

**VAASAN YLIOPISTO
KAUPPATIETEELLINEN TIEDEKUNTA
JOHTAMISEN LAITOS**

Pirkko Pohjola

**YRITTÄJÄ AIKAKAUSLEHDISSÄ - HENKISEN, TALOUDELLISEN JA
SOSIAALISEN PÄÄOMAN ILMENTYMINEN**

Johtamisen ja organisaatioiden
pro gradu – tutkielma

VAASA 2007

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ	5
1. JOHDANTO	6
1.1. Tutkimuksen tavoite, tutkimusongelma ja tutkimusmenetelmä	9
2. YRITTÄJYYS TEORIASSA JA TUTKIMUKSESSA	16
2.1. Yrittäjän ja yrittäjyyden määrittely	16
2.2. Aikaisempia tutkimuksia yrittäjyydestä/yrityksen perustamisesta	17
2.3. Henkisen pääoman määrittely	20
2.3.1. Aiempi työkokemus	21
2.3.2. Kotiolojen vaikutus.....	21
2.3.3. Yrittäjien koulutustausta	26
2.4. Taloudellisen pääoman määrittely	27
2.5. Tutkimuksia taloudellisen pääoman roolista yrittäjyydessä	28
2.6. Sosiaalisen pääoman määrittely	30
2.7. Aikaisempia tutkimuksia sosiaalisesta pääomasta	32
3. MENETELMÄT JA AINEISTO	36
3.1. Aineiston keruu	36
3.2. Aineisto.....	38
3.2.1. Suomen Kuvalehti	39
3.2.2. Talouselämä	46
3.2.3. Gloria	52
3.3. Yhteenveto artikkeleiden ”löydöksistä”	63
4. TULOSTEN ANALYSOINTI JA YHTEENVETO	65
4.1 Henkisen pääoman esiintyminen artikkeleissa	68
4.2. Taloudellisen pääoman esiintyminen artikkeleissa	71
4.3. Sosiaalisen pääoman esiintyminen artikkeleissa.....	74
4.4. Menestyksen salaisuus.....	77
4.5. Suhtautuminen riskiin.....	80
4.6. Muut esiin tulevat seikat.....	81
4.7. Yhteenveto	83
LÄHDELUETTELO	87
Liite I: Tutkimuksessa analysoidut artikkelit	93
Liite II: Tutkimuksessa analysoitujen artikkelien yritysten kotisivut ja muut kyseisiä yrityksiä käsittelevät internetsivut	95

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Aloittaneiden yritysten eloonjäämisasteet. (Yrittäjyysväylä 2007, toisen käden lähde).	8
Kuvio 2. Yrityksen kuolemanlaakso. (Yrittäjyysväylä 2007, toisen käden lähde).	8
Kuvio 3. Tutkielman rakenne.....	14
Kuvio 4. Yleisten taustatekijöiden yhteys henkilötekijöihin ja potentiaalisen yrittäjän nykytilanteeseen. (Huuskonen 1992: 66, 95).....	23
Taulukko 1. Henkinen, taloudellinen ja sosiaalinen pääoma sekä muut esiintulevat seikat aineistossa.....	63

VAASAN YLIOPISTO
Kauppätieteellinen tiedekunta

Tekijä	Pirkko Pohjola	
Tutkielman nimi	Yrittäjä aikakauslehdissä –henkisen, taloudellisen ja sosiaalisen pääoman ilmentyminen	
Ohjaaja	Kari Ristimäki	
Tutkinto	Kauppätieteiden maisteri	
Laitos	Johtamisen laitos	
Oppiaine	Johtaminen ja organisaatiot	
Linja	Johtamisen yleiset opinnot	
Aloitusvuosi	2002	
Valmistumisvuosi	2007	Sivumäärä: 97

TIIVISTELMÄ

Yrittäjyys ja sen edistäminen on noussut Suomen julkisessa politiikassa tärkeäksi teemaksi. Tutkielmani käsittelee yrittäjälle tarpeellisia ja yrityksen taloudelliseen tuottavuuteen välttämättömiä pääomia: henkistä, taloudellista ja sosiaalista pääomaa, ja näiden ilmenemistä aikakauslehtien yrittäjistä kertovissa artikkeleissa. Työni tavoitteena on selvittää, missä määrin yrittäjillä näitä pääomia on, ja mikä/mitkä pääomista korostuvat aineistoni lehtiartikkelien mukaan.

Tutkimukseni keskeisiä käsitteitä ovat muun muassa yrittäjyys, taloudellinen pääoma, henkinen pääoma ja sosiaalinen pääoma. Tutkimukseni on kvalitatiivinen tutkimus, ja tutkimusmetodini kirjallisen materiaalin –lehtiartikkelien - käyttö ja analysointi diskurssianalyysillä. Aineisto koostuu kolmen eri aikakauslehden vuosikerroista kerätystä artikkeleista.

Artikkeleissa luodaan kuvaa eräänlaisista ”tuhkimotarinoista”: teksteissä kerrotaan liiketoiminnan alkaneen vaatimattomista oloista, mutta kovalla työllä on saatu yritys menestymään. Yrittäjä kuvataan ”synnynnäiseksi yrittäjäksi”, jolla on suorastaan intohimoinen suhtautuminen yrittäjyyteen ja omaan liiketoimintaansa, ja jonka eteen hän on valmis uhraamaan aikaansa ja voimiaan. Henkinen pääoma näytti nousevan keskeiseen rooliin, ja oli se pääoma, jonka varaan yritys perustettiin: yrittäjän oma osaaminen, kokemus, koulutus. Sosiaalinen pääoma ei artikkeleissa erityisemmin korostu, mutta sen tärkeys ilmenee ”rivien välistä”: *”yksin en olisi tässä”, ”en olisi kyennyt kaikkeen yksin”* ja *”itse en ole kaikkien alojen asiantuntija”*. Lisäksi osa yrittäjistä tulee yrittäjäperheistä, joten heillä on jo valmiina sosiaalista pääoma.

Aineistosta nousee esiin myös yrittäjien suhtautuminen riskinottoon: Monessa artikkelissa mainitaan riskien kuuluvan liike-elämään. Noin puolessa aineiston artikkeleista tulee lisäksi esiin, että yrittäjä laajentaa tai kehittää yritystoimintaansa.

Avainsanat: Yrittäjä ja yrittäjyys, sosiaalinen pääoma, henkinen pääoma, taloudellinen pääoma

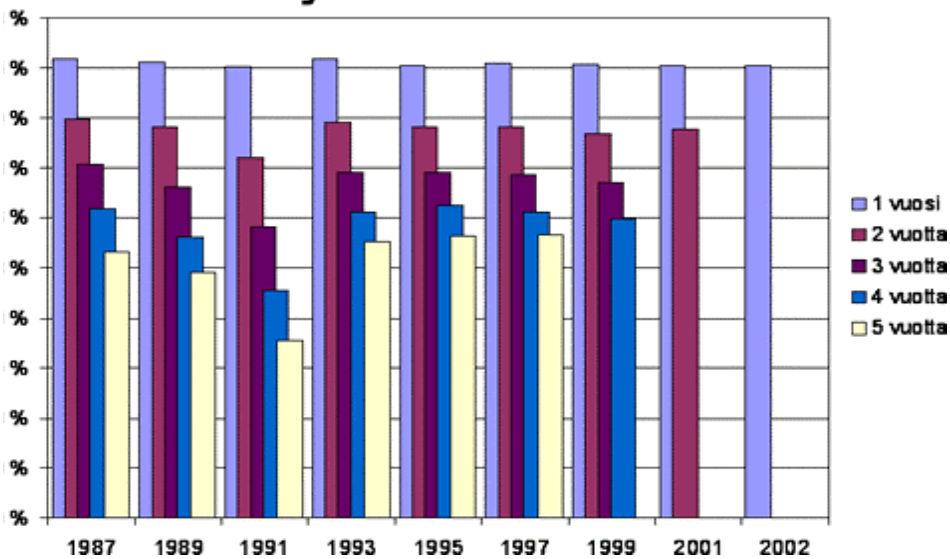
1. JOHDANTO

Yrittäjyyden edistäminen on kasvava fokus julkisessa politiikassa. Esimerkiksi viimeaikaiset ohjelmat Euroopassa ja USA:ssa tarjoavat työttömille neuvontaa yrittäjäksi ryhtymisessä. Suomessa huomattiin 1990-luvun laman jälkeen, kuinka tarpeellisia yrittäjät ovat suomalaiselle talouselämälle. Yritykset synnyttävät työpaikkoja ja uusia innovaatioita. Yrittäjien keski-ikä on selvästi korkeampi kuin palkansaajien, joten tarve uusille yrittäjille tulee olemaan Suomessa lähivuosina useita kymmeniä tuhansia. Muuten maasta uhkaa hävitä suuri määrä työpaikkoja. (Yrittäjyys Suomessa 2007). Suomessa onkin kiitettävästi panostettu yrittäjien tukemiseen ja neuvontaan ja yrittäjyyden edistämiseen: löytyy yritysklinikkaa ja yrityskummeja, ja tarjolla on oppaita yrityksen perustamiseen sekä monenlaista neuvontaa yrittäväksi aikoville. Myös hallituksen yrittäjyyden politiikkaohjelman tavoitteet yrittäjyyden edistämiseksi ovat onnistuneet. Yrittäjyyden edistämistoimia ohjelmassa olivat muun muassa sukupolvenvaihdosten verokohtelun huojennukset sekä yritys- ja pääomaverotuksen uudistukset. Uudistuksiin kuuluu myös starttirahajärjestelmän laajentaminen: se kattaa nyt työttömien lisäksi palkka- ja kotityöstä yrittäjäksi ryhtyvät ja opintonsa päättäneet. Starttirahan kysyntä ja uusyrityskeskusten asiakaskunta ovatkin olleet voimakkaassa kasvussa. Ylipäänsä toimenpiteet ovat tuottaneet tulosta, sillä vuonna 2006 tilastojen mukaan yritysten määrä kohosi ennätyslukemiin. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007).

Yrityksen perustaminen ja selviytymisvaihe on nuoren yrityksen ensimmäinen kasvukriisi. Suomessa viiden ensimmäisen toimintavuoden jälkeen elossa on 50-55% yrityksistä. (Littunen 2001). Siksi tätä ajanjaksoa kutsutaan usein myös

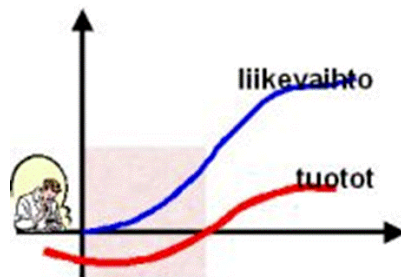
yrityksen kuolemanlaaksoksi. Yrityksen on tuona aikana kyettävä saavuttamaan kyllin uskottava asema asiakaskunnassaan ja markkinoilla sekä näin pystyttävä saavuttamaan toiminnalle riittävä volyyymi kohtalaisen nopeasti. Yritys voi toimia perustamisrahoituksella vain jonkin aikaa, ja sen jälkeen yritystoiminnan tulisi kyetä omilla tuotoillaan rahoittamaan toiminnasta aiheutuvat kulut. Usein yrittäjät ovat kuitenkin ylioptimistisia: liiketoiminnan odotetaan kehittyvän nopeammin ja laajemmin kuin todellisuudessa tapahtuu. Usein myös liian pieni alkupääoma on nuorien yritysten riskitekijä. (Yrittäjyysväylä 2007, toisen käden lähde). Eloonjäamisaste vaihtelee tuntuvasti toimialoittain. Yleensä eloonjäamisaste on sitä korkeampi, mitä pääomavaltaisemmasta toimialasta on kysymys, ja päinvastoin. Seurantatietojen ja selvitysten mukaan starttirahoituksen ja siihen kytkeytyvän muun julkisen rahoituksen (esim. Finnveran pien- ja naisyrittäjälaina) ja yrittäjyyskoulutuksen ja muun tuen muodostaman palvelujärjestelmän turvin perustetuista yrityksistä jopa 80% on elossa vielä viiden vuoden kuluttua yrityksen perustamisesta. (Yrittäjyyskatsaus 2006.)

Aloittaneiden yritysten eloonjäamisasteet



Kuvio 1. Aloittaneiden yritysten eloonjäämisasteet. (Yrittäjyysväylä 2007, toisen käden lähde).

Kuolemanlaakso-nimitystä käytetään, kun yrityksen toiminnan tuottokäyrä on negatiivinen ensimmäisinä elinvuosina. Näinä vuosina yritystoimintaan on uhrattu paljon varoja, ja yrityksen toiminta saattaa olla tappiollista ensimmäisten vuosien ajan. Yritys on saattanut kuluttaa varoja tuotekehitykseen huomattavia määriä, ja ehkä vasta muutaman vuoden kuluttua sille avautuu mahdollisuus hyödyntää tuotekehitystoiminnan hedelmiä kaupallistettuna tuotteena. (Yrittäjyysväylä 2007).



Kuvio 2. Yrityksen kuolemanlaakso. (Yrittäjyysväylä 2007, toisen käden lähde).

Tutkimukseni näkökulmasta olennaista on, onko yrityksellä tarpeeksi taloudellista pääomaa, jotta se selviytyy kuolemanlaakson yli. Onko yrityksellä tarpeeksi alkupääomaa kattamaan alkuvaiheen esimerkiksi tuotekehityksen suuret kulut, ja toisaalta saako yritys toimintansa vakiinnutettua jotta tulos muuttuu positiiviseksi. Taloudellinen pääoma ei kuitenkaan yksin riitä yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen, vaan yrittäjä tarvitsee myös henkistä

ja sosiaalista pääomaa, joita käsittelen taloudellisen pääoman ohella tutkimuksessani.

1.1. Tutkimuksen tavoite, tutkimusongelma ja tutkimusmenetelmä

Pro gradu –tutkimukseni fokuksena on henkisen, taloudellisen ja sosiaalisen pääoman kytkeytyminen yrittäjän toimintaan. Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, millaisen kuvan erilaiset aikakauslehdet (Gloria, Suomen Kuvalehti ja Talouselämä) antavat yrittäjyydestä ja yrittäjästä, ja millainen pääoma eri lehtien artikkeleissa korostuu - henkinen, taloudellinen vai sosiaalinen pääoma. Painottuuko artikkeleissa enemmän ehkä taloudelliset resurssit, vai korostetaanko henkistä tai sosiaalista pääomaa? Onko eri lehtien välillä poikkeamaa siinä, mitä pääomaa korostetaan? Innostuksen tutkimukseni aiheeseen sain luettuani tieteellisiä artikkeleita, joista eräs käsitteli nimenomaan taloudellista ja henkistä pääomaa: What kind of capital you need to start a business: financial or human. (Montgomery, Johnson & Faisal 2005). Tarkasteluun halusin mukaan myös sosiaalisen pääoman, koska sosiaalisilla suhteilla ja verkostoilla on olennainen merkitys yrityksen perustamisprosessissa ja ylipäänsä yritystoiminnan pyörittämisessä. Kuten kirjassa Aloitanko oman? Tietoa yrittämisestä ja yrityksen perustamisesta (Vesalainen, Försti, Nieminen, Soini ja Viitala 1996) todetaan: "Varsinkin aloittavalla yrittäjällä aineellisen pääoman lisäksi tärkeitä (ovat) kaikki henkilökohtaiset suhteet ja tuttavuudet. Toimiva kontaktiverkko lyhentää ja helpottaa oleellisesti käynnistämävaihetta." (s. 52) Näkökulmani ei tosin ole yrityksen perustamisvaiheeseen sijoittuva, vaan tarkastelee jo käynnissä olevaa yritystoimintaa ja yrittäjän roolia.

Tutkimusongelmani on:

1. Millaisen yrittäjäkuvan aikakauslehdet luovat?
2. Mitkä pääomat yrittäjillä korostuvat (sosiaalinen, henkinen ja taloudellinen pääoma) lehtiartikkelien mukaan?

Tutkimukseni on kvalitatiivinen tutkimus, ja metodini aineiston hankintaan on olemassa olevan kirjallisen materiaalin käyttö. Analysoin lehtiartikkeleja, eli teen niistä sisällön analyysia diskurssianalyysimenetelmällä. Tarkastelen jo olemassa olevaa dataa; eri toimittajien kirjoittamia lehtiartikkeleita yrittäjästä ja sosiaalisesta/taloudellisesta/henkisestä pääomasta. Tällaisesta aineistosta käytetään nimitystä *Natural occurring data*. (Alasuutari 1994).

Hinen ja Carsonin (2007) havaintojen mukaan viime vuosina useat tutkijat ovat järkeilleet, että kvalitatiiviset metodit datan keräämiseen ja analysointiin ovat erittäin sopivia menetelmiä tutkia yrittäjyysverkostojen käyttäytymistä. Taloustieteellisessä tutkimuksessa hyödynnetään jatkuvasti monenlaisia kirjallisia aineistoja. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytettäviä kirjallisia lähteitä ovat esimerkiksi tilastot, aiemmat tutkimukset, muistelmat, päiväkirjat, mainokset ja esitteet. (Koskinen, Alasuutari ja Peltonen 2005). Minä käytän datana aineistosta esiin tulevaa, haastateltavien mainitsemia seikkoja, jotka liittyvät yrittäjänä toimimiseen ja yritystoiminnan ylläpitämiseen. Huomioon on otettava, että aineistosta kumpuavat seikat voivat olla niitä, joita artikkelin kirjoittaja on haastateltavilta kysynyt ja halunnut tuoda esiin. Välttämättä yrittäjä itse ei olisi niitä korostanut. Metsämuuronen (2006) painottaa *enonsiaation* käsitettä tekstin analysoinnin yhteydessä. Enonsiaatiolla tarkoitetaan kertojan suhdetta tekstiin. Huomio kiinnitetään siihen, kuka on äänessä, ja kenen kannalta teksti on kuvattu. Tarkastelukulmina ovat tuolloin, mihin näkökulmaan tekstin kirjoittaja samaistuu ja mitä hän taas ei käsittele

lainkaan. (s. 107). On suhtauduttava kriittisesti siihen, miten kirjoittaja pyrkii vakuuttamaan lukijat siitä, mikä on totta ja mikä erhettä, ja toisaalta miten hän tulkitsee esitettyjen asioiden varmuusastetta. Millainen on kirjoittajan suhde kerrottuihin henkilöihin, tekoihin ja tapahtumiin - ulkopuolisuus, ironia, vaihtuva näkökulma? (s. 127).

