NARRATIIVINEN ANALYYSI	33
8	YRITTÄJÄT KERTOVAT	35
8.1	Lee	36
8.1.2	Yritys kasvaa ja yrittäjyydestä tulee elämäntehtävä	37
8.1.3	Yrittäjän unelmia	38
8.1.4	Pohdintaa Leen yrittäjäidentiteetistä	38
8.2	Helen	40
8.2.1	Starttirahalla lehden kustantajaksi	40
8.2.2	Kannattavuus huolenaiheena	41
8.2.3	Yrittäjyys oppimisprosessina	42
8.2.4	Verkostoitumisen voima – naiset auttavat toisiaan	43
8.2.5	Ajatukset ovat jo tulevaisuudessa	43
8.2.6	Terveiset päättäjille	44
8.2.7	Kielitaidolla on merkitystä	45
8.2.8	Pohdintaa Helenin yrittäjäidentiteetistä	46
8.3	Olga	47
8.3.1	Muutto Suomeen ja yrittäjäksi ryhtyminen	47
8.3.2	Oma koti on matkustajakodissa	48
8.3.3	Koti myös asiakkaille	49
8.3.4	Tulevaisuuden suunnitelmia	49
8.3.5	Pohdintaa Olgan yrittäjäidentiteetistä	50
8.4	Elina	51
8.4.1	Alku oli hankalaa	52
8.4.2	Venäläisille suunnatut mediat vauhdittavat liiketoimintaa	53
8.4.3	Yrittäjyyden hyvät ja huonot puolet	53
8.4.4	Tulevaisuuden näkymiä	54
8.4.5	Pohdintaa Elinan yrittäjäidentiteetistä	55

8.5	Kristin	56
8.5.1	Puheterapeuttina Virossa.....	56
8.5.2	Osuuskunta kasvaa merkittäväksi matkailuyritykseksi.....	57
8.5.3	Kaikki muuttuu 28.9.1994	58
8.5.4	Sopiva cocktail työtä ja vapaa-aikaa.....	59
8.5.5	Työn hyvät ja huonot puolet	60
8.5.6	Tulevaisuudensuunnitelmia	60
8.5.7	Pohdintaa Kristinin yrittäjäidentiteetistä.....	61
9	YRITTÄJIÄ YHDISTÄVÄT LANGAT	62
9.1	<i>“I wanted to create my own job”</i>	62
9.2	<i>”Asia oli niin, että kun me tultiin Suomeen, meillä ei ollut työtä”</i>	63
9.3	<i>“I never look back, but I must say I have been very daring”</i>	64
9.4	<i>We started very small in the beginning and it was very tough work</i>	65
9.5	<i>You have to sacrifice your time if you want to do something</i>	66
9.6	Omien parissa – etniset verkostot toiminnan kivijalkana	68
9.7	Perheestä puheen ollen.....	70
10	YHTEENVETO TUTKIMUKSEN TULOKSISTA	70
10.1	Identiteetin rakentuminen tarkastelun kohteena	72
10.2.	Ehdotuksia jatkotutkimukseksi	73
	LÄHTEET.....	75

1 JOHDANTO

Yrittäjyyden lisääminen ja yrittäjämäisten kansalaisten kasvattaminen on nostettu erääksi tärkeäksi tavoitteeksi Euroopan unionissa. Kansallisella tasolla Suomi on ainoana jäsenmaana sitoutunut yrittäjyyden opettamiseen kaikilla koulutuksen tasoilla. Näillä toimilla pyritään lisäämään aloittavien yritysten määrää ja toisaalta kannustamaan kansalaisia yritteliäisyyteen muillakin elämän alueilla.

Hallituksen yrittäjyyden politiikkaohjelman tavoitteena on yritteliäs yhteiskunta. Yrittäjyyttä pyritään tukemaan erilaisissa käytännön hankkeissa, joista esimerkkeinä ovat mm. yrittäjyyskasvatus ja yritysneuvonta. Kansalaisten valmiuksia ryhtyä halutessaan yrittäjiksi parannetaan lisäämällä yrittäjyyskasvatusta opetussuunnitelmiin ja integroimalla sitä oppisisältöihin. Koulutuksen keinoin pyritään myös vahvistamaan liiketoimintaosaamista, jotta oman yrityksen perustaminen tulisi mahdolliseksi. Näiden toimenpiteiden tavoitteena on lisätä yrittäjyyden houkuttelevuutta yhtenä uravaihtoehtona. Yrittäjyyden ja yritystoiminnan osaamis pohjan vahvistaminen kattaa koko koulutusjärjestelmän mukaan lukien aikuiskoulutuksen.

Hallituksen yrittäjyyden politiikkaohjelman ja kauppa- ja teollisuusministeriön keskeisenä tavoitteena on myös nais- ja maahanmuuttajayrittäjyyden edistäminen. Kaikki tuntuvat toivovan lisää uusia yrittäjiä. Yrittäjyyteen liittyy kuitenkin paljon ennakkoluuloja, asenteita ja myyttejä, joita on vaikea muuttaa ja saada aikaan toimintaa.

Yritystoiminnan luonteeseen kuuluu jatkuva dynaaminen muutos, joka käsittää toiminnan aloittamisen ja lopettamisen. Yritysten kokonaismäärän kasvu riippuu siitä, missä määrin aloittaneiden määrä on suurempi kuin lopettaneiden määrä. Tällä hetkellä yritysten ja yrittäjien määrä on Suomessa kaikkien aikojen ennätystasolla. Yrittäjyysaktiivisuus ei kuitenkaan ole vielä päättäjien mielestä riittävää eikä yrittäjyyden vaikutus talouden ja työllisyyden kasvuun ole noussut vielä tavoitteena olevalle tasolle. Ministeri Mauri Pekkarinen peräänkuuluttaa kasvuyrittäjyyttä, joka hänen mukaansa on se elementti, jota ryydittämällä Suomen kehitetyn innovaatiojärjestelmän hyötysuhdetta ja tuloksellisuutta saadaan nostettua. (Ministeri Mauri Pekkarinen Yrittäjyyden politiikkaohjelman tilaisuudessa 13.6.2006). Kasvuyrittäjyyttä kaivataan

myös työllistävyytsvaikutuksen vuoksi, sillä suurin osa (88 prosenttia) aloittavista yrityksistä on yhden hengen yrityksiä. Tästä syystä työllistävyys on kehittyneiden maiden alhaisimpia, alle prosentti kokonaistyöllisyydestä (Hyrsky, Lipponen, 2004,26). Kaikki yrittäjäksi ryhtyvät tai yrittäjänä toimivat eivät kuitenkaan tavoittele yrityksen kasvattamista. Yrittäjyyteen ovat johtaneet erilaiset motiivit eikä kasvuyrittäjyys vastaa kaikkien yrittäjien toiminnan tarpeisiin. Vapaus päättää itse omista ja yrityksen asioista kangastelee monen yrittäjäksi aikovan mielessä. Haastattelemieni naisyrittäjien liiketoiminta on kasvanut vähitellen, jos liikeidea on ollut hyvä.

Yrittäjyys ja yrittäjyyskasvatus kuuluvat selkeästi ammattikasvatuksen piiriin ja nousevat erityisen kiinnostaviksi aiheiksi aikuisten maahanmuuttajien ammatillisessa koulutuksessa, ammatilliseen koulutukseen valmistavassa koulutuksessa sekä työllistymisessä koulutuksen lopettamisen jälkeen. Finnveran kenttäjohtaja Veijo Ojalan (18.2.2004) mukaan maahanmuuttajien osuus Finnveran asiakaskunnasta on noin 500. Tämä luku vastaa noin kahta prosenttia Finnveran asiakaskunnasta ja maahanmuuttajien osuutta väestöstä. Pienlaina- ja naisyrittäjälaina -asiakkaista maahanmuuttajien osuus on kuitenkin noin viisi prosenttia eli huomattavasti maahanmuuttajien väestöosuutta suurempi. Suomen Yrittäjien (<http://www.yrittajat.fi>) mielestä *maahanmuuttajat säännönmukaisesti työllistyvät muuta väestöä useammin yrittäjinä ja ammatinharjoittajina*. Päivittäisessä aikuiskouluttajan työssäni en ole kuitenkaan havainnut tätä ilmiötä. Yrittäjäksi ryhtyminen saattaa johtua siitä, että maahanmuuttajan ainoa mahdollisuus työllistyä suomalaisille työmarkkinoille on oman yrityksen perustaminen, tällöin kysymys on pakkoyrittäjyydestä, ei vapaaehtoisesta valinnasta. Maahanmuuttajien yrittäjyysaktiivisuudesta voisi myös päätellä, että erityisesti naiset olisivat kiinnostuneita yrittäjäksi ryhtymisestä. Tämän suuntaisia toiveita en ole kuitenkaan itse havainnut työskennellessäni kouluttajana maahanmuuttajataustaisten opiskelijoiden parissa. Tutkimuksessani olen yhdistänyt kaksi erityisryhmää, maahanmuuttajat ja naiset. Molempia ryhmiä on tutkittu lukuisissa aikaisemmissa tutkimuksissa erikseen. Maahanmuuttajanaisia ja yrittäjyyttä koskevia tutkimuksia on vähemmän ja ne keskittyvät usein tiettyyn etniseen ryhmään, kuten turkkilaiset tai aasialaiset. Tällaista rajausta en ole tutkimuksessani halunnut tehdä, vaan päinvastoin pyrin tarkastelemaan ilmiötä rikkaampana, sellaisena kuin se tällä hetkellä pääkaupunkiseudulla näyttäytyy.

Maahanmuuttajanaisen työllistyminen Suomessa on vaikeaa huolimatta hänen aikaisemmasta koulutushistoriastaan ja työkokemuksestaan entisessä kotimaassaan. Tähän

tutkimukseen innoittavana tekijänä on ollut henkilökohtainen kiinnostukseni tutustua paremmin maahanmuuttajataustaisten naisyrittäjien elämään. Mikä heidät sai tarttumaan yrittäjyyteen ja miten heidän yrittäjyytensä on rakentunut? Minkälaisia ihmisiä he ovat? Olisiko yrittäjyys muillekin maahanmuuttajanaيسille sopiva vaihtoehto? Miten yrittäjyyskasvatus voisi näyttäytyä nykyistä enemmän maahanmuuttajien valmistavassa koulutuksessa kannustavana ja yrittäjyyteen ja yritteliäisyyteen rohkaisevana osana opintoja? Pyrin lähestymään näitä kysymyksiä yrittäjäidentiteetin tutkimisen kautta.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on saada yrittäjinä toimivien maahanmuuttajanaisten äänet kuuluville. Tästä syystä olen valinnut tutkimukseeni narratiivisen lähestymistavan. Annan heidän itsensä kertoa yrittäjän tarinansa haluamallaan tavalla. Näiden elämäkertatarinoiden avulla tarkastelen maahanmuuttajanaisten yrittäjyysidentiteetin rakentumista. Yrittäjyysidentiteetti avaa näkymän siihen elämään ja arkeen, jota naiset ovat eläneet ja parhaillaan elävät. Sen avulla voidaan tarkastella sitä minkälaisia ihmisiä he ovat, tai minkälaisia ihmisiä he haluaisivat olla.

Kohderyhmäksi olen valinnut maahanmuuttajataustaisia itsenäisinä yrittäjinä tai elinkeinonharjoittajina toimivia naisia pääkaupunkiseudulta. Haastateltavat ovat löytyneet maahanmuuttajaopiskelijoiden ja -opettajien verkostojen avulla. Kaikki haastattelemani yrittäjät suostuivat mielellään kertomaan tarinansa. Tarinoiden kieli oli suomi tai englanti riippuen haastateltavan omasta toivomuksesta ja kielitaidosta. Kaksi haastateltavista olin tavannut aikaisemmin, muut haastateltavat tapasin haastattelutilanteessa ensimmäistä kertaa.

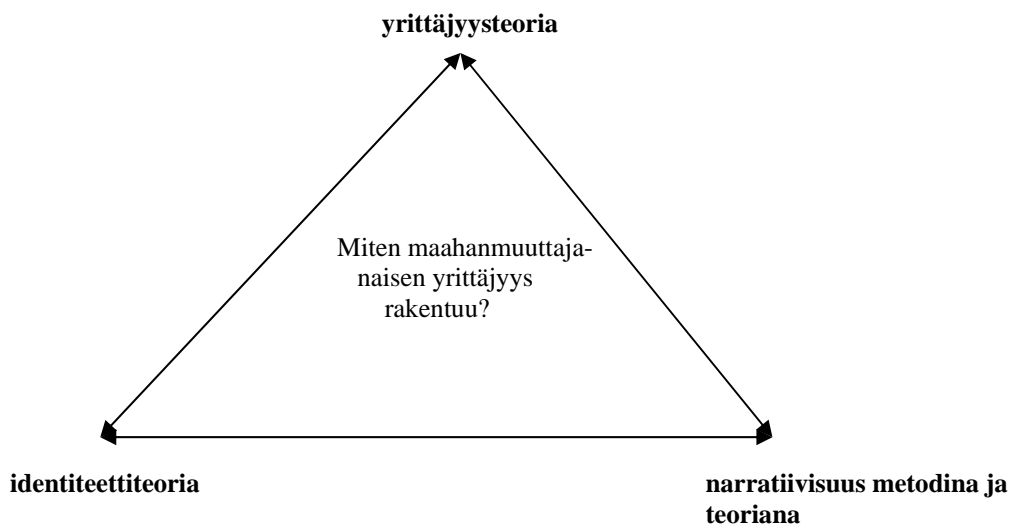
William Gartner (2006) toteaa yrittäjyyteen liittyvän tutkimuksen tekemisestä seuraavaa:

The challenge, then, for entrepreneurship scholars, is to be willing to build their own “big pile” of knowledge, facts, theories, experiences, and insights about the phenomenon of entrepreneurship, and to be at peace with the realization that much of what one collects is “utter crap.” The process of developing insight is not efficient. And, there is no guarantee that there will be fabulous stuff buried within one’s mess. But, such efforts are necessary.

Näiden ajatusten saattamana ja tietoisena tehtävän haasteellisuudesta avaan oven naisyrittäjien maailmaan.

2 TUTKIMUKSEN VIITEKEHYS JA TUTKIMUSKYSYMYYS

Tarkastelen maahanmuuttajanaisten yrittäjyyttä narratiivisesta näkökulmasta ja tarkastelun pohjana käytän Ulla Hytin kehittämää mallia narratiivisesta yrittäjyysidentiteetin rakentumisesta (Hytti 2003,18). Olen nostanut tutkimuksen keskiöön maahanmuuttajanaiset, Hytin tutkimuksessa keskiössä on yksilö (mies tai nainen).



Tutkimuksen perusajatuksena on se, että elämä on tarinallista ja tieto rakentuu sosiaalisessa vuorovaikutuksessa sosiaalisen konstruktivismin periaatteen mukaisesti. Lisäksi tausta-ajatuksena on, että tieto on tulkinnallista (hermeneutiikka). *Tutkimuskysymys on: miten maahanmuuttajanaisten yrittäjyysidentiteetti rakentuu ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat?*

Tutkimukseni teoreettisessa osuudessa tarkastelen yrittäjyyttä ja sen alakäsitteinä naisyrittäjyyttä, maahanmuuttajayrittäjyyttä ja yrittäjyystutkimusta keskittyen narratiiviseen (kerronnallinen, tarinallinen) tutkimukseen yrittäjyystutkimuksen alueella. Lisäksi tarkastelen identiteettiä ja narratiivisuutta ja näihin käsitteisiin liittyvää tutkimusta. Identiteetin rakentumiseen liittyvässä osassa nojaan käsitykseen, jonka mukaan yrittäjyysidentiteetti rakentuu jatkuvassa vuorovaikutuksessa ympäristön ja toisten ihmisten kanssa. Yrittäjät pyrkivät esittelemään itsensä hyvinä yrittäjinä ja ihmisinä, joiden elämät ovat merkityksellisiä ja ymmärrettäviä. (Hytti 2003, 18). Tämä identiteettikäsitys nojaa sosiologisen subjektin käsitykseen (Hall 1999).

2.1 Tieteenfilosofiset valinnat

Tutkimuksessani on narratiivinen lähestymistapa. Narratiivisuudesta käytetään myös nimeä *kerronnallisuus* tai *tarinallisuus*. Narratiivisuuden tausta-ajatuksina ovat hermeneutiikka ja strukturalismi ja se on metodologinen valinta, joka perustuu tutkimuksen ontologisiin ja epistemologisiin lähtökohtiin.

Tieteenfilosofisista suuntauksista hermeneutiikka korostaa ymmärtämistä ja tulkintaa. Hermeneutiikassa tutkimuksen kohdetta pidetään merkitysten kokonaisuutena. Kohteesta esitetään tulkinta, jonka avulla kohdetta tarkastellaan uudestaan, laajemmin ja syvemmin. Tämä johtaa jälleen uuteen tulkintaan. Hermeneutiikan mukaan ymmärtäminen on aina historiaan, aikaan ja paikkaan sidottua. (mm. Gadamer, 2004.)

Ontologia kuvaa tiedon luonnetta, tutkittavan ilmiön olemusta. Narratiivisten ontologisten lähtökohtien mukaisesti ihminen nähdään aktiivisena ja merkityksiä antavana toimijana. Ihminen on luonnostaan vuorovaikutuksessa muiden kanssa ja muodostaa vuorovaikutuksessa käsityksen ympäröivästä todellisuudesta. Ihmisen elämään liittyvät ilmiöt ovat prosessimaisia ja niitä voidaan tutkia kielen avulla. Ihminen käyttää kieltä kokemuksen tuottamiseen ja kielen avulla kokemus tulee ymmärrettäväksi myös muille. Kokemukset ovat myös aikaan ja paikkaan sidottuja. Kun ihminen kertoo tarinansa, hän samalla elää sitä. (mm. McIntyre 1981, Vuokila-Oikkonen 2002, Hytti 2003).

Epistemologia kuvaa sitä millä menetelmillä tietoa saadaan. Koska ihminen käyttää kieltä kokemuksen tuottamiseen ja kielen avulla kokemus tulee ymmärrettäväksi, on luonnollista käyttää tiedonkeruumenetelmänä haastattelua. Tässä tutkimuksessa käytän narratiivista l. kerronnallista haastattelua, jonka tavoitteena on koota tutkijan aineistoksi kertomuksia (Hyvärinen, Löyttyniemi, 2005, 189).

2.2 Tiedonkeruumenetelmä

Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä on narratiivinen haastattelu, jossa haastateltavat kertovat yrittäjätarinansa kukin omalla tavallaan. Pyysin heitä kertomaan siitä mi-

ten ja miksi he tulivat Suomeen, miten yritystoiminta sai alkunsa, miten se on kehittynyt, mikä on tämän hetken tilanne ja mitkä ovat tulevaisuuden näkymät. Näitä teemoja väljästi noudattaen kertoja on valinnut kertomukseensa haluamiaan asioita ja nostanut esille itselleen tärkeitä tapahtumia, jotka ovat vaikuttaneet hänen valintoihinsa ja elämäänsä yrittäjänä. Vaikka yrittäjät kertoivat saman ohjeistuksen mukaisista asioista, kaikki kertomukset ovat silti erilaisia, kuten kertojatkin.

Nauhoitin yrittäjien tarinat digitaalisella sanelimella. Haastattelutilanteessa tein lisäksi joitakin muistiinpanoja ja huomioita tilanteesta. Haastattelija on kuuntelijan ja ”hyväksyjän” roolissa, joten jokainen kertomus on syntynyt vuorovaikutuksessa kuulijan kanssa. Haastattelijana en voinut olla täysin passiivinen, vaan läsnä haastattelutilanteessa, ajassa ja paikassa, osana kertomusta. Pyrin olemaan jokaisessa haastattelussa aktiivinen ja kertojaa rohkaiseva kuulija, mutta vältin kommentoimista ja lisäkysymysten tekemistä kesken kertomuksen. En keskeyttänyt kertojaa kysymyksillä, mutta pyrin auttamaan häntä eteenpäin tilanteessa, jossa yksi tarinan juoni loppui ja kertoja oli neuvoton sen suhteen mitä polkua hän jatkaisi kertomuksessaan.

Litteroin suomen tai englannin kielellä nauhoitetut haastattelut. Litteroinnin jälkeen laadin jokaisesta haastattelusta käsitekartan ja kirjoitin haastattelutiivistelmän suomeksi. Alkuperäisen haastattelun litterointi, käsitekartta ja tiivistelmä ovat olleet käytössäni analyysin laatimisessa.

3 YRITTÄJYYS

Yrittäjyyttä käsitteenä voidaan lähestyä useista eri näkökulmista. Ilmiötä on tutkittu mm. taloustieteen, psykologian, sosiaalipsykologian, sosiologian ja kasvatustieteen alueilla. Kyrö (2001, 92) kuvaa yrittäjyyttä historiallis-kulttuurisesta tarkastelukulmasta ja toteaa, että yrittäjyys on ollut murrosajan ilmiö. Se syntyi valistuksen aikana, modernin murroksessa, joka ajoittui 1700-luvun alusta 1800-luvulle. Tämän jälkeen 1900-luvun puoliväliin elettiin modernia aikaa, jolle oli ominaista jatkuvan kasvun ideologia, jonka puristuksessa yrittäjyys ilmeni lähinnä pienyrityksissä. Postmodernin murroksessa, 1980-luvulta lähtien, yrittäjyyttä alettiin tarkastella organisaation toimin-

tatavan muuttajana, tällöin syntyi ulkoisen yrittäjyyden lisäksi sisäisen yrittäjyyden käsite. 1980-luvulta lähtien postmoderni on alkanut tulla näkyväksi ja ilmenee monimutkaisuutena ja pirstaleisuutena, (Kyrö 2001, 92–101). Kiinnostus yrittäjyyttä ja ”yrittäjämäisen yhteiskunnan” luomista kohtaan on lisääntynyt globalisaatiokehityksen myötä. Globalisaatio on tuonut tullessaan epävarmuutta ja kompleksisuutta. Yrittäjyydestä ja yrittäjämäisestä yhteiskunnasta haetaan nyt toimintatapaa globalisaation paineissa selviämiseksi (Gibb 2002, 233–269). Tämä tavoite on yhteinen kaikille läntisille teollisuusmaille.

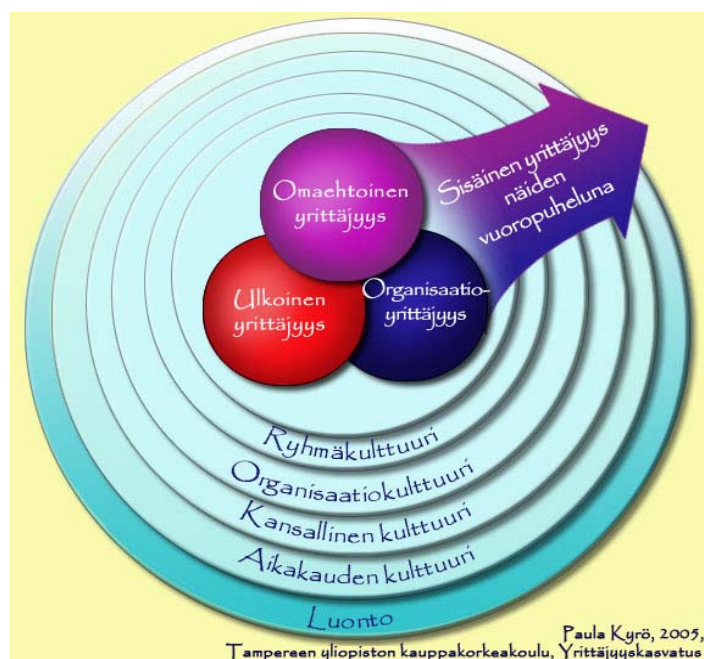
Yhteisestä tavasta määritellä yrittäjyyttä ei ole päästy yksimielisyyteen, vaan yrittäjyydestä käytetään useita määritelmiä. Euroopan parlamentin ja neuvoston suosituksessa (10.11.2005) yrittäjyys määritellään korostaen erityisesti *innovatiivisuutta*, uusia tapoja yhdistellä asioita ja tehdä työtä sekä kykyä havaita mahdollisuuksia. Määritelmässä todetaan, että yrittäjyydellä tarkoitetaan yksilöiden kykyä muuntaa ideat toiminnaksi. Siihen sisältyy luovuutta, innovointia ja riskinottoa sekä kyky suunnitella ja toteuttaa projekteja tavoitteiden saavuttamiseksi. Itävaltalainen taloustieteilijä Joseph Schumpeter kuvaili jo vuonna 1947 yrittäjää talouden muutosagenttina, joka on luova, uutta etsivä ja oma-aloitteinen, häntä motivoivat tulevaisuuden visiot, hän sietää epävarmuutta ja etsii uusia tapoja tehdä asioita ja haluaa muuttaa asioita luomalla uudenlaisia rakenteita (Ebner 2006, 497–515). Näitä samoja ominaisuuksia nykypäivän yrittäjyydessäkin peräänkuulutetaan.

Yrittäjyys tukee kaikkia jokapäiväisessä elämässä kotona ja yhteiskunnassa ja auttaa työntekijöitä olemaan tietoisia työnsä laajemmasta kehyksestä ja hyödyntämään tilaisuuksia. Se on myös perusta erityistaidoille ja -tiedolle, jota yrittäjät tarvitsevat aloittaessaan sosiaalista tai kaupallista yritystoimintaa (Euroopan yhteisön komissio 2005).

Koiranen (Koiranen & Peltonen 1995, 9) korostaa yrittäjyydessä kahta keskeisintä ominaispiirrettä: Yrittäjyys on ajattelu-, toiminta- ja suhtautumistapa, joka saa omat ja yhteisön voimavarat toimimaan ja yrittäjyys on tavoitteellista ja omavastuista itsensä johtamista. Tämä yrittäjyyden määritelmä kattaa laajasti yrittäjyyden eri muodot, joita esitellään tarkemmin seuraavassa kappaleessa.

Yrittäjyys jaetaan yleisesti kolmeen yrittäjyyden muotoon, jotka ilmenevät eri tilanteissa ja eri tavoilla. Tällaiseen jakoon ovat päätyneet Koiranen ja Ruohotie (2001, 103), joiden yrittäjyyskäsitteeseen kuuluu kolme yrittäjyyden ilmenemismuotoa: *ulkoinen yrittäjyys* (oman liiketoiminnan käynnistäminen ja toteuttaminen), *sisäinen yhteisöllinen yrittäjyys* (työyhteisön kollektiivinen, yrittäjämäinen ajattelu, toiminta- ja suuntautumistapa työn tekoon), sekä *omaehtoinen yrittäjyys* (yksilön tasolla ilmenevä yrittäjämäinen ajattelu-, toiminta- ja suhtautumistapa työn tekoon). Paula Kyrö (2006, 17-18) jäsentää yrittäjyyden muodot samaan tapaan, mutta käyttää yhteisöllisestä yrittäjyydestä nimitystä *organisaatioyrittäjyys*. Sisäinen yrittäjyys näyttää omaehtoisen yrittäjyyden ja organisaatioyrittäjyyden vuoropuheluna (kuvio 1). Hän kuvaa yrittäjyyttä laajemmin ilmiönä, joka on aina sidoksissa aikaan, paikkaan ja se ilmentää aikansa kulttuuria.

Kuvio 1.



Pia-Leena Leskinen näkee yrittäjyyden luovana, interaktiivisena, holistisena ja dynaamisena prosessina, jolle on ominaista kokemuksellisuus, kontekstuaalisuus sekä oppiminen. (Leskinen 1999, 2001, 113). Hän korostaa erityisesti yrittäjyyden olemuksen *prosessimaisuutta*, jolloin siitä voi löytää erilaisia jännitteitä (myös Johanisson 1991, 69–70), joita ovat mm. visio, toiminta, autonomia ja interaktio. Jatkuvasta prosessimaisesta vuorovaikutuksesta syntyy riskikenttä. Ympäröivä konteksti vaikuttaa osaltaan yrittäjyyden toteutumiseen. Pia-Leena Leskinen korostaa yrittäjyyteen liitty-

vää riskiä ja kuvaa yrittäjyyttä neliapilana, jossa jännitteet muodostavat apilan lehdet, joita sitoo toisiinsa keskiössä oleva yrittäjyyden riski. Riskikenttä on myös oppimisen kenttä, jossa mahdollisuuksia tavoitellaan. Riskin ottamisesta puhutaan erityisesti suomalaisessa yrittäjyyskeskustelussa. Suomalaisten väitetään välttävän riskejä, erityisesti yrittäjyyteen liittyvää riskiä. Tästä syystä palkkatyö koetaan usein yrittäjyyttä kiinnostavampana työn muotona. Yrittäjämäinen tapa toimia ei edellytä kuitenkaan taloudellisen riskin ottamista ja se voi kehittyä ja ilmetä yksilöllä oman elämän hallinnassa ja palkkatyössä yhtä hyvin toisen palveluksessa kuin itsenäisenä yrittäjänäkin.

3.1 Yrittäjyystutkimus

Moderni yrittäjyystutkimus on 1930-luvulta lähtien pyrkinyt ymmärtämään minkälaisia ihmisiä yrittäjät ovat. Tämä on tapahtunut pitkälti yrittäjien piirteiden selvittämisellä (mm. McClelland, 1961, Kauranen, Kyheröinen 1994). Pohjana tälle suuntaukselle on ollut se ajatus, että yrittäjäksi ryhtyvällä henkilöllä on tiettyjä luonteenpiirteitä, jotka ovat joko synnynnäisiä tai niitä voidaan kehittää. Yrittäjyyden määrittelemisen yrittäjien luonteen ominaisuuksiin kohdistuvien piirreteorioiden avulla on ollut kuitenkin vaikeaa, koska useimmat piirteet sopivat keneen tahansa yritteliääseen henkilöön, eikä niitä voida rajata koskemaan pelkästään yrittäjiä (Gartner 1988, Puhakka 2002).

1990-luvun yrittäjyystutkimuksissa piirreteorian vastapainoksi kehittyi persoonallisuuden käyttäytymisnäkökulma, joka ehdottaa, että yrittäjä erottuu muista persoonista sen perusteella miten hän käyttäytyy. Yrittäjä on persoona, joka luo ja johtaa uusia liiketoimintoja eikä pelkästään yksilö, jolla on tiettyjä luonteenpiirteitä (Puhakka 2002, 199). Tässä teoriassa on keskitytty prosessien tutkimiseen ja kuvaamiseen.

Viimeisen kymmenen vuoden aikana yrittäjyystutkimus on määritellyt itselleen yhdeksi keskeiseksi tutkimuskohteeksi liiketoimintamahdollisuuksien havaitsemisen ja hyödyntämisen. (Puhakka 2002, 199; 2003, 547). Yrittäjyystutkimus on painottunut myös johtajuuteen ja 1980-luvulta lähtien organisaatiotutkimukseen. Usein tällainen tutkimus jää kuitenkin persoonattomaksi eikä yrittäjän ääni pääse kuuluville. Tähän haasteeseen vastaamaan on kehittynyt narratiivinen tutkimusote, jonka avulla yrittäjän

oma ääni tulee näkyväksi. Yrittäjyyden tutkimuksessa narratiivinen lähestymistapa on melko uusi ja vasta 2000-luvulla kiinnostus tätä lähestymistapaa kohtaan on jonkin verran lisääntynyt. Lähestymistapaa on käytetty esimerkiksi yrittäjyysidentiteettiä koskevissa tutkimuksissa (Hytti 2002, 2003, 2004, Foss 2004), organisaatioita koskevissa tutkimuksissa (Aaltonen, Heikkilä 2003, Czarniawska 1998) ja maahanmuuttajayrittäjiä koskevassa tutkimuksessa (Dalhammar 2004). Foss (2004, 80) tarkastelee yrittäjyysidentiteetin kehittymistä narratiivisen elämäkertatutkimuksen avulla keskittyen erityisesti siihen miten yrittäjyys linkittyy elämänkulun siirtymävaiheisiin (transitional points). Hänen mielestään siirtymävaiheet ovat merkityksellisiä minän rakentumisprosessissa ja hänen tutkimuksessaan identiteetti kerrotaan elämäkerta-genren kautta. Fossin mielestä identiteettiä tulee aina tarkastella kulttuurisessa kontekstissaan.

3.2. Naisyrittäjyys

Yrittäjyyteen ja yrittäjän työhön liittyvää toimintaa pidetään yleisesti maskuliinisena. Yrittäjänä toimivista naisista puhuttaessa käytetäänkin selvyuden vuoksi usein naisyrittäjä sanaa. Naisyrittäjyys, kuten yrittäjyyskin, voidaan määritellä lukuisilla eri tavoilla riippuen asiayhteydestä. Kauppa- ja teollisuusministeriö määrittelee Naisyrittäjyysraportissaan (2005, 11) naisyrittäjyyden tarkoittavan naisen tai naisten perustamaa yritystä tai/ja yritystä, jossa naisilla on yli 50 prosentin omistus tai/ja jossa nainen on johtajana.

Miesten yrittäjyysaktiivisuus on useimmissa maissa korkeampi kuin naisten yrittäjyysaktiivisuus, vaikka naisten aktiivisuus onkin nousussa. Suurin ero miesten ja naisten aktiivisuudessa on korkean elintason maissa (mm. Länsi-Eurooppa ja Skandinavia). Näissä maissa naiset perustavat vähemmän yrityksiä kuin niissä maissa, joissa elintaso on alhaisempi (mm. Venäjä, Tsekki, Kiina, Latvia). Tämän arvellaan johtuvan siitä, että näissä maissa naisten työmarkkinoille pääseminen on rajoitetumpaa kuin korkean elintason maissa. Naisten vähäisempi kiinnostus yrittäjyyttä kohtaan korkean elintason maissa saattaa johtua osaksi myös siitä, että naisilla on niin hyvät turvaverkot ja sosia-

alidet ja sosiaaliset palvelut, että yrittäjyys mahdollisine riskeineen ei tarjoo naisille tarpeeksi houkuttelevaa uravaihtoehtoa. (Bosma N., Harding, R., GEM 2006, 24).

Vuonna 2003 naisyrittäjiä oli Suomessa 71 000, kolmannes kaikista yrittäjistä. Vuonna 2005 jokaista viittä uutta miesyrittäjää kohden aloitti neljä naisyrittäjää (KTM tiedote 13.6.2006). Naisyrittäjien määrän prosentuaalinen kasvu on tällä hetkellä yleinen ilmiö läntisissä teollisuusmaissa. Euroopan unionin vanhoissa jäsenmaissa yli 20% yrittäjistä on naisia. Yritykset toimivat pääasiassa vähittäiskaupan ja henkilökohtaisten palvelujen aloilla. (24% - 29%). Vain yksi kymmenestä kuljetus- ja tietoliikennealojen yrityksistä on naisen omistama. Ranskassa, Luxemburgissa, Hollannissa, Belgiassa ja Suomessa yli neljäsosa yrittäjistä on naisia, mutta Kreikassa, Itävallassa, Iso-Britanniassa ja Tanskassa naisyrittäjien määrä on alhainen, vain 14-16 prosenttia kaikista yrittäjistä. (Eurooppalainen PK-yritysten observatorio 2002, 8). Eräänä EU-maiden vertailukohtana voidaan mainita Yhdysvallat, missä naisyrittäjien määrä on kasvanut nopeasti: vuonna 1985 naisyrittäjien määrä oli 28 prosenttia kaikista yrittäjistä, mutta 2000-luvulle tultaessa naisyrittäjiä arvioitiin olleen jo 40-50 prosenttia yrittäjistä (Kyrö 2003, 295).

Kauppa- ja teollisuusministeriön yrittäjyyden politiikkaohjelman tavoitteena on kannustaa ja tukea naisyrittäjiä ja yrittäjyyttä harkitsevia naisia. Tukitoimien avulla kannustetaan naisia yrittäjyyteen ja parannetaan naisyrittäjien toimintaedellytyksiä sekä rohkaistaan erityisesti naisten johtamien yritysten kasvua ja kansainvälistymistä. Ohjelman tavoitteena on kasvattaa naisten osuus kaikista maamme yrittäjistä nykyisestä 33 prosentista 40 prosenttiin. Vaikka naisten osuus yrittäjistä onkin Suomessa eurooppalaisittain korkea, yrittämisen reservissä on silti vielä paljon hyödyntämätöntä naisenergiaa ja osaamista (Hallituksen yrittäjyyden politiikkaohjelma 2003).

Naisyrittäjyyden merkitys on lisääntynyt maailmanlaajuisesti. Myös kehitysmaiden naisyrittäjyydestä keskustellaan vilkkaasti. Ilmiö näkyy selkeästi kansainvälisissä tapahtumissa, esimerkkinä Euroopan suurin matkailutapahtuma ITB Berlin 2007, missä Afrikkalaisten naisten matkailuyrittäjyys nostettiin erääksi merkittäväksi keskustelun aiheeksi kansainvälisenä naistenpäivänä 8.3.2007. Seminaarissa todettiin, että naisyrittäjyys on merkittävin Afrikan matkailua eteenpäin vievä voima, ja sitä on joissakin valtioissa, esimerkiksi Zimbabwessa, jo määrätietoisesti kehitetty. (Women entrepre-

neurs within the African tourism 8.3., ITB, Africa Forum). Näitä hyviä kokemuksia ja käytäntöjä pyritään levittämään ja toteuttamaan myös muissa Afrikan maissa, joissa matkailuelinkeinon kehittämisen ja tätä kautta matkailutulojen avulla on mahdollista vaikuttaa maan taloudelliseen tilanteeseen.

3.3 Naisyrittäjyyden tutkimus

Naisyrittäjyyden tutkimus ja keskustelu naisyrittäjyydestä on ollut varsin vähäistä aina 1970-luvulle saakka, jolloin naisyrittäjien määrä kääntyi aikaisempaa voimakkaampaan kasvuun. Siihen saakka naisyrittäjyys oli ilmiönä tuntematon, aikaisemmin puhuttiin vain yrittäjyydestä. Yrittäjyyttä tarkasteltiin miesten todellisuudesta käsin, kuten vielä pitkään naisyrittäjyystutkimuksen käsitteen vakiinnuttuakin. (Kyrö 2004, 295.)

Kyrö (2004, 298–303) on fenomenografisessa tutkimuksessaan kuvannut kolme kansainvälistä naisyrittäjyyden tutkimusaaltoa. Tutkimus käsittelee laajasti 30 vuoden aikana julkaistuja naisyrittäjyyteen liittyviä tutkimuksia ja antaa näin hyvän kuvan naisyrittäjyyden kehitysvaiheista ja ajan mittaan muuttuneista lähestymistavoista. Kyrön mukaan tutkimuksen kehitysvaiheet voidaan jakaa seuraavasti:

- 1) *Miesten todellisuus ihanteena ja perustana naisyrittäjyystutkimukselle.* Tämä tutkimusaalto ajoittuu 1970-luvulle. Tutkimuksen pääkohteena oli yrittäjä ja yksilötasolla pyrittiin piirreteoreettisen tutkimuksen avulla tunnistamaan henkilöitä, jotka tuovat vaurautta talouteen. Tutkimusten keskeisinä teemoina olivat uuden liiketoiminnan synnyttäminen, sen perustana olevien mahdollisuuksien havainnointi ja hyödyntäminen sekä innovaatiot ja riski. Tämä lähestymistapa keskittyy tarkastelemaan liiketoiminnan kasvattamista, jonka seurauksena myös kansantalous kasvaa. Yritystoiminnan menestyksen mittarina on tässä tutkimusaallossa yrityksen taloudellinen menestys ja liikevoitto. Tarkasteltaessa yrittäjän, yrityksen ja talouselämän välisiä suhteita, tutkimuksen pääkohde oli tässä tutkimusaallossa yrittäjä ja yksilön yrittäjäominaisuudet.

- 2) *Vertaileva vaihe, naisten vertaaminen miesten luomaan todellisuuteen.* Tämä tutkimuksen kehitysaalto käynnistyi 1970-luvun lopulla, kun ensimmäiset naisyrittäjyystutkimukset julkaistiin. Tässä tutkimusaallossa sukupuolineutraalius on jo kantavana oletuksena toisin kuin ensimmäisessä aallossa. Lähtökohtia tutkimukselle pyrittiin löytämään yrittäjyyden historiasta ja sen perustella vertailtiin yrittäjänä toimivien miesten ja naisten yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Yksilötasolla havaittiin, että naisyrittäjillä on erilainen ammatti- ja koulutustausta. Tästä syystä naisilla oli miehiä vähemmän kokemusta taloudesta ja johtamisesta. Toisaalta nais- ja miesyrittäjät eivät poikenneet toisistaan riskinotto- ja innovaatiotaipumuksissa. Suoriutumisen tarve oli myös samanlainen molemmissa ryhmissä. Todettiin myös, että naisten yritykset toimivat pääasiassa kotitalouksiin liittyvillä aloilla, hyvinvointipalvelujen tuottamisessa ja ne olivat miesten yrityksiä pienempiä. Tässä tutkimusaallossa osoitetaan, että yksilötasolla mies- ja naisyrittäjien väliltä löytyy sekä samankaltaisuutta, että erilaisuutta. Naisten ja miesten yritykset toimivat erilaisissa maailmoissa, mutta tästä huolimatta naisten toiminnan onnistumisen kriteerit nojaavat miesten luomaan yrittäjäidealiin, johon naisten toimintaa verrataan. Tämä huomio johtaa seuraavaan tutkimusaaltoon.
- 3) *Naiset tunnustetaan heidän omasta todellisuudestaan käsin.* 2000-luvulla naisyrittäjätutkimuksessa on tapahtunut muutoksia. Yritystoiminnan onnistumisen arvioimisessa pyritään luopumaan taloudellisista mittareista ja tutkimuksen lähtökohdaksi on naisten oma todellisuus ja heidän oma käsityksensä siitä. Naiset perustavat yrityksiä tullakseen omiksi pomoikseen ja heitä ajaa eteenpäin omien ajatusten ja unelmien toteutuminen, missä perheen tuki näyttelee tärkeää osaa. Oma liiketoiminta antaa naisille enemmän vapautta ja joustavuutta, mikä mahdollistaa perheen ja työn entistä paremman yhdistämisen. Naisten yritykset ovat integroituneet heidän elämäänsä, eivätkä edusta erillisiä liiketaloudellisia yksiköitä. Monet naiset arvostavat vakaata pienyritystä ja odottavat, että myös muut arvostavat sitä. Nainen luo oman todellisuutensa ja toteuttaa itseään ja unelmiaan perustamalla yrityksen, jossa yhdistyvät työ ja perhe. Yritykseen kietoutuu perhe ja talouselämään yhteiskunta.

3.3.1 Naisyrittäjyyden tutkimus Suomessa

Turun yliopiston professori ja naisyrittäjyyden historian tutkija, Kirsi Vainio-Korhonen (2002, 14–16) toteaa, että naisyrittäjyydellä on Suomessa pitkät perinteet. Naisten yrittäjyys on kuitenkin ollut tähän saakka yhteiskunnassa taustalla, lähes näkymätöntä, ja sitä on tutkittu vähän. Naiset ovat työllistäneet itsensä perinteisillä aloilla, jotka ovat liittyneet vähittäiskauppaan, kauneudenhoitoon, hotelli- ja ravintola-alaan, perhepäivähoitoon, terveydenhoitopalveluihin ja käsityöammatteihin. Klassisessa yrittäjyystutkimuksessa johtajuudella ja yrittäjyydellä on miehinen imago. Yleensä miehiin liitetyt ominaisuudet suorituskyky, pyrkimys tilanteiden hallintaan ja riskinotto-kyky kuvaavat myös yrittäjää. Yrittäjä nähdään taloustieteellisessä tutkimuksessa eteenpäin pyrkivänä pioneerina ja kekseliäänä seikkailijana.

Kiinnostus naisyrittäjyyttä ja siihen liittyviä ilmiöitä kohtaan on 2000-luvulle siirryttäessä lisääntynyt selkeästi. Naisten yrittäjyydestä on valmistunut ja valmistumassa väitöskirjatutkimuksia, jotka käsittelevät mm. hoivayrittäjien identiteettiä, maaseudun naisyrittäjiä ja naisyrittäjiä informaatio- ja kommunikaatioteknologian alalla. Kauppa- ja teollisuusministeriö tuottaa naisyrittäjiä koskevia tutkimuksia ja tilastoja, jotka ovat olleet pohjana hallituksen naisyrittäjyyden kehittämisohjelmia suunniteltaessa.

3.3.2 Naisyrittäjyyden feministisiä tutkimussuuntia

Naisyrittäjyyttä ja yrittäjyystutkimusta on lähestytty myös feministisen teorian pohjalta, vaikka läheskään kaikkea naisyrittäjyyttä koskevaa tutkimusta ei voidakaan luokitella feministiseen teoriaan pohjautuvaksi. Usein feministinen teoria ja näkökulma yhdistetään naisyrittäjyystutkimuksiin, mutta niihin viitataan kuitenkin vain harvoin. Margaret J. Greer ja Patricia G. Greene ovat artikkelissaan tarkastelleet naisyrittäjyyttä feminististen teorioiden näkökulmasta (2003, 1-24). Feministiset teoriat jaetaan *liberaalifeminismiin, marxistiseen feminismiin ja radikaalifeminismiin*. Jokainen suuntaus ottaa naisyrittäjyyden tutkimukseen erilaisen näkökulman ja tutkii niitä ilmiöitä, jotka liittyvät kunkin suuntauksen tärkeimpiin painotuksiin.

Liberaalifeminismin päätavoite on ollut niiden laillisten ja institutionaalisten esteiden poistaminen, jotka estävät naisten yhteiskunnallisen osallistumisen tasavertaisina miesten kanssa. Liberaalifeminismin mukaan naiset ja miehet ovat tasa-arvoisia ja autonomisia yksilöitä. Tutkimuksen kohteena ovat esimerkiksi ne naisten kohtaamat yhteiskunnan rakenteelliset esteet, jotka vaikuttavat yrittäjäksi ryhtymiseen. Nämä esteet voivat liittyä koulutukseen, työkokemukseen, verkostoihin ja rahoitukseen. Naisten omistamat yritykset ovat usein pienempiä ja niitä on lukumääräisesti vähemmän kuin miehillä. Lisäksi ne toimivat aloilla, jotka eivät ole yhtä kannattavia ja vetovoimaisia kuin alat, joilla miesyrittäjät useimmiten toimivat.

Kauppa- ja teollisuusministeriön yrittäjyyden politiikkaohjelman loppuraportissa (7/2007) kiinnitetään huomiota juuri edellä mainittuihin ongelmiin ja esteisiin naisyrittäjyyden edistämiseksi. Loppuraportissa todetaan, että koulutus- ja työmarkkinoiden jakautuminen nais- ja miesvaltaisiin aloihin, mikä näkyy myös yrittäjyydessä. Lisäksi useiden naisvaltaisten alojen tutkimuksissa yrittäjyysopetus on vähäistä. Väestön vinoutunut ikärakenne asettaa haasteita naisyrittäjyydelle etenkin alkutuotannossa, sillä naisyrittäjät ovat keskimäärin muita yrittäjiä vanhempia.

Marxistinen feminismi tarkastelee erityisesti naisten kotona tekemää työtä tuottavana, ilmaisena ja raskaana työn muotona. Tässä lähestymistavassa naisten kotityön ja palkkatyön suhde on avaintekijä tarkasteltaessa naisten huonompaa taloudellista tilannetta miehiin verrattuna. Naisyrittäjien tutkimuksessa kiinnostuksen kohteena on esimerkiksi se, tekevätkö naisyrittäjät kahta työpäivää (double day), kuten monet palkansaajat, vai onko heillä muista naisista poikkeavia keinoja selviytyä työn ja perheen yhteensovittamisesta. Lisäksi tarkastellaan sitä vaikuttaako naisten yrittäjyys kotitöiden jakautumiseen eri tavalla kuin niissä perheissä, joissa tehdään palkkatyötä. Greer ja Green ovat todenneet, että joissakin tutkimuksissa (mm. Eichardus & Glorieux, 1994; Longstreth, Stafford & Mauldin, 1987) on havaittu, että yrittäjien työviikot ovat yleensä pitkiä, mutta oman aikataulun suunnitteleminen on joustavampaa kuin palkkatyötä tekevillä ja näin perheen ja työn yhteensovittamisesta aiheutuu vähemmän stressiä kuin palkkatyötä tekevillä.

Radikaali feminismi kattaa ryhmän lähestymistapoja, joilla on yhteinen nimittäjä. Miehiä ja naisia pidetään pohjimmiltaan erilaisina. Erot ovat psykologisia, emotio-

naalisia ja niitä pidetään tyypillisesti luontaisina eri sukupuolille. Radikaalia feminiismia ei yleensä ole käytetty lähestymistapana tutkittaessa yrittäjyyttä. Kuitenkin joitakin tämän näkemyksen mukaisia tutkimuksia on tehty. Greerin ja Greenin mukaan Bird ja Dreyfus (1995) kehittivät mallin organisaation perustamisesta. He painottivat feminiinisempiä metaforia kuin aikaisemmin oli käytetty kuvailtaessa yrittäjyysaktiiviteetteja. Tutkimuksessa keskityttiin tarkastelemaan eroja miesten ja naisten liiketoiminnan eroja ja näiden erojen vaikutuksista yrityksen tuottavuuteen. Sukupuolella katsotaan olevan merkitystä yritysten toiminnan erilaisuudessa, näihin toimintoihin luetaan kuuluviksi mm. motivaatio, organisaatio ja strateginen suunnittelu ja tavoitteet.

3.4 Maahanmuuttajayrittäjyys Suomessa

Maahanmuuttajayrittäjyys, kuten naisyrittäjyyskin, on Suomessa eräs yrittäjyyden politiikkaohjelman painopisteistä. Hallitus hyväksyi 19.10.2006 maahanmuuttopoliittisen ohjelman, joka korvaa aikaisemman maahanmuutto- ja pakolaispoliittisen ohjelman vuodelta 1997. Aikaisemmassa ohjelmassa painottuivat pakolaispoliittiset kysymykset, uuden ohjelman keskiöön on nostettu ennen kaikkea työperusteisen maahanmuuton edistäminen, johon myös maahanmuuttajayrittäjyyttä tutkivan työryhmän työ linkittyy. Suomessa maahanmuuttajien yrittäjyysaktiivisuus ylitti jo 1990-luvun lopussa suomalaisväestön aktiivisuuden ja se on kiihtynyt entisestään 2000-luvulla. Vuonna 2005 ulkomaalaisten yrittäjyysaktiivisuus oli 16 prosenttia, kun suomalaisilla se oli noin 10 prosenttia. (KTM 2006, 3.)

Yli puolet aktiivisesti toimivista maahanmuuttajayrityksestä on aloittanut toimintansa 2000-luvulla. Varsinkin naiset ovat aktivoituneet ja vastaavat jo noin 29 prosentista yrittäjistä. Maahanmuuttajilla nähdään olevan runsaasti potentiaalia uuden yritystoiminnan käynnistäjinä, työllistäjinä, innovaatioiden välittäjinä ja tuottajina sekä globaalien taloudellisten verkostojen ylläpitäjinä. (emt. 2006,3.)

Suomessa toimii noin 5600 kokonaan tai ainakin puoliksi ulkomaalaisten maahanmuuttajien omistuksessa olevaa yritystä. Tämä vastaa 2,4 prosenttia Suomen koko yrityskannasta. Maahanmuuttajien yritykset työllistävät noin 17 000 henkilöä (emt.,

2006,3). Vuodesta 2001 ulkomaalaistaustaisten yrittäjien määrä on lisääntynyt 90 prosentilla, kun taas valtaväestön yrittäjäaktiivisuus on pysynyt samalla tasolla. Ulkomaalaistaustaiset yritykset painottuvat kaupan ja palveluiden alalle. Erityisesti majoitus- ja ravitsemisala on maahanmuuttajien suosiossa, sillä joka kymmenes alan yrittäjä on maahanmuuttajataustainen. (Hyrsky 2005, 86–89.) Suurimmat ulkomaalaisryhmät ovat venäläiset ja virolaiset. Yrittäjäaktiivisuus vaihtelee kansalaisuuskittain. Se on tavallista korkeampaa Kaakkois-Aasiasta tulleiden joukossa ja tavallista matalampaa Afrikasta tulleiden joukossa. Tämän arvellaan johtuvan kulttuuritekijöistä. Joissakin kulttuureissa yrittäjyyden perinne on vahvempi ja yrittäjyyttä tukevat sosiaaliset verkostot tukevat yrittäjää enemmän kuin kulttuureissa, joissa yrittäjyyttä ei nähdä tavoiteltavana. Verkostojen tuki on tärkeää varsinkin yrityksen aloittamisvaiheessa. Omat sukulaiset ja etninen taustayhteisö voivat auttaa rahoitukseen ja yrityksen työvoimaan liittyvissä kysymyksissä.

Hyrskyn (2005) raportissa todetaan, että naiset toimivat laajemmalla alueella kuin miehet. Vähittäiskaupan ja ravintolatoiminnan lisäksi naiset toimivat mm. terveydenhuollon, koulutuksen ja henkilöstöpalvelujen alalla. Naisten yritykset ovat yleensä hyvin pieniä ja ne aloitetaan vaatimattomalla alkupääomalla. Maahanmuuttajayrittäjistä 43 prosenttia toimii pääkaupunkiseudulla. Pääkaupunkiseudun lisäksi maahanmuuttajat ovat perustaneet runsaasti yrityksiä mm. Lappeenrantaan, Kotkaan ja Turkuun.