Toisaalta Jokisen, Juhilan ja Suonisen mukaan (1999) myös *tutkijan* henkilökohtaiset kokemukset, elämänhistoria tai yhteiskunnallinen paikka voivat vaikuttaa aineiston tulkintaan ja saavat hänet näkemään aineistossa tiettyjä asioita. Tulkitsija nojaa analyysissään vahvasti aineistoon; analyysin vihjeiden on löydyttävä sieltä, mutta silti aineiston voi saada ”puhumaan monilla kielillä”. (s. 213).

Menetelmäni aineiston analysoimiseen on diskurssianalyysi. Diskurssianalyysin tehtävänä on selvittää, millä tavoin ihmiset jäsentävät käsityksiään todellisuudesta. Diskurssianalyysissä tutkitaan ilmaisuja; tekstiä, puhetta, viestejä, dialogeja jne. eri näkökulmista. Näitä ilmaisuja pidetään tietyssä ajassa ja paikassa tapahtuvina sosiaalisen vuorovaikutuksen muotoina. Diskurssianalyysissä tukeudutaan vankasti tutkimusaineistoon ja sen yksityiskohtaiseen tarkasteluun. Hyvin monenlaiset aineistot soveltuvat muotonsa puolesta diskurssianalyysiin: haastattelut, videotallenteet, lehtiartikkelit, kirjeet, julkiset asiakirjat jne. (Jokinen, Juhila & Suoninen 2004).

Diskurssianalyysissä otetaan lähtökohdaksi kieli ja sen seurauksia tuottava luonne. Kieliasultaan samanlainen väittämä, lause tai sana voidaan tulkita lukuisilla eri tavoilla riippuen siitä asiayhteydestä, missä se esiintyy. Samasta asiasta voidaan myös puhua monin eri tavoin. Konteksti, jossa kieltä käytetään, antaa sanoille ja lauseille oman merkityksensä eli kielen avulla tuotetut

merkityssysteemit ovat parhaiten ymmärrettävissä niiden asiayhteyksien, tilanteiden jne. kautta, jossa ne esiintyvät. Kielen avulla voidaan eri tilanteissa väittää jotakin todellisuudesta ja tämä väittäminen saa omat tilannekohtaiset funktionsa ajassa ja paikassa. Diskurssianalyysi ei ole yhtenäinen, vakiintunut tutkimusmenetelmä, vaan pikemminkin lähestymistapa, jossa on lukuisia eri traditioita ja painopisteitä. Diskurssianalyysissä tutkitaan kielen käyttöä ja – painopisteestä riippuen – siihen liittyviä konteksteja, toimintaa, funktioita ja merkitysten tuottamisen tapoja. (Diskurssianalyysi 2007).

Karkeasti jaoteltuna kielen käyttöä voidaan analysoida kahdesta vaihtoehdoisesta näkökulmasta: todellisuuden kuvana tai todellisuuden rakentamisena. Näistä ensimmäinen, ”realistinen” näkökulma tukeutuu siihen oletukseen, että kielen käyttö toimii välineenä saada tietoa olemassa olevista faktoista. Jälkimmäisessä näkökulmassa kielen käyttöä tarkastellaan ”osana todellisuutta itseään”. Diskurssianalyttisessä tutkimuksessa tukeudutaan jälkimmäiseen, konstruktionistiseen¹ näkökulmaan. (Jokinen yms. 2004).

Jokisen yms. (2004) mukaan ”Diskurssit ovat tutkijan tulkintatyön tuloksia, eivät analyysin raakamateriaalia. Analyysin raakamateriaalina olevaa aineistoa voisi halutessaan luonnehtia vaikkapa tekstiksi. ---analyysissä ei ole kyse tekstien ominaisuuksien mekaanisesta kirjaamisesta vaan perustellusta tulkinnasta, joka pohjautuu tutkijan ja aineiston väliseen vuoropuheluun.” (s. 28).

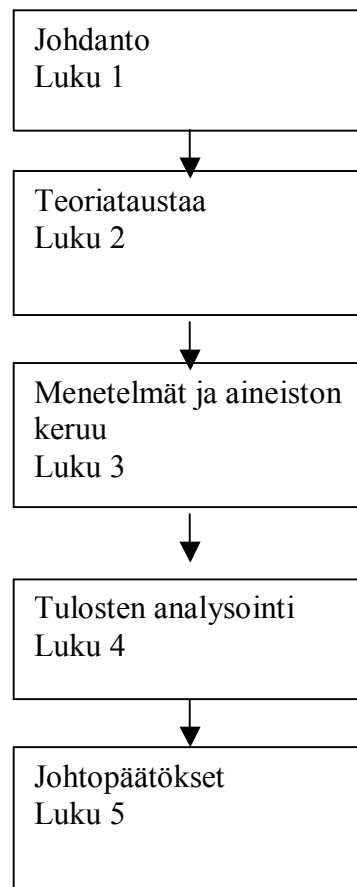
Myös Berger ja Luckmann (1994) tarkastelevat teoksessaan *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen* samaa ilmiötä kuin edellä Jokinen yms. (2004):

¹ Konstruointi tarkoittaa puhuttujen ja kirjoitettujen käsitteiden merkityksellistämistä. (Jokinen yms. 2004).

yhteiskuntaa ihmisen sisäisen ja ulkoisen todellisuuden dialektiikkana ja vuorovaikutuksena. He käsittelevät muun muassa ilmiötä, jossa kirjoittaja kuvaa "todellisuutta", kuten tutkimukseni aineistossa toimittaja kuvaa yrittäjien "todellisuutta", maailmaa. Mutta onko se oikea todellisuus, vai ainoastaan toimittajan subjektiivinen näkemys yrittäjän maailmasta? Yleensä maallikko ei vaivaudu kyseenalaistamaan, mikä on "todellista". Kuitenkin esimerkiksi tässä tutkimuksessa aineistoa on tarkasteltava siitä näkökulmasta, että yrittäjistä luotu kuva on vain toimittajan näkemys asiasta tai sellainen kuva yrittäjän maailmasta, millaisena hän haluaa asian esittää.

Tutkielmani koostuu viidestä luvusta. Ensimmäisessä kappaleessa käsitellään työn taustaa ja aihepiiriä sekä määritellään tutkimusongelma, työn tavoitteet ja menetelmät, joiden kautta tutkielman tavoitteet toteutetaan. Toisessa luvussa esitellään käytetyt käsitteet sekä perehdytään aikaisempiin tutkimuksiin. Kolmannessa luvussa esitellään tutkimuksessa käytetyt menetelmät sekä aineisto: Aikakauslehdet ja niissä esiintyneet yritykset. Neljännessä luvussa analysoidaan aineistoa ja muodostetaan johtopäätökset aineiston perusteella.

Tutkielmani rakenne on seuraavanlainen:



Kuvio 3. Tutkielman rakenne.

Teoriaosuudessa, eli toisessa luvussa, olen käyttänyt enimmäkseen muutamia avainteoksia, kuten Timo Pihkalan väitöskirjaa *Entrepreneurial Capability and New Venture Formation* (2001), Vesa Puhakan väitöskirjaa *Entrepreneurial Business Opportunity Recognition* (2002) sekä Montgomery, Johnson & Faisalintieteellistä artikkelia *What kind of capital you need to start a business: financial or human* (2005).

Kolmas luku kuvaa aineistonkeruutapaa ja tutkimusmenetelmiä ja –metodia. Esittelen aineiston, joka sisältää paljon suoria lainauksia kyseisistä aikakauslehdistä, koska suoriin lainauksiin kiteytyy mielestäni hyvin kunkin lehden tyyli. Esittelen laadullisen tutkimuksen, diskurssianalyysin sekä olemassa olevan aineiston analyysin. Osaltaan olen käsitellyt näitä jo johdantokappaleessa. Neljännessä luvussa keskityn aineiston ja tutkimuksen analysointiin ja tutkimustulosten tulkintaan, sekä teen johtopäätökset.

2. YRITTÄJYYS TEORIASSA JA TUTKIMUKSESSA

Yrittäjyys käsitteenä on niin laaja, että siitä löytyy valtavasti erilaisia tutkimuksia ja teorioita sekä erilaisia lähestymistapoja. Olen rajannut tutkimuksessani yrittäjyyden kattamaan lähinnä yksityisyrittäjänä toimimisen. Seuraavissa kappaleissa määrittelen yrittäjän ja yrittäjyyden sekä henkisen, sosiaalisen ja taloudellisen pääoman yleisellä tasolla ja käsitteinä, sekä käsittelen aiheesta tehtyjä aikaisempia tutkimuksia.

2.1. Yrittäjän ja yrittäjyyden määrittely

Englanninkielinen sana ”entrepreneur”, yrittäjä, on peräisin latinan kielestä, ja tarkoittaa sitä, joka menee eteenpäin, ottaa aloitteen (Kyrö, 1997). Yrittäjyys voidaan käsittää usealla eri tavalla, joskin monelle ajattelutavalle on tyypillistä yrittäjyyden mieltäminen ajattelu-, toiminta- ja suhtautumistavaksi. Yrittäjyys voidaan määritellä esimerkiksi *yrittäjyyden omistajuutena*, pienten liiketoimintojen johtamisena, innovatiivisuutena tai verkostoitumisena. (Puhakka 2002). Muzykan, de Koningin ja Churchillin määritelmän mukaan (Puhakka 2002: 25, toisen käden lähde) yrittäjyys on prosessi joka ottaa paikkansa erilaisissa ympäristöissä ja olosuhteissa, ja aiheuttaa muutoksia taloudessa innovaatioiden kautta, jotka yksilöt ovat luoneet tunnistamalla taloudellisia mahdollisuuksia luomalla arvoa sekä näillä yksilöille että yhteisölle.

Yrittäjyys liittyy *tavoitteelliseen toimintaan*. Yrittäjyys on yksilötasoinen ominaisuus, mutta sen vahvistumiseen tai heikkenemiseen on myös työyhteisöllä ja yleisellä suhtautumisella vaikutusta (Koiranen 1993: 16).

Puhakan (2002: 11) mukaan yrittäjyys nähdään taloudellisen kehityksen välineenä. Yrittäjyys ymmärretään usein

- kansallisen kilpailukyvyn moottorina
- voimana ilmaista luontaisia tarpeita
- organisaatioiden uusiutuvana kapasiteettina
- kykynä järjestellä resursseja
- kykynä selviytyä muutosnopeudessa
- mahdollisuutena yksityisyrittäjyyteen.

2.2. Aikaisempia tutkimuksia yrittäjyydestä/yrityksen perustamisesta

Montgomery, Johnson ja Faisal (2005) tutkivat Yhdysvalloissa taloudellisen ja henkisen pääoman osuutta yrityksen perustamisessa. Tutkimuksessa he käyttivät aineistoa Washington Self-Employment and Enterprise Development Demonstration (SEED) järjestöltä. Tutkimuksen johtopäätösten mukaan henkinen pääoma - kuten työkokemus ja koulutus- lisää todennäköisyyttä ryhtyä yrittäjäksi, mutta ei lisää todennäköisyyttä *menestyä* siinä. Taloudellinen pääoma taas vaikuttaa tekevän helpommaksi sekä yrittäjyyden aloittamisen että yritystoiminnan käynnissä pitämisen.

Montgomeryn, Johnsonin ja Faisalin mukaan empiiriset tutkimukset yrittäjän menestyksestä voidaan jakaa karkeasti kahteen luokkaan, toiseen jossa tarkastelun kohteena on yksilö, ja toiseen, jossa tarkastelun kohteena on yritys. Ensiksi mainitussa kategoriassa ovat tutkimukset, jotka käyttävät aineistoa yksilöstä kuvaamaan, kuinka henkisen pääoman ominaisuudet ja taloudellisen pääoman määrä vaikuttavat todennäköisyyteen ryhtyä yrittäjäksi. Montgomeryn mukaan muun muassa Evans ja Jovanovic ja Evans ja Leighton

ovat käyttäneet tutkimuksissaan yksilökohtaista dataa. Tutkijoilla on ristiriitaisia mielipiteitä siitä, millaista pääomaa aloittava yritys ensisijaisesti tarvitsee. Esimerkiksi Evansin ja Jovanovicin (1989), Holtz-Eakinin, Joualfaian ja Rosenin (1994) mukaan pienyrityksen käynnistämiset vaativat ensisijaisesti *taloudellista* pääomaa, kun taas mm. Cressy (1996) ja Taylor (1999) (Montgomery et al 2005, toisen käden lähteet) painottavat *henkisen* pääoman merkitystä. Toiset tutkimusryhmät taas esittävät yksilön vanhempien varallisuuden ja henkisen pääoman olevan tärkeitä tekijöitä yrittäjän menestymiselle. Esimerkiksi Holtz-Eakinin ja Dunnin tutkimuksen mukaan (Montgomery et al 2005, toisen käden lähde) yksilön *omalla* varallisuudella on pienempi vaikutus kuin hänen *vanhempiansa* varallisuudella siirryttäessä yrittäjäksi. Sekä Dunn ja Holtz-Eakin että Fairlie (Montgomery et al 2005, toisen käden lähde) havaitsivat huomattavan vaikutuksen sillä, että henkilöllä oli yrittäjävanhemmat, mikä osoittaa että mahdollinen yrittäjyys riippuu sekä henkisestä että taloudellisesta pääomasta.

Toinen tutkimuskategoria yrittäjän menestyksestä (taloustieteen, liiketalouden ja sosiologian kirjallisuudessa), käyttää *yritystä* tarkkailun kohteena. Erilaiset tutkimukset yrityksistä ja niiden perustajista ovat näyttäneet inhimillisen ja taloudellisen pääoman vaikutuksen yrityksen menestykseen. Montgomeryn et al (2005, toisen käden lähteet) artikkelin mukaan Bates havaitsi sekä koulutuksen että varallisuuden lisäävän yrityksen pitkäikäisyyttä. Cooper, Gimeno-Gascon ja Woo löysivät positiivisen suhteen alkupääomainvestointiin ja yrityksen kasvun ja menestyksen välillä. Korkeakoulututkinto ja yrittäjävanhemmat myös lisäsivät mahdollisuuksia menestyä. Sosiologit Cooper, Gimeno-Gascon ja Woo (1994) tutkivat saksalaisia yrityksen perustajia ja havaitsivat, että korkeampi pääomainvestointi vähensi mahdollisuuksia epäonnistua. (Montgomery et al 2005, toisen käden lähteet)

Vesalainen, Försti, Nieminen, Soini ja Viitala (1996) määrittelee neljä keskeistä osa-aluetta, jotka ovat oleellisia kannattavassa liiketoiminnassa. Nämä ovat

- ammattitaito
- näkemyksellisyys (kyky havaita mahdollisuuksia liikemiesmäisesti)
- suunnitelmallisuus (kyky harkita eri hankkeiden kannattavuutta ja laatia erilaisia vaihtoehtoisia toteuttamiskeinoja hankkeiden toimeenpanemiseksi)
- toteuttamiskyky (kyky organisoida ja aikaansaada toimintaa)

Nämä ovat henkisen pääoman ominaisuuksia, joita käsittelen seuraavassa kappaleessa.

Vesalaisen ym. (1996) mukaan kaikki edellä mainitut osa-alueet ovat merkittäviä, ja puutteet jollakin osa-alueella voivat vaikuttaa oleellisesti liiketoiminnan menestykseen. Ammattitaidon puuttuminen estää konkreettisen toiminnan harjoittamisen, näkemyksellisyyden puute voi taas johtaa haihatteluun tai tuottaa ideoita, joiden innovatiivisuus ja uutuusarvo ovat olemattomia. Suunnitelmallisuuden puute johtaa lisääntyvään riskinottoon ja väärin vaihtoehtojen valintaan, ja toteuttamiskyvyn puute johtaa huonosti organisoituun kaaokseen tai siihen, ettei toiminta loppujen lopuksi käynnisty lainkaan. (s. 8.)

Mongomery, Johnson & Faisal (2005) tutkivat myös koulutuksen ja työkokemuksen merkitystä yrittäjänä menestymiselle. Toisaalta koulutetuilla ihmisillä on korkeampi palkka, ja siksi heitä voi houkuttaa enemmän hyvin palkattu ansiotyö kuin yrittäjyys. Liiketoimintakokemus on hyödyllistä harjoittelua sekä tulevaa yrittäjyyttä varten että mahdollista työnantajana toimimista varten. Taylor havaitsi (Montgomery et al 2005, toisen käden lähde) ensisijaisesti liiketoimintakokemuksen olevan menestyksen avain.

2.3. Henkisen pääoman määrittely

Henkiselle pääomalle on lukuisia eri määritelmiä, ja henkisestä pääomasta puhutaan myös inhimillisenä pääomana tai älyllisenä pääomana. Kirjallisuudessa niillä tarkoitetaan kuitenkin suurin piirtein samaa asiaa. Henkisen pääoman voidaan nähdä koostuvan kokemuspohjaisesta tai muodollisesta (koulutus ja tekniset taidot) tietämyksestä. Henkisen pääoman sijaan osa tutkijoista käyttää termiä *älykäs (älyllinen) pääoma*, koska se osoittaa selvemmin että on kyse kognitiivisista, opituista (ja opittavissa olevista) kyvyistä. Osa tutkijoista laajentaisi käsitteen kattamaan tietämyksen lisäksi vielä motivaation ja luovuuden, koska näiden ominaisuuksien on havaittu olevan tärkeitä työkaluja tietämyksen prosessoinnissa. (Puhakka 2002, s. 29, toisen käden lähde.) Viitala (2004) määrittelee henkisen pääoman seuraavasti: *Fyysinen ja psyykinen hyvinvointi x älyllinen pääoma* (tieto ja taito kokemuksesta, koulutuksesta ja kyvyistä) x *sosiaalinen pääoma* (sosiaaliset suhteet ja verkostot). Viitala sisällyttää näin sosiaalisen pääoman mukaan henkisen pääoman määritelmään. Minä käsittelen tutkimuksessani sosiaalista pääomaa omana, erillisenä osa-alueenaan.

Henkisestä pääomasta on myös suppeampia määritelmiä, joissa henkinen pääoma nähdään lähinnä koulutuksena, tietämyksenä, osaamisena, kokemuksena ja niin edelleen. Puhakka (2002) määrittelee älykkään pääoman muodollisena tietämyksenä, johdon kokemuksena, sisäisenä motivaationa sekä luovuutena (s. 10). Becker (Puhakka 2002: 29, toisen käden lähde) määrittelee henkisen pääoman koostuvan kokemuspohjaisesta ja muodollisesta (koulutus ja tekniset taidot) tietämyksestä.