3.5 Maahanmuuttajayrittäjyyden tutkimus

Maahanmuuttajayrittäjyys on eräs globalisaation myötä lisääntyvä ilmiö, jota on tutkittu monissa niistä maista, joihin maahanmuutto kohdistuu. Maahanmuuttajayrittäjyyteen ja etniseen yrittäjyyteen liittyviä tutkimuksia on julkaistu erityisesti niissä maissa, joissa maahanmuuttajien osuus koko väestöstä on suuri. Näitä maita ovat mm. Yhdysvallat, Australia, Ranska, Iso-Britannia, Hollanti ja Saksa. Ruotsissa maahanmuuttajayrittäjiä koskevia tutkimuksia ovat julkaisseet mm. Hjerm, Dahlhammar 2004, Najib 1994. Tutkimukset kuuluvat useimmiten sosiologisen tutkimuksen piiriin ja niissä (mm. Evans 1989, 950–962) on selvitetty sitä miksi jotkut tietyt etniset vähemmistöt ovat halukkaampia perustamaan yrityksiä kuin toiset ja miten jotkut maa-

hanmuuttajayrittäjät ovat erikoistuneet tarjoamaan palvelujaan samasta lähtömaasta tulleille maahanmuuttajille heidän omalla äidinkielellään (niche markkinat). Myös Euroopan unionin monikansallisissa tutkimusohjelmissa tutkitaan maahanmuuttajayrittäjyyteen liittyviä kysymyksiä. Maahanmuuttajayrittäjyyden tutkimus luetaan muiden vähemmistöjen yrittäjyyden tutkimuksen kanssa samaan ryhmään. Yrittäjyyttä koskevan tutkimuksen kohteena on harvoin kaksi vähemmistöryhmää, maahanmuuttajat ja naiset, kuten tässä tutkimuksessa.

Suomessa maahanmuuttajayrittäjyyttä on tutkittu melko vähän. Ensimmäiset tutkimukset ilmestyivät 1990-luvun loppupuolella, jolloin maahanmuuttajayrittäjistä tehtiin ensimmäiset haastattelututkimukset (Hyrsky & Ali 1997). Laajimmin maahanmuuttajayrittäjyyttä on tutkinut Helsingin kaupungin tietokeskuksen tutkija Tuula Joronen (Joronen 2005, 2005a, 2002, 2000). Hän on selvittänyt tutkimuksissaan mm. maahanmuuttajanaisten työllistymistä työmarkkinoille ja selvittänyt eri kansallisuuksien työllistymistä. Hän on todennut, että maahanmuuttajaryhmien väliset yritysaktiivisuuden erot liittyvät sekä kulttuuristaan, että vastaanottomaan olosuhteisiin. Monissa Afrikan ja Aasian maissa itsensä työllistäminen on yleinen toimeentulovaihtoehto naisille, joten myös maahanmuuttajiksi päätyneillä naisilla on omakohtaista tai lähipiirin kokemusta yrittäjyydestä. Niillä naisilla, jotka ovat tulleet Suomeen avioliiton kautta, toimivat muita useammin yrittäjinä. Tämä liittyy osittain työntötekijöihin, eli muiden itsenäisen toimeentulon vaihtoehtojen puuttumiseen (ns. pakkoyrittäjyys) ja osittain valtaväestöön kuuluvien sukulaisten tiedolliseen yms. tukeen. (Joronen, 2005, 2005a.).

4 IDENTITEETTI

Identiteettityön haasteet ovat lisääntyneet yksilöllisyyden korostuessa myöhäismodernissa yhteiskunnassa. *Minuudesta on tullut elinikäinen haaste, se on elämä itse* (Petäjä, Heikkinen, Huttunen 163, 2003). Identiteetin tärkeys on korostunut modernisaation myötä erityisesti länsimaissa. Länsimaisesta kulttuurista on lähtöisin käsitys, että yksilö on maailmasta erillinen ja omaa tarkoitustaan kysyvä olento. Esimerkiksi hindulaisuudessa ei tunneta persoonallista minää eikä omaa sisäistä ja yksityistä maail-

maa. (Heikkinen, Huttunen 2003, 164). Yhteisöllisissä kulttuureissa identiteettikin on yhteisöllinen ja perustuu ryhmään ja yhteiskuntajärjestykseen. Yksilö on henkisesti riippuvainen yhteisöstään eikä hänellä ole tässä tilanteessa mahdollisuutta pohtia omaa minuuttaan ja asettaa omia tarpeitaan yhteisön tarpeiden edelle. Jokaisella on oma asemansa yhteisössä, tällöin myös identiteetti määräytyy yhteisöstä käsin.

Vuosisatojen kuluessa käsitykset identiteetistä ja sen muodostumisesta ovat muuttuneet. Esimodernin ajan ihmisen identiteetti oli sidoksissa perinteeseen eikä sitä tarvinnut asettaa kyseenalaiseksi. Modernisaation myötä myös identiteetin merkitys on muuttunut. Poliittisilla, sosiaalisilla ja taloudellisilla muutoksilla on ollut vaikutuksensa identiteetteihin. Esimerkiksi nopeasti muuttuva työelämä vaatii työntekijöitä sitoutumaan määräaikaisiin, vaihtuviin työtehtäviin aikaisempien pitkien työurien ja nousujohteisen uralla etenemisen sijasta. (Hall 1999, Hytti 2003, 19.) Monet tutkijat ovat yksimielisiä siitä, että yksilöiden identiteetit modernissa yhteiskunnassa ovat jatkuvassa kriisissä.

4.1 Kolme näkemystä identiteetistä

Stuart Hall (1999, 21–23) on esittänyt kolme erilaista näkemystä siitä miten ihmiset ovat rakentaneet identiteettiään erilaisissa yhteiskunnallisissa ja sosiaalisissa tilanteissa eri aikoina. Hänen mukaansa identiteetin rakentumista voidaan kuvata kolmella eri tavalla: valistuksen subjekti, sosiologinen subjekti ja postmoderni subjekti.

Valistuksen subjekti on Descartesin minä, joka kiteytyy sanonnassa ”ajattelen, olen olemassa”. Tässä minän keskus koostuu sisäisestä ytimestä, joka alkaa syntymästä ja kehittyy sitten omalla ainutlaatuisella tavallaan. Se pysyy koko elämän ajan perusolemukseltaan samanlaisena. Tämä käsitys minuudesta on essentialistinen, siinä oletetaan ihmisellä olevan perimmäinen olemus.

Sosiologinen subjekti perustuu havaintoon siitä, että modernin maailman monimutkaisissa konteksteissa identiteetti rakentuu suhteissa ”merkityksellisiin toisiin”. Sama ihminen määrittyy eri tavoin eri tilanteissa, esimerkiksi perheessä, työpaikalla, harrastuksissa, ystävien kanssa. Näissä vuorovaikutustilanteissa rakentuvat tiedot, arvostuk-

set, merkitykset ja symbolit, joiden varassa ihminen vastaa kysymykseen ”kuka olen”. Identiteettikäsitys kehittyy vuorovaikutuksessa muiden kanssa ja muokkautuu jatkuvassa dialogissa minän ulkopuolisten kanssa. Identiteetti on perimmäältään minän ja yhteiskunnan välisen vuorovaikutuksen tuote. Tähän käsitykseen liittyy vahvoja kulttuurisia oletuksia.

Postmoderni subjekti on sosiologisen subjektin äärimuoto. Se on historiallisesti, ei biologisesti määrittynyt ja se sisältää ajatuksen ihmisestä vapaana ja maailmaan heitetynä olentona. Subjekti ottaa eri identiteettejä eri aikoina eivätkä nämä identiteetit ryhmitä yhtenäiseksi kokonaisuudeksi minkään eheän minän ympärille. Postmoderni subjekti rakentuu ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta ja minuus on moniääninen, polyfoninen. Aikaisemmin identiteetti rakennettiin perinteiden vakaalle maaperälle, postmoderni identiteetti rakentuu kertomusten pehmeälle hiekalle. Jos meistä tuntuu, että meillä on yhtenäinen identiteetti koko elämän ajan, se johtuu siitä, että olemme rakentaneet lohduttavan tarinan, minäkertomuksen itsestämme. (Hall, 1999, 23, Heikkinen, Huttunen 2003, 172–173.)

Identiteettejä koskevissa tutkimuksissa tutkijat ovat useimmiten omaksuneet käsityksen sosiologisesta subjektista, jossa identiteetti rakentuu suhteessa toisiin (mm. Hytti 2003, 2004), Lene Foss kannattaa tutkimuksessaan postmodernia identiteettikäsitystä, mutta lisää kuitenkin identiteetin rakentuvan suhteissa muihin ja rakentaa synteisiä postmodernin ja humanistisen identiteetin rakentumisen välillä (Foss, 2004).

4.2 Narratiivinen identiteetti

Narratiivisessa lähestymistavassa tarkastellaan identiteettiä ja identiteetin kehittymistä tarinoiden ja muiden itseilmaisujen välityksellä. Narratiivinen identiteetti on ihmisen itsensä konstruoima käsitys siitä kuka hän on. Keskeisenä ajatuksena on, että ihmisen on vaikea tavoittaa minuutta suoraan itsereflektion kautta, vaan ulkoistamalla itsensä erilaisiin ilmaisiin, jotka näkyvät yksilön urheilu- tai taiteen suorituksina, taiteen tekemisenä tai tarinan kertomisena. Ihminen kokee itsensä itsetoteutuksensa tuotoksena. (Heikkinen, 2002, 116–117.) Yleensä aineistona käytetään kirjoitettuja tai kerrottuja elämäntarinoita tai teemahaastatteluja. Narratiivista lähestymistapaa on käytetty tutkittaessa

mm. opettajien, lääkäreiden ja yrittäjien identiteettien rakentumisesta (mm. Heikkinen, Syrjälä 2002, Hytti 2003, Löyttyniemi 2004). Yrittäjyystutkimuksessa voidaan tuoda narratiivisen tutkimuksen avulla uutta tietoa myös yrittäjyysidentiteetin rakentumiseen työyhteisössä, yrittäjämäiseen oppimiseen ja yrittäjyyden käsitteellistämiseen.

Monet tutkijat ovat painottaneet tarinan hyötyjä tutkittaessa identiteettejä. Tämä johtuu siitä, että narratiivinen lähestymistapa painottaa inhimillistä toimintaa ja mielikuvitusta (Riessman 1993). Identiteetin rakentumis- tai kehittämisprosessi voidaan ymmärtää itsereflektioprosessina, joka ilmenee itsen ja sosiaalisen ympäristön välisenä vuorovaikutuksena (Wählin, 1999). Elämäkerrat ovat elämänhallinnan välineitä ja identiteettityön näyttämöitä, joilla yksilöt käsittelevät nykyisyyden suhdetta menneisyyteen, tutkii jo tapahtunutta ja koettua ymmärtääkseen ja rakentaakseen nykyhetkeä tunteiden tuoman viisauden avulla (Vilkko 1997).

Kun kuvataan narratiivisen yrittäjyysidentiteetin kehittymistä, voidaan Ricouerin tapaan jakaa identiteetin kehittyminen kolmeen eri mimesis-vaiheeseen. Ne ovat esiymmärrys, juonittaminen ja sovellus. Mimesiksellä tarkoitetaan luovaa jäljittelyä, jossa eletty ajallinen kokemus puetaan juonellisen tarinan muotoon. Näissä vaiheissa tarina ja elämä kulkevat rinnakkain. Juoni tekee yksittäisistä elämän tapahtumista merkityksellisen kertomuksen. Kertomusta ei ole ennen kuin se luodaan. Juonesta löytyy ns. punainen lanka. Kun tarina on kerrottu ja henkilö alkaa uskoa siihen, se tulee osaksi hänen identiteettiään ja kertomusta aletaan soveltaa elämään, ei kuitenkaan suorasti, vaan luovasti. (Heikkinen, Huttunen, 2003, 176 – 177.) Kun tarinaa kerrotaan, ymmärrys itsestä muuttuu (mm. Rae, 2000). Muuttumisen myötä yksilö tekee erilaisia valintoja kuin ennen ja alkaa toteuttaa sitä kuvaa itsestään, jonka on tarinoilla luonut. (Heikkinen, Huttunen, 2003.)

Ulla Hytti (2005) uskoo narratiivisen identiteetin käsitteeseen. Narratiivinen identiteetti näkyy yksilön kuvauksissa, jotka koskevat menneisyyttä, tätä hetkeä ja tulevaisuutta. Identiteetin muodostuminen liittyy aina toimintaan. Foss (2004) ja Löyttyniemi (2004) kiinnittävät identiteettien muodostumisessa huomiota erityisesti elämäkulun siirtymävaiheisiin. Löyttyniemi tarkastelee lääkärin uraa ja identiteettiä osana elämäntarinaa. Heidän tutkimuksissaan selvitetään elämäntapahtumien ja siirtymävaiheiden suhdetta. Keskeistä Fossin (2004) tutkimuksessa oli yrittäjämäinen itseys,

elämäntapahtumat ja kulttuurinen sekä paikallinen konteksti. Hänen mielestään yrittäjämäisesti toimivilla ihmisillä on kyky tehdä tulevaisuutta koskevia valintoja ja he uskovat mahdollisuuksiinsa tilanteissa, jotka vaativat tärkeitä päätöksiä. Siirtymävaiheiden tutkiminen on perusteltua sillä, että ne pakottavat ihmisen selviytymään elämäntilanteestaan. Näissä tilanteissa ihmiset myös muuttuvat ja he huomaavat sekä esteet että mahdollisuudet yrittäjämäisessä prosessissa elämänsä aikana. Hän väittää, että yrittäjyyskertomukset helpottavat yrittäjyysidentiteetin luomista ja toteaa, että elämää pitää elää eteenpäin, mutta ymmärtää jälkikäteen.

Toisenlaisesta näkökulmaa yrittäjyyteen ja identiteettiin kuvaa Harju ym. (2002) tutkiessaan sitä miten miehisuus tai naiseus näkyy naisyrittäjän kertomuksessa. Kiinnostus aiheeseen lähtee siltä pohjalta, että puhutaan naisyrittäjistä, mutta ei miesyrittäjistä. Yleensä yrittäjyyttä kuvataan miesyrittäjyyden imagon mukaisesti. Tutkimuksessa tärkeää ei ole se mitä on puhuttu, vaan miten. Naiseus yrittäjyydessä näkyy esim. erilaisina roolinottoina. Joskus naisyrittäjällä on naismainen rooli ja joskus miesmäinen. Tutkijat ovat ottaneet tarkasteltavaksi koko haastattelun ja etsivät niistä kohtia, joissa on puhetta joko maskuliinisesta tai feminiinistä näkökulmasta tarkoituksena luoda uusi kertomus. Tuloksena näkyi sekä miehisiä että naisellisia roolinottoja suhteessa yrittäjyyteen. Naisellisuutta piirteinä näkyy erityisesti varovaisuus riskin ottamiseen. Tämä tutkimus osoitti kuinka tärkeää on huomata, että naisyrittäjät suhtautuvat yrittäjyyteen eri lailla kuin miehet. Naiset myös kertovat perheestä puhuessaan yrittäjyydestään. Miesten yrittäjyyspuheessa ei näy miehisuus eikä perhe. Olisikin kiinnostava huomiota maskuliinisuuteen ja feminiinisuuteen yrittäjyydessä, oli sitten yrittäjä kumpi tahansa mies tai nainen. Tutkijoiden mielestä narratiivinen lähestymistapa paljasti enemmän yrittäjyydestä ja teki näin yrittäjyyden realistisemmaksi.

5 NARRATIIVISUUS JA NARRATIIVI

Postmodernin murros 1980-luvulla aiheutti niin sanotun kielellisen käänteeseen. Silloin korostettiin, että kertomuksella on huomattava kulttuurinen merkitys ja että periaatteessa mitä tahansa tekstiä tai sen osaa voidaan tarkastella kertomuksena, jolla on oma rakenteensa.

Tuona aikana narratiivisuus levisi eri tieteenaloille vaihtoehtona perinteiselle tutkimukselle. Narratiivista tutkimusta on käytetty mm. kielitieteessä, historian tutkimuksessa, psykologiassa, sosiaalipsykologiassa, sosiologiassa, hoitotieteessä ja kasvatustieteessä. Narratiivisessa tutkimuksessa tutkitaan narratiiveja, joista käytetään suomenkielisessä kirjallisuudessa nimitystä kertomus tai tarina.

Tanskalainen tulevaisuudentutkija Rolf Jensen (1999, 24) on sitä mieltä, että olemme siirtymässä informaatioyhteiskunnasta tarinayhteiskuntaan (”dream society”, myös ”unelmayhteiskunta”, ”elämisyhteiskunta”), jolle on tyypillistä korostaa elämysten, kokemusten ja tarinoiden kerronnan merkitystä. Hän toteaa, että tietoyhteiskunnassa tarinankertojat olivat taiteilijoita, etupäässä kirjailijoita ja näyttelijöitä. Unelmayhteiskunnassa yritykset ottavat itselleen tarinankertojan tehtävän. Materiaalisesta ajasta on siirrytty postmateriaaliin aikaan, missä tulevaisuus ei sijaitse enää fyysisessä maailmassa, vaan se on olemassa vain ajatuksissamme ja unelmissamme. (emt. 24, 49.)

Tarinat ovat kulttuurisia välineitä, joiden avulla ihmiset luovat järjestystä, koska itse elämällä ei ole narratiivista struktuuria (Syrjälä 2005). Kertomusten avulla ihmisen minuus ja rakentuu ja muokkautuu vuorovaikutuksessa toisten kanssa. Kokemuksista kertyvän ja jatkuvasti muuttuvan kertomuksen avulla ihminen muodostaa merkityksen elämälleen. Näin muodostuu narratiivinen identiteetti. Tarinoiden avulla voidaan kokemusmaailma nähdä uudesta näkökulmasta. Tarina tutustuttaa kuulijan kertojan ajatusten ja toimintojen taustalla arvoihin ja uskomuksiin ja niissä tapahtuviin muutoksiin. Usein tarina odottaa tulemistaan, koska se ei ole vielä löytänyt sanoja. Nämäkin eleyt kokemukset voivat vaikuttaa toimintaan hiljaisena tietona. (Korhonen 2000.)

5.1 Narratiivi

Narratiivin käsite voi sisältää *tarinan (story)*, jossa on aika, paikka, tapahtumat ja henkilöhahmot. Sen peruselementit ovat alku, keskivaihe ja loppu. *Kertomus (narrative)* on tarinan esitys erilaisten merkkien välityksellä. Samasta tarinasta on erilaisia kertomuksia ja /tai yhdessä kertomuksessa on erilaisia tarinoita. Kertomuksessa on konteksti, kertoja, kertojan ääni, kertomisen tapa, säännöt, yleisö ja sen odotukset.

Kertomukseen liittyvä juonellistaminen (emplotment) on prosessi, joka yhdistää monimuotoiset tapahtumat yhtenäiseksi identiteetikertomukseksi (mm. Sintonen 1999). Juonellistamiselle on ominaista erillisten tapahtumien sitominen, ristiriitaisuuksien ylittäminen ja aikaan liittyvät peräkkäisyyden rakentuminen. Juonet voidaan luokitella esimerkiksi komediaan, romanssiin, tragediaan ja ironiaan. Brunerin (1986) mukaan tarinaan kuuluu se, että sekä kertomus ja sen osat elävät yhdessä. ”Story is how you can get most out of the least”. Tarinallisuuteen liittyy hermeneutiikka: pyritään ymmärtämään miksi tämä kertoja kertoo juuri tämän tarinan tässä hetkessä.

MacInturen (2004) mukaan ”ihminen on tarinoita kertova eläin”. Elämä on tarina, joka rakentuu sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Tarinaan vaikuttaa myös kulttuuri ja historia. Tarina vaatii juonen, siinä on erilaisia käännteitä ja alku, keskikohta ja loppu. Ilman muotoa ei ole tarinaa. Tarina ei ala alusta, vaan tulemme tarinaan kesken kaiken. Samaan aikaan elämme monessa eri tarinassa ja kuulumme muiden ihmisten tarinoin. Elämme elämäämme ja ymmärrämme elämäämme kertomusten avulla ja siksi myös ymmärrämme toisten tekoja kertomusten välityksellä. ”Tarinat eletään ensin ja kerrotaan vasta sitten – paitsi fiktioissa”.

Hänninen (2000) kuvaa tarinaa (narratiivia) merkityskokonaisuutena seuraavasti:

- 1) Tarina jäljittelee toimintaa ja elämää ja onnellisuutta ja onnetonta kohtaloa (Aristoteles)
- 2) Tarinalla on ajallinen kokonaisuus, jolla on alku, keskikohta ja loppu
- 3) Juoni muodostaa kokonaisuuden
- 4) Tarina esittää yleisen totuuden tai mahdollisuuden yksittäistapauksen kautta.

Tarinoiden avulla voidaan kokemusmaailma nähdä uudesta näkökulmasta. Tarina tutustuttaa kuulijan kertojan ajatusten ja toimintojen taustalla oleviin arvoihin ja uskomuksiin ja niissä tapahtuviin muutoksiin. Usein tarina odottaa tulemistaan, koska se ei ole vielä löytänyt sanoja, silti eletyt kokemukset voivat vaikuttaa toimintaan hiljaisena tietona. (Korhonen 2000). Kertomalla tarinansa ihminen voi luoda elämäänsä järjestyksestä ja nähdä yhteyksiä ja merkityksiä eri tapahtumien välillä. Tarinan avulla ja sen kautta ihminen oppii ymmärtämään itseään.

5.2 .Narratiivinen tutkimus

Narratiivisesti suuntautunut tutkimus on nykyisin hyvin monialaista, lähestymistapaa on sovellettu mm. antropologiassa, psykologiassa, kasvatustieteissä ja sosiaalitieteissä, hoitotieteessä, taloustieteessä, kirjallisuudessa, sekä kulttuurin- ja historian tutkimuksessa. Lähestymistavan juuret ulottuvat Aristoteleen *Runousoppiin*, mutta nykytutkimuksen alkukoti löytyy strukturalistisesta kerronnan teoriasta eli narratologiasta, joka on vaikuttanut ennen kaikkea kirjallisuustieteessä, mutta myös esimerkiksi folkloristiikassa. Eri alojen narratiivista tutkimusta yhdistää pyrkimys irrottautua luonnontieteellisistä ja erityisesti kvantitatiivisista metodeista ja niiden korvaaminen erilaisilla laadullisilla menetelmillä. Tutkimuksen kohteena voivat olla hyvin monenlaiset ilmiöt (lapsuus, vanhemmuus, identiteetti, minä, etnisuus jne.), olennaista on, että ilmiöt nähdään muuttuvina kulttuurisina tai sosiaalisina prosesseina, ei pysyvinä tai olemuksellisina. Lincoln ja Denzin (2000, 1047) kuvaavat narratiivista tutkimusotetta siirtymisenä pois suurista kertomuksista kohti yksilön näkökulmaa, jolloin uudet, aiemmin vaiennetut äänet pääsevät kuuluville. Tutkija ei ole objektiivinen tarkkailija, vaan hän muodostaa tutkittavan kanssa yhteistoiminnallisen työparin (emt. 1049).

Yrittäjyyteen liittyvän tutkimuksen kentällä narratiivista lähestymistapaa on käytetty identiteettien tutkimisessa (mm. Hytti, Foss), mutta sitä voidaan käyttää myös organisaatiotutkimuksessa (mm. Czarniewska, Aaltonen, Heikkilä) ja maahanmuuttajayrittäjyyden tutkimuksessa (Dahlhammar 2004). Aaltonen ja Heikkilä (2003,15) toteavat tarinoiden olevan sekä ikivanha väline kertoa merkityksellisistä asioista toisille ihmisille että uudelleen löydetty tapa kehittää organisaatioita. Tarinoiden avulla yritykset voivat lisätä tehokkuutta, tuottavuutta ja jopa henkilöstön hyvinvointia. Tarinoiden avulla voidaan välittää olennaista tietoa ja saamaan aikaan oivalluksia ja toiminnan muutoksia ihmisissä ja organisaatioissa. Työ- ja elinympäristöjen muuttuessa yhä monimutkaisemmiksi, tarinat ovat helposti ymmärrettävä tapa välittää tietoa ja saada hiljaista tietoa näkyväksi organisaatiossa. Väitetään, että lyhyin reitti kokemuksesta tietoon kulkee tarinoiden kautta (Johansson, 2004, 273).

Hyvärisen (2006) mukaan kertomuksia on haluttu tutkia monesta eri syystä: kertomusten kautta voidaan ymmärtää ja hallita *menneisyyttä*, ihmisten *identiteetit* rakentuvat

suurelta osin kertomuksina ja kertomukset suuntaavat toimijoita tulevaisuuteen. Hän pitää kertomusta tietämisen muotona, joka on tärkeä väline ajallisuuden ymmärtämisessä ja vuorovaikutuksessa. Kertomuksen avulla kokemuksia tehdään ymmärrettäväksi ja sen avulla voidaan vastata kysymykseen, kuka minä olen.

Fossin (2004,80) mukaan narratiivinen elämäkertatutkimus sopii yrittäjyyteen, koska se antaa uusia ulottuvuuksia yrittäjyyden teoretisoinnille, yrittäjien omat äänet tulevat kuulluiksi ja hänen mielestään yrittäjien elämäntarinoita on tutkittu tähän mennessä narratiivisesti aivan liian vähän. Narratiivinen tutkimus ei kuulu tutkimuksen valtavirtaan, mutta on lisännyt suosiotaan viime aikoina.

Yrittäjyyden liikkuminen aikakaudesta ja kulttuurista toiseen, välillä jopa häviten, muodostaa tarinan. Tämä on oivallinen esimerkki siitä, että jäsenämme paitsi elämäämme myös historiaa tarinoiden avulla. Paul Grobstein (2005) kuvaa tiedettä jatkuvana tarinana, joka kertoo, että sen täytyy ja se voi palvella kolmea inhimilliselle olomuodolle tyypillistä toimintoa: se tuottaa tarinoita, jotka saattavat lisätä inhimillistä hyvinvointia (mutta ei voi taata tätä pyrkimystä), tarjoaa yhdistävän linkin inhimilliseen tutkimukseen ja tarinoiden kertomiseen yleensä ja havainnollistaa esimerkin avulla epävarmuuden ja tuottaa vielä loppua vailla olevia, jatkuvia tutkimuksia siitä mitä vielä on tulossa. Hänen käsityksensä mukaan tiede on tarina, joka muuttuu.

Myös Bruner (1996) valottaa tiedettä tarinallisuuden kautta. Hänen mukaansa tieteilijät käyttävät tutkimuksessa kaikenlaisia apukeinoja, intuitiota, kertomuksia ja metaforia saadakseen spekulatiivisen teoriansa sopimaan tieteeseen. Hänen mukaansa tieteen tekemisen prosessi on narratiivi. Jotkut tutkijat (mm. Rae 2000) pohtivat ovatko tarinat totta. Elämäntarinat ovat luonteeltaan subjektiivisia, sosiaalisesti rakentuneita selontekoa elämästä, jossa kertoja on sekä toimija että tekijä. Sama ihminen voi kertoa saman tarinan eri tavalla eri aikoina ja eri ihmisille. Kertomuksissa ilmenee myös liioittelua ja niissä usein halutaan esittää kuva itsestä tietynlaisena. Esimerkiksi yrittäjä voi haastateltaessa pyrkiä antamaan itsestään käsityksen hyvänä yrittäjänä, joka kuulijan on helppo hyväksyä. Narratiivisia haastattelututkimuksia on kritisoitu joskus myös siitä, että ne tuottavat ainoastaan uudelleen tutkijan ennakkokategorioita. Tarinallisessa haastattelussa ollaan vapaita näistä ennakkokäsityksistä. Kertojat ovat hyvin erilaisia, toiset puhuvat hyvin avoimesti ja innokkaasti, toiset haluttomasti. Tähän kerto-

muksen syntyyn voi tutkija vaikuttaa. (Johansson, 2004.) Tutkijan merkitys kertomuksen syntymisessä on merkittävä, kahdelle erilaiselle kuulijalle kertoja luultavimmin kertoo samastakin aiheesta erilaisen tarinan. Siksi on tärkeää, että tutkijan rooli kertomuksen tuottamisessa on mahdollisimman läpinäkyvä.

6 NAISYRITTÄJIEN VALINTA TUTKIMUKSEEN

Olen valinnut tähän tutkimukseen haastateltavaksi maahanmuuttajataustaisia naisyrittäjiä. Naisyrittäjäksi määritellään tässä yhteydessä itsenäiset elinkeinonharjoittajat, osakeyhtiön osakkaat, jotka toimivat yrityksen johtotehtävissä ja kommandiittiyrityksen vastuulliset yhtiömiehet. Tärkeintä valinnassa oli se, että naiset ovat omistussuhteessa yritykseen, johtavat yritystä, osallistuvat sen päivittäiseen toimintaan ja tekevät yrityksen toimintaa koskevia päätöksiä. Miesten johtamia perheyrittäjiä ei otettu mukaan tähän tutkimukseen, koska tavoitteena on saada naisten äänet kuuluviin. Kaksi haastatelluista naisista työskentelee perheyrittäjässä, joissa he itse johtavat yrityksen toimintaa muun perheen osallistuessa lähinnä avustaviin tehtäviin. Haastateltavat löytyivät kouluttajien, opiskelijoiden ja haastateltavien verkostojen kautta. Kumpikin matkatoimistoyrittäjä, Elina ja Kristin, ovat tarjonneet työssäoppimispaikan maahanmuuttajaopiskelijalle ja haastattelupyyntö oli helppo esittää työpaikkavierailun yhteydessä. Sain yhteyden Leehen kiinalaisen opiskelijan kautta, Olgaan maahanmuuttajien opettajan avulla ja Heleniin hänen aikaisemman opettajansa kautta.

Kaikilla haastateltavilla on maahanmuuttajatausta ja kaikkien yritykset toimivat pääkaupunkiseudulla. Yritysten toimialat liittyvät matkailu- ja majoitustoimintaan, tukku- ja vähittäiskauppaan ja kustannustoimintaan. Kaksi haastateltavista toimii matkailualalla ja yksi majoitustoiminnassa. Tämän valinnan tein tietoisena siitä mahdollisuudesta, että se yksipuolistaa tutkimukseni näkökulmaa toimialojen ja ammattien samankaltaisuuden vuoksi. Edellä mainittuihin aloihin tunnen henkilökohtaista kiinnostusta, koska toimin maahanmuuttajien kouluttajana hotelli-, ravintola- ja matkailualalla. Harkitsin myös tutkimuksen rajaamista kokonaan näille aloille, mutta halusin tuoda tutkimukseen kuitenkin laajemman näkökulman ja valita mukaan matkailuelinkeinon ulkopuolisia aloja. Haastateltavat ovat kotoisin Latviasta, Virosta, Venäjältä, Ma-

lesiasta ja Romaniasta. Baltian maat ja Venäjä olivat tietoinen valinta lähtömaiksi, koska suuri osa aikuisista kotouttamistukea saavista maahanmuuttajista tulee kielikoulutukseen ja maahanmuuttajien valmistavaan koulutukseen juuri näistä maista.

Haastateltavien koulutustaustalla ei ollut merkitystä haastateltavia valittaessa. Esimerkiksi Hytti (2003) valitsi yrittäjiä koskevaan tutkimukseensa vain akateemisesti koulutettuja henkilöitä, koska oletuksena oli, että heillä oli ollut enemmän mahdollisuuksia valita eri uravaihtoehtojen joukosta kuin esimerkiksi kampaajilla tai auton asentajilla. Tällöin yrittäjyydellä on ollut uravalintaa tehtäessä. Vaikka tällaista valintaa ei tässä tutkimuksessa tehty, haastateltavat osoittautuivat hyvin koulutetuiksi. Yhtä yrittäjää lukuun ottamatta haastatelluilla oli akateeminen loppututkinto omasta kotimaastaan.

Alla olevaan taulukkoon on merkitty yrittäjien taustatiedot: ikä, koulutus, yrityksen perustamisvuosi ja toimiala. Olen muuttanut haastateltavien ja heidän kertomuksissaan esiintyvien henkilöiden nimet, vaikka kukaan haastatelluista ei pitänyt asiaa tärkeänä, tiedustellessani sitä haastattelun yhteydessä. Jotkut tutkimuksessa esille tulevat asiat voivat kuitenkin olla hyvin henkilökohtaisia, enkä halua jälkeinpäin tuottaa kenellekään tutkimukseni henkilöistä harmia sen vuoksi, että he mahdollistivat tämän tutkimuksen suostumalla haastateltaviksi ja kertomalla minulle tarinansa.

Taulukko 1.

Nimi	Ikä	Suomeen tulovuosi ja entinen kotimaa	Koulutus	Yrityksen perustamisvuosi Suomessa	Toimiala	Työntekijöiden määrä
Kristin	55	Viro	Puheterapeutti (yliopistotutkinto)	1992	Matkatoimisto	1,5
Elina	44	Latvia	Merkonomi	1992	Matkatoimisto	1
Helen	38	Romania	Toimittaja (yliopistotutkinto)	2005	Lehden kustantaminen	1+(3-4 freelanceria)
Lee	n.50	Malesia	Elintarvike-teknologia (yliopistotutkinto)	1993	Tukku- ja vähittäiskauppa	12
Olga	48	Venäjä	yliopisto-opintoja (kielet)	1994	Majoitus	1

7 NARRATIIVINEN ANALYYSI

Tässä luvussa esittelen yleisimmät aineiston analysointitavat ja perustelen sen miksi olen päätenyt analysoimaan aineistoa valitsemallani tavalla.

Narratiivisen aineiston analyysiin voidaan käyttää lukuisia eri tapoja. Aineiston analyysi on usein vapaamuotoinen, mutta analyysimenetelmiä on myös kehitetty (Alasuutari 1999, Hänninen 1996). Vuokila-Oikkosen (2002) mukaan Hyvärisen (1998 a,b) mukaan analyysissa tutkija esittää aineistolleen teoreettisia kysymyksiä. Aineiston analyysia tehdessään tutkijan on oltava tietoinen mitä kysymyksiä hän aineistolleen esittää ja toiseksi hänen tulee tietää miten hän näitä kysymyksiä esittää. (Hyvärinen 1998.) Alkuperäinen aineisto tulisi välittää mahdollisimman tarkasti, jotta lukija voi arvioida tulkintojen luotettavuutta (Hänninen 1999). Lieblichin (Lieblich et al., 1998) mukaan lukutapa tai analyysi vaatii kolmen kertomuksen tai äänen jatkuvaa keskinäistä dialogia. Narratiivinen lukutapa tai analyysi vaatii kertomuksen kertojan äänen mukana oloa. Ääni on nauhoitettua tai kirjoitettua kertomusta. Tämän lisäksi tutkijalta edellytetään teoreettista analyysia, jolloin tutkija vertaa tulkintojaan ja tarkastelee niiden oikeellisuutta verrattuna aikaisempiin tutkimuksiin ja teorioihin. Aineiston lukutavan ja tulkinnan tulisi lisäksi olla reflektiivinen. Tämä on tietoisuutta aineiston analyysin tuloksena syntyvistä johtopäätöksistä. (Vuokila-Oikkonen, 2002.)

Lieblich *et al.* (1998) ehdottavat myös narratiivisen aineiston lukemiseen, tulkintaan ja analysointiin kahta toisilleen vastakkaista lähestymistapaa: laaja-alaisuuteen (holistic) tai luokitteluun (categorical) perustuva lähestymistapaa ja kerronnan sisältöön (content) tai kerronnan muotoon (form) perustuvaa lähestymistapaa. Holistic-Content-lukutapa tarkastelee koko kertomusta ja tarkentuu kertomuksen tuottaman sisällön analysointiin. Holistic-Form-lukutavalla voidaan löytää juonia tai kertomuksen struktuuria. Kertomus voi esimerkiksi muodostua komediaksi, tragediaksi tai romanssiksi, Hännisen (2002) tutkimuksessa ”Työttömyyden julkiset mallitarinat” irtisanottujen tarinat on koottu sankaritarinan, komedian, ironian ja tragedian kertomuksiksi.

Polkinghorne (1995) ehdottaa narratiivisen aineiston analyysiin kahta eri tapaa, joita hänen mukaansa voi myös yhdistää. Analyysissä voidaan etsiä kertomusta kuvaavia

yhteisiä teemoja ja toisilleen vastakkaisia teemoja. Analyysin tuloksena syntyy tutkittavaa ilmiötä kuvaava yleisempi käsite. Analyysi on mahdollista tehdä myös deduktiivisesti, jolloin aikaisempi tutkimus tai teoria ohjaa analyysia tai aineistolähtöisesti, jolloin kertomus tuottaa sitä kuvaavat käsitteet. Toisen analyysimenetelmän avulla kertomuksesta etsitään juonia, jotka rakentuvat analyysin myötä ilmiötä kuvaavaksi kokonaisuudeksi.

Tässä tutkimuksessa käytän Categorical Content aineiston lukutapaa, jonka perusteella aineistosta löydetään teemoja, juonia tai viestejä (Lieblich et al.1998). Käsitteellistämällä aineistosta nousseet ”löydökset” voidaan löytää sisältöä kuvaava kertomus. Olen analyysin ensimmäiseen osaan kirjoittanut jokaisen haastattelun lähtötilanteen ja tiivistelmän haastateltavan kertomasta tarinasta, josta käyvät ilmi tärkeimmät esille nousseet teemat. Lisäksi pohdin yrittäjäidentiteetin rakentumista jokaisen yrittäjän kohdalla erikseen. Luvussa 9 olen nostanut esille tärkeimmät teemat, jotka esiintyvät kolmen tai useamman kertojan tarinoissa.

Litteroin jokaisen haastattelun ja tein haastatteluista käsittekartat ja tiivistelmät. Esitin aineistolle kysymyksiä, jotka veisivät analyysiä eteenpäin. Näitä kysymyksiä olivat mm. mistä yrittäjä puhuu? Mitkä asiat hänelle ovat merkityksellisiä menneisyydessä, nykyisyydessä ja tulevaisuudessa? Mistä hän ei puhu lainkaan, vaikka useampi kuin yksi muista yrittäjistä puhuu? Miten yrittäjän identiteetti rakentuu/on rakentunut tutkimuksen viitekehyksessä? Mitä muita identiteettejä yrittäjällä on? Analyysia ohjasivat yrittäjäyyteen, identiteettiin ja narratiivisuuteen liittyvät teoriat.

Kertomusten teemat rakentuivat myös kertomuspyynnön pohjalle. Yrittäjät pyrkivät kertomaan siitä miten yrittäjäyys heidän kohdallaan on alkanut ja mitkä seikat siihen vaikuttivat. Kaikki yrittäjät kertovat myös työstään ja yrittäjän arjesta, kukin omalla tavallaan. Olen pyytänyt myös jokaista kertomaan miltä tulevaisuus hänen mielestään näyttää. Itse haastattelutilanteessa olen pyrkinyt antamaan yrittäjälle mahdollisuuden kertoa tarinansa mahdollisimman oma-aloitteisesti ja keskeytyksettä pyrkien itse olemaan kuuntelijan roolissa. Tämä roolin ottaminen ei kuitenkaan aina mahdollista hyvän tarinan rakentumista, vaan useimmiten kertoja tarvitsee kuulijaltaan palautetta, jonka avulla hän määrittelee ja arvioi uudestaan omaa identiteettiään yrittäjänä. Tausta-ajatuksena on se, että identiteetti on itsetulkinnan tulos, joka rakentuu vuorovaiku-

tuksessa ympäristön kanssa (mm. Heikkinen 2002, 117). Nojaan tässä tutkimuksessa myös Kvalen (1996) käsitykseen siitä, että postmodernissa ajattelussa narratiiviselämäkerrallisen tutkijan työ ja johtopäätökset ovat riippuvaisia myös hänen omasta elämäkerrastaan ja kokemuksistaan. Tekemäni tulkinnat voivat siis saada toisena ajankohtana tai jonkun muun kirjoittamana toisenlaisia painotuksia.

Eri kulttuureista tulevien haastateltavien kulttuuritaustaa en ole tietoisesti ottanut huomioon haastattelutilanteessa. Käsitykseni mukaan haastattelutilanteita on ohjannut vuosien varrella kulttuurisista kohtaamisista kertynyt hiljainen tieto, jonka olen hankkinut opetustehtävissä.

8 YRITTÄJÄT KERTOVAT

Tässä luvussa keskityn yrittäjien kertomiin tarinoihin. Esittelen yrittäjät yksi kerrallaan voidakseni tuoda esille paremmin tärkeimpiä esiin nousevia teemoja. Seuraavassa luvussa teen vielä yhteenvedon tärkeimmistä yhteisistä teemoista, jotka ovat analyysimenetelmän mukaisesti yhteisiä vähintään kolmelle haastattelemalleni yrittäjälle.

Yrittäjän uraa voidaan tarkastella viiden elämän kehitysvaiheen kautta (Rae, 2000, 153). Yrittäjän varhaiset vaiheet ovat:

- 1) Lapsuus ja nuoruus (*Early life*)
- 2) Uran alkuvaiheet (*Early career*), ne kuvaavat koulutustaustaa, perhetaustaa, ammatillisia opintoja ja ensimmäisiä työpaikkoja. Myöhemmät kehitysvaiheet kuvaavat haastattelemini yrittäjien tämän hetkistä tilannetta:
- 3) Liiketoiminnan käynnistäminen ja siihen sitoutuminen (*Engaging and entering a venture*) tässä vaiheessa perustetaan tai hankitaan yritys. Tässä vaiheessa oli Helen, jonka yritys oli vasta vajaan vuoden ikäinen. Toisaalta hänen tarinassaan tulevaisuus näyttäytyi epävarmana ja mahdollisuudet liiketoiminnan kasvattamiseen ja liiketoiminnasta luopumiseen näyttivät haastatteluhetkellä suunnilleen yhtä suurilta.
- 4) Yrityksen kasvattaminen (*Growing a venture*), yrityksestä vastaaminen, johtaminen, ihmisten kehittäminen

Tässä vaiheessa olivat Elina, Lee, ja Olga, joiden yritykset menestyivät ja kaikilla oli kasvuodotuksia yritystoiminnan suhteen.

- 5) Yritystoiminnasta luopuminen (*Moving out and on from a venture*) myyminen, jättäminen, uusien mahdollisuuksien löytäminen. Tätä vaihetta edusti Kristin, joka oli vähitellen luopumassa liiketoiminnastaan.

Yritystoiminnan vaihe vaikuttaa luonnollisesti myös tarinoiden sisältöön. Yrittäjä tarkastelee tilannettaan ja uraansa oman kehitysvaiheensa näkökulmasta.

8.1 Lee

Tapasin Leen kiinalaisen opiskelijan avulla. Menimme yhdessä hänen elintarvikeliikeseensä, missä Lee työskenteli parhaillaan muiden aasialaisten työntekijöiden kanssa ja meidät esiteltiin toisillemme. Lee kutsui minut toimistoonsa myymälän takahuoneeseen, missä hän kertoi tarinansa opiskelijan odottaessa myymälässä. Päivittäiseen liiketoimintaan liittyvät puhelut keskeyttivät kertomuksen joitakin kertoja, mutta pyrimme aina jatkamaan siitä mihin jäimme. Lee vaikutti kiireiseltä ja tehokkaalta. Hän toivoi saavansa kertoa tarinansa englanniksi heikon suomenkielen taitonsa vuoksi.

8.1.1 Uran alkuvaiheet ja yrityksen perustaminen

Lee on kotoisin Malesiasta. Hänellä on tutkinto elintarviketeknologiasta malesialaisesta yliopistosta. Hän työskenteli kotimaassaan yrityksessä, joka toi maahan suomalaisia tuotteita. Lee tuli työnsä kautta Suomeen kahden viikon harjoitteluun vuonna 1992, tämän jälkeen hän jatkoi harjoittelua myös muissa Euroopan maissa. Heti Suomeen saavuttuaan Lee huomasi, että täällä olisi markkinoita aasialaiselle ruualle ja tuotteille, silloin syntyi liikeidea aasialaisten tuotteiden tuomisesta Suomeen, koska Hakaniemessä oli silloin vain muutamia aasialaisia ruokakauppoja. Lee lopetti harjoittelukierroksen Euroopassa 1993 ja palasi kotimaahansa uudet suunnitelman mielessään.

Lee irtisanoutui työstään Malesiassa 1994 muuttaakseen Suomeen. Hän halusi aloittaa *jotakin aivan omaa* Tiedustelen häneltä onko päätös koskaan kaduttanut ja Lee vastaa nauraen:

I never look back. Of course if I see back I must say that I must have been very daring but truly changed my job and had a new environment, because I come from the country where the temperature is 23 degrees and the first that I remember when I came here it was rainy that time and 1-2 degrees, when I first came to my training. But when I moved here to work, whohw...it was minus 25 degrees outside in February, it was windy, very cold. Everything changed, not I mean with work but lifestyle had to be changed and everything.

Hänen elämänsä muuttui siis täydellisesti muuton myötä. Yhtiökumppaniksi tulivat Marja ja toinen suomalainen nainen. Marja oli työskennellyt samassa yrityksessä kuin Lee ja he tunsivat toisensa jo ennen kuin Lee tuli ensimmäisen kerran Suomeen. Naiset perustivat Espooseen elintarvikkeiden tuontitukun, osakeyhtiön, joka myy aasialaisia ruokatavaroita ravintoloille.

Tukkumyynti alkoi malesialaisilla tuotteilla, koska Leella oli yhteydet tuottajiin, mutta pian kävi ilmi, että tuotteita saa edullisemmin muista Aasian maista, esimerkiksi Thaimaasta ja Kiinasta. Työ oli aluksi hyvin raskasta, varsinkin riisisäkkien kuljettaminen ravintoloihin pikkuautolla. Liike-ideaan kuului se, että tilatut ruokatarvikkeet kuljetetaan perille tilaajalle. Kielitaito ei tuottanut ongelmia, sillä Lee puhui kiinaa ja pärjäsi hyvin kiinalla ja englannilla aasialaisten ravintoloitsijoiden kanssa. Suomen kieltä hän ei välttämättä tarvinnut. Ravintoloiden työntekijät halusivat ostaa myös itselleen ja perheilleen ruokaa tukusta. Tukkua alettiin pitää auki kahtena päivänä viikossa vähittäismyyntiä varten. Tästä aiheutui kuitenkin ongelmia, koska yksityisautoilu lisääntyi liikaa muuten rauhallisella alueella ja kiinteistön omistaja kielsi vähittäismyynnin tukkumyymälän tiloissa. Vähittäismyymälä oli suunnitelmassa pitkään ja se avattiin Hakaniemessä kesäkuussa vuonna 2003.

8.1.2 Yritys kasvaa ja yrittäjyydestä tulee elämäntehtävä

Liiketoiminta laajeni vuosien myötä. Yritys kannattaa hyvin ja se on menossa Leen mielestä oikeaan suuntaan. Tällä hetkellä henkilökuntaa on 14 mukaan lukien osa-

aikaiset. Myymälöitä on yksi ja varastoja kolme. Uusin hankinta on Sörnäisistä kesällä 2006 hankittu pakasteruokavarasto.

Osakkaista Lee ja Marja työskentelevät yrityksessä, kolmas osakas on jo eläkkeellä. Tuotevalikoima on laajentunut elintarvikkeista mm. valmisruoka-annosten pakkauksiin, joita toimitetaan ravintoloihin. Kun tiedustelen onko hänellä vapaa-aikaa, harrastuksia ja mitä hän tekee vapaa-ajallaan, hän nauraa ääneen ja vastaa kieltävästi. Tulkitseen kysymyksen hämmentävän häntä. Hän tekee pitkiä työpäiviä, aloittaa klo 10.30 ja lopettaa noin kymmeneltä illalla. Sunnuntaisin hän pitää yleensä vapaata, mutta sunnuntaisin pitää käydä usein varastolla tekemässä joitakin työtehtäviä. Hän painottaa nopeasti, että myös muut osakkaat tekevät pitkiä työpäiviä. Hän työskentelee viikonloppuisin, mutta pyrkii tapaamaan muita malesialaisia yhteisissä tapahtumissa, joita järjestetään vähintään kerran kuussa.

8.1.3 Yrittäjän unelmia

Lee tuntee itsensä hyvin väsyneeksi työskenneltyään seitsemän päivää viikossa. Hän pitää kerran tai kaksi vuodessa 2-3 viikon pituisia lomia, jotka hän viettää Malesiassa. Loman pituus riippuu työtilanteesta ja siitä miten työasioiden organisointi onnistuu Suomessa ennen lomalle lähtöä. Loma-aikana hoidettavat työasiat ja sijaiset on mietittävä huolellisesti

Leen elämässä on aina oltava jotakin mitä odottaa ja lomat ovat sellaisia. Hän yrittää kerätä myös ylimääräistä energiaa tekemällä jotakin aivan muuta kuin työtä jaksakseen taas samoja rutiineja, mutta lisää nopeasti, ettei missään tapauksessa halua sanoa, että pitää työtään rutiininomaisena. Lopuksi hän toteaa, että aikaansa on uhrattava, jos haluaa jotakin. *You have to sacrifice your time if you want to do something...*

8.1.4 Pohdintaa Leen yrittäjäidentiteetistä

Lee poikkeaa muista haastattelemistani yrittäjistä siinä suhteessa, että hän muutti Suomeen aloittaakseen täällä yrittäjänä. Yrityksen liike-idea oli jo valmiina eikä mui-

ta vaihtoehtoja tarvinnut harkita. Hän oli havainnut liiketoimintamahdollisuudet Suomessa jo lyhyen harjoittelujaksonsa aikana 1993. Liiketoimintamahdollisuuksien havaitseminen ja hyödyntäminen ovat menestyviä yrittäjiä yhdistäviä ominaisuuksia (mm. Puhakka 2002, 199; 2003, 547). Motiivina Suomeen saapumiselleen hän kertoo halunsa tehdä *jotakin omaa* sen sijaan, että olisi jatkanut koulutustaan vastaavassa palkkatyössä kansainvälisessä yrityksessä Malesiassa. Hän tuo esiin mahdollisuuden hyödyntää yrittäjänä koulutuksen ja työelämän kautta hankittua ammattiosaamistaan elintarviketeknologiassa.

Lee ei kerro perheestään tai ystävistään Malesiassa ja Suomessa, toteaa vain tulleen Suomeen yksin. Hänen yrityksessä viettämästään ajasta voi päätellä, että perheelle tai yksityiselämälle ei jää aikaa, koska työpäivät venyvät 12-tuntisiksi ja usein viikonloputkin kuluvat työtehtävien parissa. Lee sanoo itse haastattelunsa aluksi, että hän halusi tehdä jotakin omaa ja lopettaa haastattelun toteamalla, että jos jotakin haluaa, sille on uhrattava aikansa. Hän on halunnut, perustaa oman yrityksen, jonka kautta myös oma identiteetti määrittyy. Tavoitteensa mukaisesti hän panostaa yritykseen kaikki resurssinsa; osaamisen, verkostot ja aikansa. Työnsä saavutukset hän näkee yrityksen kasvamisena kolmen osakkaan ja vain hänet itsensä kokopäiväisenä työllistävästä yrityksestä neljätoista henkeä työllistäväksi yritykseksi, toiminnan laajentumisena vähittäiskauppaan ja tuotevalikoiman monipuolistumisena. Hän vaikuttaa tyytyväiseltä yrityksen tilanteeseen ja nousujohteiseen kehitykseen. Työpanokset eivät ole menneet hukkaan.

Suomeen sopeutumista ja yrityksen perustamisprosessia on helpottanut suomalaisten yhtiökumppaneiden läsnäolo. Leen rooli on ollut yhtiössä koko ajan käytännön toimija, yrityksen ensimmäinen työntekijä, ja hänen etnisestä taustastaan on ollut merkittävää hyötyä liiketoiminnan aloittamisessa ja toimintojen laajentamisessa. (mm. Evans 1989). Yrityksen ensimmäiset asiakkaat olivat pääasiallisesti aasialaisia ja Leen kielitaito on alusta asti ollut riittävä yhteyksien hoitamiseen. Tämä saattaa olla syynä siihen, että hän keskustelelee mieluummin englanniksi kuin suomeksi vielä yli kymmenen Suomessa vietetyn vuoden jälkeen. Toisaalta kielitaidon puute on voinut hidastaa integroitumista suomalaiseen yhteiskuntaan, koska aika on kulunut työn parissa aasialaisessa yhteisössä ja unelmalomien kohteena on entinen kotimaa. Kertomuksen painotukset tukevat maskuliinista yrittäjäkäsitystä. Lee kertoi tarinansa lyhyesti ja täsmälli-

sesti. Kertomus eteni loogisesti eikä siihen sisältynyt sivujuonia, joiden päätyttyä perustarinaa olisi jälleen palattu.

8.2 Helen

Sain Helenin yhteystiedot hänen entiseltä opettajaltaan. Helen ehdotti ensin haastattelua sähköpostitse, mutta sain suostuteltua hänet tapaamiseen ja hänen toivomuksestaan tapaamispaikaksi sovittiin kortteliravintola Helsingin Kalliossa. Onneksi meillä oli mahdollisuus istuutua ravintolasalin yläpuolella olevalle parvekkeelle, muuten haastattelun litterointi olisi ollut taustahälyn vuoksi mahdotonta.