Henkinen pääoma sisältää edellisten kuvausten mukaisesti monia eri osa-alueita, mutta tarkemmin käsittelen tutkimuksessani seuraavia: yrittäjän aiempaa työkokemusta, kotiolojen vaikutusta, henkilötekijöitä kuten luonteenpiirteitä, yrittäjän objektiivista todellisuutta (eli esimerkiksi työtilanne ennen yrityksen perustamisesta) sekä yrittäjän koulutustaustaa. Mielestäni nämä liittyvät olennaisesti henkisen pääoman käsitteeseen. Myös osaaminen voitaisiin mainita omana osa-alueenaan, koska osaaminen on luonnollisesti henkistä pääomaa. Katson kuitenkin, että osaaminen kertyy pääsääntöisesti työkokemuksen ja koulutuksen kautta, joten en käsittele sitä omana lukunaan.

2.3.1. Aiempi työkokemus

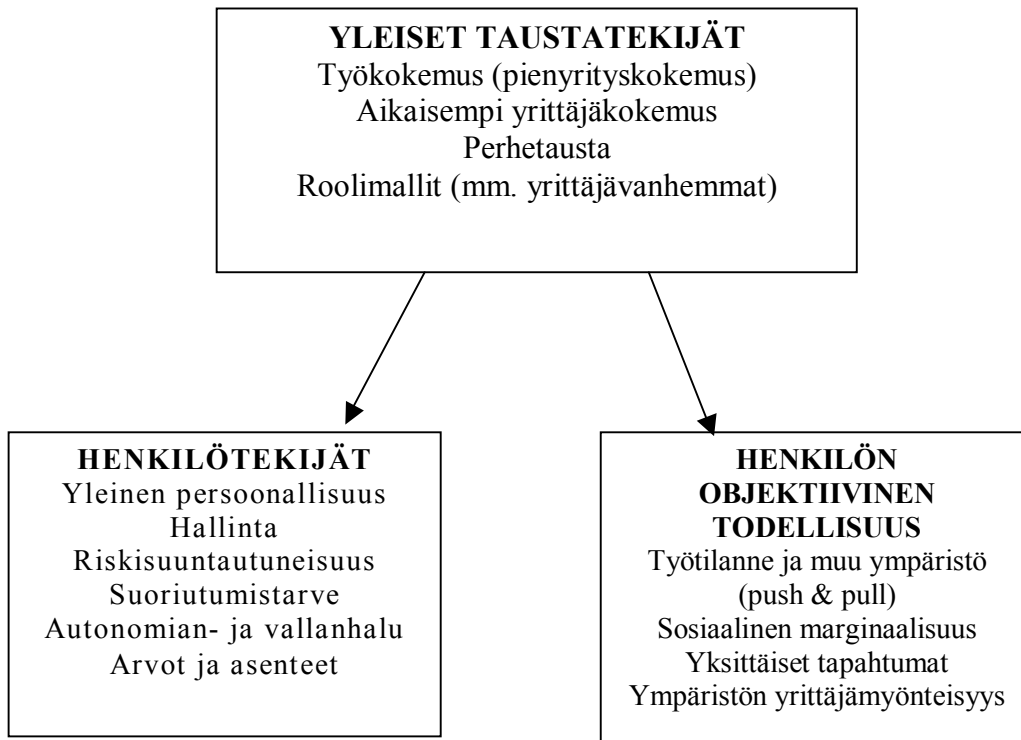
Useiden tutkimusten mukaan monilla henkisen pääoman tekijöillä on merkitystä yrittäjäksi ryhtymiselle. Yrittäjillä on usein aiempaa kokemusta pienistä yrityksistä; he ovat joko toimineet itse yrittäjinä tai olleet työntekijänä pienyrityksessä. Tällaisen työkokemuksen jälkeen ollaan tietoisempia niistä mahdollisuuksista, joita yrittäjäyys voi tarjota, ja yrittäjäyttä koskevan kokemuksen ja tietoisuuden lisääntyessä kynnyksensä perustaa oma yritys madaltuu. Yritykset perustetaan usein samalle alalle entisen työnantajan kanssa. (Huuskonen 1992.)

2.3.2. Kotiolojen vaikutus

Kotioloilla on tutkimusten mukaan vaikutusta yrittäjäksi ryhtymiseen kahta kautta: Yrittäjäksi ryhtyvillä on usein varhaisempaa kosketusta yrityksiin ja

yrittäjätoimintaan – joko siis oman työkokemuksen kautta, tai vanhempien yritystoiminnan kautta. Toisekseen monien yrittäjäystutkijoiden mukaan yrittäjäperheessä tai yrittäjämyönteisessä yhteisössä kasvaminen vaikuttaa henkilön arvoihin, asenteisiin ja uskomuksiin yrittämisalttiutta lisäävällä tavalla. Yrittäjien lähellä kasvaneet ihmiset saattavat myös sosiaalistua muulla tavalla yrittäjiksi. Tähän vaikuttavat edellä mainittujen seikkojen lisäksi myös samaistuminen yrittäjämäiseen rooliin esikuvien ja viiteryhmien kautta. (Huuskonen 1992.) Yrittäjäperheen lapset myös usein kasvavat luontevasti kiinni yrittäjäverkostoihin ja luovat yrittäjyydelle tärkeitä kontakteja muita helpommin. Tämä piirre liittyy henkisen pääoman olennaisesti sosiaaliseen pääomaan. (Koiranen 1993: 49.) Cooper & Dunkelberg havaitsi vuonna 1986 tutkimuksena perusteella (Pihkala 2001, toisen käden lähde), että 50% yrittäjistä tuli sellaisista perheistä, joissa toinen tai molemmat vanhemmat omistivat yrityksen.

Seuraavassa kuviossa Huuskonen (1992) kuvaa yleisten taustatekijöiden, kuten työkokemuksen, yhteyttä yrittäjän henkilötekijöihin - esimerkiksi persoonallisuuteen - ja "objektiiviseen todellisuuteen", kuten esimerkiksi yrittäjän senhetkiseen työtilanteeseen.



Kuvio 4. Yleisten taustatekijöiden yhteys henkilötekijöihin ja potentiaalisen yrittäjän nykytilanteeseen. (Huuskonen 1992: 66, 95).

Henkilötekijöillä tarkoitetaan kuviossa persoonallisuuden eri ulottuvuuksia. Ne vaikuttavat osaltaan siihen, minkälaisia sopeutumisstrategioita yksilö käyttää joutuessaan päättämään työurastaan. Yrittäjiin liitetään usein tiettyjä ominaisuuksia: Tutkituimpia ovat elämän hallinta, suoritustarve ja riskiin suhtautuminen. (Huuskonen 1992: 67.)

Yrittäjäpersoonan kuvauksiin vaikuttaa se, nähdäänkö yrittäjä ihannoitavana vai irrallisena ja sopeutumattomana, jolla on vaikeuksia sopeutua normaaleihin työyhteisöihin. Tällainen määrittely johtuu osaltaan ”kulttuurisidonnaisesta sankarimyytistä” (Huuskonen 1992:182), jollaisena erityisesti Amerikassa yrittäjää käsitellään. Yleensä yrittäjiä kuvataan kirjallisuudessa kuitenkin

myönteiseen sävyyn, koska yrittäjyyteen liittyy tavallisesti – näin myös Suomessa – myönteinen arvolataus. Suomessa tosin yrittäjiä on n. 240 000 (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007), mikä on noin 5% työkäisistä, kun se monissa muissa Euroopan maissa on lähes kaksinkertainen. Syynä suhteelliseen vähäiseen yrittäjien määrään voi olla muun muassa yrittäjätoimintaan liitetty riski. Usein mielletään, että palkkatyössä voi menettää työpaikan, jos huonosti käy, mutta yrittäjä saattaa epäonnistuessaan menettää koko omaisuutensa. Toinen syy yrittäjän ammatin vieroksumiseen on se, että työttömän sosiaaliturva Suomessa on varsin tyydyttävä moniin muihin maihin verrattuna. Ei ole pakkoa työllistää itseään yrityksen perustamisella. (Yrittäjyys Suomessa, 2007). Moni yrityksen perustamista harkinnut pelkää myös yrittäjän tehtävien vaativuutta, pitkiä työpäiviä ja henkisiä paineita. Toisia taas nämä seikat juuri kiehtovat yrittäjyydessä. Yrittäjillä onkin tutkimusten mukaan vahva tunne oman elämän hallinnasta; yrittäjiksi ryhtyvät uskovat siis voivansa itse vaikuttaa menestykseensä voimakkaammin kuin muut ihmisryhmät. (Huuskonen 1992.)

Riskisuuntatutumisen suhteen varmoja yhtenäisiä tutkimustuloksia ei ole. Yrittäjien nähdään usein olevan korkeiden riskien hyväksyjä, mutta usein tämä käsitys johtuu siitä, että yrittäjänä toimimiseen liittyy tiettyä riskin kantamista; yrittäjillä on vastuullaan riskejä.

Yrittäjyyteen kuuluu vahvasti riskinotto ja väitetään, ettei sellainen henkilö, jolta puuttuu riskinottokyky, voi olla yrittäjänä. (Lampela-Kivistö 2000). Tutkimusten mukaan yrittäjät eivät kuitenkaan ole tietoisien *riskihakuisia*, vaan heidän uskotaan olevan keskinkertaisten riskien preferoijia. Yrittäjällä pitää kuitenkin olla kyky hyväksyä yrittäjyyteen liittyvä *koettu* riski. McClellandin näkemyksen mukaan taas (Pihkala 2001, s. 21, toisen käden lähde) yrittäjät

voidaan nähdä riskinottajina, jotka etsivät tilaisuutta saavuttaa menestystä epävarmoissa olosuhteissa, johtuen heidän korkeasta saavuttamisen tarpeesta. Yrittäjän motivaatio koostuu McClellandin mukaan kolmesta tekijästä: itsenäisyyden tarpeesta, saavuttamisen tarpeesta ja liittymisen tarpeesta. McClelland olettaa, että suuri määrä suorittamisen ja itsenäisyyden tarvetta assosioituisi yrittäjämäiseen käyttäytymiseen. Pajarisen, Rouvilan ja Ylä-Anttilan (2006) tutkimuksen mukaan *kasvuuyrittäjät*² ovat muita yrittäjiä riskihakuisempia.

Edempänä, kappaleessa 2.5 käsitellään taloudellista pääomaa ja Stenholmin (2006) tutkimusta, jossa hän on tutkinut starttirahan merkitystä yritystoiminnassa. Vaikka starttirahaa saaneet yrittäjät kokevat tuen merkitykselliseksi, he silti korostavat *yrittäjämäistä asennetta* ja yrittäjän omaa työpanosta erimerkiksi starttirahaa tärkeämmäksi. (s. 37). Tutkimuksessa myös yrittäjän oma osaaminen, ammattitaito, kokemus ja kontaktit potentiaalsiin asiakkaisiin sekä sidosryhmiin arvioitiin yrityksen toiminnan kannalta tärkeiksi. (s. 38).

Objektiivisella todellisuudella, eli tilannetekijöillä, tarkoitetaan sitä välitöntä reaalista ympäristöä jossa yrittäjyyttä harkitseva ihminen elää ja toimii. (Huuskonen 1992: 183.) Objektiivinen todellisuus ei sinänsä liity henkisen pääoman ominaisuuksiin, mutta en erota sitä omaksi kappaleekseen, koska toisaalta objektiivinen todellisuus liittyy kuvioon oleellisesti. Objektiivinen todellisuus on usein juuri se vallitseva tilanne tai olosuhde, joka saa henkilön ryhtymään yrittäjäksi. Yrittäjien tilannetekijöihin liittyvät perusteet luokitellaan tässä myönteisiin ja kielteisiin. Ne voivat johtua joko sisäisistä henkisistä

² Kasvuuyritys Pajarisen yms. (2006) määritelmän mukaan: ”Yrittäjällä on haluja laajentaa liiketoimintaansa nykyisestä, ei välttämättä tavoitella räjähdysmäistä kasvua.” (s. 7).

tiloista, tai ulkoisista olosuhteista. Myönteiset ”pull” – syyt ovat niitä toivottuja seikkoja, joita ei olisi ollut mahdollista saavuttaa ryhtymättä yrittäjäksi. Kielteisinä ”push” -seikkoina, jotka työntävät kohti yrittäjyyttä, pidetään kirjallisuudessa yleensä työttömyyttä tai työttömyyden uhkaa, viihtymättömyyttä nykyisessä tehtävässä, etenemismahdollisuuksien puutetta ja niin edelleen. Yrittäjäksi ryhtymisen lähtöpäätökselle antaa usein kimmokkeen joku erityinen tapahtuma. Se voi olla riita työpaikalla, ikäkausikriisi tai muu henkinen murros. Myös positiiviset seikat voivat vaikuttaa tällä tavalla. (Huuskonen 1992). Stenholmin mukaan (2006) yrittäjäksi ryhtyminen ei ole ennalta määräytynyttä seurausta henkilön ominaisuuksista, sosiaalisesta tilanteesta tai mistään muustakaan yksittäisestä seikasta. Yksityisyrittäjien kohdalla muun muassa työnsaantivaikeudet ja työttömyys, sopiva tilaisuus yritystoiminnalle sekä halu toteuttaa itseään on havaittu olevan tärkeimpiä motiiveja yrittäjäksi ryhtymiselle.

2.3.3. Yrittäjien koulutustausta

Suomessa yrittäjien koulutustaso on perinteisesti ollut alempi kuin palkansaajilla. Yrittäjiksi on usein ryhdytty ammattikoulu- tai yleissivistävältä tasolta. (Yrittäjyys Suomessa 2006.) Yrittäjien koulutustaso on kuitenkin selvästi noussut vuosikymmenten aikana. 1970-luvun yrittäjillä koulutustaustana oli usein pelkkä suoritettu oppivelvollisuus, 80-luvulla vähintään keskikoulun oppimäärä. (Koskinen 1983). 1990- ja 2000-luvuilla koulutustaso on ennestäänkin noussut, vaikkakin työssäkäyvistä akateemisen loppututkinnon suorittaneista on yrittäjiä alle kymmenesosa. (Heinonen, Kovalainen, Paasio, Pukkinen & Österberg 2006.) Jatkossa yrittäjien koulutustaso tulee luultavasti nousemaan jo pelkästään väestön yleisen

koulutustason nousun myötä. Pajarisen yms. (2006) tutkimuksen mukaan *kasvuyrittäjät* näyttäisivät olevan hyvin koulutettuja (usein teknillisen alan suorittaneita) ja ansiotyössä ennen yrittäjyyttä. Montgomeryn et al (2005) mukaan koulutus parantaa oppineisuutta, mutta myös sosiaalisia - ja kommunikointitaitoja. Sosiaalista pääomaa käsittelen lähemmin kappaleessa 2.5.

2.4. Taloudellisen pääoman määrittely

Taloudellinen pääoma voidaan määritellä esimerkiksi seuraavasti: ”jokin likvidi väline tai mekanismi, joka edustaa varallisuutta, tai muita pääoman muotoja.” (Wikipedia 2007). Rahoituspääoma pitää sisällään osakkeet, velkakirjat ja lainat, joita käytetään fyysisen pääoman hankkimiseen. (Leppiniemi & Puttonen 2002). Pääomia voidaan sijoittaa yritykseen joko oman pääoman ehdoin eli omistajat merkitsevät yrityksen osakkeita (sisäinen pääoma), tai vieraan pääoman ehdoin eli lainalla; joko pankista tai suoraan sijoittajilta (ulkoinen pääoma). Yleensä tarvitaan sekä omaa että vierasta pääomaa. Joskus on mahdollista saada myös erilaisia avustuksia määrättyjen kehittämismenojen kattamiseen. Oman ja vieraan pääoman suhde muodostaa yrityksen pääomarakenteen. (Laitila 1993: 65, Leppiniemi & Puttonen 2002: 18).

Monelle yrittäjälle voi tulla yllätyksenä, kuinka paljon taloudellista pääomaa yrityksen perustamiseen todellisuudessa tarvitaan. Rahamääräiset laskelmat ovat ainoa keino hahmottaa tekniikasta, markkinoinnista, kustannuksista, sidotusta pääomasta, maksuvalmiudesta, investoinneista ja tulevaisuuden suunnitelmista koostuva kokonaisuus (Laitila 1993: 45). Taloudellisen pääoman hankkimiseen yrityksellä on monia eri lähteitä, kuten henkilökohtainen

investointi, perhe ja ystävät, yhtiökumppanit, osakkeenomistajat, obligaatiot, riskipääoma ja enkelisijoittajat. (Kishel&Kishel 2005.)

2.5. Tutkimuksia taloudellisen pääoman roolista yrittäjydessä

Stenholm (2006) on tutkinut starttirahaa saaneiden yritysten toimintaa. Starttiraha on aloittavalla yrittäjälle myönnettävää toimeentulon tukea; ei varsinaisesti yritystoiminnan tukea. Starttirahaa voidaan myöntää työttömälle työnhakijalle sekä muun muassa palkkatyöstä, opiskelusta tai kotityöstä kokoaikaiseksi yrittäjäksi siirtyvälle. Starttirahan myöntämisedellytyksenä on, että yritystoiminta ei käynnistyisi ilman hakijalle myönnettävää tukea. Silti Stenholmin tutkimuksessa yli puolet vastaajista (vastaajia noin 950 henkilöä) arvioi, että olisi käynnistänyt yritystoiminnan myös ilman starttirahaa. Tällöin he vastaustensa perusteella olisivat hakeneet rahoitusta esimerkiksi pankista, Finnveralta tai lähisukulaisilta. Noin 20% vastanneista olisi käyttänyt yrityksen perustamiseen omaa rahoitusta ja säästöjään. (s. 28-29). Vaikka yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että olisi perustanut yrityksen ilman starttirahaakin, on Stenholmin mukaan ”starttiraha silti vaikuttanut myönteisesti yrityksen perustamiseen.” (s. 30). Tutkimuksessa kävi ilmi, että yrittäjät kokivat starttirahan riittämättömäksi. ”Vastaajat painottivat myös, että starttiraha yksistään ei ole riittävä taloudellinen tuki yrityksen perustamiseen”. (s. 32). Starttirahan tarkoituksena on turvata yrittäjän toimeentulo –varsinainen yritystoiminnan rahoittaminen on järjestettävä muilla keinoin.