Helen on 38-vuotias ja hän on kotoisin Romaniasta. Hän muutti Suomeen noin neljä vuotta sitten asuttuaan sitä ennen Ranskassa kymmenen vuotta. Hänellä on loppututkinto journalistiikassa ja joukkotiedotuksen kansainvälisessä viestinnässä. Suomessa hän osallistui kansainvälisen kaupan ja markkinoinnin kurssille ja työskenteli kolme vuotta freelancer-toimittajana ennen oman yrityksen perustamista. Helen työskenteli Romaniassa kansallisen päivälehdessä toimittajana. Ranskassa hän työskenteli radiolle, joka teki lähetyksiä Ranskaan ja Romaniaan ja aloitti myöhemmin työt Romanian BBC:lle, jolla oli lähetyksiä myös Lontoossa. Helenillä on mielestään vankka kokemus kansainvälisestä toimintaympäristöstä.

8.2.1 Starttirahalla lehden kustantajaksi

Helenin mielestä ulkomaalaisen on mahdollisuus etsiä työtä tai työllistää itse itsensä. Hän halusi työllistää itsensä tekemällä jotakin ulkomaankauppaan liittyvää. Romaniaalaisten viinien tuominen Alkoon ei onnistunut ja niin hän joutui toistaiseksi luopumaan tuontiyrityksen perustamisesta. Helen huomasi, että suurin osa hänen entisistä opiskelutovereistaan työskentelee edelleen toimittajina ja päätti perustaa oman lehden. Lehti on projekti, joka yhdistää hänen elämäkokemuksensa, toimittajan kokemuksen ja projektinhallinnan, jonka Helen oppi toimiessaan freelancerina. Hän työskenteli Ranskassa myös markkinointitehtävissä, joten hänellä oli mielestään loistava tausta edetä urallaan seuraavaan vaiheeseen.

Helenin perustama lehti toimii linkkinä ulkomaisten lisäksi Suomen ja kansainvälisen yhteisön välillä. Helenin vanhemmat työskentelevät diplomaatteina Suomessa ja heidän kauttaan hän on oppinut tuntemaan diplomaattiyhteisön. Hän muutti Suomeen vuotta myöhemmin kuin vanhempansa ja huomasi mistä asioista vanhemmat olisivat halunneet tietoa ja mistä kyseisen tiedon löytää. Helen tietää mistä Suomessa asuville ulkomaalaisille kannattaa kirjoittaa. Hän kyseli myös muiden diplomaattien mielipiteitä ja ohjeita ennen oman lehden perustamista. Tällaisia lehtiä ilmestyy myös ulkomailla ja Helenin lehti on yhdistelmä niistä lehdistä, joita hän on aikaisemmin lue-
nut. Hänen lehtensä käsittelee kuitenkin ajankohtaisempia aiheita kuin muut samankaltaiset aikakauslehdet.

8.2.2 Kannattavuus huolenaiheena

Helen ryhtyi julkaisemaan ja toimittamaan ajankohtaislehteä diplomaateille ja Suomessa asuville ulkomaalaisille. Ensimmäinen numero ilmestyi joulukuussa 2005, kuuden kuukauden kuluttua lehden perustamispäätöksestä. Helen sai aluksi starttirahan kuudeksi kuukaudeksi ja pidennyksen vielä neljäksi kuukaudeksi. Hän löysi lehden toimituskunnan lehtimiessuhteidensa kautta. Kaikki työskentelevät freelance-pohjalta, aluksi toimittajat työskentelivät kokonaan veloitusetta.

Helen vastaa yksin lehden taloudesta ja kokee sen raskaana. Hän rahoittaa sen itse ja saa taloudellista tukea perheeltään. Hän ei saanut Finnverasta Naisten yrityslainaa, koska lehden toimittamista pidettiin riskibisneksenä. Helenin mielestä Suomessa kannustetaan hänen kaltaisiaan ihmisiä yrittämään, mutta pelkästään jo kielitaito muodostaa ongelman. Helen painottaa, että on hänen oma vikansa, jos hän ei osaa suomen kieltä, mutta on myös sitä mieltä, että apua pitäisi saada englannin kielellä. Joitakin tietoja saa TE-keskuksesta ainoastaan suomeksi, vain osa on käännetty englanniksi. Koska Helenin äidinkieliäkään ei ole englanti, on vuorovaikutus ongelmallista hänen asioidessaan viranomaisten kanssa. TE-keskuksessa ehdotettiin pro-start-analyysiä ja hän teetti sellaisen 100 eurolla. Asiantuntija analysoi liikeidean ja käynnistysprosessi aikataulutettiin, markkinointia tehostettiin ja lehden sisältöä analysoitiin, sen avulla toimintaan tuli lisää varmuutta. Analyysistä ei ollut kuitenkaan käytännön hyötyä,

koska se ei auttanut talousasioiden hoitamisessa eikä lainan saamisessa. Analyysin tekijä ei ollut tiedotuksen asiantuntija, vaan perehtynyt enemmänkin taiteeseen eikä osannut neuvoa lehteen liittyvissä talousasioissa. Kustannuksia kuitenkin leikattiin ja mainontaa lisättiin analyysin perusteella. Ensimmäinen painos maksoi 6000 euroa ja nyt se maksaa 3000 euroa, kun painatus siirrettiin Viroon. Sekin on Helenin mielestä nurinkurista, että lehti on pakko painattaa Virossa kustannusten säästämiseksi. Painattaminen Suomessa toisi töitä suomalaisille, mutta kustannukset nousevat tällöin liian korkeiksi.

Lehden kustantaminen on tappiollista ja toiminnan jatkuminen epävarmaa.. Myyntitiimin on vaikea löytää ammattilaisia. Helen osti listan työttömistä alan ammattilaisista, mutta huomasi monien listalla olevista olevan jo töissä. Toiset taas eivät vastanneet hänen soittopyyntöihinsä, mikä hänen mielestään oli outoa, kun kysymys oli työttömistä. Helenin mielestään ulkomaalaisiin ei luoteta. Viranomaistenkin on helpompi sanoa ei, kun he ajattelevat ulkomaalaisten oleskelevan täällä vain väliaikaisesti; ”*Easy come, easy go*”. Liiketoiminnan pyörittäminen Suomessa on ulkomaalaiselle yrittäjälle täynnä sudenkuoppia ja tapoja, joita on vaikea ymmärtää.

8.2.3 Yrittäjyys oppimisprosessina

Diplomaatit, Suomessa asuvat ulkomaalaiset ja liikemiehet lukevat Helenin lehteä. Tuottojen pitäisi tulla mainoksista ja ilmoituksista, sillä lehti on ilmainen. Työ on raskasta, koska Helenillä ei ole toimitustiimiä, joka huolehtisi toimittamisesta ja mainoksista. Helen kuvailee kokemustaan oppimisprosessina. Hänen mielestään Suomessa kannustetaan yrittäjyyteen, mutta ei tueta jatkamista. Helen tarvitsisi tukea vielä vuodeksi saadakseen lehden talouden kuntoon.

Hänen heikkoutensa on tulevaisuuden hahmottaminen. Hän näkee tulevaisuutensa epävarmana, tavoitteena on kuitenkin pitää lehti toiminnassa ja kehittää sitä. Tarvitaisiin päätoimittaja, jolloin omat resurssit voisi kohdistaa muuhun. Helen haluaa käynnistää uusia asioita ja tuntee tulevansa aina viisaammaksi työn myötä. Ihmisten kanssa työskentely on ollut hänelle hyvä kokemus, yksin olisi ollut liian raskasta. Muut työntekijät tekevät työtä freelance-pohjalta ja se on tavallaan hyvä, mutta ihmi-

set muuttuvat, löytävät vakituista työtä tai muuta työtä, ja silloin on vaikea pysyä rauhallisena ja löytää nopeita ratkaisuja. Parhaillaan hän etsii graafista suunnittelijaa, vähän aikaa sitten henkilöä oikolukijaksi. Hän pitää onnekkana sitä, että tuli ensin Suomeen freelance-toimittajaksi, sitä kautta hän oppi tuntemaan ihmisiä ulkoministeriöstä ja muita toimittajia. Hän alkoi puhua joka paikassa projektistaan ja ihmiset kiinnostuivat siitä. He kyselivät missä lehti painetaan ja mitä lehdessä kirjoitetaan. Tätä kautta Helen sai paljon hyviä vihjeitä, aina joku tunsikin jonkun, joka voi olla avuksi. Kannattaa aina puhua ihmisille siellä missä liikkuu, siitä on paljon apua.

8.2.4 Verkostoitumisen voima – naiset auttavat toisiaan

Lehden kustantaminen on ollut raskasta ja Helen kokee olevansa yksinäinen. Hänen mielestään on pyydettävä apua, jos on sen tarpeessa. Naiset eivät yleensä ole tottuneet tähän, mutta apua saa tarvittaessa, sillä naiset tukevat toisiaan helposti. Helen ei kuulu mihinkään yrittäjien verkostoon, mutta näkisi sen hyödylliseksi. Hän kokee itsensä enemmän journalistiksi kuin yrittäjäksi, vaikka halusikin toimia yrittäjänä. Helen pitää työprojekteista, haasteista ja kokonaisvaltaisesta ajattelusta. Hän on nyt enemmän yrittäjän roolissa, mutta rakastaa journalistin työtä, jota hän toisinaan pelkästään haluaisi tehdä. Oikeiden ihmisten löytäminen on ollut tärkeää ja nyt hän on oppinut jäljittämään heidät. Joillakin heistä on oikeat yhteydet ja suhteet, mutta rohkeus niiden käyttämiseen puuttuu. Jotkut eivät uskalla myydä mainoksia, toiset eivät usko kyyhinsä eivätkä arvosta provisiopalkkaa, vaan haluavat säännöllisen kuukausitulon. Yrittäjän menestystekijä on löytää oikeat henkilöt oikeaan tehtävään. Alussa Helen tuhlassa aikaansa erilaisten ihmisten tapaamiseen, jotka lupailivat kaikenlaista ja häipyivät sitten.

8.2.5 Ajatukset ovat jo tulevaisuudessa

Helen kertoo pitävänsä päivän viikossa vapaata, mutta ei voi heittäytyä täydellisesti vapaalle, koska on journalistina tottunut pitämään silmänsä auki koko ajan. Työ on hänelle myös muiden asioiden korvike. On helpompaa tehdä töitä kuin esimerkiksi

aloittaa uusi harrastus. Hän kuvailee itseään työnarkomaaniksi, mutta painottaa edelleen heikkoutenaan olevan taloudellisten asioiden hoitamisen.

Helen on saanut lehdestään hyvää palautetta ja katsoo onnistuneensa sen tekemisessä hyvin. Lehti näyttää hyvältä, mutta ei liian kalliilta, ihmiset vierastavat liian kalliin näköisiä lehtiä. Yrittäjäyyskokemus on ollut hämmentävä. Hän on oppinut paljon, mutta jos rahat eivät riitä, lehti joudutaan lopettamaan, sillä kaikki lehteen sijoitetut rahat menevät hukkaan ja Helen joutuu etsimään uuden työn. Hän ei aio tyytyä pelkästään freelancer- toimittajan työhön, vaan aikoo ottaa seuraavan askeleen. Nyt hänellä ei ole tarpeeksi rahoitusta eikä menestyvää yritystä. Kuitenkin kaikkialla on menestyviä aikakauslehtiä, jotka elävät mainoksilla, niinpä sen täytyy olla hyvä bisnes. Suomalaiset ja japanilaiset ovat suurimpia aikakauslehtien lukijoita, mutta englanniksi ilmestyy Suomessa vain tämä yksi lehti. Heleniä askarruttaa lehden huono menestys.

8.2.6 Terveiset päättäjille

Helen on hiukan tuohtunut. Hänestä on huijausta, että Suomessa ihmisiä houkuteltaan perustamaan oma yritys, se on niin helppoa.

I found very good people speaking in TE-keskus and they gave me courage and confidence to start. But they don't have the tools. They say you will find financing, but let's be realistic. Finland needs foreigner, we need hairdressers, cooks, cleaning people, magazines of course, there are so many other things. I don't say that somebody should just pour money to your business, but they should give a change to those who are seriously interested. There are many people who are just starting something and then let it down...they are trying to trick and to get some money it's the same everywhere. For those who have really decided to make their own way they should have support

Helen puhuu paljon rahasta, hän tarvitsee lisää rahaa ja on ollut asian tiimoilta yhteydessä erääseen Finnpron johtajaan. Johtaja tiedusteli onko Helen jo kysynyt TE-keskuksesta. Hän oli ollut siellä kolme kertaa, sitten ei enää saanut mennä sinne, piti soittaa. Helen lupaa työllistävänsä paljon ihmisiä, jos saa yrityksen pyörimään. Vie energiaa, kun pitää koko ajan miettiä taloutta sen sijaan että kasvattaisi yritystä.

8.2.7 Kielitaidolla on merkitystä

Helen sanoo, ettei voi syyttää ketään muuta kuin itseään huonosta kielitaidostaan. Hän uskoo, että nekin naiset, joilla ei ole koulutusta, voisivat perustaa oman yrityksen, vaikka eivät osaa suomen kieltä. Monet heistä osaavat laittaa ruokaa ja heillä on hyvät verkostot, mutta he eivät halua oppia suomen kieltä. Ulkomaalaisille pitäisi tarjota muukin mahdollisuus kuin kolmen vuoden kotouttamisohjelma. Monet käyvät sen ja tuhlaavat rahat eivätkä sittenkään puhu suomea, koska eivät ole kiinnostuneita oppimaan kieltä. Helen oli kolme kuukautta kielikoulutuksessa ja pettyi ihmisiin, jotka työskentelivät ulkomaalaisten kanssa. Hänen mielestään opettaja halusi pomottaa opiskelijoita, vaikka hän oli opiskelijoita nuorempi. Useimmat opiskelijat olivat akateemisesti koulutettuja, erityisesti venäläiset. Opettaja aliarvioi heitä, eikä tunnu kestäkään hyvältä, jos mitätöidään pelkästään siksi ettei osaa kieltä. Opettaja piti vain tuntien pitämisestä, ei ulkomaalaisista. Sitten kurssille tuli Helsingin kaupungista nainen pitämään tuntia työharjoittelupaikoista. Eräs muslimimies suhtautui häneen erittäin alentavasti, se oli sivullisestakin noloa. Kaikkien pitäisi ottaa eri kulttuurit paremmin huomioon. Erityisesti niiden, jotka työskentelevät ulkomaalaisten kanssa.

Kaikissa maissa on ulkomaalaisvastaisuutta. Ulkomaalaisesta tuntuu helposti siltä, että muut katsovat alaspäin eri tilanteissa. On ehkä todistettava, että on kaksi kertaa parempi kuin paikalliset asukkaat tullakseen huomioiduksi. Tämä on osa elämää ja se on vain hyväksyttävä. Jotkut maat tarjoavat taloudellisia etuja, muuttaessasi jonnekin saat laatua elämääsi. Suomalaisen tai ranskalaisen on Helenin mielestä vaikea työkennellä ulkomaalaisen kanssa, koska hänellä on erilainen tausta kuin maahanmuuttajalla.

Helenin mielestä myös lapset pitäisi totuttaa ulkomaalaisiin ja vieraisiin kulttuureihin. Heidän pitäisi kasvaa ympäristöissä, joissa asuu myös ulkomaalaisia pitivät he siitä tai eivät. Jos he eivät ymmärrä ulkomaalaisia, siitä koituu myöhemmin ongelmia. Helen toteaa lopuksi :

This is my opportunity to speak about my experience and my approach to this.

This is a good opportunity for me also to talk about my experience.

Toteamme, että tämä oli myös tilaisuus jäsentää oma kokemus eheäksi kokonaisuudeksi, jotta sitä olisi helpompi ymmärtää.

8.2.8 Pohdintaa Helenin yrittäjäidentiteetistä

Helen kertoo tarinansa naisyrittäjän, toimittajan ja maahanmuuttajan näkökulmasta. Tarinan edetessä nämä kolme identiteettiä käyvät vuoropuhelua ja ovat läsnä koko ajan. Journalistin ammatillinen identiteetti on vahvasti mukana yrittäjyydessä ja muussa toiminnassa. Kesken haastattelun hän ottaa itse haastattelijan roolin ja haluaa tietää minun kokemuksistani ulkomailla asumisesta ja vieraisiin kulttuureihin sopeutumisesta. Hetken ajan roolimme etsivät paikkaansa palatakseen takaisin alkuasetelmaansa. Freelance-toimittajan työssä hän on tottunut työllistämään itsensä ja toimimaan yrittäjämäisesti, kuitenkin ilman taloudellista riskiä. Perustaessaan lehden, hän on ottanut huomattavan taloudellisen riskin, vaikka varsinkin naisyrittäjät välttävät usein riskien ottamista. Helen toimii myös toimialalla, missä yksityisyrittäjyys on melko harvinaista. Ilmaiseksi jaettavan lehden taloudellinen kannattavuus on täysin riippuvainen mainostilan myymisestä ja sponsoreista, mikä näyttää tulleen yllätyksenä Helenille. Hän voi vaikuttaa vain toimittamisesta ja painattamisesta aiheutuviin kuluihin. Mainostilan myyminen ei ole sujunut toivotulla tavalla, koska hän ei ole onnistunut palkkaamaan hyviä myyjiä, jotka suostuisivat työskentelemään provisio-palkalla. Vaikuttaa siltä, että hän on henkisesti jo luopumassa lehden toimittamisesta ja suuntaamassa katseensa kohti seuraavia haasteita.

Helen on tottunut ulkomailla asumiseen. Ranskassa kaikki sujui paremmin, koska hän osaa ranskan kieltä. Suomen kielen opinnot eivät sujuneet ja varsinkaan yrityksen asioiden hoitaminen ei aina suju englanniksi. Tulevaisuus näyttyy epävarmalta ja yrittäjyydestä täytyy ehkä luopua. Helenin kokee lehden myös rajoittavan hänen omaa toimintaansa, hän haluaisi mieluummin ryhtyä jälleen johonkin uuteen, mutta se ei ole mahdollista, koska lehteen ei ole varaa palkata henkilökuntaa, jotka hoitaisivat käytännön asiat Helenin keskittyessä visiointiin ja uusiin ideoihin.

Helen halusi erityisesti tuoda haastattelussa esille pettymyksensä siihen, että hänelle oli ensin myönnetty starttiraha, jonka jälkeen hänet oli jätetty oman onnensa nojaan, vaikka hän oli yrittänyt hakea apua saadakseen opastusta yrityksen talousasioissa ja rahoituksessa.

It's against...its contradiction, those say go for it, go for it...those who are supporting you to continue...I said what I needed is a bunch of money for one more year to put it together. I constantly try to put things together.

8.3 Olga

Olga on 48-vuotias matkustajakodin emäntä, joka on muuttanut Suomeen Petroskoista, Venäjältä, 1990-luvun alussa. Kävin sopimassa Olgan haastattelusta paikan päällä, hänen matkustajakodissaan Helsingin ydinkeskustassa. Sovimme seuraavan tapaamisenkin sinne, koska hän yleensä päivystää siellä melkein aina.

Olgan tarina poikkesi muiden haastateltavien tarinoista siinä, että hänen elämänsä ja valintoihinsa oli merkittävästi vaikuttanut hänen sukunsa tarina, jonka Olgan kertoi minulle heti haastattelun aluksi. Olgan isä on syntynyt Suomessa ja isän sisko Liisa piti Helsingissä matkustajakoteja pitkän aikaa. Idea matkustajakodin perustamiseen tuli häneltä. Suku on kotoisin Etelä-Suomen rannikkokaupungista ja kaikki sukulaiset asuvat siellä.

Vuonna 1934 Olgan vaari, mummu ja isä muuttivat työn perässä Neuvostoliittoon, koska Suomessa oli silloin lama ja työstä puutetta. He jäivät sinne, koska eivät saaneet enää palata Suomeen. Vuonna 1938 vaari ammuttiin, mummu joutui 10 vuodeksi vankilaan, samalla isä joutui lastenkotiin. Liisa, joka on vaarin sisko, löysi avustajajärjestön kautta isän ja mummun ja siitä lähtien he pääsivät Suomeen joka toinen vuosi, koska kaikki sukulaiset asuivat Suomessa. Olga on lapsesta asti nähnyt kuinka pienet matkustajakodit toimivat, sillä Liisa piti kahta matkustajakotia Helsingissä. Toinen niistä on tällä hetkellä Olgan pikkuserkun käytössä, mutta hän on vuokrannut sen muille ja toista hoitaa eräs etäinen sukulainen.

8.3.1 Muutto Suomeen ja yrittäjäksi ryhtyminen

Olga opiskeli Petroskoin yliopistossa venäjää ja suomen kieltä neljä vuotta. Perhe tuli Suomeen 1994, tytär syntyi täällä ja Olga oli aluksi kotona. He olivat aluksi molem-

mat miehensä kanssa työttöminä ja miettivät mitä voisivat tehdä, kun kotona istuminen alkaa käydä hermoille. Olga oli auttanut sukulaisiaan jo vuosien ajan matkustajakodeissa ja nähnyt miten ne toimivat, siitä tuli idea omaan matkustajakotiin. Nykyisessä talossa oli huonokuntoiset tilat vapaana, remonttia ei oltu tehty moneen vuoteen, mutta ne saivat kelvata.

Olga aloitti miehensä kanssa tyhjystä. He menivät pankkiin neuvottelemaan lainasta. Takaajana oli Liisa. He saivat 200 000 mk lainaa ja aloittivat yrityksen. Liiketoiminta on onnistunut hyvin. Vuokrasopimus tehtiin 12 vuodeksi ja vuoden 2007 lokakuussa vuokrasopimus loppuu. Nyt Olga miettii miehensä kanssa ostavatko he tilat. Asiaa on käsitelty myös pankissa, mutta ratkaisua ei ole vielä tehty. Huoneiston omistajat pyytävät kovaa hintaa ja tehtävänä on paljon korjaustöitä. Nähtäväksi jää myöntääkö pankki lainan.

8.3.2 Oma koti on matkustajakodissa

Matkustajakodissa on 15 huonetta ja työntekijöinä ovat Olgan perheenjäsenet. Yrityksen perustamisen jälkeen Olga perheineen on ollut siinä työssä 24 tuntia vuorokaudessa. Olga asuu matkustajakodissa, hänen osoitteensa on siellä, muu perhe asuu toisessa osoitteessa. Avomies ja poika ovat auttaneet yrityksessä ja pojalla on jo oma perhe. Kaikki haluavat jatkaa matkustajakotia, vaikka jokaisella on omakin työnsä. Olgalla on ollut sopimus kahden ammatillisen oppilaitoksen kanssa ja hän on sitä kautta saanut avukseen venäjää puhuvia tyttöjä harjoittelemaan kesäisin, kun asiakkaita on paljon. Myös hänen poikansa ja pojan vaimo auttavat, myös mies ja sukulaiset. Jos toiminta jatkuu, niin Olga aikoo palkata vakituisia työntekijöitä. Olgalla on ollut myös työvoimatoimiston kanssa sopimus, matkustajakodissa on ollut monta hyvää tyttöä harjoittelemassa. Kaikki tietävät, että Olgalla on venäjänkielinen matkustajakoti, kaikki työharjoittelijat puhuvat venäjää. Matkustajakodissa on osattava venäjää, suomea ja englantia.

Matkustajakoti suljetaan kolme kertaa vuodessa; juhannuksena, jouluna ja pääsiäisenä. Silloin perhe lähtee lomalle etelään 5-15 päiväksi. Olga matkustaa myös yksin, kun hän tekee sopimuksia, silloin päivystämässä on hänen poikansa tai pojan vaimo. Per-

he käy mielellään uusissa paikoissa lomalla, samalla saa aina uusia ideoita hotelleista. Joskus he käyvät viikonloppuna Pietarissa, kun siellä on paljon ystäviä. Tytär käy koulua suurlähetystön koulussa ja siellä lomat ovat pidemmät kuin Suomessa. Hän ei vielä puhu suomea, mutta ymmärtää paljon. Muut ovat vihaisia Olgalle siitä, että tytär ei ole oppinut suomea, vaikka on jo 12-vuotias. Olgan mielestä riittää sekin, että hän ymmärtää suomea jo melko hyvin.

8.3.3 Koti myös asiakkaille

Toiminta on muuttunut 12 vuodessa. Kun liiketoiminta alkoi, asiakkaita oli vähän. Melkein kaikki olivat venäläisiä, varsinkin Pietarista tuli paljon asiakkaita, kun rajat avattiin. Sitten alkoi yhteistyö Hotellikeskuksen kanssa ja myös sitä kautta saatiin paljon asiakkaita. Helsinkiin tulee koko ajan lisää suuria liikemieshotelleja ja pienet lopettavat. Olga perheineen jatkaa matkustajakodin pitämistä ja aikoo tehdä siitä kodikkaan. He palvelevat asiakkaita muita paremmin, asiakkaat voivat tulla Olgan kotiin kuin kotiinsa. Eräs tamperelainen rouva, jolla on itselläänkin hotelli, on silloin tällöin asiakkaana ja antaa Olgalle hyviä neuvoja.

Eräs japanilainen asui kuukauden Olgan vieraana joitakin vuosia sitten ja teki Japaniin luetteloa majoitusliikkeistä. Hänen palattuaan Japaniin, matkakotiin alkoi tulla paljon japanilaisia turisteja. Myös Saksasta, Ruotsista, Virosta ja Liettuasta tulee asiakkaita. Virolaiset ja Liettualaiset tulevat työn perässä, kun se on nyt mahdollista. Monet asuivat kesällä pitkiä aikoja, parhaillaankin kaksi henkilöä asuu kuukauden. He rakentavat Helsingissä laivoja ja työnantaja maksaa majoituksen. Matkakodissa on aika paljon melua, oli hiljaisempaa, kun toiminta alkoi. Matkakodilla ei ole myöskään autopaikkoja asiakkaille, se on vähän hankalaa.

8.3.4 Tulevaisuuden suunnitelmia

Yrittäminen on ollut hyvä vaihtoehto, Olgan mielestä on ikävää, jos ei voi jatkaa. Jatko riippuu pankin lainapäätöksestä. Olgalla on mielestään hyvät suhteet pankkiin. Jos hän saa huoneiston, niin hän aikoo heti ilmoittaa taloyhtiölle suuresta remontista.

Sähköjohdot ja ilmastointi pitää uusida. Talo on satavuotias, joten melkein kaikki on uusittava. Olgan suunnitelmissa on myös laittaa huoneisiin pienet suihkukopit, koska asiakkaat pitävät siitä. Remontin jälkeen pitää myös nostaa hintoja, jotka ovat olleet keskustan halvimmat. Olgalla on paljon ideoita: sauna pitää olla, koska kaikilla on sauna ja turistit haluavat kokea sen Suomessa käydessään. Matkustajakodissa on keittiö ja mahdollisuus pestä vaatteita, asiakkaat lähtevät sieltä hyvällä mielellä. Olga aikoo etsiä toisen paikan, jos ei voi ostaa nykyistä huoneistoa.