Stenholmin tutkimustulosten mukaan starttirahalla perustetuista yrityksistä oli valtaosa edelleen toiminnassa noin puolentoista vuoden kuluttua tarkastelujakson alkamisesta. Starttirahaa saaneiden yritysten toiminta jatkuu

suhteellisesti useammin kuin starttirahaa hakeneiden, joille tukea ei ole myönnetty. Näiden toiminta on päätynyt selvästi useammin kuin starttirahaa saaneiden. (s. 36). Stenholmin keräämät tutkimustulokset osoittivat, että starttiraha helpottaa osaltaan yritystoiminnan aloittamista, joskus jopa mahdollistaa sen, mutta taloudellisesti starttirahaa ei kuitenkaan nähty ainoana tai riittävänä tukena yritystoiminnan vakiinnuttamiseksi. Stenholmin mukaan ”Starttirahan eri puolia arvioitaessa on syytä ottaa huomioon myös se, mitä aikaisemmissa starttirahatutkimuksissa on todettu: Rahoitustakin enemmän – on sen lähde mikä tahansa - yrittäjän oma toiminta ja yrityksen liikeidea vaikuttavat yritystoiminnan kannattavuuteen ja jatkuvuuteen.” (s. 59).

Pajarisen yms. (2006) tutkimuksen mukaan *kasvuyrityksillä* on jo lähtökohtaisesti suurempi alkupääoma kuin yrityksillä, jotka eivät ole kasvuorientoituneita. Niillä on myös useampia perustajia ja ne työllistävät jo alkuvaiheessa useampia henkilöitä.

Liisa Lampela-Kivistö (2000) on tutkinut väitöskirjassaan 1990-luvun lamavuosina konkurssin tehneiden yrittäjien kokemusmaailmaa. Tutkimus kuvaa laman vaikutusta konkurssin syntyyn, yrittäjien kokemuksia konkurssiprosessin aikana ja konkurssin jälkiseurauksia. Tarkastelin Lampela-Kivistön tutkimusta siitä näkökulmasta, että missä määrin taloudellinen pääoma korostui konkurssin tehneillä yrittäjillä ja ylipäänsä kuinka tärkeää roolia taloudellinen pääoma näytteli.

Lamavuosien konkurssien syyt olivat lähes jokaisessa Lampela-Kivistön tutkimuksessa taloudelliset. ”Normaalioloissa” pitkään yrittäjänä toiminut henkilö näkee konkurssiuhat jo vuosia ennen konkurssia, eivätkä lievät maksuhäiriöt vielä kerro konkurssiuhasta. Mutta kun maksuhäiriöt

kasaantuvat, niin pikkuhiljaa yritys velkaantuu enemmän ja syntyy vakavia likviditeettiongelmia. Tässä vaiheessa yrittäjä yleensä tajuaa konkurssiuhan ja ryhtyy toimenpiteisiin sen estämiseksi. Lama-ajan konkurssit sen sijaan poikkeavat tästä kaavasta, ja konkurssi on yleensä tullut yrittäjälle itselleenkin yllätyksenä. (Lampela-Kivistö 2000: 150.)

Lama-ajan konkurssien syitä olivat mm. se, että 1980-luvun huimassa nousukaudessa yritykset rahoittivat investointejaan lainarahalla, joka usein oli valuuttaluotto. Se koettiin edulliseksi ja riskittömäksi, koska valtiovalta oli luvannut pitää markan vakaana. Harvalla pienyrittäjällä oli itsellään mitään taloushallinnon tuntemusta, niinpä he olivat rahoitusasioissa täysin talousalan ammattilaisten, pankinjohtajien ja konsulttien armoilla. 1980-luvun nousukaudella suomalaisia yrityksiä vaivasi pääomapula. Vaikka yritykset kannattivat hyvin, ei taloudellista pääomaa ollut suuriin investointeihin. Oman pääoman puuttuessa investoinnit rahoitettiin lainarahalla. Koko nousukauden ajan lainat pystyttiin hoitamaan tulorahoituksella. Kun lama sitten alkoi, ei yrittäjillä ollut juuri mitään keinoja hallita tilannetta. Lainojen hoitoa vaikeutti paitsi kasvava lainapääoma myös korkea korkotaso. Aiemmin riittävä tuotto ei riittänyt uudessa tilanteessa kattamaan edes lainanhoitokuluja, joka johti siis konkurssiin. (Lampela-Kivistö 2000).

Lampela-Kivistön väitöskirjassa ilmenee toisaalta se, että yritykset joutuivat konkurssiin juuri taloudellisista syistä, ja toisaalta korostuu sosiaalisen pääoman merkitys: yrittäjät olivat riippuvaisia pankinjohtajista ja konsulteista rahoituspäätöksiä tehdessään. Seuraavassa kappaleessa tarkastelenkin sosiaalista pääomaa ja sosiaalisten suhteiden merkitystä yritystoiminnassa.

2.6. Sosiaalisen pääoman määrittely

Sosiaalisen pääoman määrittäminen ei ole yksinkertaista, sillä kirjallisuudessa sen sisältöä tulkitaan jokseenkin laajasti ja epämääräisesti. Sosiaalisen pääoman käsitettä voidaan tutkia sekä ahtaasti että laajasti, ja näkökulma voi olla individualistinen tai kollektiivisempi. Lisäksi käsite voidaan ymmärtää monitasoisena. Ahtaan määritelmän mukaan sosiaalinen pääoma nähdään usein ihmisten välisinä kontakteina, jopa konkreettisenä apuna. ”Sosiaaliset verkostot ovat tärkeitä kaikkialla elämässämme; ne auttavat usein löytämään töitä, vielä useammin löytämään auttavia käsiä, kumppanuuksia, olkapäätä, jota vasten itkeä”. (Putnam 2000:20.) Sosiaalinen pääoma tarkoittaa myös horisontaalisia verkostoja, jotka vaikuttavat lähinnä ihmisten välisiin yhteyksiin. Cohenin ja Prusakin (2001) mukaan The World Bank määrittelee sosiaalisen pääoman ”normeiksi ja sosiaalisiksi suhteiksi sulautettuina sosiaalisiin rakenteisiin, jotka mahdollistavat ihmisten koordinoita ja saavuttaa halutut tavoitteet.” Sosiaalinen pääoma tekee organisaation, tai jonkun yhteistyössä toimivan ryhmän, enemmän kuin vain kokoelmaksi yksilöitä, jotka pyrkivät saavuttamaan omia, yksilöllisiä tavoitteitaan. Sosiaalinen pääoma ”tekee sillan ihmisten välille”. Sosiaalisen pääoman luonteenomaisia elementtejä ja tekijöitä ovat korkean tason luottamus, vankat henkilökohtaiset verkostot, jaettu yhteisymmärrys, ja tunne oikeudenmukaisesta osallisuudesta yhteishankkeissa. Tämänkaltaisen yhteys tukee yhteistyötä, sitoutumista, valmista väylää tietämykseen ja lahjakkuuteen sekä yhtenäisiin käyttäytymistapoihin organisaatiossa. (Cohen et al. 2001: 4.)

Laveaan sosiaaliseen pääomaan kuuluvat sekä horisontaaliset että vertikaaliset yhteydet, mihin sisältyy myös toiminta järjestöjen sisällä ja välillä. (Voutilainen 2001.)

Tutkimuksessani käsittelen sosiaalista pääomaa lähinnä ahtaan määritelmän mukaan, jolloin se ymmärretään ihmisten välisinä suhteina, verkostoina ja siteinä, sekä keskinäisenä luottamuksena ja yhteistyökynä. Melinin mukaan ”Ymmärrämme sosiaalisen pääoman yksilöiden ja kollektiivisten toimijoiden sosiaalisten suhteiden verkostossa olevaksi resurssiksi.” (Melin, 2007).

Puhakan (2002) mukaan sosiaalinen pääoma voidaan määritellä sosiaalisiksi vuorovaikutukseksi, suhteiden läheisyydeksi ja sitoutuneisuudeksi suhteisiin (s. 10). Hänen näkemyksensä mukaan sosiaaliset suhteet toimivat samalla lailla kuten henkinen pääomakin: mahdollistavat informaation vastaanottamisen, sekä tarjoavat neuvoja tilaisuuden havaitsemiseen. Tilaisuudella Puhakka tarkoittaa liiketoiminnan havaitsemiseen liittyvää mahdollisuutta. Sosiaalinen pääoma voidaan jakaa kolmeen tärkeään tasoon: 1) Yrittäjällä täytyy olla tarpeeksi suhteita. Myös heikot siteet ovat tärkeitä, koska niiden kautta voi saada tärkeää informaatiota, joka ei ole kaikkien saatavilla. 2) Henkilökohtaiset suhteet ovat tärkeitä, koska henkilökohtaisten kontaktien kautta on helpompaa siirtää hiljaista tietoa ja luoda yleisiä tulevaisuudensuunnitelmia. 3) Emotionaalista sitoutumista tarvitaan, jotta suhteet olisivat luottamuksellisia ja vastavuoroisia. (s. 29-30)

2.7. Aikaisempia tutkimuksia sosiaalisesta pääomasta

Sosiaalisen pääoman käsite ei ole uusi, sillä sitä ovat pohtineet aikoinaan muun muassa Karl Marx ja Max Weber. Myös filosofi Adam Smith käsitellyt aihetta, vaikkakaan hänen aikanaan ei sosiaalisen pääoman käsitteestä vielä puhuttu. Pääteoksessaan ”The Wealth of Nations” Smith korostaa itsekkään voitontavoittelun ja vapaan yritteliäisyyden positiivisia vaikutuksia, mutta

edellyttää samalla yhteisten moraalikoodien pysyvän voimassa ja takaavan ihmisten välisen luottamuksen ja yhteistyön. Sosiologi James Coleman tutki 80-luvulla koulun keskeyttämistä ja jakoi keskeyttämistä selittävät perhetaustaan liittyvät tekijät sosiaaliseen, inhimilliseen ja taloudelliseen pääomaan. Taloudellinen pääoma kuvasi perheen taloudellisia edellytyksiä kouluttaa lapsiaan, inhimillinen pääoma vanhempien koulutustason vaikutusta ja sosiaalinen pääoma sekä perheen sisäisen vuorovaikutuksen tiiveyttä että sen yhteisön kiinteyttä, johon koti ja koulu kuuluivat. Empiirisen tutkimuksen kautta Coleman tuli siihen tulokseen, että sosiaalinen pääoma vaikutti taloudellisen ja henkisen pääoman ohella selkeästi koulun keskeyttämiseen. Mitä enemmän oli taloudellista, henkistä ja sosiaalista pääomaa, sitä pienempi riski oli koulun keskeyttämiseen. Coleman erotti sosiaalisen pääoman muodoiksi velvoitteet ja odotukset, informaatiokanavat ja sosiaaliset normit. Colemanin mukaan sosiaalinen pääoma on olemassa henkilöiden välisissä suhteissa, ja se on tuottavaa kuten muutkin pääoman lajit. (Voutilainen 2001.)

Robert D. Putnam (2000) on tutkinut siviili- ja sosiaalista elämää amerikkalaisessa yhteiskunnassa toisen maailmansodan jälkeen. ”Sosiaalisen pääoman ydinidea on se, että sosiaalisilla verkostoilla on arvoa.” (s. 19). Siinä missä fyysinen ja henkinen pääoma, sosiaaliset kontaktitkin voivat lisätä tuottavuutta – sekä yksilöllistä että kollektiivista. Kun fyysinen pääoma viittaa fyysisiin tekijöihin ja henkinen pääoma yksilön ominaisuuksiin, niin sosiaalinen pääoma viittaa yhteyksiin yksilöiden keskuudessa – sosiaalisiin verkostoihin ja vastavuoroisuuden ja luottamuksen normeihin, jotka syntyvät niistä. Putnamin mukaan sosiaalisella pääomalla on sekä yksilöllinen että kollektiivinen näkökanta – ”julkiset kasvot ja yksityiset kasvot”. (s. 20). Ensinnäkin, yksilöt muodostavat yhteyksiä, jotka hyödyttävät omia etujamme, esimerkiksi työnhaussa. Toisekseen, sosiaalisella pääomalla voi olla ”epähyötyjä”, jotka

vaikuttavat laajempaan yhteisöön, niin että kaikki sosiaalisten yhteyksien kustannukset ja hyödyt eivät kasva korkoa henkilölle, joka solmii kontakteja. Putnamin havaintojen mukaan hyvin kytkeytynyt, liittoutunut (*well-connected*) yksilö yhteyksiltään köyhässä yhteisössä ei ole niin tuottava kuin hyvin liittoutunut yksilö hyvin liittoutuneessa yhteisössä. (s. 20).

Henkilökohtaisten yhteyksien solminen on nyky-yhteiskunnassa elämisen ja yrityksen menestymisen edellytys. Mitä nopeammin muutokset yrityksessä tapahtuvat, sitä tärkeämmiksi tulevat vakaat suhteet lähiympäristöön ja mm. markkinoihin. Yrittäjällä on suuri henkilökohtainen vastuu yrityksen toiminnasta ja siihen liittyvistä päätöksistä. Mutta olipa yrittäjä kuinka osaava ja kokenut tahansa, yrittäjä ei kuitenkaan voi toimia yksin ulkoisesta tai lähiympäristöstään erakoituneena, vaan hänen on yrityksen kehittämisen eri vaiheissa luotava ja ylläpidettävä vuorovaikutussuhteita eri henkilöihin ja ryhmiin. Näiden verkostojen avulla yrittäjällä on mahdollisuuksia saada apua ja tietoa yrityksensä toiminnan kehittämiseen. (Yrittäjyysväylä 2007).

Mielenkiinto yrittäjän sidosryhmiä ja yhteysverkostoja kohtaan on lisääntynyt yrittäjyystutkimuksessa viime vuosikymmenien aikana. Tähän mielenkiintoon vaikuttaa muun muassa se, että erityisesti omistaja-yrittäjän henkilökohtaiset yhteydet ovat elintärkeitä monien yritysten perustamiselle ja kasvulle. Eritoten yrityksen henkilöstö ja asiakkaat ovat merkittäviä yrityksen onnistuneen toiminnan kannalta. Yrittäjän ja yrityksen menestys määräytyy yhä useammin sen mukaan, millaisia verkostoja kovenevassa kilpailussa onnistutaan solmimaan. Yrityksen eri kehitysvaiheissa erilaisten verkostojen merkitys korostuu. Pienissä yrityksissä yhteistyö muiden tahojen kanssa on erittäin tärkeää. Yritystä ei ole olemassa ilman suhteita ulospäin. (Yrittäjyysväylä 2007).

Menestyvät yrittäjät ovat aina olleet kyvykkäitä viljelemään hyviä yhteyksiä ja pitämään niistä huolta. He pystyvät luomaan tilanteiden mukaan toimivia verkostoja, eli heillä on kyky nopeasti ratkaista, kuka on se henkilö tai mikä on se taho, joka nopeimmin ja tehokkaimmin voi antaa tiedon, neuvon tai avun ja ratkaista tilanteen. Tämä on osa sitä yrittäjän elämäntapaa, joka perustuu epävarmuuden olosuhteissa tapahtuvaan tilanteiden hallintaan saatavissa olevia resursseja hyödyntäen. Yrittäjän kannattaa muistaa, että tärkeää ei ole pelkästään uuden yhteysverkoston luominen, vaan vähintään yhtä tärkeää on ylläpitää olemassa olevia suhteita. (Yrittäjyysväylä 2007).

Yhteistyön ja kontaktien olemassaolo yritystä perustettaessa ja yhteistyön tyyppien lukumäärä on Pajarisen yms. (2006) tutkimuksen mukaan selvästi yhteydessä yrityksen kasvuhakuisuuteen. Yrityksen kasvuhakuisuuteen vaikuttaa selvästi myös kaksi yrityksen "perustamiskoon" mittaria: se, että yrityksellä on monta perustajaa (ydinperheen ulkopuolista) ja suurempi lähtökoko henkilöstömäärällä mitattuna. (s. 19-20).

Tässä kappaleessa loin teoreettista pohjaa henkiselle, sosiaaliselle ja taloudelliselle pääomalle sekä yrittäjyydelle, ja esittelin aiheista tehtyjä aikaisempia tutkimuksia. Seuraavassa kappaleessa tarkastelen näitä pääomia käytännön tasolla, eli aineistossani.

3. MENETELMÄT JA AINEISTO

Tarkoitukseni oli ensin hankkia aineisto tutkimukseeni kvantitatiivisella kyselylomakemenetelmällä. Ajattelin lähettää kyselylomakkeen yrittäjille, jotka ovat perustaneet yrityksensä alle kolme vuotta sitten, ja analysoida saatua aineistoa SPSS-ohjelmalla. Arvioni mukaan lomakkeita olisi pitänyt lähettää kymmenille, ehkä jopa sadalle yrittäjälle, jotta niistä olisi palautunut minulle muutama kymmenen. Yrittäjien yhteystietoja näin suureen otantaan tuntui kuitenkin vaikealta löytää, ja myös Pihkalalla (2001) oli lähteeni käyttämässäni väitöskirjassaan ongelmia empirian hankkimisessa, mikä vahvisti päätöstäni muuttaa aineistonkeruutapaa.

Päädyin hankkimaan aineiston aikakauslehdistä. Aineiston muodostaa eri lehdistä kerätyt yrittäjyyttä koskevat artikkelit. Totesin, että aineiston kerääminen aikakauslehdistä lienee omaperäisempi menetelmä, koska haastatteluja on yleisesti ottaen pro gradu –tutkimuksissa käytetty paljon, ja lisäksi aikakauslehtien artikkelit tarjoavat mielenkiintoista ”materiaalia” diskurssianalyttiselle tarkastelulle.

3.1. Aineiston keruu

Tutkimukseni on kvalitatiivinen tutkimus, ja tutkimusmetodini on olemassa olevan aineiston analysointi, tässä tapauksessa diskurssianalyysi. Aineiston luonnetta kuvataan englanninkielisellä termillä *naturally occurring data*, eli aineisto on olemassa ja kerättävissä ilman, että ketään ihmistä tulisi vaivata sitä varten –tutkimus ei siis häiritse tutkimuksen kohteena olevia. (Alasuutari 1994). Aineisto on kerätty yhteensä 16:sta lehtiartikkelista. Analysoin, tulkitsin ja

havainnoin artikkeleja ja yritin jopa rivien välistä lukea vihjeitä tutkimaani ilmiöön –huomioon on otettava, että artikkeleista ei välttämättä nouse yrittäjän oma ”ääni” esiin, vaan artikkelit ovat aina toimittajan tulkitsemia. Jokisen yms. (2004:31) mukaan erityisesti haastatteluaineistossa on tärkeää ”vuorovaikutuskontekstin³” huomioon ottaminen, koska on olennaista tarkastella sitä, mitä vastausta edeltävässä kysymyksessä tai puheenvuorossa on sanottu. Täten haastattelijan esittämät kysymykset tulevat analyysin kannalta olennaisiksi ja ne voidaan ottaa yhtä tarkan analyysin alle kuin itse vastauksetkin. Minun aineistossani toimittajan esittämät kysymykset eivät ole näkyvillä, mutta on hyvin todennäköistä, että toimittaja on kysymyksillään johdatellut haastattelun kulkua haluamaansa suuntaan; kysynyt sellaisia seikkoja mitä hän henkilökohtaisesti esimerkiksi pitää yrittäjyydessä tärkeänä tai halunnut nostaa haastattelussa esiin. Tosin Jokisen yms. (2004) mukaan ”Haastattelijat pyrkivät yleensä suosimaan mahdollisimman neutraaleja ilmauksia ja välttämään kaikkea pienimmässäkään määrin johdattelevaa tai syyllistävää puhetta.” (s. 120). Minun aineistoni on kuitenkin kerätty aikakauslehdistä, jossa pyritään tuottamaan kiinnostavia artikkeleita, joten luultavasti johdattelevia kysymyksiä ei ole suoranaisesti pyritty välttämään.

Alasuutarin (1994) mukaan laadullinen tutkimus on ”merkkien tulkitsemista ja uusien johtolankojen aktiivista tuottamista. Vihjeiden ja johtolankojen pohjalta yritetään päätellä jotain sellaista, joka ei ole havainnoista paljaalla silmällä nähtävissä.” Diskurssianalyysissä tukeudutaan vankasti tutkimusaineistoon ja sen yksityiskohtaiseen tarkasteluun. Diskurssianalyysissä otetaankin lähtökohdaksi kieli ja sen ”merkityksiä tuottava luonne”. (Diskurssianalyysi 2007). Käytän datana aineistosta esiin nousevaa, haastateltavien mainitsemia

³ Ne vuorovaikutuksen ominaisuudet, jotka ovat lausumien tulkinnan kannalta olennaisia. (Jokinen yms. 2004).

seikkoja, jotka liittyvät yrittäjänä toimimiseen ja yritystoiminnan ylläpitämiseen. Valitsin aineistoksi kolme erityyppistä aikakauslehteä: Talouselämän, Glorian sekä Suomen Kuvalehden. Gloria edustaa naistenlehtiä ja tarjoaa näin toisenlaisen näkökulman yrittäjyyteen kuin ”asiakeskeiset” Talouselämä ja Suomen Kuvalehti. Valitsemalla kolme täysin erilaista lehteä halusin varmistaa aineiston heterogeenisuuden, sekä mahdollisuuden vertailla, vaihtelee ko lehdittäin se pääoma, mitä yrittäjät korostavat. Otannaksi otin vuoden 2006 lehdet, ja kustakin vuosikerrasta valitsin 4-6 numeroa, joissa oli yrittäjyyttä/ yrittäjää käsittelevä artikkeli. Tutkimukseeni mukaan otettaville artikkeleille asetin yleiseksi valintaperusteeksi, että artikkelin pitää kertoa yrityksen omistajayrittäjästä, ja että yrityksen on pitänyt ylittää jo kuolemanlaaksovaihe, eli yritystoiminta on kestänyt keskimäärin yli viisi vuotta. Omistajayrittäjäksi lasketaan sellainen henkilö, jolla on päätäntävalta ja auktoriteettiasema yrityksessä, joka on yrityksen riskipääoman sijoittaja ja jolla on kokonaisvastuu hoidossaan olevasta yrityksestä. (Lampela-Kivistö 2000: 53.) Yhden yrityksen kohdalla (Trulia) yrityksen perustamisesta ei ole viittä vuotta, mutta mielestäni Trulia on jo ylittänyt ”kuolemanlaakson”, ja saanut nopeasti tuotteensa vakiinnutettua ja toiminta on tuloksellista.

3.2. Aineisto

Aineistollani on siinä mielessä mielenkiintoinen luonne, että se on artikkelin kirjoittaneen toimittajan luoma näkemys yrittäjästä. Minä en henkilökohtaisesti pääse käsiksi kyseisen yrittäjän ”todellisuuteen”, vaan tarkastelen sitä kolmantena persoonana toimittajan tulkinnan perusteella. Aineiston luonteen ollessa tämä, aineistoon on suhtauduttava kriittisesti eikä otettava kaikkea suorana totuutena. Asiat voivat olla toimittajan omia tulkintoja. Kuten

Metsämuuronenkin (2006) korostaa, huomio on kiinnitettävä siihen, kuka on äänessä, ja kenen kannalta teksti on kuvattu. Mihin näkökulmaan tekstin kirjoittaja samaistuu ja mitä asioita hän taas ei käsittele lainkaan?

Kursivoidut sitaatit ovat suoria lainauksia artikkeleista.

3.2.1. Suomen Kuvalehti

Suomen Kuvalehti on Yhtyneiden Kuvalehtien viikoittain ilmestyvä lähes satasivuinen ns. "asia-aikakauslehti", jota julkaisee Yhtyneet Kuvalehdet Oy. Lehden levikki on 101 000 ja päätoimittajana on Tapani Ruokanen. Suomen Kuvalehti pyrkii kirjoittamaan laajoja artikkeleita ajankohtaisista aiheista. (Wikipedia 2007). Suomen Kuvalehti kertoo viikon tärkeimmät puheenaiheet, esittelee ajankohtaiset henkilöt ja käsittelee niin yhteiskunnallisia teemoja kuin ihmisten arkielämää koskettavia kysymyksiä. Lehti kertoo tapahtumien "taustat, syyt ja seuraukset". (Suomen Kuvalehti 2007).

Suomen Kuvalehden vuonna 2006 julkaistuista artikkeleista käsittelen tutkimuksessani seuraavassa esiteltyjä yrityksiä. Näistä yrityksistä kertovat artikkelit olivat ainoita, jotka sopivat tutkimuskategoriaani. Tutkimukseen halusin mukaan vuoden 2006 artikkelit, jotka kertovat yrityksestä ja sen perustajasta ja käsittelevät jossain määrin joko henkistä, taloudellista tai sosiaalista pääomaa tai mahdollisesti kaikkia näitä.

Aineisto 1: Valovoimainen pörssitähti. Hulkko, Kustaa. Suomen Kuvalehti 48/2006.

Artikkeli metsäkonevalmistaja Ponssesta kuuluu Suomen Kuvalehden juttusarjaan "Suomen paras yritys 2006". Suomen Kuvalehti on nimennyt Ponssen vuoden 2006 Suomen parhaaksi kansainvälistyjäyritykseksi. Viennin osuus Ponssen liikevaihdosta on 65 prosenttia. Liikevaihto vuonna 2006 oli 226 miljoona euroa. Artikkelin ytimessä on Ponssen perustaja ja pääomistaja Einari Vidgrén (omistusosuus osakkeista yli 60 prosenttia).

Sosiaalista pääomaa artikkelissa ei juurikaan korosteta. Einari Vidgrénin kerrotaan perustaneen yrityksensä yksin. Henkinen pääoma tulee esiin muutaman kerran. Esimerkiksi Einari Vidgrénillä ei ole mitään peruskoulun jälkeistä koulutusta. "*Opintie katkesi kansakouluun*". Kokemus ja osaaminen ovat Vidgrénin henkistä pääomaa. "*Lahjakkuus korvasi koulutuksen puutteen*", toteaa Vidgrén artikkelissa. Hän valmisti ensimmäisen oman koneensa käytetyistä osista, tavoitteenaan kehittää traktori, joka sen ajan koneista poiketen kestäisi edes yhden talven. Kun kone todettiin kestäväksi, hän alkoi tehdä lisää koneita, ja 1960-luvun lopulla hänellä oli jo kahdeksan metsätraktoria. Ponssen Vidgrén perusti vuonna 1970.

Artikkelissa Ponssen taloudellinen pääoma tulee esiin yrityksestä kerrottujen tunnuslukujen muodossa: "*Sijoitetun pääoman tuotto ylitti 40 prosenttia*" (vuonna 2006), sen sijaan esimerkiksi yritykseen sijoitettua alkupääomaa ei mainita, artikkelissa todetaan vain että aluksi toiminta oli vaatimatonta; Ponsse valmisti vain viisi konetta vuodessa. Artikkelista voi havaita, että yhtiön taloudellinen pääoma alkoi kertyä pikkuhiljaa liiketoiminnan laajennuttua ajan myötä ja yhtiön mentyä pörssiin vuonna 1995. Viidessä vuodessa Ponssen pörssikurssi on yli viisinkertaistunut. Artikkelissa painotetaan myös Ponssen innovatiivisuutta ja valmiutta kyseenalaistaa totuttuja pelisääntöjä. Ponssesta

on erityistä myös sen matala organisaatorakenne, johtajillekaan ei ole vierasta tarttua käytännön töihin.

Taustatietoa Ponsse Oyj:stä: Einari Vidgrén perusti Ponsse metsäkonetehtaan vuonna 1970. Yritys valmistaa metsäkoneita ja puunkorjuuseen liittyvää tietotekniikkaa sekä tuottaa niiden tehokkaaseen käyttöön liittyviä palveluja. Pääomistaja on Einari Vidgrén, hänen perheensä ja Vidgrénin säätiö. Liikevaihto vuonna 2005 oli 226 miljoonaa euroa, sijoitetun pääoman tuotto yli 40%. (Hulkko, Kustaa. Suomen Kuvalehti 48/2006. 44-47.) Ponsse-konserniin kuuluvat emoyhtiö Ponsse Oyj sekä tytäryhtiöt Ponsse AB Ruotsista, Ponsse AS Norjasta, Ponsse S.A.S. Ranskasta, Ponsse UK Ltd. Isosta-Britanniasta, Ponsse North America Inc., Ponsse Latin America PLA, OOO Ponsse Venäjältä, Epec Oy Seinäjoelta ja Lako Oy, Turku. Ponsse Oyj:n osakkeet noteerataan Helsingin Pörssin päälistalla. (Ponsse 2007).

Aineisto 2: Paja vuolee kasvaa. Hulkko, Kustaa. Suomen Kuvalehti 49/2006.

Häkkisen Konepajasta kertova artikkeli kuuluu Suomen Kuvalehden juttusarjaan Suomen Paras Yritys 2006. Suomen Kuvalehti on nimittänyt Häkkisen Konepajan vuoden 2006 Suomen parhaaksi työllistäjäyritykseksi. Viime vuosina henkilöstön määrä on yrityksessä yli kolminkertaistunut. Noin 25-vuotisen toimintansa aikana yritys ei ole kertaakaan lomauttanut ketään.

Artikkeli nojautuu taloudelliseen pääomaan. Yrityksen toiminnan kuvataan alkaneen pienimuotoisesti ja pienellä budjetilla, yhden työntekijän voimin. *"Pikku konepaja teki vuokratiloissa varaosia elintarvike- ja rehuteollisuudelle"*, kuvataan artikkelissa. Yrityksen toiminta laajeni kuitenkin nopeasti ja taloudellista pääoma alkoi kertyä. Artikkelissa kerrotaan tunnuslukuja, liikevaihtoa ja työntekijöiden määrää. *"Sijoitetun pääoman tuotto on noin 20%"*

(vuonna 2006), *"Konsernin liikevaihto kasvaa tänä vuonna (vuonna 2006) 20 prosenttia ja nousee 42 miljoonaan euroon"*.

Myös henkistä pääomaa tuodaan artikkelissa esiin. Häkkisen Konepajan omistajalla ja perustajalla Keijo Häkkisellä henkistä pääomaa on omakohtainen kokemus ja osaaminen. *"Ellei ole osaamista, ei ole mitään. Työntekijöillä täytyy olla vankka tuotantotausta. Tuotanto-osaaminen lähtee omasta kokemuksesta."* Artikkelissa korostetaan myös asiakaslähtöistä toimintatapaa ja hallittua kasvua. Sosiaalista pääomaa sen sijaan ei mainita.

Lisäksi artikkelissa mainitaan Häkkisen Konepajan suhtautuminen riskeihin ja yrityksen kehittämiseen ja kasvattamiseen. *"Hallittu kasvu saadaan aikaan ottamalla hallittuja riskejä"*, toteaa artikkelissa Keijo Häkkinen, yrityksen perustaja. Yrityksen liikevaihto jakautuu tasapainoisesti eri tuoteryhmiin, ja Häkkisen mukaan se tasaa riskejä, sillä *"eri aloilla nousut ja laskut tulevat eri aikoina."* Yritys on kasvanut jatkuvasti vuodesta 1986 lähtien. Tehdasta on laajennettu peräti 14 kertaa Raisiossa. Viime aikoina Konepaja on investoinut voimakkaasti uuteen tuotantokapasiteettiin.

Taustatietoa Konepaja Häkkinen Oy:stä: Konepaja Häkkinen Oy on raskaiden ja keskiraskaiden komponenttien lastuavaan työstöön erikoistunut sopimusvalmistaja. Yritys tunnetaan suurten ja vaativien kappaleiden tekijänä päämarkkina-alueellaan Euroopassa. (Konepaja Häkkinen 2007). Liikevaihto oli vuonna 2006 42 miljoonaa euroa, sijoitetun pääoman tuotto noin 20 %. Perustaja: Keijo Häkkinen vuonna 1980. Aluksi toiminta oli pienimuotoista, työntekijöitä oli vain yksi. Konepaja teki vuokratiloissa varaosia elintarvike- ja rehuteollisuudelle. Sitten yritys laajensi toimintaansa metsäteollisuuden koneisiin, sitten raskaisiin sähkökoneisiin, seuraavaksi potkureihin. Viimeksi

tuotantoa on monipuolistettu tuulivoiman ja dieselkoneiden alueelle. (Hulkko, Kustaa. Suomen Kuvalehti 49/2006. 34-37).

Aineisto 3: Eija Rasinmäki. Merikallio, Katri. Suomen Kuvalehti 51-52/2006.

Artikkeli Eija Rasinmäestä on Suomen Kuvalehden "Hän" -palstalla, henkilökuvauskirjoitus. Artikkelin korostaa ennen kaikkea Rasinmäen henkistä pääomaa: osaamista ja kokemusta. Koulutusta hänellä sen sijaan ei ollut. *"Maalaistalossa riitti niin paljon töitä, että en päässyt oppikouluun"*, hän kertoo artikkelissa. Uutteruuden ja sitkeyden avulla henkinen pääoma laajeni entistä monipuolisempaan osaamiseen ja kokemukseen ja sittemmin esimerkiksi englannin kielen taitoon. Artikkelin antaa sen kuvan, että Eija on enemmän suunnittelija, taiteilija, joka arvostaa kauneutta ja käsillä tekemistä, kuin "bisnesnainen". Tekstissä kuvataan: *"Eija tiesi, että hän oli saanut äidin perintönä värösilmän, kädentaidon sekä suuren tarpeen luoda kauneutta."*

Rasinmäen kotiolot ovat myös osaltaan vaikuttaneet hänen yrittäjäksi ryhtymiseen. *"Lapsuus Punkalaitumella kymmenlapsisen perheen vanhimpana tyttärenä määritteli kuvan maailmasta: On osattava tehdä työtä, ei saa pelätä uutta ja kun johonkin ryhtyy, on se vietävä loppuun."*

Sosiaalinen pääoma mainitaan artikkelissa varsinaisesti kerran: Eijan tukija ja kannustaja on ollut oma äiti. Artikkelista kuitenkin voi havaita, kuinka Rasinmäki pikkuhiljaa kerrytti sosiaalista pääomaa ja muodosti verkostoja; myöhemmin muun muassa hänen tyttärensä ovat tulleet yritystoimintaan mukaan. Taloudellinen pääoma mainitaan niin ikään kerran; Eija käynnisti yritystoiminnan ottamalla 350 silloisen markan lainan. Myös taloudellisen pääoman kertymisen havaitsee: *"Nyt Desing Eija Rasinmäki -mattoja kutoo 800 miestä kahdella tehtaalla Intiassa."*

Artikkelissa tuodaan esiin ennen kaikkea Rasinmäen sinnikkyyttä ja peräänantamattomuutta: *"...kun ihmisellä on elämässään tavoite, pitää tähdätä maaliin, suoraan ja kirkkaasti. Ihmiset säästelevät itseään ihan turhaan –niin Suomessa kuin täällä Intiassakin. Energia pitää saada liikkeelle."*

Taustatietoa Kutomo Rasinmäki Ky:stä: Eija Rasinmäki on suunnitellut ja valmistanut räsymattoja jo 35 vuotta, tuotemerkin nimi on Design Eija Rasinmäki. Yritys valmistaa kotimaisia, uniikkeja designmattoja, joita valmistetaan kutomolla Oitissa ja Intian Delhissä. Visiona "uudistaa perinteinen räsymatto niin, että se sopii vaativaankin sisustamiseen ja sille tulee myös arvostusta". (Eija Rasinmäki 2007). Varsinainen tehdas toimii Intiassa, jonne Rasinmäki siirsi tuotannon sen käytyä Suomessa kannattamattomaksi. (Merikallio, Katri. Suomen Kuvalehti 51-52/2006. 76-79.)

Aineisto 4: Monen alan osaaaja. Hulkko, Kustaa. Suomen Kuvalehti 45/2006.

Suomen Kuvalehti on nimittänyt Bernerin vuoden 2006 Suomen parhaaksi perheyritykseksi. Artikkelissa tuodaan esiin Bernerin perheyrityksen identiteettiä ja perinteitä. Yhtiö on vakavarainen ja perustaa toimintansa pitkälle aikajänteelle. *"Yritys on vain lainassa oleva leiviskä, jota pitää kartuttaa"*, George ja Peter Berner kertovat perheyrityksen ajattelutavasta.