Petroskoilaiset opiskelijatyöt käyvät joskus Olgan luona tekemässä töitä ja tutustumassa Suomeen. Suomessa vieraillessaan he voivat asua matkustajakodissa, tehdä vähän töitä ja samalla tutustua Helsinkiin. Nytkin Olgan parhaan ystävän tytär on auttamassa. Kiireisinä aikoina kaikki perheen jäsenet, myös Olgan isä ja äiti, auttavat huoneiden siivouksessa ja muissa tehtävissä.

Olga tarjosi pari vuotta sitten asiakkaille mahdollisuuden varata huoneita internetin kautta. Se ei kuitenkaan ollut hyvä idea, koska monet jättivät tulematta. Sitten varauskanava suljettiin. Mitään ennakkomaksua asiakkailta ei peritä, kuitenkin kuuheen mennessä varaus on lunastettava. Olga sulkee kertomuksensa ajatuksiinsa yrittäjyydestään seuraavasti:

Joskus on raskasta. Sen huomaa, kun muilla on vapaa-aikaa ja pitkät lomata. Silloin mietin miksi en mennyt töihin toisen palvelukseen, tässä ei ole edes rikastunut. Mutta tämä on oma, voin toteuttaa täällä omia ideoita ja ajatuksia. Kun olen ollut täältä viikon pois, tänne on jo ikävä.

8.3.5 Pohdintaa Olgan yrittäjäidentiteetistä

Olgan yritys on pieni ja se toimii naisyrittäjille tyypillisellä toimialalla. Yrityksen perustaminen oli mahdollista sukulaisen takaaman lainan avulla. Lainariski oli kohtuullinen ja hänellä oli majoitusyrityksen pyörittämisessä tarvittava ammattitaito. Vaikka Olga oli opiskellut kieliä, yrittäjyys oli hänelle luonnollinen vaihtoehto, koska hän oli lapsesta asti tottunut auttamaan sukulaistensa majoitusliikkeissä.

Leen ja Olgan tarinat ovat toisilleen vastakkaisia. Leen kertomus keskittyi yrityksen toimintaan ja liittyi vain ohimennen ihmissuhteisiin, kun taas Olga kertoo tarinansa naisen näkökulmasta, perheen äitinä ja asiakkaidensa vieraanvaraisena emäntänä. Olgan tarinassa on paljon merkityksellisiä ihmisiä, joiden yhteys yrittämiseen on kerrottava. Nämä ihmiset ovat mahdollistaneet ja vaikuttaneet merkittävästi hänen yrittäjyytensä syntymiseen ja kehittymiseen. Yrittäjyys on juoni hänen tarinassaan, joka etenee sukulaisten, perheen, ystävien ja asiakkaiden ehdoilla. Yritys on hänen kotinsa, jonne vieraat ja perheenjäsenet tulevat. Olga on haastattelemistani yrittäjistä ainoa, jonka suvussa on ollut muitakin saman alan yrittäjiä. Olga oli jo nuorena tottunut majoitusliikkeen toimintaympäristöön, joten yrittäjyyden valinta vaihtoehdoksi työttömyydelle oli mahdollinen. Hänelle on Suomessa vietettyjen lomien aikana muodostunut käsitys yksityisyrittäjyydestä, sen tarjoamista mahdollisuuksista ja velvoitteista. Muuten yrittäjäksi ryhtyminen ei luultavasti olisi juolahtanut Petroskoista aikuisena Suomeen muuttavan naisen mieleen.

Yrityksen kasvattaminen ja taloudellinen suunnittelu ei ole tärkeää eikä se kuulu hänen vahvuuksiinsa, siitä kertoo myös matkustajakodin sijaintiin ja huoneiden kuntoon nähden (liian) alhainen hintataso. Hän toteaaakin yrityksestään että se on mennyt taloudellisesti ”*noin ja näin, noin ja näin*”, rikastumaan ei ole päässyt, mutta hän on kuitenkin pystynyt elättämään sillä itsensä yli kymmenen vuotta. Yrityksen laajentamiseen liittyviä suunnitelmia hänellä ei ole, mutta jos laina järjestyy, niin hän panostaa asiakkaiden viihtyvyyden lisäämiseen ja tason nostamiseen.

Olga on omalla tavallaan onnistunut yhdistämään yrittäjyyden ja perheen. Toisaalta yrittäjyys on myös erottanut hänet perheestään, koska hän asuu yrityksessään ja muut perheenjäsenet toisaalla. Hän vaikuttaa kuitenkin järjestelyyn tyytyväiseltä.

8.4. Elina

Tapasin Elinan ensimmäisen kerran tullessani tapaamaan venäläistä opiskelijaani, joka oli työharjoittelussa hänen matkatoimistossaan. Esitin jo silloin hänelle haastattelupyynnön, johon hän suhtautui myönteisesti. Jouduimme siirtämään tapaamistamme useita kertoja Elinan työkiireiden vuoksi, mutta lopulta tapaaminen järjestyi hänen

toimistossaan. Hän työskentelee toimistossaan yksin, toisinaan hänellä on työharjoittelija jostakin oppilaitoksesta, toiselle työntekijälle riittäisi töitä, mutta työntekijän palkkaaminen arveluttaa. Elina on 44-vuotias ja kotoisin Latviasta. Hän muutti Suomeen vuonna 1992. Aluksi hänellä ei ollut aavistustakaan mitä hän voisi tehdä Suomessa. Kaikki oli vierasta ja tuntematonta eikä Elina osannut suomen kieltä, nykyään hän puhuu jo hyvin suomea. Elinalle käännekohtaa merkitsi maahanmuuttajille tarkoitettulle yrittäjäkursseille pääseminen 1998. Hän sai kurssilla ajatuksen matkatoimiston perustamisesta, se olisi hänen oma juttunsa. Hän perusti vuonna 1999 kommandiittiyhtiön suomalaisen naisen kanssa ja rekisteröi yrityksen. Hän on siitä lähtien ollut yrityksen toimitusjohtaja. Elina sai yrittäjäkurssin järjestäjän kautta ensimmäisen toimistonsa Helsingin keskustasta. Vuokra oli edullinen, koska toimisto oli tarkoitettu yrittäjäkurssein käyneille aloittaville yrittäjille. Siinä toimistossa Elina kehitti liiketoimintaa kahden vuoden ajan. Hän teki kehitysvaiheessa paljon alustavia sopimuksia muiden matkatoimistojen ja laivayhtiöiden kanssa. Sieltä yritystoiminta vähitellen alkoi.

8.4.1 Alku oli hankalaa

Latviassa Elina oli mukana matkailualan yrityksessä. Se oli metsästyksen ja kalastukseen erikoistunut matkailuyritys, jonka johtajana hänen miehensä toimi. Hän itse työskenteli miehensä apuna. Vuosina 1992–1993 yritys järjesti suomalaisille matkailijoille majoitusta Latviassa ja kaikkea muuta, mikä kuuluu metsästyksen. Tämän hetkinen liikeidea, johon kuuluvat viisumit, hotellimajoitus, laivaliput ja matkaliput, on kuitenkin uutta, Elinan itsensä ideoimaa. Yrittäjäkursilla oli esillä monenlaisia liikeideoita. Jokaisen opiskelijan oli oltava itse aloitteellinen ja keksittävä oma ideoinsa, kurssilla autettiin vain idean kehittämässä. Monet kurssin opiskelijat aikoivat perustaa vaateliikkeen tai ravintolan.

Aluksi yrittäminen oli hankalaa, kun joutui aloittamaan nollasta. Ensimmäisenä vuonna ei ollut asiakkaita, se oli pahin vuosi. Yritys oli Elinan unelma, mutta mistä löytyvät asiakkaat ja kenelle palveluja voisi myydä. Elina kuvailee vuotta dramaattisesti:

Se oli hirveää aikaa, koko vuosi hirveää miettimisaikaa. Laitoin pari kertaa ilmoituksen lehteen ja vain yksi tai kaksi asiakasta tuli. Ei ollut kokemusta eikä asiak-

kaita, taloudellisesti oli myös vaikeaa. Silloin ei ollut vielä Spektr-lehteä, se alkoi ilmestyä vasta 1999 loppuvaiheessa. Ei ollut myöskään venäläisten radiota missä mainostaa. Se oli hankalaa, kun ei ollut asiakkaita ja joutui miettimään pystyykö maksamaan seuraavassa kuussa kaikki laskut. Ajan myötä olen oppinut, että jos tänään ei ole asiakkaita niin huomenna on, tai ylihuomenna.

Vuonna 2003 hän sai suuren lainan pankista ja osti oman toimiston katutasosta, mihin asiakkaidenkin on helppo tulla. Vähitellen Elina alkoi saada asiakkaita ja tarjouspyyntöjä. Hän alkoi tehdä myös ryhmämatkoja. Hänellä on nykyään jo paljon asiakkaita ja uusia asiakassuhteita syntyy jatkuvasti. Kirjanpitäjän mielestä liiketoiminta on nyt kannattavaa ja liikevaihto on koko ajan nousussa.

8.4.2 Venäläisille suunnatut mediat vauhdittavat liiketoimintaa

Toimintaympäristössä tapahtuneet muutokset olivat onnenpotku Elinalle. Venäläisille suunnattu Sputnik-radioasema aloitti toimintansa syksyllä 1999 ja Spektr-lehti vuonna 2002. Elina päätti toteuttaa suuren markkinointikampanjan radiossa ja aloitti ilmoittelun Spektr-lehdessä, koska hänen toimistonsa on erikoistunut Suomessa asuviin ulkomaalaisiin, erityisesti venäläisiin. Elinalla on myös oma ohjelma Sputnik-radiossa kolme kertaa viikossa. Ohjelma käsittelee matkailua Suomessa ja ulkomailla. Elina sai idean radio-ohjelmasta keskusteltuaan ihmisten kanssa ja havaittuaan, että suurimmalla osalla ihmisistä ei ollut käsitystä siitä, mihin he haluaisivat matkustaa ja mitä he haluaisivat matkallaan nähdä. Monet hänen tapaamistaan ihmisistä tuntevat vain Suomen lähialueet, mutta eivät tunne muita Euroopan matkakohteita. Elina kertoo ohjelmassaan kohteista ja nähtävyyksistä ja mainostaa samalla omaa matkatoimistoaan, joka järjestää matkoja näihin kohteisiin. Radio Sputnik on suosittu Suomen venäjänkielisen väestön keskuudessa ja sitä kuunnellaan Helsingin lisäksi Turussa ja Itä-Suomessa.

8.4.3 Yrittäjyyden hyvät ja huonot puolet

Elinan mielestä yrittäjyys on ollut hyvä valinta, vaikka aina ei ole ollut helppoa. Pienessä yrityksessä ihminen joutuu tekemään ihan kaiken alusta asti. Asiakaspalvelussa

täytyy aina muistaa olla ystävällinen ja avulias. Lisäksi haittapuolena on pitkä työpäivä. Elina saapuu työpaikalleen kahdeksalta tai yhdeksältä aamulla ja lähtee kotiin seitsemältä illalla.

Yksityiselämä on aivan kuollutta, ihan minimalisoitunutta, ihan minimi kotonaoloaika. Mutta toinen puoli on erittäin mielenkiintoinen, teen työtä erilaisien ihmisten kanssa, tapaan koko päivän erilaisia ihmisiä. Voin suunnitella ihmisten loman, se on mielenkiintoista. Olen yrittäjänä tyytyväinen ja se sopii minulle parhaiten. En voi kuvitella toimivani muulla alalla. Olen monta kertaa tätä miettinyt ja tullut siihen tulokseen, että olen menossa oikeaan suuntaan.. Tämä on mielenkiintoinen ala, tunnen tämän alan ja olen perehtynyt tähän.

Elinan mielestä hänellä on onnea, koska hänen kommandiittiyhtiönsä äänetön yhtiömies on suomalainen liikemies. Yhtiökumppani tuntee paljon ihmisiä ja hän järjesti Elinalle ensimmäisen matkan. Sitten tulivat tutut ja tuttujen tutut ja kaikista tuli asiakkaita. Hän sai myös ryhmämatkatilauksen pankista, jolle hän edelleen järjestää matkoja. Elina on tutustunut myös suurlähetystöjen työntekijöihin. Venäjä ja Ukraina ovat suuria asiakkaita ja he järjestävät itselleen ja sukulaisilleen risteilyjä ja junamatkoja. Sitten asiakkaana on myös tässä lähellä asuvia ihmisiä ja jos asiakas saa hyvää palvelua, hän tuo kavereita ja kaverei kavereita. Puskaradio toimii hyvin ja tällä hetkellä asiakkaita riittää, heitä on riittävästi päivittäin.

8.4.4 Tulevaisuuden näkymiä

Elinan toiveena on järjestää itselleen parempi elämä, hän haluaa viettää enemmän vapaa-aikaa. Hän haluaa myös laajentaa ja muuttaa toimintaa. Aluksi päämääränä oli selviäminen vuodesta seuraavaan vuoteen, mutta tavoitteet ovat nyt korkeammalla. Suunnitelmissa on isomman toimiston ostaminen ja yhden työntekijän palkkaaminen, että voi joskus pitää lomaa. Elina piti kesälomaa, mutta se ei tuntunut lomalta, koska puheluita tuli koko ajan ja häntä hermostutti lisäksi pärjääkö harjoittelija toimistossa. Uuden työntekijän pitäisi olla henkilö, joka on taitava, ulospäin suuntautunut ja positiivinen. Häneen pitää voida luottaa, koska kysymys on Elinan omasta bisneksestä.

Elina toteaa, että hänen koko elämänsä on toimistossa. Hän on laittanut oman elämänsä järjestykseen, jossa ensimmäisellä sijalla on työ ja sen jälkeen kaikki muu. Joskus hän ei pysty järjestämään itselleen edes lääkäriä, koska ajan pitäisi olla seitsemältä aamulla tai kahdeksalta illalla. Silloin tuntuu, että työtä on liikaa ja apuvoimia pitäisi saada.

Suurin toiveeni on, että asiakkaat ovat tyytyväisiä ja bisnes pyörii, silloin tulee tunne, että tämä on juuri sitä mitä haluan tehdä ja vähän laajentaakin. Tätä haluan tehdä. Se on mahdollista, siihen on vain vähän panostettava. Kyllä se onnistuu jossakin vaiheessa. Olen aloittanut aivan nollasta, minulla ei ollut taitoja eikä kokemuksia Suomessa, taloudellisesti yritys oli miinuksella. Olen nyt maksanut ensimmäisen lainan pois, ostanut toimiston ja ostanut jopa oman paritalon. Näyttää siltä, että myös pankki luottaa minuun ja jos liiketoiminta jatkuu tällaisena, voin ehkä laajentaa. Ostan isomman toimiston ja palkkaan toisen työntekijän. Minulla on nyt selkeä suunnitelma, joudun tekemään enemmän töitä. Se on pitkän aikavälin suunnitelma, joka toteutuu ehkä ensi vuonna.

8.4.5 Pohdintaa Elinan yrittäjäidentiteetistä

Elina toimii tyypillisesti naisvaltaisella alalla. Hän mainitsee vain ohimennen aikaisemman kokemuksensa matkailualalta. On todennäköistä, että hänelle on kerääntynyt alan osaamista ja hiljaista tietoa jo metsästyksen liittyvien matkojen järjestämisestä Latviasta. Kuitenkin hän korostaa voimakkaasti, että lento-, laiva- ja junamatkojen välittäminen on hänen oma ideansa, joka ei lity mitenkään aikaisempaan kokemuksen matkailualalla. Hänen oma matkansa menestyväksi matkailuyrittäjäksi ei ole ollut helppo. Hän kuvailee epätoivoista aikaa, jolloin ei ollut asiakkaita eikä rahaa, mitään hyvää keinoa tilanteesta selviämiseksi ei ollut näköpiirissä. Elina oli kuitenkin päättäväinen ja jatkoi valitsemallaan tiellä. Hän on ollut koko ajan varma ja luottavainen tulevaisuuden suhteen eikä anna periksi, vaikka ensimmäiset vuodet olivat vaikeita.

Elinan ja Leen yrittäjäyyskertomuksilla on monia yhtäläisyyksiä. He tarkastelevat yrittäjäyttä miehisestä todellisuudesta käsin (Kyrö 2004). Yrittäjäyys muodostuu niin kokonaisvaltaiseksi, että elämään ei mahdu mitään muuta. Elina tuo selkeästi esille sen, että hänellä ei ole yksityiselämää, on vain työ. Toisaalta hän on ylpeä siitä, että on

yrittäjänä saavuttanut taloudellista hyvinvointia. Hän on ”kunnollinen” yrittäjä, joka on aloittanut tyhjästä, maksanut suuren lainan takaisin ja saanut yrityksensä menestymään. Hän on havainnut ja hyödyntänyt uusia mahdollisuuksia, joita viime vuosina on tarjoutunut. Elinasta on kehittynyt yritystoiminnan myötä alan arvostettu ammattilainen.

8.5 Kristin

Tutustuin Kristiniin, kun virolainen opiskelijani oli hänen yrityksessään työssäoppimisjaksolla. Sovimme haastattelusta ja tapasimme hänen toimistossaan. Kristin on 55-vuotias ja hän on syntynyt Virossa. Mukaansa tempaava kertomus alkaa ilman kysymyksiä. Kristin pitää puhumisesta ja hänen tarinassaan on kymmeniä sivujuonia, joista kokonaisuus muodostuu. Kristinillä on taito vangita kuulija kertomuksellaan. Hän on juuri palannut Pärnusta ja tuonut sieltä korillisen omenia, joita maistelemme yhdessä. Hän esittelee Jaanikan, miniänsä, jonka hän toivoo jatkavan yritystään muutamana vuoden kuluttua, sillä Kristin on suunnitellut jäävänsä varhaiseläkkeelle. Kristinin mies on mukana yrityksessä, mutta aikuinen poika toimii tietotekniikan parissa. Hän kokeili matkatoimistotyötäkin, mutta se ei osoittautunut hänelle sopivaksi uravaihtoehtoksi.

8.5.1 Puheterapeutina Virossa

Kristin on alkuperäiseltä ammatiltaan puheterapeutti. Hän hoiti virkaansa useita vuosia ja työskenteli pääasiallisesti änkyttäjien kanssa, jotka tulivat viisivuotiaina lastentarhan erityisryhmään, missä Kristin opetti heitä puhumaan ja käyttämään oikein ääntä. Kolmen vuoden kuluttua lapset menivät kouluun ja uudet lapset tulivat tilalle. Kun Kristin oli tehnyt tätä neljä kierrosta, hän mietti, ”*onko tämä minun elämäni? Olenko käynyt tätä varten käynyt korkeakoulua, että taas tulevat uudet lapset ja taas kaikki sama toistuu? Itse on tehtävä opetusmateriaali, mitään valmista ei ole*”. Kristin toimi oman työnsä ohella myös suomalaisten matkaoppaana, mutta vastusti mielessään Inturistin tiukkoja määräyksiä opastuksen sisällöstä ja kohteista. Hän mietti opastaessaan miten muuttaisi opastusta, jos saisi itse päättää. Puheterapeutin palkka

oli Virossa 100 mk kuukaudessa 1980-luvulla. Kun Kristin meni naimisiin suomalaisen miehen kanssa, tämä lupasi maksaa hänelle saman verran kuukaudessa, jos Kristin jää kotiin. Hän irtisanoutui puheterapeutin työstään, maltoi pysyä kotona viikon, ja perusti sitten oman yrityksen. Tämä oli mahdollista 1980-luvun loppupuolella, koska presidentti Gorbatsšov oli antanut virolaisille hiukan lisää vapauksia. Osuuskuntien perustaminen oli yksi osoitus tästä uudesta, vapaammasta suunnasta. Osuuskunnassa oli hänen lisäksi kaksi muuta opasta ja hänen oma äitinsä, suomalainen mies ei ulkomaalaisena saanut tulla virallisesti mukaan.

8.5.2 Osuuskunta kasvaa merkittäväksi matkailuyritykseksi

Osuuskunnan ensimmäinen oma idea oli perhemajoituksen järjestäminen 200 suomalaiselle laulujuhlien aikaan vuonna 1990. Idea oli rohkea, koska suomalaiset olivat siihen saakka saaneet majoittua vain hotelleissa. Virolaiset perheet etsittiin lehti-ilmoituksella ja halukkaita ilmoittautui yli tarpeen. Kaikkien asuntojen varustetaso tarkastettiin ennen vieraiden tuloa. Isäntäperheiden ja vieraiden välille syntyi ystävyyssuhteita, vaikka kanssakäyminen suomalaisten kanssa olikin siihen aikaan virallisesti kiellettyä. Liiketoiminta sai myös uuden ulottuvuuden.

Onnistuneen perhemajoitusprojektin jälkeen osuuskunta ryhtyi tekemään ohjelmia suomalaisille matkanjärjestäjille ja kilpailemaan Inturistin kanssa matkailijoista. Aluksi turistit vietiin päiväksi Tarttoon tai Pärnuun ja yöksi Tallinnaan. Kun matkoilla sai vähän myöhemmin yöpyä, ajettiin Saarenmaalle, Vilnaan ja Riikaan. Kun virolaiset saivat luvan matkustaa ulkomaille, ryhdyttiin järjestämään matkoja myös heille. Aluksi bussimatkoja Keski-Eurooppaan ja Skandinaviaan ja myöhemmin lentomatkoja Espanjaan. Kun nämä kohteet alkoivat olla virolaisille asiakkaille tuttuja, he toivoivat maailmanympärysmatkoja. Kristin suunnitteli kahden kuukauden aikana maailmanympärysmatkan, joka vei asiakkaat kolmen viikon matkalle Aasiaan, Australiaan, Havaijille ja Yhdysvaltojen kautta kotiin. Hän lähti itse matkanjohtajaksi. Asiakkailta oli rahaa, muttei kielitaitoa, siksi matkanjohtaja seurasi ryhmän mukana 24 tuntia vuorokaudessa noudattaen ohjelmaa, joka oli suunniteltu ja varattu etukäteen. Kristin vältti matkaan kohdistuvat suurimmat riskit ostamalla toiselta matkatoimistolta kaikki lennot ja majoitukset.

Ensimmäisellä matkalla sattui välikohtaus, josta Kristin haluaa kertoa. Nuori, äkkirikastunut mies oli kustantanut matkaseurakseen isänsä. Australiaan järjestetty ohjelma ei kuitenkaan kiinnostanut nuorta miestä, vaan hän jättäytyi suurieleisesti pois retkiltä tai häiritsi muita matkalle osallistujia. Isä oli vähällä menettää kasvonsa, kun hän ei voinut tehdä asialle mitään. Kristin katsoi oikeudekseen ja velvollisuudekseen siirtyä tässä tilanteessa jälleen opettajan rooliin ja piti nuorelle miehelle ankaran puhuttelun ja kurinpalautuksen. Hän uhkasi lähettää miehen suoraan kotiin, jos tämä ei hyväksy ryhmän sääntöjä. Mies otti puhuttelusta opikseen ja jatkoi matkaansa muiden mukana. Myöhemmin hänestä tuli miljonääri, joka vielä tänäkin päivänä on Kristinin ystävä ja ottaa yhteyttä tarvitessaan matkustamista koskevia neuvoja. Kristin toteaa, että asiakkaille on oltava rehellinen, mielistely ei ole oikea tapa hoitaa asiakassuhteita. Asiakkaan on saatava sitä mistä hän on maksanut, mutta toisaalta hän ei voi vaatia sellaista, mistä ei ole sovittu ja mistä hän ei ole maksanut. Sellaisessa tapauksessa on uskallettava kertoa asiakkaalle, että hän saa juuri sellaisia palveluja mistä hän on maksanut. Tämän ymmärtäminen on toisille vaikeaa.

Kun osuuskunta perustettiin, sillä oli toimisto, neljä omistajaa ja kaksi työntekijää. Myöhemmin yrityksellä oli kolme toimistoa, yli kymmenen työntekijää ja parhaimmillaan toista sataa opasta, jotka ottivat vastaan jopa 50 risteilylaivallista asiakkaita päivässä. Viro oli jo itsenäistynyt ja yritys koulutti omat oppaansa opastamaan siten, kuin Kristin olisi jo Neuvostoliiton aikana halunnut opastaa. Myös bussikalustoon panostettiin. Yritys kasvoi nopeasti, koska itsenäinen Viro mahdollisti uudenlaisen toiminnan. Uusia mahdollisuuksia oli tarjolla ja Kristin tarttui niihin innokkaasti.

8.5.3 Kaikki muuttuu 28.9.1994

Kristinin elämässä oli käännekohta syyskuussa 1994. Estonia upposi ja vei mukanaan 852 ihmistä, joista monet olivat Kristinin henkilökohtaisia ystäviä ja tuttavuuksia. Mikään ei ollut ennallaan eikä elämä Virossa tuntunut enää mielekkäältä. Kristin muutti perheineen pysyvästi Suomeen. Hän kävi kursseja Suomessa ja ajatteli ettei enää ryhdy yrittäjäksi, kun työntekijöistä on suuri vastuu ja matkailuala on kausiluontoista. Puheterapeutiksi hän ei kuitenkaan halunnut, eikä voinut kielenkään vuoksi

ryhtyä. Yrittäjyys tuntui sittenkin parhaalta vaihtoehdolta, kun tietoa ja taitoa oli kertynyt niin paljon. Kristin kävi Suomessa yrittäjäkurssin ja huomasi, että hän oli osannut itse tehdä monet asiat oikein ilman koulutustakin. Aikaisemmin ei vain ollut aina rohkeutta toteuttaa ideoita, kun ei ollut liiketalouden ja markkinoinnista teoreettista perustaa.

Suomeen muutosta huolimatta yritys pysyi myös Virossa. Vuonna 2000 yrityksen työntekijät, Kristinin luottohenkilöt, päättivät kuitenkin perustaa oman yrityksen ja siirsivät asiakkaat omalle yritykselleen. Kaappaus tuli Kristinille yllätyksenä, koska hän oli luottanut työntekijöihinsä täydellisesti. Vaikka Kristinin entiset työntekijät perustivat oman yrityksen, firma säilyi Virossa. Sillä oli toimintaa vuoteen 2003 saakka, jolloin se myytiin lopullisesti ja kaikki yritystoiminta keskittyi Suomeen. Kristin ei halunnut enää toimia samanlaisella liikeidealla Suomessa, vaan päätti erikoistua yritysasiakkaisiin, joille hän ryhtyisi tekemään niin yksilöllisiä tarjouksia, että kukaan muu ei voi kilpailla hänen kanssaan täsmälleen samoilla tuotteilla ja palveluilla.