Taloudellinen pääoma mainitaan artikkelissa useaan kertaan. Vakavaraisena perheyrityksenä taloudellisesta pääomasta ei ole puutetta. *"Yhtiön taloutta on hoidettu pitkäjänteisesti, ja perheyritykselle tärkeä taseen omavaraisuusaste on yli 60 prosenttia."* *"Bernerin tulos on viime vuosina ollut tasaisen hyvä. Liikevoitto on ollut viisi-kuusi prosenttia. Sijoitetun pääoman tuotto on parhaimmillaan ylittänyt 20 prosenttia."* Pörssiin menoa yrityksen ei kerrota edes harkinneen: *"Vakavarainen*

yhtiö ei tarvitse ulkopuolisten rahaa, vaan rahoittaa investointinsa useimmiten omasta kassastaan."

Henkistä pääomaa on omistajien koulutus ja osaaminen. Sosiaalista pääomaa ei varsinaisesti mainita, mutta luultavasti sosiaalisella pääomalla on Bernerin toiminnassa suuri merkitys, koska Berner on pitkään toiminut perheyriyys. Esimerkiksi verkostot ja suhteet voivat olla ja valmiiksi luotuja. Nykyinen toimitusjohtaja Peter Berner ja hänen serkkunsa, hallituksen puheenjohtaja johtavat yritys tandem-mallilla ja istuvat samassa huoneessa. *"Järjestely takaa reaaliaikaisen tiedonkulun. - - Erillistä raportointia ei tarvita."*

Lisäksi artikkelissa mainitaan muun muassa Bernerin suhtautuminen riskeihin: Bernerin strategiana on välttää turhia riskejä. Toisaalta yrityksen toimialaan, agenttuuriin, liittyy aina riski että päämies ottaa edustuksen pois ja alkaa tuoda tavaraa omiin nimiinsä. Muuten yritystoiminnassa pyritään kunnioittamaan perinteitä ja *"kartuttamaan lainassa olevaa leiviskää"*. *"Edustamme Peterin kanssa yrityksen neljättä sukupolvea. Emme koskaan ajattele, että juuri tämä vuosineljännes tai vuosi olisi kauhean tärkeä"*, kertoo George Berner artikkelissa. Erityistä Bernerissä on myös tapa jakaa voittopalkkioita koko henkilöstölle, näin on toimittu jo kymmeniä vuosia. *"Käytännössä yhtiö siis antaa kymmenessä vuodessa yhden vuoden tuloksen henkilökunnalle."*

Taustatietoa Berner Osakeyhtiöstä: Berner Osakeyhtiö on omistukseltaan suomalainen perheyhtiö, jonka toiminta on kansainvälistä. Omistajia on kymmenkunta. Hallituksen puheenjohtaja on Peter Berner ja toimitusjohtaja hänen serkkunsa George Berner. (Hulkko, Kustaa. Suomen Kuvalehti 45/2006. 40-43). Berner valmistaa, maahantuo ja markkinoi korkealaatuisia kulutus- ja investointihyödykkeitä sekä harjoittaa agentuurikauppaa. Yhtiöön kuuluu 12

tulosvastuullista osastoa sekä tuotantolaitokset Heinävedellä, Askolassa ja Rajamäellä. Tytäryhtiöt toimivat Ruotsissa ja Virossa. Liikevaihto vuonna 2006 oli yli 240 miljoonaa euroa, sijoitetun pääoman tuotto noin 17 %. (Berner 2007).

3.2.2. Talouselämä

Talouselämä on viikoittain ilmestyvä talouden alan ajankohtaislehti. Talouselämä on Talentumin omistama, Pohjoismaiden suurin talousviikkolehti. Lehden päätoimittaja on Pekka Seppänen. Talouselämän levikki on 75 961 (LT 2005) ja lukijamäärä 216 000 henkilöä. (Wikipedia 2007).

Talouselämän artikkeleista käsittelen tutkimuksessani seuraavassa esiteltyjä yrityksiä. Aineistoni artikkeleissa esiintyivät ainoastaan nämä yritykset, jotka sopivat mukaan tutkimukseeni. Muut artikkelit eivät käsitelleet yrittäjyyttä tutkimukseni näkökulmastani.

Aineisto 5: Siemenestä suureksi on kivinen tie. Salo, Irmeli. Talouselämä 20/2006.

Artikkeli it-palveluyritys 3 Step It:stä kuuluu Talouselämän kasvuyrityskirjoitussarjaan. 3 Step It on Talouselämän 500 suurimman suomalaisen yrityksen listalla. *"3 Step It on oikea kasvuihme. Tyhjästä aloittanut yhtiö tuli Talouselämän kasvuyrityslistalle vuonna 2001 ja nousi Suomen 500 suurimman yrityksen joukkoon toissa vuonna"*. Artikkelit kertoo yrityksen palvelukonseptista ja nopeasta kasvusta. *"Koko kasvu on orgaanista kasvua. Se perustuu hyvään maineen ansiosta kasvaneeseen ja yhä kasvavaan asiakaskuntaan"*, yrityksen perustaja Jarkko Veijalainen kertoo artikkelissa.

Henkistä pääomaa artikkelissa ei tuoda esiin, taloudellista pääomaa muutamaa otteeseen. Sosiaalista pääomaa yritys on parhaillaan kartuttamassa, ja etsii kumppaneita ketjun eri osiin.

Tässäkin artikkelissa mainitaan yrityksen suhtautumisesta riskinottoon: 3 Step It on ollut varovainen riskiotossa. Yritys on kaihtanut velkaa ja kasvanut vain tulorahoituksella. Artikkelissa myös pohditaan, että usein yrityksen kasvaminen edellyttää sellaista riskinottoa, jota yrittäjä ei halua, muun muassa velanottoa ja yritysostoja. 3 Step It on kuitenkin onnistunut kasvussaan ilman turhaa riskinottoa.

Taustatietoa 3 Step It:stä: 3 Step It on vuonna 1997 perustettu it-palveluyritys. Perustajia ovat Jarkko Veijalainen ja Marjo Sjöman. Yrityksen liikeidea on kolmivaiheinen. Yritys vuokraa asiakkaille laitteistot ja solmii niihin tarvittavat yhteistyösopimukset. Asiakas saa laitteet käyttöönsä ja käyttöajan mittaisen hallinnointipalvelun. Kun laitteet vanhenevat, 3 Step It hakee laitteet pois ja toimittaa ne kierrätykseen. (Salo, Irmeli. Talouselämä 20/2006. 64-68). 3 Step It on kasvanut nopeasti ja kannattavasti toimintansa alusta lähtien. Toiminnan kasvun yritys on rahoittanut tulorahoituksella. Konsernilla ei ole korollisia velkoja. 3 Step It on 60-prosenttisesti työntekijöidensä omistama palveluyritys, joka toimii Suomen lisäksi kaikissa Pohjoismaissa sekä Baltiassa ja Iso-Britanniassa. Perustamisvuonna 1997 yrityksen liikevaihto oli noin miljoona euroa ja vuonna 2002 jo reilut 57 miljoonaa euroa. Vuonna 2005 3 Step It:n liikevaihto oli 101 miljoonaa euroa ja yritys työllisti 80 henkilöä. (3 Step It 2007).

Aineisto 6: Sedu vie suomalaiset Onnelaan. Lähteenmäki, Pekka. Talouselämä 25/2006.

Talouselämän artikkeli Seppo "Sedu" Koskisen SK-Yhtiöstä keskittyy Koskisen ravintoloiden nopeaan levittäytymiseen ympäri Suomea. Sosiaalinen ja henkinen pääoma jäävät artikkelissa taloudellinen seikkojen varjoon; taloudellinen pääoma mainitaan useaan kertaan. Koskisella ei ole ollut artikkelin mukaan puutetta taloudellisesta pääomasta, ja pääomaa onkin käytetty yrityksen laajentamiseen. Koskinen oli perustanut teollisuuden huoltoyrityksen Kunnossapito Servicen ennen SK Ravintolat Oy:tä, ja myytyään yrityksen vuonna 1991 sai siitä taloudellista pääomaa. *"Siitä yrittäjä kääräisi ensimmäisen miljoonansa"*, kuvataan artikkelissa. Tämä "miljoona" auttoi uuden yrityksen perustamisessa ja taloudellisen pääoman kartuttamisessa. Koskinen ei tosin juuri nosta osinkoja, vaan kasvattaa yritystään: sijoittaa voitot uusiin ravintoloihin ja vanhojen uusimiseen.

Julkisuuden henkilönä Sedu Koskilla löytyy myös sosiaalista pääomaa; suhteita ja verkostoja, jotka auttavat liiketoiminnassa. *"Yhtiön avajaiset ja muut kinkkerit tarjoavat edelleen myyviä otsikoita julkkislehdille. Symbioosista hyötyvät sekä lehdet että ravintolat."*

Koskisen henkistä pääomaa oli aluksi vain aiempi kokemus yrittäjyydestä, joka kovalla työllä ja uutteruudella laajeni kokemukseksi ja osaamiseksi. Epäonnistuneiden kokeilujen kautta tuli varmuutta ja ammattilaisuutta yrittäjyyteen.

Taustatietoa SK-Ravintolat Oy:stä: Seppo "Sedu" Koskinen perusti SK-Ravintolat (Seppo Koskinen Ravintolat Oy) vuonna 1996. Hän on myös yhtiön pääomistaja. SK-Konsernin yhtiöihin kuuluu 40 ravintolaa 20 eri kaupungissa. Liiketoiminta keskittyy baari- ja yökerhotoimintaan. Liikevaihto vuonna 2006 oli noin 60 miljoonaa euroa. Henkilöstöä on yhteensä noin 850. (SK-Ravintolat

2007). Sedu Koskinen sijoittaa voitot uusiin ravintoloihin ja vanhojen uusimiseen. Esimerkiksi Onnela-yökerhoja Koskinen on avannut Suomeen jo 13. (Lähteenmäki, Pekka. Talouselämä 25/2006. 32-35.)

Aineisto 7: Kuinka it-pomosta tuli pehmo. Vihma, Päivi. Talouselämä 32/2006. Artikkelin entisestä JOT:n johtajasta Teijo Fabritiukselta on Talouselämän Uratie-palstalla. Teksti kuvaa Fabritiuksen siirtymistä elektroniikkateollisuudesta "pehmobisnekseen" päihdetyöhön ja lastensuojeluun.

Taloudellinen pääoma mainitaan Talouselämän artikkelissa muutamaan kertaan. Merimajakkan toiminta käynnistyi hyvin pienellä alkupääomalla. Merimajakka syntyi yhdistyksenä, jolle perustajajäsenet lahjoittivat alkupääoman. Pikkuhiljaa toiminta laajeni, ja yhdistys muutettiin Oy:ksi. *"Se on nyt 2,5 miljoonan euron liikevaihtoa ja pientä voittoa tekevä yritys, joka työllistää 60 sosiaalialan ammattilaista."* Merimajakkan tavoitteena on kasvaa muutaman seuraavan vuoden ajan 40-50 prosenttia vuodessa.

Henkinen pääoma tulee artikkelissa esiin lähinnä Merimajakkan perustajan ja hallituksen puheenjohtajan Fabritiuksen *yrittäjämaisena persoonallisuutena*: hän kertoo artikkelissa olevansa *"uuden aloittaja ja kehittäjä"*. *"Kun toiminta alkaa vakiintua, olen valmis siirtämään vastuun muille."*

Sosiaalinen pääoma mainitaan artikkelissa *"sivulauseessa"*. Yrityksen toiminnassa on mukana ihmisiä, joilla on kokemusta yritystoiminnasta. Toiminnan tukena on ollut myös Finnpro, joka on auttanut kansainvälistymisessä ja avannut oikeita ovia.

Taustatietoa Merimajakka Oy:stä: Merimajakka tuottaa palveluita lastensuojeluun ja päihdekuntoutukseen sekä mielenterveyskuntoutujille ja vammaisille muun muassa asumiseen. Merimajakka Oy on perustettu vuonna 2001, aluksi yhdistyksenä. Pääomistaja ja hallituksen puheenjohtaja on Teijo Fabritius. Liikevaihto vuonna 2005 oli 2,5 miljoonaa euroa. (Vihma, Päivi. Talouselämä 32/2006. 64-66.) Merimajakkan toiminta perustuu psykososiaaliseen kuntoutukseen, kokemusasiantuntijuuteen ja verkostotyöhön. Jokaiselle asiakkaalle luodaan yksilöllisten tarpeiden mukainen kuntoutussuunnitelma ja kuntoutumista tukeva verkosto henkilökunnan, hänen läheisten sekä viranomaisten edustajien kanssa. (Merimajakka 2007).

Aineisto 8: Pähkähullua, mutta toimii. Holtari, Seija. Talouselämä 41/2006

Talouselämän artikkelissa keskitytään ennen kaikkea Tuurin Kyläkaupan toimitusjohtajan Vesa Keskinen persoonaan: innovatiiviseen luonteeseen ja intoon kehittää ja kasvattaa liiketoimintaansa. Tekstissä Keskinen kuvataan jokseenkin ihannoitavana ja visionäärisenä hahmona: *”Vesa Keskinen uskoo superlatiiviin, ainutlaatuisuuteen ja erottumiseen. Suurin, ensimmäinen ja ainut kiinnostavat ihmisiä. Ketään ei kiinnosta, kuka käveli toisena kuussa. Näin ovat syntyneet Miljoonapilkki, Miljoonarock, Miljoonakelkka ja ensi vuonna Miljoonapokeri”*. Keskinen kertoo filosofiastaan näin: *”Pitää nähdä asiat valoisasti, olla valpas ja tarttua tilaisuuksiin”*.

Henkinen pääoma on artikkelin keskiössä: Keskinen henkilötökijät, kuten yleinen persoonallisuus ja riskisuuntautuneisuus. *”Keskistä ohjaa intuitio, mutta takana ovat kilpailuhenkisyys ja matemaattinen lahjakkuus. Keskinen on sisäistä ääntään kuuntelemalla onnistunut niin monta kertaa, että luottaa vaistoonsa suurissakin ratkaisuisissa.”* Henkilötökijöitä Huuskosen (1992) mallin mukaan osana henkistä pääomaa on käsitelty enemmän sivuilla 18-19.

Artikkelissa tuodaan myös taloudellista pääomaa monta kertaa esiin. Yrityksen alkupääomaa ei kerrota, onhan kyseessä perheyritys jota Keskinen ei itse perustanut, mutta artikkelista saa sen kuvan että Keskinen on kerryttänyt ”hullunrohkeilla ideoillaan” taloudellista pääomaa, lähinnä kasvattamalla liikevaihtoa. Tosin kertynyt pääoma on käytetty uusiin hankkeisiin, kuten hotelliin kyläkaupan yhteyteen. Myös sosiaalinen pääoma mainitaan artikkelissa. Lisäksi Keskinen on julkisuuden henkilö, jolla varmasti on julkisuuden kautta paljon suhteita ja verkostoja.

Taustatietoa Veljekset Keskinen Oy:stä: Veljekset Keskinen Oy on perheyritys, jonka toimitusjohtaja on Vesa Keskinen vuodesta 1994. Tuurin kyläkauppa on Suomen toiseksi suurin tavaratalo ja maan suosituin matkailukohde. Liikevaihto vuonna 2005 oli 135 miljoonaa euroa, työntekijöitä on noin 450. Asiakastytyväisyys on maailman huippuluokkaa. Tulos välttävä, Keskinen on investoinut kymmeniä miljoonia uusiin tiloihin ja hotelliin. Yrityksen perusti aikoinaan Vesa Keskinen isoisä 1946, jonka jälkeen se siirtyi hänen pojalleen, ja jälleen hänen pojalleen Vesalle, joka kehitti kyläkaupalle täysin uuden ajattelumallin ja tavoitteen, että kyläkaupasta tehdään matkailunähtävyys. Keskinen onkin ideoinut tapahtumia kuten Miljoonapilkin, Miljoonarockin ja Miljoonapokerin, sekä avannut kyläkaupan yhteyteen hotellin. (Holtari, Seija. Talouselämä 41/2006. 22-25).

Aineisto 9: Matkalla miljonääriksi. Vihma, Päivi. Talouselämä 42/2006.

Artikkeli kiinteistöpalveluyritys Truliasta on Talouselämän Uratiepalstalla. Tekstissä päärooliin nousee sosiaalinen pääoma. Trulian toinen omistaja ja perustaja Sami Inkinen on käynyt Stanfordin bisneskoulun, jonka avulla on saanut kerrytettyä huomattavasti sosiaalista pääomaa. ”*Vaikka olisi*

kuinka pessimisti, siis suomalaisella mentaliteetilla aivopesty, niin sen jälkeen kun on käynyt läpi Stanfordin bisneskoulun ja nähnyt ne kaikki ihmiset, jotka ovat saman polun kulkeneet –se on niin uskomaton esimerkki, että on pakko uskoa, että voi itsekkin perustaa jotain suurempaa.” Inkisen henkisen, sosiaalisen ja taloudellisen pääoman välillä voi havaita selkeän yhteyden: Hänen henkinen pääomansa, kuten juuri koulutus, on auttanut suhteiden luomisessa eli sosiaalisen pääoman kerryttämisessä. Sosiaalisen pääoman avulla Inkisen on puolestaan onnistunut hankkimaan taloudellista pääomaa, kuten rahoittajia yritykselleen. *”Kahden vuoden työ suhteiden rakentamisessa tuotti tulosta.”*

Inkisen henkistä pääomaa ovat myös aiempi liiketoimintakokemus ja osaaminen, sekä henkilötekijät, kuten voitontahtoinen luonne ja riskisuuntautuneisuus. *”Inkisellä on tukenaan sekä huippukoulutus että kantapään kautta tullut kokemus liike-elämästä.”*

Taustatietoa Truliasta: Trulia on Sami Inkisen ja Pete Flintin vuonna 2005 perustama internetissä toimiva myytävien kiinteistöjen hakupalvelu. Yritys toimii Yhdysvalloissa. Trulian tarkoitus on helpottaa asuntoja etsivien ihmisten ja myytävänä olevien asuntojen kohtaamista. (Valta 2006).

3.2.3. Gloria

Gloria on joka kuukausi ilmestyvä runsas ”lifestyle-lehti” naisille. Päätoimittaja on Riitta Lindgren. Lukijamäärä on 324 000. Gloria keskittyy muotiin, kauneuteen ja kulttuuriin, mutta liikkuu elämän kaikilla aloilla. Lehden ”vahvat henkilöjutut, asiantuntevat kulttuuripalstat, herkulliset ruokajutut ja kiehtovat matkakertomukset tarjoavat lukemista, viihdettä, hyötyä ja silmäniloa koko kuukaudeksi”. (Sanoma Magazines 2007).

Glorian keskiössä ovat kauneus ja muoti sekä henkilötarinat, niinpä yrittäjistäkään kertovissa teksteissä ei painoteta taloudellisia seikkoja, vaan näkökulma on luonnollisesti enemmän viihteellinen kuin taloudellinen, onhan kyseessä naistenlehti.

Glorian artikkeleista tutkimuksessani ovat mukana seuraavat yritykset, koska vuoden 2006 artikkeleista tutkimuskriteerini täyttivät kyseiset artikkelit.

Aineisto 10: Näin he sen tekivät: yritysideasta menestystarinaksi. Muodin dynamo. Pesonen, Hanna. Gloria maaliskuu 2006.

Artikkeli Ivana Helsingistä kuuluu Glorian juttusarjaan ”yritysideasta menestystarinaksi.” Artikkelissa mainitaan niin taloudellinen, henkinen kuin sosiaalinenkin pääoma. Vähiten korostetaan kuitenkin taloudellisia seikkoja, lähinnä tuodaan esiin, kuinka pienestä yritystoiminta alkoi. Ivana Helsinki aloitti pienellä alkupääomalla, vanhempien autotallista. *”Kun ulkopuolisia rahoittajia ei ole, voi tehdä vapaasti omia ratkaisuja. Alussa meitä oli kaksi ja alkupääomaa tuhat markkaa, joilla sai yhden rullan eli 50 metriä kangasta”*, kertoo Pirjo Suhonen artikkelissa. Taloudellinen pääoma oli siis aluksi vain 1000 markkaa rahaa, mutta *”kovalla työllä ja sitoutumisella”* brändi saatiin menestymään ja yritystoiminta laajenemaan.

Eniten kirjoituksessa nousee esiin Suhosen sisarusten henkinen pääoma, osaaminen ja koulutus. Pirjo Suhonen on opiskellut kaupallista alaa ja tehnyt pro gradu –tutkielmansa tuotemerkin identiteetin rakentamisesta, jota on pystynyt sittemmin hyödyntämään yritystoiminnassa. Paola Suhonen on puolestaan vaatesuunnittelija, joka vastaa mallistoiden suunnittelusta. Lisäksi

tytöt ovat yrittäjäperheestä, ja heillä on kertynyt henkistä ja sosiaalista pääomaa kotiolojen vaikutuksen kautta.

Artikkelissa mainitaan myös Ivana Helsingin suhtautuminen kasvuun ja yrityksen kehittämiseen: Toisin kuin muut aineistoni artikkelit, Ivana Helsinki ei tavoittele ensisijaisesti kasvua. *”Tavoite oli luoda yritys, jossa voimme tehdä sitä työtä, jota haluaa ja osaa. Halusimme työllistää itsemme ja muutaman muun.”* Sitten yritykseen on palkattu 12 vakituista työntekijää ja yrityksen tuotteita myydään yli 20 maassa, mutta kasvuun suhtaudutaan edelleen varauksella: *”Kasvu vie energiaa, ja sen ylläpito teettää hirveästi työtä. - - Pientä kasvunvaraa meillä toki on, mutta Ivanasta ei koskaan tule esimerkiksi kymmenen kertaa isompaa, kuin se on nyt.”* Ulkomaillakin myyntipaikat on valittu harkitusti, ettei liiallinen myynti tappaisi tuotemerkkiä.

Taustatietoa Ivana Helsingistä: Ivana Helsinki on perheyrittäjä, jossa on mukana Paola Suhonen suunnittelijana, sisko Pirjo Suhonen vastaa taloudesta ja markkinoinnista ja isä Pentti Suhonen on mukana ”taustavaikuttajana”. Ivana Helsinki on perustettu vuonna 1998. Yrityksellä on yksi oma myymälä Helsingissä sekä lukuisia jälleenmyyjiä Suomessa ja ulkomailla. Liikevaihto vuonna 2005 oli 1,05 miljoonaa euroa. (Pesonen, Hanna. Gloria, maaliskuu 2006. 152-154).

Aineisto 11: Näin he sen tekivät: yritysideoista menestystarinaksi. Siisti bisnes. Pesonen, Hanna. Gloria, maaliskuu 2006.

Myös artikkeli siivousfirma Servisolesta kuuluu Glorian juttusarjaan ”yritysideoista menestystarinaksi”. Sosiaalinen pääoma ei korostu Glorian artikkelissa. Henkinen pääoma sen sijaan nousee esiin useaan kertaan.

Sevisolen perustajalla ja omistajalla Terhi Kotkansalolla on koulutusta, osaamista ja omakohtaista kokemusta siivousalalta.

Taloudellista pääomaa Kotkansalolla oli vain vähän yritystä perustettaessa, sekin lainarahaa. *”Kotkansalo perusti Servisolén minimipääomalla, 50 000 markalla. – Otin lainaa ja maksoin sen ensimmäiseksi pois. Tein töitä kotona, joten kustannukset olivat pienet.”* Taloudellista pääomaa alkoi kertyä kuitenkin nopeasti. Jo ensimmäisenä vuonna liikevaihto oli neljä miljoonaa markkaa. Liikevaihto on kasvanut noin 50 prosenttia vuodessa. *”Yrityksessä sovelletaan tulorahoitusta. Kaikki ylimääräinen raha käytetään yrityksen kehittämiseen. - - Yritys keskittyy tulokseen ja kerää pääomaa. Osinkoja ei nosteta.”* Vuonna 2006 yritys työllisti 250-300 henkeä.

Artikkelissa tuodaan esiin myös Servisolén suhtautuminen riskeihin ja yrityksen kehittämiseen. *”Hän (Kotkansalo) uskoo, että Servisolén kasvun ja menestyksen taustalla ovat avoimuus uusille asioille ja into viedä alaa eteenpäin. Ne vaativat myös riskinottoa. Takaiskuiltakaan ei ole vältytty.”* Servisole on ollut mukana yritykselle vierailta toimialoilla, ja tehnyt niissä suuria tappioita. *”Vauhtisokeudesta viisastuneina keskitymme jatkossa siivoamiseen. Siinä olemme parhaita ja tiedämme, mitä teemme.”*

Naistenlehti *Oliviassa* on myös artikkeli siivousfirma Servisolesta, **”Läpi harmaan kiven”**. (Pennanen, toukokuu 2007: 45-47). Olen käyttänyt *Olivian* artikkelia aineistoni tueksi Glorian Servisolesta kertovan artikkelin lisänä. *Olivia* kuuluu suurin piirtein samaan aikakauslehtikategoriaan Glorian kanssa, mutta on kenties vähän trendikkäämpi ja nuoremmille suunnattu kuin *Gloria*, eikä niin ”luksukseen” keskittyvä. *Olivia* on perustettu vuonna 2007, se on kuukausittain ilmestyvä lehti ”aidolle, elämästään nauttivalle naiselle, jolla on

aikaa vain olennaiseen”. (Olivia 2007). Lehti sisältää artikkeleja muun muassa muodista, työstä, kauneudesta, henkilöistä, sisustuksesta ja matkoista.

Olivian artikkeli keskittyy Terhi Kotkansalon persoonaan ja enemmän henkilökohtaiseen kuin yritys-elämään, ja artikkelin sävy on hieman ihannoiva: *”Terhin elämä näyttää täydelliseltä. Hänellä on menestynyt yritys, suloiset lapset ja mukava mies.”* Taloudelliset seikat samoin kuin sosiaalinen pääoma jäävät taka-alalle. Kirjoituksessa kuvataan Servisolon nopeaa kasvua: *”Hän (Kotkansalo) aloitti kahdeksan vuotta sitten nollasta, ilman perintörahoja tai perheyrittystä. Nyt hänellä on 400 työntekijää, ja tänä vuonna (2007) Servisole laajenee pääkaupunkiseudulta valtakunnalliseksi.”* Samoin kuin Glorian artikkelissa, Olivian kirjoituskin tuo esiin Kotkansalon henkistä pääomaa: *”yrittäjämäisiä luonteenpiirteitä”,* osaamista ja kokemusta. *”Luonteessani on ollut johtajan piirteitä pienestä pitäen. Olen aina tykännyt organisoida ja tehdä monia asioita yhtä aikaa.”*

Taustatietoa Servisole Oy:stä: Servisole Oy on puhtauspalvelualan yritys, joka tuottaa siivouspalveluja pääkaupunkiseudulla. Liikevaihto vuonna 2005 oli 8,5 miljoonaa euroa. (Servisole 2007). Perustaja ja omistaja on Terhi Kotkansalo. Yritys on perustettu vuonna 1999. Työntekijöitä Servisolessa on n. 400 henkilöä. (Pesonen, Hanna. Gloria, maaliskuu 2006. 152-155.)

Aineisto 12: Libanonin tuhkimo. Vekkele, Pirkko. Gloria, lokakuu 2006.

Glorian artikkeli Ravintola Farougesta kuuluu lehden kirjoitussarjaan ”Gloria lähikuva”. Artikkelissa keskitytään yrityksen toisen perustajan, Vivian Daaboul-Kallion, henkilökuvaan ja elämäntarinaa; artikkeli ei painotu ainoastaan Farougeen vaan myös Vivianin kotiin ja perhe-elämään. Näkökulma on ”naistenlehtimäinen”, ehkä jopa viihteellinen: Vivianin lapsia ja perhe-

elämää kuvataan paljon, sekä kerrotaan taustoja, miksi Vivian ajautui yrittäjäksi. Henkisenä pääomana nousee esiin erityisesti henkilötekijät, kuten kotiolot, ja molempien perustajien, Vivianin ja hänen miehensä Aki Kallion, osaaminen ja kokemus.

Taloudellista pääomaa ei mainita, eikä sosiaalistakaan pääomaa suoraan. Silti sosiaalisen pääoman vaikutus on nähtävissä kirjoituksessa: Vivianin sukulaisia on mukana yritystoiminnassa; ensin vain sisko Maggie, yritystoiminnan laajennuttua myös Vivianin kaksi muuta sisarta ja veli sekä äiti. Tämä selittynee libanonilaisella kulttuurilla, jossa suku on keskeisemmässä roolissa kuin Suomessa. Tavoitteena onkin ollut siirtää libanonilainen, sosiaalinen ruokakulttuuri Suomeen. *"Minulla oli visio, Akilla kultakädet, ja Maggiesta tuli paikan sielu"*, Vivian kertoo artikkelissa. Vivianilla oli suuri motivaatio yrittäjyyteen; kotimaastaan Beirutista hänelle oli jäänyt myönteinen kuva yrittäjyydestä. *"Koko ajan Vivian tiesi haluavansa oman yrityksen."*

Artikkelissa kuvataan yritystoiminnan alkaneen taloudellisesti vaatimattomasti, tosin alkupääomaa ei kerrota. Artikkelissa kuvataan vuonna 1995 avattua ravintolaa "pikku Farougeksi", ja yritystoiminnan alkutaivalta "rankaksi ja hikiseksi". Sittemmin yritystoiminta on laajentunut kahdella uudella ravintolalla, ja työtä tehdään artikkelin mukaan yhä lujasti: *"Töitä tehdään yhä lujasti ja tarvittaessa vuorotta"* ja *"Vauhti vain kiihtyy. 16-tuntiset työpäivät eivät ole harvinaisia, ja joskus joudutaan olemaan öitäkin töissä, jos on tulossa iso tilaus seuraavaksi päiväksi."*

Taustatietoa Farougesta: Libanonilainen ravintola Farouge on perustettu vuonna 1995. Yrityksen perustaja- ja omistajapariskunta on Aki Kallio ja Vivian Daaboul-Kallio. Farouge, suomeksi "Pieni Kukko", syntyi omistajien mukaan

tarpeeseen perustaa etninen ravintola Helsinkiin, jossa aiemmin kukoisti lähinnä texmex-kulttuuri. Helsingissä toimii nyt kolme Farouge-ravintolaa. (Uusitalo 2006).

Aineisto 13: Onnellinen yrittäjä Bostonista. Ruoranen, Annika. Gloria, lokakuu 2006.

Glorian bisnes –urani tarina –kirjoitussarjassa on artikkeli it-yritys Trantexista ja sen perustajasta ja ex-omistajasta Kaija Pöystistä. Artikkelissa sosiaalinen ja henkinen pääoma nousevat keskeisimmin esiin, mutta myös taloudellinen pääoma mainitaan.

Artikkeli painottuu henkisen pääoman ominaisuuksiin. Kaija Pöystiltä löytyy koulutusta, osaamista ja kokemusta, jota on kertynyt myös epäonnistumisien kautta. Pöysti suhtautuu epäonnistumisiin luonnollisena osana yrityksen elinkaarta: *”Totta kai aina tulee epäonnistumisia. Muttei niistä pidä lannistua.”* Pöystin mielestä yritysmaailmassa pitää hyväksyä myös riskit ja kokeilla välillä erilaisia toimintatapoja. Kaija Pöystin henkilötekijöitä, kuten yrittäjämäisiä luonteenpiirteitä, korostetaan myös: Pöysti kuvaa itseään katalyytiksi, joka saattaa asiat vauhtiin. Myös yritystoiminnan kehittäminen ja eteenpäin vieminen on hänelle luonteenomaista. *”Trantex oli jatkuvaa oppimista.”* Lisäksi Pöysti on yrittäjäperheestä, eli jo lapsuudenkodista

Myös tilannetekijät tulevat kirjoituksessa esiin, ja ne auttoivat Trantexin syntymisessä: *”Ilman ystävän vihjettä työpaikasta, ilman Pöystin perheen yrittäjätaustaa ja ilman tekkareiden hullua luontoa ei olisi syntynyt Trantexia”,* sanoo Pöysti artikkelissa.

Trantexin toiminnan kuvataan lähteneen liikkeelle pienimuotoisena, josta se kuitenkin nopeasti kasvoi ja kehittyi menestyväksi yritykseksi. *”Nyrkkipajasta kasvoi vuosien aikana 250 työntekijän kokonaisuus, joka oli alalla suuri tekijä kansainvälisestikin.”*

Sosiaalista pääomaa kertyi pikkuhiljaa. *”Pöysti painottaa useasti, ettei hän olisi kyennyt kaikkeen yksin.”* Aluksi Trantexissa oli muutama työntekijä, muutaman vuoden päästä jo kymmeniä. Pöystin aviomies Juhani Pääkkönen on ollut mukana yritystoiminnassa koko ajan. *”Kaija Pöystille oli alusta alkaen selvää sekin, ettei hän pyöritä yritystä yksin. Hän halusi työntekijöiden olevan motivoituneita ja jatkuvasti mukana kehityksessä. Siksi hän antoi muutamille työntekijöilleen osakkuuden yrityksessä.”* Pöysti kertoo artikkelissa, että halusi työntekijöidensä täydentävän omaa osaamistaan. *”En ole kaikkien alojen asiantuntija.”*

Taustatietoa Trantexista: Trantex on atk-alan palveluyritys. Yrityksen perusti Kaija Pöysti vuonna 1983. Toinen omistaja oli Pöystin aviomies Juhani Pääkkönen. Trantex valmisti suomenkielisiä tietokoneiden käyttöohjeita ja –järjestelmiä ihmisille jotka eivät olleet alan asiantuntijoita. Trantexissa työskenteli noin 250 ihmistä. Pöysti ja Pääkkönen myivät yrityksen kansainväliselle L & H Mendezille vuonna 1997. (Ruoranen, Annika. Gloria, lokakuu 2006. 184-186). Trantexin liikevaihto vuonna 1996 oli 35 miljoonaa markkaa (noin 5,9 miljoonaa euroa). Trantexin menestys perustui kovan tekniikan ja humanismin yhdistämiseen tuotteissa ja organisaatiossa. Trantex sai valtakunnallisen yrittäjäpalkinnon vuonna 1996. (Yrittämisen juhlaa 1996-2000, 2007).

Aineisto 14: Näin he sen tekivät: Yritysideasta menestystarinaksi. Mattojen mestari. Pesonen, Hanna. Gloria lokakuu 2006.

Glorian artikkeli Hanna Korvela Designista kuuluu Gloria Bisnes – kirjoitussarjaan. Henkinen pääoma on artikkelin pääroolissa. Aluksi Korvelan henkistä pääomaa oli oikeastaan vain koulutus: hän opiskeli tekstiilisuunnittelua muotoiluakatemiassa ja jatkoi onnistunutta päättötyötään mattomallistoksi. Pikkuhiljaa henkinen pääoma laajeni osaamiseksi. Tässäkin artikkelissa oppiminen virheiden kautta tulee esiin. *”Olen oppinut ajattelemaan, että kun ongelma ratkaistaan, toiminta kehittyy”*, sanoo Hanna Korvela. *”Epäonnistumisille nauretaan ja niistä opitaan.”* Korvela kasvoi suunnittelijasta toimitusjohtajaksi ja opetteli yrittämisen perusasiat, vaikka *”opiskeluaikoina yrittäjyys oli Korvelalle kirosana.”* Yrittäjyys ei tuntunut omalta jutulta, mutta tilannetekijät ratkaisivat Korvelankin tapauksessa: pian paikallisten sisustusmessujen jälkeen hän huomasi olevansa yrittäjä. Yrittäjyys vain tuntui parhaalta tavalta työllistyä Kuopiossa.

Taloudellinen pääoma - tai lähinnä sen puute yrityksen alkuaikoina - mainitaan. Myös Hanna Korvelan yritystoiminta lähti liikkeelle vaatimattomasti. *”Korvela alkoi paukutella koulusta vuokrattuja kangaspuita opiskelija-asuntolan kellarissa.”* Aluksi Korvela perusti toiminimen, joka ei vaatinut lainkaan alkupääomaa, ja kun yhtiömuoto muutettiin osakeyhtiöksi, pääomaa tarvittiin noin 2500 euroa eli minimipääoma. Vuonna 2005 liikevaihto oli jo 1,3 miljoonaa euroa.