8.5.4 Sopiva cocktail työtä ja vapaa-aikaa

Kristinin mielestä yrittäjän ei tarvitse työskennellä ympäri vuorokauden. Pisimmillään päivät venyvät 12–14 tunnin pituisiksi, mutta tällaisia jaksoja on vain keväisin, pari kuukautta vuodessa. Muuten hän työskentelee normaalisti yhdeksästä kuuteen päivittäin. Yrittäjän elämää helpottaa se, että puhelimen voi pitää mukana ja asiakkaat eivät odota, että hän olisi tavattavissa toimistossaan päivittäin. Asiakkaat soittavat ja lähettävät sähköpostia, eivätkä yleensä tule neuvottelemaan asioista henkilökohtaisesti. Kristin pitää työnsä parhaana puolena haasteellisuutta. Hänen ei mielestään tarvitse kilpailla suurten matkatoimistojen kanssa, koska hän on erikoistunut Baltian ja Pietarin matkoihin ja tuntee mielestään kohteet paremmin kuin kukaan muu.

Kristin pitää loman aina joulukuussa, kun toimistossa on hiljaista. *”Voi mennä aina silloin, kun on lämmin aika, kun toiset on kosteassa ja kylmässä Suomessa joulukuussa. Silloin voi olla jossakin muualla palmun alla. Katso kun itse osaa tehdä kaikkia matkoja, osaa tehdä kaikkia juttuja, niin siellä on kaikki omalle porukalle.”* Mukana

matkustaa aina perheen jäseniä tai ystäviä. Kristin hoitaa näiden kaukomaille suuntautuvien matkojen järjestelyt, retket ja ohjelman.

8.5.5 Työn hyvät ja huonot puolet

Matkatoimistoyrittäjänä oleminen on Kristinin mielestä haasteellista, saa tehdä sitä mitä haluaa ja järjestää ajankäyttönsä haluamallaan tavalla. Omia tietoja ja taitoja voi käyttää eri yhteyksissä ja työ on vaihtelevaa. ”*Olen ihan yrittäjäluonteinen: kestän paineita ja ei niin kuin tule itku ensimmäiseksi. Kyllä sanon aina, että kaikki asiat järjestyy tavalla tai toisella. Aina.*” Kaikkiin asioihin ei kuitenkaan voi vaikuttaa, esimerkiksi säätilaan tai laivayhteyksiin. Nopeat laivat eivät aina kulje ja silloin asiakkailta tulee heti palautetta. Kristin on aina asiakkaidensa tavoitettavissa, kun he ovat matkalla. Hänelle voi soittaa heti, jos hänen tekemissään matkajärjestelyissä ilmenee ongelmia. Hän on oppinut ennakoimaan yleisimmät ongelmatilanteet ja on ensimmäisenä varaamassa omille asiakkailleen paikkoja suuremmilta laivoilta, kun pienemmät alukset eivät kulje. Hänellä on myös laajat yhteistyöverkostot Baltian maissa, joten paikallisia apuvoimia on helppo hälyttää asiakkaiden avuksi, jos tilanne sitä vaatii. Kristin pitää aina asiakkaita koskevat tarjoukset ja vahvistukset mukanaan, kun hän ei ole toimistolla. Niistä hänen on helppo tarkistaa sovitut asiat ja yksityiskohdat, jos asiakas soittaa. Toimistorutiinit ja päätetyö ovat työn haittapuolia, iän myötä on tullut varmuus omasta osaamisesta, mutta fyysisesti työn tekeminen on alkanut tuntua raskaalta, siksi sukupolvenvaihdos ja osa-aikaeläke alkoivat tuntua houkuttelevilta vaihtoehdoilta.

8.5.6 Tulevaisuudensuunnitelmia

Kristin aikoo jäädä varhaiseläkkeelle kolmen vuoden kuluttua. Sen jälkeen hän haluaisi vielä osallistua yrityksen toimintaan tekemällä monimutkaisia ja haastavia tarjoukset. Hän uskoo olevansa muutaman vuoden päästä jo kártyinen ja vanha mummo, joka ei enää sovi asiakaspalveluun, siksi varhaiseläke olisi paikallaan. ”*Ajattele, kun mä olen istunut niin monta vuotta täällä pöydän takana niin haluan jotakin muuta. Välillä täytyy itte tehdä itensä eteen jotakin.*”

Kristin ei usko, että tekemisestä tulee pulaa eläkkeellä. Hän voi toimia matkanjohtajana Venäjälle matkustaville ulkomaalaisille asiakkaille, oman toimiston järjestämien matkojen oppaana ja matkanjohtajana, asiantuntijatehtävissä, alan oppilaitoksissa luennoijana ja Helsinki-oppaana. Tehtävistä voi valita ne, jotka vaikuttavat kiinnostavimmilta. Hän tulee mielellään töihin, kun Jaanika haluaa pitää vapaata.

8.5.7 Pohdintaa Kristinin yrittäjäidentiteetistä

Kristin on alkuperäiseltä ammatiltaan vammaisten lasten opettaja ja puheopettaja. Opettajan identiteetti seuraa selkeästi mukana yrittäjyydessä. Välillä hän itsekkin huomaa ”ojentavansa” asiakasta, joka käyttäytyy huonosti tai toimii kuin luokanvalvoja organisoidessaan ryhmiä Baltian matkoilla. Kristin on myös huolehtiva äitihahmo, joka pitää puhelimen aina auki siltä varalta, että joku hänen asiakkaistaan joutuu ongelmatilanteeseen ulkomailla. Hän on varma ammatillisesta osaamisestaan ja paikkaan matkailuyrittäjien joukossa. Varmuus on lisääntynyt kolmen vuosikymmenen kuluessa hankitun kokemuksen myötä. Haastattelutilanteessa Kristinistä heijastuu tyytyväisyys omaan uravalintaan ja selkeä suunnitelma luopua vähitellen päivittäiseen liiketoimintaan osallistumisesta. Kristin päätti välillä luopua yrittäjyydestä muuttaessaan Suomeen Virosta, mutta havaitsi sen vaihtoehtoja punnitessaan kuitenkin parhaaksi mahdolliseksi vaihtoehdoksi työllistyä Suomessa. Vahva ammatillinen osaaminen ja hyvä itsetunto ovat hänen yrittäjyytensä kulmakiviä. Hän on haastattelemistani yrittäjistä ainoa, jonka asiakkaat ovat pääasiallisesti suomalaisia. Hän pitää ihmisten kanssa työskentelemisestä ja korostaa ihmistuntemuksen ja ihmissuhdetaitojen tärkeyttä matkailualan ammattiteissa.

Kristin toimii naisyrittäjälle tyypillisellä tavalla. Hän työllistää itsensä ja osa-aikaisen apulaisen ja toimii naisvaltaisella alalla. Hänen liiketoimintansa on taloudellisesti kannattavaa ja se perustuu vahvaan ammatilliseen osaamiseen. Asiakaspalvelu on kokonaisvaltaista omista asiakkaista huolehtimista, Kristin auttaa ja on aina asiakkaidensa tavoitettavissa. Matkailutuotteet perustuvat mielikuviin, joita matkailuyrittäjän on osattava asiakkailleen kuvailla ja konkretisoida. Kristin on onnistunut tässä, hän on

pitkäjänteisellä toiminnallaan saavuttanut asiakkaiden luottamuksen ja nauttii arvostusta sekä asiakkaiden, että muiden matkailuyrittäjien keskuudessa.

9 YRITTÄJIÄ YHDISTÄVÄT LANGAT

Tässä luvussa käsittelen kertomuksista nousseita, yrittäjäidentiteetin rakentumiseen liittyviä yhteisiä teemoja. Yrittäjät ovat kertoneet joistakin yrittäjyytensä vaiheista samalla tavalla tai heillä on ollut toistensa kaltaisia päämääriä tai toimintatapoja yrittäjyydessään. Yrittäjyyden motiivit ja/tai arvoperusta ovat myös olleet useilla yrittäjällä samankaltaisia. Tässä luvussa olen käsitellyt seitsemää selkeimmin esille nousutta teemaa.

9.1 *“I wanted to create my own job”*

Liiketoimintamahdollisuuksien havaitsemista ja näiden mahdollisuuksien hyödyntämistä pidetään yhtenä yrittäjän tärkeimmistä ominaisuuksista. (mm. Puhakka 2003). Haastattelemani yrittäjät tekevät huomioita ympäristöstään ja miettivät kuinka voisivat parhaiten hyödyntää ympäristön tarjoamia mahdollisuuksia. Lee havaitsi liiketoimintamahdollisuudet harjoitellessaan Suomessa.

I came to Finland 1992. I came for training. At the same time I noticed that there is a big market for oriental food at that time. Within these two weeks I managed to see lot of things, I managed to see potential of oriental market. Here were few oriental shops here in this area, Hakaniemi.

Kristinillä halu muutokseen ja asioiden ”omalla tavalla” tekeminen oli yritystoiminnan alkuun paneva voima. Toimiessaan Neuvostoliiton aikana Tallinnassa suomalaisten freelance-oppaana, hän mietti jo omaa liikeideaansa, mutta yrittäjäksi ryhtyminen ei vielä silloin ollut mahdollista.

Mä aina katoin, että mitä mä tekisin eri tavalla. Miks kaikille syötetään aina samaa pakkopullaa ja miksi kaikki aina tehdään samaa...sitten mä ajattelin että jos minulla olis valta, mä tekisin asiat vähän eri tavalla...

Helen huomasi pian Suomeen tultuaan, että täältä puuttuu diplomaateille ja muille ulkomaalaisille tarkoitettu englanninkielinen lehti.

*In connection with the fact that...I wanted to... it is better to create my own job
I came up to idea to decision to start a magazine.*

Naiset perustavat yrityksiä tullakseen omiksi pomoikseen ja heitä ajaa eteenpäin omien ajatusten ja unelmien toteutuminen (Kyrö 2004). Nämä haastattelut kertovat selkeästi siitä, että naiset haluavat ohjata itse omaa elämäänsä, luoda ”oman näköisensä” työn, joka vastaa heidän unelmiaan ja toiveitaan.

9.2 ”Asia oli niin, että kun me tultiin Suomeen, meillä ei ollut työtä”

Ulkomaalaisen on vaikea työllistyä Suomessa. Syynä ovat useimmiten kieliongelmat ja suomalaisen koulutuksen ja tutkinnon puuttuminen. Yrittäjyys jää joskus ainoaksi ”hyväksi” vaihtoehdoksi työllistyä ja siihen ryhdytään muiden ansaintamahdollisuuksien puuttuessa. Tällöin yrittäjyyttä kutsutaan pakkoyrittäjyydeksi. Mahdollisuusyrittäjyydellä tarkoitetaan yritystoimintaa, joka käynnistetään jonkin liiketoimintamahdollisuuden hyödyntämiseksi. Mahdollisuusyrittäjät siirtyvät yrittäjiksi useimmiten palkkatyöuralta ja heillä on ollut jo työuransa aikana mahdollisuus kartuttaa verkostojaan ja varautua riskeihin paremmin kuin pakkoyrittäjien (Autio, Arenius, Kovalainen 2003.)

Suomessa maahanmuuttajayrittäjien yrityksen perustamismotiiveja ei ole juurikaan tutkittu, mutta kansainvälisissä tutkimuksissa on havaittu pakkoyrittäjyyden olevan yleisempää maahanmuuttajien keskuudessa kuin valtaväestön keskuudessa (KTM 2006). Kolme viidestä yrittäjästä kuvaili omaa yrityksen perustamismotiiviaan lähinnä pakkoyrittäjyydeksi, yrittäjäksi ryhtyminen oli hyvä, tai lähes ainoa mahdollisuus työllistyä Suomessa. Yrittäjäksi ryhtyminen ei tuntunut kaduttavan ketään, kun päätöstä tarkasteltiin jälkeenpäin. Heleniä lukuun ottamatta kukaan ei asettanut valintaansa kyseenalaiseksi.

... sitten ihan oikeesti ei ollut minkäänlaisia ideoita mitä mä teen Suomessa ja oli ihan tyhjä olo ja kaikki oli vierasta ja tuntematonta, kielitaito ja kaikki, mutta ajan

myötä mä olen oppinut suomen kielen ja se oli iso juttu mulle, että mä pääsin bisneskurssille...mä kävin bisneskurssin maahanmuuttajille 1998 ja siellä mä sain idean, että...no matkatoimisto on mun juttu ja vuonna 1999 mä perustin kommandiittiyrityksen yhden suomalaisen naisyrittäjän kanssa.

Elina

Because as a foreigner you have the option to search for a job or create your own job. And I think it is somehow...it was what I wanted. To create my own job and I was thinking for two years to do it like to make international trade.

Helen

Asia on niin että kun me tultiin Suomeen, meillä ei ollut kenelläkään työtä ja me istuttiin kotona vuosi tai vähän enemmän ja oltiin tulla hulluiksi, että ilman työtä ei voi asua ollenkaan ja me perustettiin tämä liike ja ollaan oltu tässä työssä 24 tuntia vuorokaudessa.

Olga

Yrittäjyys ei ollut näille kolmelle maahanmuuttajille itsestään selvä valinta. Jos sopiva työpaikka olisi heti Suomeen muuttamisen jälkeen löytynyt, yrittäjäksi ei olisi tarvinnut ryhtyä. Yrittäjyys liittyy usein elämänkulun siirtymävaiheisiin, jolloin omaa elämää arvioidaan uudestaan, luovutaan vanhasta ja etsitään tulevaisuudelle uutta suuntaa.

9.3 “*I never look back, but I must say I have been very daring*”

Vieraaseen maahan muuttaminen vaatii rohkeutta. Tämän kynnyksen ylittäminen on vasta ensimmäinen askel kohti itsenäistä elämää uudessa kotimaassa. Tämän jälkeen tarvitaan vielä vähintään yhtä paljon rohkeutta ja sopeutumiskykyä työpaikan hankkimisessa tai itsensä työllistämisessä. Kotouttamisohjelman avulla maahanmuuttaja voi saavuttaa kielitaidon, jolla hän pärjää jokapäiväisissä tilanteissa, mutta erikoisosaamista vaativissa työpaikoissa edellytetään usein perustasoa parempaa kielitaitoa. Maahanmuuttajan työnsaantimahdollisuudet ovat vielä 2000-luvullakin huomattavasti heikommat kuin saman koulutuksen omaavalla suomalaisella. Työttömyyden vaihtoehtona yrittäjäksi ryhtyminen ei ehkä tunnu enää kovin suurelta riskiltä. Haastattelemilleni yrittäjille on yhteistä se, että he ovat uskaltaneet tarttua havaitsemiinsa mahdollisuuksiin. Toiminta edellyttää rohkeutta ja riskinottamista.

I came here alone and I wanted to start here something of my own. I must say that I must have been very daring when I truly changed my job and had a new environment, because I come from the country where the temperature is 23 degrees. When I moved here it was minus 25 degrees outside...everything changed, not I mean with work, but lifestyle had to be changed and everything.

Lee

Suomessa yrittäjällä on vapaus kokeilla uusia ideoita. Entisessä Neuvostoliitossa tällainen vapaus oli uutta. Joskus yrittäjä joutui liikkumaan harmaalla alueella sallitun ja kielletyn välimaastossa. Kristin ryhtyi rohkeasti toteuttamaan omia matkailuideoitaan Virossa, jossa vielä 1980-luvulla piti toimia varovaisesti.

Olen vaihtanu asiakkaita, olen tehnyt eri kohderyhmille ja aloitin sillä, että otettiin Ees-tissä vastaan suomalaisia, perhemajoitusta tehtiin ja se oli ihan uutta siihen aikaan.. Se oli 1990 just yks vuosi ennen kuin Neuvostoliitto hajos. Laulujuhlat oli iso tapahtuma, silloin oli yli 200 vierasta meidän kotimajoituksessa. Se oli ihan uutta siihen aikaan. Se oli ihan oma idea. Oltiin pioneereja sillä saralla. Siellä (kotimajoituksessa) seurusteltiin ihmisten kanssa, vaikka se olikin laillisesti kiellettyä... tavallisten ihmisten kanssa. Mutta kun sä olit perheessä ja syötiin aamiaistakin yhdessä niin kyllä siinä vähän enemmän suhteita kehittyi.

Kristin

9.4 We started very small in the beginning and it was very tough work

Kaikki yrittäjät aloittivat lähes tyhjästä. Oli vain liikeidea, rohkeutta ja usko omaan yritykseen. Joillakin oli rahoituksen kanssa ongelmia ja melkein jokaisella kaikki aika meni toiminnan käynnistämiseen, mutta ketään ei kaduta jälkeenpäin. Oma päätös koetaan oikeaksi. Joskus yrittäminen on ollut fyysisestikin hyvin vaativaa.

We started very small in the beginning and it was very tough work, you know as a woman...the goods are very heavy. For example we have rice that weights 20 kilos. Mushrooms, oil...they are all quite heavy things for the restaurants. So it is quite tough in the beginning.

Lee

Lee oli aluksi yrityksen ainoa työntekijä ja teki kaikki raskaat työt. Hän muistelee hymyillen kuinka hän kuljetti pikkuautolla raskaita kuormia ympäri kaupunkia. Työ oli ehkä fyysisesti raskaampaa kuin henkisesti, toisin kuin Elinalla, jonka yritystoiminta ei päässyt vielä ensimmäisen vuoden aikana vauhtiin.

Kun oli ensimmäinen vuosi, se oli kaikista hankalin. Sä voit kuvitella, se oli mun unelma, mutta kelle, se oli ihan nolla, ei ole ketään, ei mitään, se oli ihan hirveää aikaa. Se koko vuosi oli ihan hirveää miettimisaikaa. Mä olin laittanu pari kertaa ilmoituksen lehteen ja vain yks kaks ihmistä tuli. Kyllä kaikista vaikein oli, kun sä joudut istumaan ilman asiakkaita ja miettimään pystytkö sä maksamaan ensi kuussa kaikki laskut, kun oli tiukka budjetti ja pääasia oli, että pystyi maksamaan toimiston vuokran ja ehkä kulut, sähkökulut ja kaikki muut puhelin- ja internetkulut, se oli aika tiukka aika. Mutta ajan myötä on oppinut, että vaikka tänään ei ole asiakkaita, mutta huomenna on tulossa tai ylihuomenna.

Elina

Financially speaking I was alone. This is heavy, because I tried to get naisten yritys-laina, but I didn't get it. I asked few times in TE-keskus what can I have, but they said nothing. They said that this is very unsafe...unsure business...so they didn't want to give money. But at the same time, you know, there is a contradiction in Finnish promotion of business or small business.

Helen

Leellä ja Elinalla oli suomalaiset yhtiökumppanit, joilta he saivat apua. Helen oli alusta asti yksin vastuussa yrityksestään. Suomalaisen kumppanin läsnäolo auttaa maahanmuuttajayrittäjää vieraaseen kulttuuriin sopeutumisessa ja tarvittavien verkostojen luomisessa.

9.5 You have to sacrifice your time if you want to do something

Jotkut yrittäjistä viettävät yrityksessään lähes kaiken aikansa tai hoitavat yrityksen asioita myös vapaa-ajallaan. Vapaa-aikaa ja työaikaa on usein vaikea erottaa toisistaan. Rae (2000, 151) haastatteli tutkimuksessaan Annaa, joka toimii yrittäjänä. Annalle on kehittynyt yrittäjänä ollessaan tunne omasta osaamisestaan ja tietämys siitä, että hän pärjää yrittäjänä. Hän toteaa haastattelussaan ”I am the business”. Tämä kuvaa myös tässä tutkimuksessa haastattelemini naisten ajattelutapaa. Yrityksen kehittymisen ja oman oppimisen myötä siitä on tullut osa itseä, siksi on joskus vaikea nähdä eroa oman ajan ja yrityksen hyväksi käytetyn ajan välillä. Kysyin kaikilta yrittäjiltä

työpäivien pituudesta ja mahdollisuudesta viettää lomaa. Tiedustellessani Leelta: ”Do you have to work long days?” Hän nauroi ensin ja vastasi sitten hieman vältellen:

”Not only me, the Finnish partners, they have to work long days too. We work from Monday to Saturday. I start working 10.30 a.m. and finish about 10 p.m. And Sundays I sometimes have to come to the warehouse to get certain things to done. When I work seven days a week I feel myself very tired.”

Lee

Elinan työpäivät eivät ole juuri sen lyhyempiä. Joidenkin yrittäjien elämään mahtuu vain yritys, yksityiselämästä on täytynyt luopua yrityksen vuoksi tai yritys korvaa puuttuvan perhe-elämän ja ystävyysuhteet. Yrittäjä tuntuu kertovan ”kunnollisen yrittäjän” tarinan toteamalla olevansa melkein aina työpaikalla, mutta kuulija voi tulkita myös kertomuksen siitä, että elämässä ei ole yrityksen lisäksi muuta sisältöä. Helen toteaaakin, että on helpompaa viettää aikaansa yrityksessä kuin aloittaa vaikkapa uusi harrastus.

Mutta kyllä se on pitkä työpäivä. Kahdeksalta olen täällä, yhdeksältä viimeistään ja seitsemältä mä menen kotiin, että yksityiselämä se on kuollutta, ihan minimalisoitunutta, ihan minimi kotonaoloaika. Mun koko elämä on täällä. Mä olen laittanut nyt oman elämän järjestykseen sen mukaan, että ensin on työ ja sen jälkeen kaikki muu. Joskus käy ihan mahdottomaksi, ei voi järjestää edes lääkäriä, sen pitää olla aamuseitsemältä tai iltakahdeksalta, kun mä olen koko ajan täällä, se menee ihan överiksi.

Elina

My impulse is to say that I’m working all the time, everybody will say the same that...I’m trying to keep one day off a week, but completely I cannot, it’s also being organized or filling your day with other things. I’m reading a lot of books about the entrepreneur, team, organizing, efficiency...so this is also kind of work. But I’m also networking with part of the work, this is the part of the work. When I’m going by myself to the movies it’s the only moment that I’m not working.

Helen

Me perustettiin tämä liike ja ollaan oltu tässä työssä 24 tuntia vuorokaudessa. Voi sanoa näin. Minä asunkin tässä, olen täällä yötäkin. Tämä on minun kotiosoite. Muut asuu vähän toisessa... Me suljetaan matkustajakoti kaksi kertaa vuodessa, jouluna ja juhannuksena ja sitten vielä pääsiäisenä. Kun meillä on lomat, me lähdetään, muuten tämä on auki ympäri vuoden.

Olga

Erityisesti nuorten yrittäjyyttä koskevissa keskusteluissa käy usein ilmi, että yrittäjyys ei tunnu houkuttelevalta siksi, että yrittäjillä näyttää olevan vähemmän vapaa-aikaa kuin palkkatyössä käyvillä. Tämä näyttää tämänkin tutkimuksen valossa pitävän paikkansa, mutta toisenlaisiakin kokemuksia ajankäytöstä tulee ilmi. Yrittäjyytensä loppuvaiheessa oleva Kristin kokee voivansa sovittaa työajan ja vapaa-ajan hyvin toisiinsa. Tärkeintä hänen mielestään on se, että yrittäjä ei ole enää välttämättä sidoksissa aikaan ja paikkaan, vaan voi hoitaa työasioitaan valitsemastaan paikasta käsin.

Tässä työssä voi ihan hyvin pitää normaalin työajan. Normaalisti mulla on niin, että toukokuu on kaikkein vaikein kuukausi, voi mennä kesäkuun puolellekin. Silloin istun täällä yhdeksään asti ja tiedän, että se on vain se. Mut silloin normaalisti olen viiteen kuuteen päivittäin töissä. Yhdeksästä kuuteen. Mulla on aina loma joulukuussa.

Kristin

Olga asuu matkustajakodissaan. Hän päivystää yrityksessään melkein koko ajan. Toisinaan hän käy asioilla, mutta sekin on vaikeaa, jos hän ei saa ketään matkustajakodin vastaanottoon. Koskaan ei tiedä koska asiakkaat tulevat. Työ ei sinänsä ole aina kovin raskasta, mutta paikan päällä on oltava koko ajan.

Kyllä tää työ on joskus raskasta. Kyllä silloin huomaa, kun toiset on vapaita. Jos tästä tulisi rikkaaksi ja huomaisi, että on paljon rahaa, mutta se on vain tasaisesti mennyt noin ja näin...noin ja näin. Joskus ihmettelen miksi en mennyt työhön, jossa olisin maanantaista perjantaihin työssä ja viikonloput on vapaana ja kesälomat on isot Suomessa ja talvilomat on. Miksi en mennyt toiselle ettei minun tarvitsisi vastata tästä, mutta samalla minulle tulee mieleen, että tämä on niin hyvä, tässä on omat ideat ja tämä on omaa mieltä ja kaikki näin. Joskus aamulla herätessä tulee mieleen, että en halua enää mitään tehdä, mutta sitten taas kun olen ollut viikon pois niin minulla on jo ikävä. Takaisin taas tänne kotiin.. Tämä olisi kaikista parasta, jos pankista tulisi se laina ja voisın jatkaa tässä.

Olga

9.6 Omien parissa – etniset verkostot toiminnan kivijalkana

Maahanmuuttajayrittäjät löytävät usein liiketoimintamahdollisuuksia, joissa he voivat työskennellä omalta kulttuuri- ja/tai kielialueeltaan Suomeen muuttaneiden parissa. Tällöin puhutaan ns. niche markkinoinnista, jolla tarkoitetaan markkinointia yhdelle,

valitulle segmentille. Työelämäkynnyksiä pohtineen työryhmän raportissa (Mannila, Forsander & Al., 2002, 22) puhutaan ravintola-alasta ja siivousalasta etnisenä taskuna (ethnic niche), joka kerää puoleensa uusia maahanmuuttajia lumipallomenetelmällä. Vähitellen joistakin aloista alkaa kehittyä maahanmuuttajien aloja, jotka kiinnostavat valtaväestöä sitä vähemmän, mitä enemmän ne työllistävät maahanmuuttajia.

Haastattelemistani yrittäjistä vain Kristinin asiakkaat ovat pääosin suomalaisia. Kuukaan yrittäjistä ei kuitenkaan työskentele suoranaisesti ns. ethnic niche alueella. Leen suurimmat asiakkaat ovat aasialaisten ravintoloiden pitäjiä, joten hän on työllistynyt välillisesti (etniselle) ravintola-alalle. Oman maan ruoka on etninen resurssi, jonka osaavat vain tietyn maan tai maanosan ihmiset. Ruokaa voi helposti käyttää voimavarana ja kilpailuetuna toisen maan työmarkkinoilla. Helen toimittaa englanninkielistä lehteään diplomaateille ja Suomessa asuville ulkomaalaisille. Elina on erikoistunut Venäjälle ja Baltian maihin suuntautuvien matkojen järjestämiseen ja hänen asiakaskuntansa koostuu lähes kokonaan venäjää puhuvista asiakkaista. Hänellä on oma matkailuohjelma venäjänkielisessä Radio Sputnikissa ja yritys mainostaa venäläisille tarkoitetussa Spektr-lehdessä. Etniset yhteisöt markkinoivat heille palvelujaan suuntaavia yrityksiä keskuudessaan, heti kun yritys on tullut tunnetuksi ja sen palveluja tai tuotteita on päästy testaamaan. Juuri tunnetuksi tuleminen on aloittavan yrityksen suurin haaste. Myös Leen yritystoiminnan käynnistäminen oli työlästä. Hän kävi henkilökohtaisesti kaikissa aasialaisissa ravintoloissa ja tuli tätä kautta vähitellen tunnetuksi. Hänen vahvuutenaan on kielitaito, koska hän osaa oman äidinkieltensä lisäksi kiinaa ja englantia.

Suuri osa Olgan matkustajakodin asiakkaista on venäläisiä. Lisäksi hän tarjoaa työharjoittelupaikkoja Venäjältä muuttaneille nuorille naisille ja Petroskoissa asuvien ystävättäriensä lapsille. Hänen matkustajakotinsa on profiloitunut venäjää puhuvien paikaksi. Synnyinmaan kieli ja kulttuuri ovat osana yrittäjäidentiteettiä. Suomalaisessa toimintaympäristössä on mahdollista ylläpitää oman kotimaan kieltä ja kulttuuria. Omaan kieli- ja kulttuurialueeseen keskittyminen on aloittavalle yrittäjälle helppoa, mutta se voi myös vaikeuttaa yritystoiminnan kasvattamista. Etnisestä yhteisöstä voi tulla loukko, jonka asiakaskunta ei enää laajene, mutta toisaalta ei ole myöskään mahdollista laajentaa toimintaa valtaväestön keskuuteen.

9.7 Perheestä puheen ollen

Naiset ryhtyvät joskus yrittäjiksi pystyäkseen paremmin sovittamaan yhteen perheen ja työn (mm. Kyrö 2004). Yrittäjä pystyy yleensä suunnittelemaan paremmin oman aikataulunsa ja rytmittämään työnsä niin, että perheellekin jää aikaa. Haastattelemistani yrittäjistä vain Olgalla on alaikäinen lapsi, Kristinillä on aikuinen poika. Viiden haastattelun perusteella on vaikea vetää johtopäätöksiä siitä, mikä vaikuttaa mihinkin. Valitseeko perheetön yrittäjyyden helpommin kuin perheellinen vai vaikeuttaako yrittäjäksi ryhtyminen muiden ihmissuhteiden solmimista niin, että naisyrittäjä jää yksin. Tasapainoilu yrittäjyyden ja perheen välillä on eräs keskeisiä naisyrittäjyyteen liittyviä teemoja.

Yrittäjistä Olga ja Kristin puhuivat paljon perheestään ja muista merkityksellisistä ihmisistä. Molempien perheet ja perheenjäsenet ovat koko ajan osallistuneet yrityksen toimintaan, kannustivat ja suhtautuivat yrittäjyyteen. Myös Helenin perhe tuki hänen yrittäjyyttään taloudellisesti. Elina ja Lee korostavat perheen sijasta suomalaisten yhtiökumppaneidensa merkitystä ja tukea liiketoiminnassaan.

10 YHTEENVETO TUTKIMUKSEN TULOKSISTA

Tässä tutkimuksessa olen pyrkinyt selvittämään sitä, miten maahanmuuttajataustaisten naisten yrittäjyys rakentuu. Olen tarkastellut tätä kysymystä narratiivisuuden, identiteettiteorian ja yrittäjyyden viitekehyyksessä. Kvale (1989, 76) toteaa, että tieteenfilosofisen relativismin mukaan voidaan ajatella, että eri yksilöillä on oma kokemuksensa ja totuutensa. Tässä tutkimuksessakaan ei ole yhtä ainoaa totuutta, vaan viisi erilaista kertomusta, jotka avaavat erilaisia näkökulmia tutkittavaan ilmiöön. Kaikkia kertomuksia yhdistää yrittäjyys ja maahanmuuttajataustaisen naisyrittäjän todellisuus tämän päivän Suomessa. Tarinat ovat yksilöllisiä, mutta niistä löytyy kaikille yhteisiä juonia ja teemoja. Yrittäjien äänet pääsevät kuuluville ja kertovat heidän omasta todellisuudestaan, joka muodostuu menneisyydestä, nykyhetkestä ja tulevaisuudesta. Kertomukset toimivat tässä myös identiteettien rakennusaineena.

Tutkimusta aloittaessani olin kiinnostunut siitä mikä haastattelemanani naiset sai tarttumaan yrittäjyyteen, miten heidän yrittäjyytensä on rakentunut ja minkälaisia ihmisiä he ovat. Olisiko yrittäjyys muillekin maahanmuuttajanaيسille sopiva vaihtoehto? Miten yrittäjyyskasvatus voisi näyttäytyä nykyistä enemmän maahanmuuttajien valmistavassa koulutuksessa kannustavana ja yrittäjyyteen ja yritteliäisyyteen rohkaisevana osana opintoja? Olen pyrkinyt lähestymään näitä kysymyksiä yrittäjäidentiteetin tutkimisen kautta. Yrittäjien kertomusten perusteella voi todeta, että yrittäjäksi ryhtymistä edeltää yleensä miettimisaika, jolloin päätös kypsyy ja vahvistuu. Toteutuksessaan yrittäjyys on vaatinut jokaiselta paljon työtä, joskus kaikki käytettävissä olevat resurssit. Yrittäjyys ja yrittäjämäinen ote elämässä voi ilmetä toisilla yksilöillä lapsuudesta saakka, mutta yhtä hyvin yrittäjyyteen voi kasvaa ajan myötä tilanteen niin vaatiessa.

Yrittäjäksi ryhdytään usein elämän muutoksen yhteydessä. Elämän siirtymävaiheiden tutkiminen on tästä syystä hedelmällinen tapa tarkastella yrittäjyyttä, kuten esimerkiksi Foss (2004) on tutkimuksessaan tehnyt. Tässä tutkimuksessa keskityin kuitenkin tarkastelemaan yrittäjäksi ryhtymisen jälkeisiä tapahtumia, mutta siirtymävaiheiden merkitys tuli tässäkin selvästi esille. Yrittäjyys ja oman työn luominen on parempi vaihtoehto kuin työttömyys tai tavanomainen palkkatyö, jossa työskennellään työnantajan ehdoilla, joskus jopa oman arvomaailman vastaisesti. Maahanmuuttajayrittäjältä vaaditaan rohkeutta muuttaa uuteen maahan ja periksi antamattomuutta yrityksen alkuvaiheissa. Itseluottamus, usko omiin kykyihin, omaan unelmaan ja tulevaisuuteen auttaa selviämään yrityksen käynnistämiseen liittyvistä vaikeuksista. Lisäksi yrittäjillä oli kykyä havaita uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja rohkeutta toteuttaa niitä.

Kaikilla maahanmuuttajayrittäjillä oli suomalainen yhtiökumppani, rahoittaja tai kontaktihenkilö, jonka avulla solmittiin ensimmäisiä liikesuhteita tai luotiin oikeanlaisia verkostoja yrityksen perustamisvaiheessa. Nämä suhteet ovat välttämättömiä ja merkityksellisiä yrittäjien kertomuksissa. Maahanmuuttajien on vaikea saada yritys käynnistymään ilman suomalaisia käytäntöjä tuntevia tukihenkilöitä, jotka auttavat esimerkiksi viranomaisten kanssa asioimisessa ja yrityksen perustamiseen liittyvien ilmoitusten, hakemusten ja muiden asiakirjojen laatimisessa. Yritystoiminnan käynnistyttyä ja vakiinnuttua oli jälleen luontevaa ja helppoa keskittyä toimimaan kulttuurisesti ja kielellisesti tutuimmassa etnisessä toimintaympäristössä.

Naisyrittäjyyttä koskevat tutkimukset painottavat usein naisten valitsevan yrittäjyyden siksi, että se mahdollistaa paremmin perheen ja työn yhteen sovittamisen. Tässä tutkimuksessa työn ja perheen yhteen sovittaminen nousi esille vain kahdessa kertomuksessa, elämää elettiin pitkälti yrityksen ehdoilla. Kertomuksista ei käynyt selkeästi ilmi korvasiko yrittäjyys perhe-elämän vai oliko perheettömyys seurausta yrittäjyydestä.

Haastatteluja tehdessäni huomasin yrittäjien kertomusten aktivoivan myös kuulijaa. Haastateltavan kertoessa yrittäjätarinaansa mietin usein omaa suhdettani yrittäjyyteen ja yrittäjän tekemiin valintoihin. Haastattelutilanteet olivat siten myös oppimisprosesseja. Uskon yrittäjyyttä harkitsevien maahanmuuttajien hyötyvän toimivien yrittäjien kertomista tarinoista. Tarinoihin voi eläytyä ja kuvitella itsensä kertojan asemaan. Hyvä tarina tarjoaa oivallisen lähtökohdan elämykselliselle oppimiselle ja kertoja on elävä esimerkki siitä, miten yrittäjyyden polkua kuljetaan. Haastattelemani yrittäjänaiset eivät lannistuneet vastoinkäymisistä, vaan kaikissa yrittäjyyden vaiheissa tulevaisuuden odotuksissa säilyi positiivinen perusvire.

10.1 Identiteetin rakentuminen tarkastelun kohteena

Tässä tutkimuksessa lähtökohtana on ollut Hallin (1999, 2005) käsitys identiteetin rakentumisesta erilaisissa yhteiskunnallisissa ja sosiaalisissa tilanteissa eri aikoina. Olen aluksi nostanut tutkimuksen viitekehykseen sosiologisen subjektin käsityksen, jonka mukaan yrittäjyysidentiteetti rakentuu jatkuvassa vuorovaikutuksessa ympäristön ja toisten ihmisten kanssa. Tutkimuksen edetessä olen kuitenkin havainnut, että sosiaalisissa ja yhteiskunnallisissa tilanteissa rakentuvan yrittäjyysidentiteetin lisäksi haastateltavien kertomuksissa tulee voimakkaasti esille muitakin, kulloiseenkin tilanteeseen sopivia identiteettejä. Sosiologisen subjektin käsite ei yksistään riitä selittämään maahanmuuttajanaisten yrittäjyysidentiteetin rakentumista, vaan identiteettikäsitte on laajempi ja epäselvempi ja lähenee postmodernia subjektia. Tässä käsityksessä identiteetit ovat pirstaloituneita ja koostuvat useista identiteeteistä.

Yrittäjyysidentiteetti ja muut ammatilliset identiteetit esiintyivät haastatteluissa eri aikoina ja/tai yhdistyneinä toisiinsa. Joskus aikaisempi ammatillinen identiteetti tukee yrittäjyysidentiteetin rakentumista, toisinaan taas identiteetit olivat ristiriidassa keskenään. Ammatillisten identiteettien lisäksi kertomuksissa on kansallisia, kulttuurisia ja sukupuoleen liittyviä identiteettejä. Yrittäjyysidentiteetti saa yksilöllisen muotonsa vähitellen jatkuvassa vuoropuhelussa ympäristön ja muiden identiteettien kanssa.

10.2. Ehdotuksia jatkotutkimukseksi

Globalisaation mukanaan tuomat muutokset koskettavat sekä yhteiskuntaa, että jokaisista meistä yksilötasolla. Työelämässä nämä muutokset näkyvät epävarmuuden lisääntymisenä, mikä osaltaan saattaa lisätä yrittäjyyden houkuttelevuutta ja kasvattaa pienyrittäjien määrää. Yrittäjyudessa voidaan nähdä mielekäs vaihtoehto epävarmalle ja yhä vaativammalle ansiotyölle, jonka sovittaminen muihin elämän osa-alueisiin käy yhä vaikeammaksi. Myös maahanmuuttajien määrä Suomessa lisääntyy tulevaisuudessa, koska väestö ikääntyy ja työmarkkinoilta poistuu enemmän ihmisiä kuin sinne on tulossa.

Suomessa asuvien ja uusien maahanmuuttajien joukossa on aina naisia, jotka kiinnostuvat yrittäjyydestä huomatessaan liiketoimintamahdollisuuksia, ja voidessaan niitä hyödyntämällä toteuttaa unelmiaan ja parantaa taloudellista ja sosiaalista asemaansa uudessa kotimaassaan. Heihin tulisi kohdistaa sellaisia tukitoimia, jotka johtavat kestäväen yritystoiminnan käynnistämiseen. Tukitoimien kohdistamisen kannalta olisi kiinnostavaa tutkia mitä merkityksiä eri kulttuurialueilta tulevat naiset antavat yrittäjyydelle ja miten ne eroavat suomalaisten naisten yrittäjyyteen liittyvistä näkemyksistä. Mitkä asiat he kokevat yrittäjyudessa merkityksellisinä ja minkälaista apua ja koulutusta he katsovat tarvitsevänsä selviytyäkseen yrittäjinä.

Maahanmuuttajanaisten äänet eivät pääse helposti kuuluville. Yhteisen kielen puuttumisen tai kulttuurierojen vuoksi monet merkittävät tarinat jäävät kertomatta. Samasta syystä päättäjien on vaikea ymmärtää niitä ongelmia, joita nämä naiset kohtaavat tehtyään päätöksen yrityksen perustamisesta. Haastattelu- ja elämäntutkimusten

avulla pystytään selvittämään yrittäjäksi kehittymistä ja opitaan ymmärtämään yrittäjän arkea. Lisäksi voidaan löytää niitä kriittisiä pisteitä, joissa yrittäjä joutuu vaaka-
laudalle ja keinoja, joilla vaikeuksista selvitään.

LÄHTEET

- Aaltonen, M., Heikkilä, T. 2003, *Tarinoiden voima. Miten yritykset hyödyntävät tarinoita?* Talentum. Helsinki.
- Alasuutari, P.1999. *Laadullinen tutkimus 3. uudistettu painos.* Osuuskunta Vastapaino, Tampere.
- Arenius, P., Autio E., Kovalainen A. 2004. *GEM - Global Entrepreneurship Monitor 2003 Finland Executive Summary.* Helsinki University of Technology.
- Bosma, N., Harding,R. *Global Entrepreneurship Monitor 2006 Results.* London BusinessSchool.
http://www3.babson.edu/ESHIP/upload/GEM_2006_Global_Report.pdf
Viitattu 9.3.2007.
- Bruner, J. 1986. *Actual Minds, possible words.* Harvard UP; Cambridge Massachusetts and London, England.
- Bruner, J. 1996. *The culture of education.* President and fellows of Harvard college. United States of America.
- Bruni A., Gerhardi S., Poggio B. 2005. *Gender and Entrepreneurship. An Ethnographical Approach..* Routledge. U.K.
- Bygrave, W.D. 1989. "The entrepreneurship paradigm (I): a philosophical look at its research methodologies", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol.14 No.1, pp.7-26.
- Czarniawska, B. 1998. *Narrating the Organization.* Chigago and London: The University of Chigago Press.
- Dahlhammar, T. 2004. *Voices of entrepreneurship and small business-Immigrant enterprises in Kista, Stockholm.* Department of Microelectronics and Information Technology. Telecommunication Systems Laboratory. Royal Institute of Technology. Stockholm.
- Downing, S. 2005. *The Social Construction of Entrepreneurship: Narrative and Dramatic Processes in the Coproduction of Organizations and Identities.* *Entrepreneurship Theory and Practice.* 3/2005.
- Ebner A. 2006. *Institution, entrepreneurship and the rationale of government: An on-line of the Schumpeterian theory of the state.* *Journal of Economic Behavior & Organization.* Vol.59. Issue 4, April 2006. pp. 497-515.

- Evans, M.D.R. 1989. Immigrant Entrepreneurship: Effects of Ethnic Market Size and Isolated Labor Pool. *American Sociological Review*, Vol 54, No. 6, pp. 950-962.
- Foss, L. 2004. "Going against the grain..." Construction of entrepreneurial identity through narratives". Teoksessa *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship. A second movements in entrepreneurship book*. Toim. Hjorth, D & Steyaert C. Edward Elgar Publishing, Inc. Great Britain.
- Gadamer, H-G. 2004. *Hermeneutiikka. Ymmärtäminen tieteissä ja filosofiassa*. Valikoitunut ja suomentanut Ismo Nikander. Tampere. Vastapaino.
- Gartner, W.B. 2006. A "Critical Mess", Approach to Entrepreneurship Scholarship. FSF – Nutek Award Paper.
<http://www.fsf.se/fsf-nutek-award/papers/Paper_Gartner.pdf>
(luettu 12.12.2006).
- Greer, M.J., Greene P.G. 2003. *Feminist Theory and the Study of Entrepreneurship*. Teoksessa *Women Entrepreneurs (1-24)*. Sage Publications. U.S.A
- Gibb, A. 002. In Pursuit of a new "enterprise" and "entrepreneurship" paradigm for learning. *International Journal of Management Reviews*. Vol 4. Issue 3 June 2002 pp. 233-269.
- Grobstein P. 2005. Science as story telling. *Journal of Research Practice*, Vol. 1, Issue 1, 2005.
- Hall, Stuart. 1999 ja 2005. *Identiteetti*. Vastapaino. Tampere.
- Hamilton, E. 2006. Narratives of enterprise as epic tragedy. *Management Decision*. Vol. 4, 536-550. Emerald Group Publishing Ltd.
- Harju, J. Hytti, U. Korvela, K. Mäki, K. 2002. Gendering of entrepreneurship: ethnomethodological and narrative analyses. Small Business Institute, Business research and development centre. Turku School of Economics and Business Administration. Conference Proceedings, Vol. 2, pp. 915 – 931.
- Heikkinen, H. 2001. *Toimintatutkimus, tarinat ja opettajaksi tulemisen taito*. Narratiivisen identiteettityön kehittäminen opettajan koulutuksessa toimintatutkimuksen avulla. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylän yliopistopaino. Lievestuore.
- Heikkinen, H., Huttunen, R. 2003. Tulla siksi mitä olen? Teoksessa: *Minussa elää monta tarinaa*. Dark Oy. Vantaa
- Hjort, D., Chris S.(2004). *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship. A Second Movements in Entrepreneurship Book*. MBG Books Ltd. Bodmin, Cornwall. U.K.

- Hyrsky K., Ali A.A. 1997. The Rocky Road of Immigrant Entrepreneurship in Finland A Study Conducted as a Part of the Towards Tolerant Finland Project.
- Hyrsky, K., Lipponen, H. 2004. Yrittäjyyskatsaus. KTM Julkaisuja 18/2004. Elinkeino-osasto.
- Hyrsky K. 2005. Naisyrittäjyys. Nykytilanne ja toimenpide-ehdotuksia. KTM julkaisuja 11/2005.
- Hyrsky, K. 2006. Yrittäjyyskatsaus. Kauppa- ja teollisuusministeriö. KTM julkaisuja 28/2006.
- Hytti, U. 2000. The Concept of identity and its relevance for entrepreneurship research. RENT XIV Research and Entrepreneurship in Small Business Proceedings (EIASM and ECSB).
- Hytti, U. 2003. Stories of Entrepreneurs: Narrative Construction of Identities. Publications of The Turku School of Economics and Business Administration. Kirjapaino Grafia Oy, Turku.
- Hytti, U. 2005. New Meanings for Entrepreneurs. From Risk-Taking Heroes to Safe Seeking Professionals. Journal of Change Management. Vol.18, No.6.
- Hyvärinen, M. 1999. Lukemisen neljä käännettä. Teoksessa Hyvärinen, M., Peltonen E., Vilkkö A. (toim.). Liikkuvat erot. Sukupuoli elämäkertatutkimuksessa. Vastapaino. Tammer-Paino Oy. Tampere.
- Hänninen, V. 2000. Sisäinen tarina, elämä ja muutos. Tampereen yliopisto. Tampereen yliopistopaino.
- Jensen, R. 1999. The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will transform Your Business. McGraw-Hill. New York.
- Johansson, A. 2004. Narrating the Entrepreneur. International Small Business Journal. Vol. 22 (3), pp. 273 – 296.
- Johannisson, B. (1991). University training for entrepreneurship: Swedish approaches. Entrepreneurship & Regional Development 3, pp.67-82.
- Joronen, T., Salmenkangas M., Abdullah, A.A. 2000. Maahanmuuttajien yrittäjyys Helsingin seudulla. Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Joronen, T. 2005. Immigrant Entrepreneurship in Finland in the 1990s. Helsingin Kaupungin tietokeskus.
- Joronen, T. 2005a. Maahanmuuttajat yrittäjinä. teoksessa Matti Hannikainen (toim.): Työväestön rajat. työväen historian ja perinteen tutkimuksen seura. Väki voimakas 18. Gummerrus Kirjapaino Oy, Saarijärvi.

- Kauranen, I., Kyheröinen, T. 1994. Aloittavan teollisuusyrityksen yrittäjän ominaisuuksien yhteys yrityksen menestymiseen. Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimuksia ja raportteja (1993-3/2004).
- Koiranen, M. Ruohotie, P. 2001. Yrittäjyyskasvatus: analyysyjä, synteesejä ja sovelluksia. Aikuiskasvatus 2/2001.
- Koiranen M., Peltonen M. 1995. Ajatuksia yrittäjyyskasvatuksesta. Konetuumat. Valkeakoski.
- Kvale, Steinar. 1996. InterViews. An Introduction to Qualitative Research Interviewing. SAGE Publications. Thousand Oaks. London.
- Kyrö, P 2001. Yrittäjyyskasvatuksen pedagogisia lähtökohtia pohtimassa. Aikuiskasvatus 2/2001.
- Kyrö, P. 2004. Naisyrittäjien toisenlainen todellisuus. Aikuiskasvatus 4/2004.
- Kyrö, P., Ripatti R. 2006. Yrittäjyyskasvatuksen uusia tuulia. Tampereen yliopiston Kauppakorkeakoulu.
- Leskinen P-L. 2001. Yrittäjyyttä oppimassa – koulu-yrittäjyyden paradoksi. Aikuiskasvatus 2/2001.
- Lieblich, A., Tuval-Mashiach, R., Zilber, T. 1998. Narrative Research Reading. Analysis and Interpretation. Sage Publications. USA.
- Lincoln, Y.S. & Denzin, N.K. 2000. Seventh moment. In: Denzin NK & Lincoln YS (Eds) Handbook of qualitative research. 2nd edition. Sage, Thousand Oaks.
- Löyttyniemi V. 2004. Kerrottu identiteetti, neuvoteltu sukupuoli. Kopijyvä Oy. Jyväskylä.
- Maahanmuuttajayrittäjyys Suomessa – Nykytilanne ja toimenpide-ehdotuksia. Kauppa- ja teollisuusministeriön asettaman työryhmän loppuraportti. KTM Julkaisuja XX/2006.
- MacIntyre, A. 2004. Hyveiden jäljillä: moraaliteoreettinen tutkimus. Suom. Noponen Mikko. Tammer-Paino Oy. Tampere.
- McClelland, D. 1961. Need for achievement. The Achieving Society. Van Nostrand. Princeton.
- Mannila, S, Forsander, A., Hummasti, A., Vehviläinen, J. 2002. Työelämäkynnykset ja Haasteelliset Ryhmät Työllisyyspolitiikan Näkökulmasta. ESR Hyvät käytännöt sarja. Työministeriö. Edita Oy.

- Morris, M., Miyasaki, N., Watters, C., Coombes, S. 2006. The Dialemma of Growth: Understanding Venture Size Choises of Woman Entrepreneurs. Journal of Small Business Management. 44(2), pp. 221-224.
- Najib, A.B. 1994. Immigrant Small Businesses in Uppsala Disadvantages in Labour Market and success in Small Business Activities. School of Economics. University of Uppsala.
- Polkinghorne, D. E. 1988. Narrative Knowing and the Human Sciences. State University of New York Press. Albany.
- Puhakka, V. 2002. Liiketaloudellinen aikakauskirja. Vol 2. pp.199-200.
- Puhakka, V. 2003. Yrittäjyyden keskeinen taito – taito luoda liiketoimintamahdollisuuksia. Liiketaloudellinen aikakauskirja.Vol 52 (4) pp. 545-556.
- Rae, D. 2000. Understanding entrepreneurial learning: a question of how? International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.Vol.6 (3).
- Ramsau, C. 2005. Narrating development. Action Research. Vol 3 (3): 279-295.
- Sintonen, T. 1999. Etninen identiteetti ja narratiivisuus. Kanadan suomalaiset miehet elämänsä kertojina. SoPhi 40, Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä.
- Vainio-Korhonen, K. 2002. Ruokaa, vaatteita, hoivaa. Naiset ja yrittäjyys paikallisena ja yleisenä ilmiönä 1700-luvulta nykypäivään. Otavan kirjapaino. Keuruu.
- Vilkko, A. 1997. Omaelämäkerta kohtaamispaikkana. Naisen elämän kerronta ja luenta. SKST 663. Helsinki: SKS
- Vuokila-Oikkonen, P. 2002. Akuutin psykiatrisen osastohoidon yhteistyöneuvottelun keskustelussa rakentuvat kertomukset. Oulun yliopisto.
- Wählin N. 1999, Reflective Identity creation through boundary spanning and crossing <<http://www.fek.umu.se/~nw/re.htm>> Viitattu 7.3.2006

Muut elektroniset julkaisut ja internet-lähteet:

<<http://www.valtioneuvosto.fi/toiminta/politiikkaohjelmat/yrittajyys/fi.jsp>> (luettu 15.9.2006)

<http://www.eduskunta.fi/fakta/vk/tuv/km/ATH_04.pdf>(luettu 23.8.2006)

<<http://www.finnvera.fi/index.cfm?textMode=large&id=4641>> (luettu 23.8.2006)

<http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/analysis/doc/execsum_2002_fi.pdf>

(luettu 2.10.2006)

<<http://www.ktm.fi/files/14557/naisyrittAjiysjulkaisu.pdf>,>(luettu 25.8.2006)

Joronen, T. 2000.

<http://www.hel2.fi/Tietokeskus/kvartti/2005/3/maahanmuuttajatyo_onnistunut.pdf>

(luettu 20.1.2007)

Syrjälä, L.2005. Verkkoyhteisöjen analysointimenetelmiä. Kertomukset tutkimuksessa.

<https://www.edu.helsinki.fi/svy/kvali/narrat/mat/narrat_oppim_files/frame.htm#slide0007.htm >

(luettu 3.10.2006)

<http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/keyrec_fi.pdf.> (luettu 30.8.2006)

<http://www.stat.fi/tup/tietoaika/ta_03_05_maahanmuuttaja_yrittajat.html> (luettu 11.10.2006)