Myös sosiaalista pääomaa tuodaan esiin, sen rooli on ollut merkittävä Korvelan yritystoiminnalle. Sosiaalinen pääoma oli vähäistä yritystoiminnan alussa, ja Korvela puursi yksin pari ensimmäistä vuotta. Nykyisin työntekijöitä on seitsemän, ja Korvela mainitseekin artikkelissa ymmärtävänsä, että *”yksin en olisi tässä.”*

Taustatietoa Hanna Korvela Design Oy:stä: Hanna Korvela Design on yksi Suomen suurimmista mattoyrityksistä, joka suunnittelee, valmistaa ja markkinoi designtuotteita: mattoja, sisustustuotteita, tekstiilitaideteoksia ja liturgisia tekstiilejä. Liikevaihto vuonna 2006 oli 1,5 miljoonaa euroa. (Pesonen, Hanna. Gloria, lokakuu 2006. 162-164). Yritys syntyi vuonna 1994, kun nuori tekstiilisuunnittelija Hanna Korvela toteutti ensimmäisen Duetto-mattonsa. Yritys toteuttaa mittatilaustyönä tehtäviä sisustuskokonaisuuksia ja taideteoksia sekä yksityiskoteihin että julkisiin tiloihin. (Hanna Korvela 2006). Vuonna 2005 vientiä oli 13 eri maahan ja viennin osuus tuotannosta 30 %. Tärkeimpiä kohdemaita ovat Ruotsi, Espanja, Saksa ja Japani. Työntekijöitä yrityksessä on seitsemän, lisäksi parikymmentä sopimusvalmistajaa Suomessa ja Ruotsissa. Vuonna 2006 Hanna Korvelalle myönnettiin vuoden Naisyrittäjä – palkinto. (Hanna Korvela Design 2007).

Aineisto 15: Näin he sen tekivät: Yritysideasta menestystarinaksi. Tanssiva toimitusjohtaja. Pesonen, Hanna. Gloria lokakuu 2006.

Myös artikkeli Hot Cakes –tanssikoulusta ja sen omistaja-perustajasta Saija Aksovaarasta kuuluu Gloria Bisnes kirjoitussarjaan, ”yritysideasta menestystarinaksi”.

Taloudellinen pääoma esiintyy artikkelissa, mutta jää muun muassa henkisen pääoman varjoon, joka korostuu tekstissä erityisesti. Hot Cakesin toimintaan rahoitus järjestyi pankkilainalla. Myös Aksovaaran vanhemmat ja aviomies tukivat taloudellisesti. Silti alkupääomaa oli suhteellisen vähän. *”Panokseni eivät olleet hiroittävän korkeat, joten minulla ei ollut mitään menetettävää”*, kertoo Aksovaara.

Sosiaalinen pääoma tulee artikkelissa myös esiin, Aksovaaran aviomies on mukana yritystoiminnassa vastaamalla muun muassa mainonnasta, markkinoinnista ja myynnistä. Aksovaaran äiti puolestaan hoitaa Hot Cakesin kirjanpitoa ja palkanlaskentaa. Roolit yrityksessä ovat jakautuneet kunkin osaamisen perusteella –Aksovaara hoitaa tanssitunnit ja –esityksen, mies myy sen. *”Olen löytänyt rinnalleni miehen, jonka kanssa muodostamme hyvään työparin. Olen myös tavannut oikeanlaisia ihmisiä, jotka ovat avanneet oikeita ovia. Lisäksi minulla on mahtavat, sitoutuneet työntekijät.”*

Henkinen pääoma korostuu artikkelissa, mm. Aksovaaran omakohtainen osaaminen. *”Oma esimerkki on paras esimerkki. Ei työntekijältä voi vaatia sellaista, mihin ei itse pysty.”* Hän myös jatkuvasti kouluttaa itseään tanssikursseilla ulkomailla. Aksovaaran *”yrittäjämäisiä luonteenpiirteitä”* tuodaan tekstissä esiin; ahkeruutta, osaamista, työlle omistautumista ja uudistumiskykyä. Aksovaaralla on yrittämiseen intohimoinen suhde. Työn ja vapaa-ajan erottaminen on hankalaa. *”Saan tehdä juuri sitä, mitä tällä hetkellä haluan. Yksityisyrittäminen vaatii sen oman ”sydämen jutun”. Muuten työhön ei jaksa panostaa riittävästi.”*

Yritystoiminnan kehittäminen ja eteenpäin vieminen ilmenee myös artikkelissa: Aksovaara on suunnitellut alusta saakka kaikki Hot Cakesin tanssiasut, ja niinpä hän on laajentanut osaamistaan ja lanseerannut oman vaatemerkin, Napapiiri Jeansin.

Taustatietoa Hot Cakes Oy:stä: Tanssikoulu Hot Cakesin perustaja ja omistaja on Saija Aksovaara, yritys on perustettu Rovaniemellä vuonna 1997. Liikevaihto vuonna 2005 oli noin 440 000 euroa. Yritys tuottaa ohjelmalveluita, tarjoaa tanssitunteja ja maahantuo tanssivaatteita ja –kenkiä. (Pesonen, Hanna. Gloria,

lokakuu 2006. 162-165.) Vuonna 2006 Saija Aksovaara sai Vuoden Nuori Yrittäjä -palkinnon. (Suomen Yrittäjät 2007).

3.3. Yhteenvedo artikkeleiden ”löydöksistä”

Seuraavassa on kokoava taulukko aineiston löydösten osalta. Olen koonnut yhteen artikkeleiden esiin tuomat seikat niin henkisen, sosiaalisen ja taloudellisen pääoman kuin muiden artikkeleissa ilmenneiden olennaisten seikkojen osalta.

Taulukko 1. Henkinen, taloudellinen ja sosiaalinen pääoma sekä muut esiintyvät seikat aineistossa

	Sosiaalinen pääoma	Henkinen pääoma	Taloudellinen pääoma	Muuta
Ponsse	-ei mainita	-kokemus -osaaminen	-yritystoiminta käynnistyi vaatimattomalla taloudellisella pääomalla	-yrityksen innovatiivisuus -matala organisaatorakenne
Konepaja Häkkinen	-ei mainita	-kokemus -osaaminen	-toiminta alkoi pienellä budjetilla, vuokratiloista ja yhden työntekijän voimin	-hallittuun kasvuun pyritään ottamalla hallittuja riskejä
Kutomo Rasinmäki	-taustatukena Rasinmäen äiti	-kokemus -osaaminen	-alkupääoma 350mk, vuokratilat	-yrittäjyys vaatii sinnikkyyttä ja peräänantamattomuutta
Berner	-sosiaalista tukea ja kontakteja perheyrittäjien suhteiden kautta	-koulutus -osaaminen	-yritys on vakavarainen perheyrittäjä, taloudellisesta pääomasta ei puutetta	-riskinottoa ei suosita -liiketoiminnan lähtökohtana pitkäjänteisyys
3 Step It	-yritys kartuttaa parhaillaan sosiaalista pääomaa etsimällä kumppaneita ketjun eri osiin	-ei mainita	-taloudellisesta pääomasta ei puutetta, vuonna 2006 liikevaihto yli 130 milj. euroa	-varovaisuus riskinotossa. Yritys kasvaa vain tulorahoituksella
SK-Yhtiöt	-julkisuuden kautta suhteita ja verkostoja	-aikaisempaa kokemusta yritystoiminnasta -oppiminen epäonnistumisen, kokeilujen kautta	-Ei puutetta -ulkopuolisia rahoittajia	-Nopea kasvu, rahoitetaan pääosin tulorahoituksella
Merimajakka	-ei juurikaan tuoda esiin	-perustajan ”yrittäjämäinen persoonallisuus”	-toiminta käynnistyi hyvin pienellä alkupääomalla	-tavoitteena toiminnan sisällön kehittäminen
Veljekset Keskinen	-perheyrittäjä, taustalla mm. isä -julkisuuden kautta suhteita ja verkostoja	-Vesa Keskinen ”yrittäjämäinen persoonallisuus”, innovatiivinen luonne ja halu kehittää yritystoimintaa	-Ei pulaa taloudellisesta pääomasta	-kasvu pääosin tulorahoituksella; investoi kymmeniä miljoonia uusiin tiloihin ja hotelliin

Trulia	-Stanfordin bisneskoulun kautta paljon verkostoja ja suhteita	-aikaisempi liiketoimintakokemus -osaaminen -koulutus	-riskirahaa yli kahdeksan miljoonaa dollaria mm. enkelisijoittajilta	-riskisuuntautuneisuus
Ivana Helsinki	-taustatukena isä	-koulutus -osaaminen	-toiminta alkoi vähäisellä taloudellisella pääomalla vanhempien autotallista -Ei ulkopuolisia rahoittajia -”Omillaan” alusta lähtien	-yritys ei pyri kasvuun
Servisole	-ei mainita	-koulutus -omakohtainen kokemus alasta	-yritys perustettiin minimipääomalla, ottamalla lainaa	-henkilökuntaan satsataan
Farouge	-ei mainita suoraan	-Kotiolut -osaaminen -kokemus -henkilötekijät	-ei mainita	-yritystoiminnan laajentaminen
Trantex	-liiketoiminnassa mukana aviomies -työntelijät osakkaina mukana	-Kotiolojen vaikutus -koulutus -oppiminen epäonnistumisien kautta -osaaminen	-toiminta alkoi ”nyrkkipajasta”, kasvoi nopeasti	-yritystoiminnassa hyväksyttävä riskit -Uuden kokeilu ja yrittäminen
Hanna Korvela Design	-sosiaaliset suhteet tärkeitä yritystoiminnalle	-koulutus -oppiminen virheiden kautta	-vähäinen määrä taloudellista pääomaa yrityksen alkuaikoina	-ei mainita
Hot Cakes	-aviomies mukana yrityksessä -vanhemmat tukena	-osaaminen	-aluksi hyvin vähän omaa pääomaa -pankin laina	-yritystoiminnan laajentaminen uusille urille

Kuten kuvioista voi havaita, sosiaalista pääomaa ei mainita millään lailla kolmessa artikkelissa, kahdessa se mainitaan ”sivulauseessa”. Muissa artikkeleissa sosiaalinen pääoma tulee esiin esimerkiksi perheyrittäjien suhteiden ja kontaktien kautta, puolisoitten, sukulaisten tai parissa tapauksessa julkisuuden kautta. Henkinen pääoma mainitaan kaikissa paitsi yhdessä artikkelissa, ja useimmissa tapauksissa henkinen pääoma on osaamista ja kokemusta, muutamilla koulutusta, ja monella henkistä pääomaa on ”yrittäjämäinen persoonallisuus”. Taloudellinen pääoma ilmenee lähinnä sen puuttumisen vuoksi: useimmissa artikkeleissa kerrotaan taloudellista pääomaa olleen vähänlaisesti ja yritystoiminnan lähteneen liikkeelle vaatimattomasti. Vain muutamalla yrittäjällä taloudellisesta pääomasta ei kerrota olleen puutetta. Muut artikkeleissa esiin tulleet seikat ovat hyvin heterogeenisiä, mutta useassa mainitaan esimerkiksi yrityksen kehittämisestä ja eteenpäin viemisestä tai yrittäjän suhtautumisesta riskeihin.

4. TULOSTEN ANALYSOINTI JA YHTEENVETO

Analysoimieni lehtiartikkelien välillä suurimmat erot ovat Glorian artikkelien ja Suomen Kuvalehden ja Talouselämän artikkelien välillä. Tämä ei ole sinänsä yllätys, koska Gloria edustaa täysin toisenlaista aikakauslehtityyppiä kuin Suomen Kuvalehti ja Talouselämä, jotka ovat talouteen ja yhteiskunnallisiin teemoihin keskittyviä "asia-painotteisia" lehtiä. Glorian näkökulma taas on viihteellinen ja lehden artikkelit –vaikka aineistoni artikkelit kertovatkin yrittäjyydestä - keskittyvät hyvin pitkälti muihin osa-alueisiin kuin bisnekseen, muun muassa kotiin, perheeseen ja ihmissuhteisiin. Taloudellinen näkökulma yrityksiin jää vähälle huomiolle. Mainitaan ehkä yrityksen liikevaihto, mutta ylipäänsä hyvin vähän mitään taloudelliseen pääomaan viittaavaa. Kaikki Glorian artikkelit kertovat naisyrityksistä, tosin monella on mukana (avio)mies taustatukena. Kaikki Glorian artikkelien yritykset aloittivat toimintansa pienellä alkupääomalla, "nyrkipajasta", josta toiminta sitten laajeni. Tämä lienee on Glorian valittu linja: lehdissä on haluttu kirjoittaa nimenomaan tällaisia "sankaritarinoita", joissa nainen, usein jopa perhe-elämän keskeltä, perustaa vähillä taloudellisilla resursseilla oman yrityksen ja saa sen kovalla työllään menestymään. Tosin myös Suomen Kuvalehden artikkeleissa esiintyneistä yrityksistä suurin osa on pienellä taloudellisella pääomalla aloittaneita.

Talouselämän ja Suomen Kuvalehden artikkelien välillä on enemmän yhtäläisyyksiä. Suomen Kuvalehden artikkeleista kolme (neljästä) kuuluu lehden artikkelisarjaan "Suomen Paras Yritys 2006". Yksi artikkeli kuuluu Suomen Kuvalehden henkilökuvasarjaan "Hän". Talouselämän artikkeleista yksi kuuluu lehden kasvuyritys –artikkelisarjaan. Kaksi artikkeleista kertoo "julkisyrittäjistä". Muuten artikkelien yritykset ovat keskenään melko erilaisia;

yritykset ovat muun muassa henkilöstömäärältään ja liikevaihdoltaan eri kokoisia ja ovat elinkaarensa eri vaiheessa eli osa yrityksistä on jo vakiintuneita yrityksiä, osa vasta kuolemanlaakson ylittäneitä.

Aineiston perusteella voi vetää karkean johtopäätöksen, että yrityksen käynnistäminen ei näytä monellakaan yrittäjällä vaatineen suurta määrää taloudellista pääomaa. Monet artikkeleista kuvaavatkin eräänlaisia "tuhkimotarinoita", joissa yritystoiminta käynnistetään hyvin pienellä alkuinvestoinnilla. Pienen alkupääoman lisäksi työtilat kuvataan vaatimattomiksi –usealla työtilat olivat aluksi kotona, autotallissa tai vaikka kellarissa - ja näistä olosuhteista nousee oman uutteruuden avulla menestykseen. Monessa artikkelissa korostetaan, kuinka yrittäjät tekivät pitkää päivää itseään säästämättä. Välttämättä kuitenkin yrittäjän todellisuus ei ole ollut alussa "pennin venyttämistä" ja raatamista kellon ympäri, mutta toimittaja haluaa kuvata yrittäjän tällaisena sankarina, joka "aloittaa tyhjästä" ja nostaa yrityksensä raamalla työllä menestykseen. Huuskonen (2002) puhui "kulttuurisidonnaisesta sankarimyytistä" (ks. edellä s. 20), jollaisena yrittäjäyys voidaan nähdä. Esimerkiksi Amerikassa yrittäjää kohdellaan ihannoitavana hahmona, ja analysoimissani lehtiartikkeleissa on havaittavissa samankaltaista ihannointia. Artikkelit luovat ikään kuin kuvaa, vähän amerikkalaisen kulttuurin tapaan, että "kaikki on mahdollista", myös ilman rahaa, jos vain jaksaa tehdä töitä unelmansa eteen.

Yhteistä artikkeleissa on se, että kaikilla yrittäjillä huokuu innostus, intohimo työhön ja yrittäjäyteen, mikä varmaan osaltaan selittää menestystä. Työtunteja ei lasketa, yritystä kehitetään, siihen heittäytytään täysillä mukaan. Muun muassa Gloriassa kirjoitetaan (Pesonen 2006: 162-165.): *"Saija Aksovaaralla on yrittämiseen intohimoinen suhde. Työn ja vapaa-ajan erottaminen on hankalaa. "Saan*

tehdä juuri sitä, mitä tällä hetkellä haluan. Yksityisyrittäminen vaatii sen oman "sydämen jutun". Muuten työhön ei jaksa panostaa riittävästi."

Monet yrittäjät korostavat epäonnistumisia oppimisen lähteenä: yrittäjän uran aikana on tehty virheliikkeitä, joista on lopulta opittu ja ne ovat kääntyneet voitoksi ja kerryttäneet henkistä pääomaa. Tällaisesta puhuvat muun muassa Hanna Korvela, Kaija Pöysti, Sedu Koskinen sekä Terhi Kotkansalo.

Eri artikkelien yrittäjien välillä on havaittavissa yhtäläisyyksiä luonteenpiirteissä. Monet ovat riskisuuntautuneita, sekä yleinen persoonallisuus kuvataan samankaltaiseksi: yrittäjillä korostuu suoriutumistarve, rohkeus ja esimerkiksi organisoimiskyky. Arvot ja asenteet vaikuttavat myös olevan samankaltaisia: ahkeruus ja eteenpäin meneminen nousevat esiin, sekä yritystoiminnan kehittäminen.

Aineistoa on mielenkiintoista tarkastella diskurssianalyysin kautta, koska aineiston muodostaa aikakauslehdet, jotka paikoitellen tarjoavat "herkullista" ja monitulkintaista tekstiä. Jokisen yms. (2004: 28) mukaan "Kaikille analysoitaville teksteille on ominaista se, etteivät ne ole yksiselitteisiä tuotteita, vaan voivat olla hyvinkin ambivalentteja⁴ ja avoimia erilaisille tulkinnoille."

Diskurssianalyysissä tekstiä tarkastellaan jopa yksittäisten sanojen tasolla: minkä sanan toimittaja on valinnut tiettyyn tilanteeseen, mitä haluaa sillä kertoa? Diskurssit näkyvät aineistossani esimerkiksi Talouselämän artikkelissa: Vesa Keskinen kuvataan *astuneen isänsä saappaisiin 26-vuotiaana*. Kaikki ymmärtävät, että konkreettisesti näin ei ole käynyt, vaan kyse on kielikuvasta. Konteksti, jossa kieltä käytetään, antaa sanoille ja lauseille oman merkityksensä;

⁴ Vastakohtaisia tunteita/käyttäytymistä herättävä (Wiktionary 2007).

kielen avulla tuotetut merkityssysteemit ovat parhaiten ymmärrettävissä niiden asiayhteyksien kautta, jossa ne esiintyvät. Diskurssin kautta Keskinen asetetaan tiettyyn rooliin, isänsä saappaisiin, eli hänen on täytynyt ottaa yritystoiminnassa isänsä paikka. Myös termiä *menestyksen salaisuus* voidaan tulkita diskurssianalyysin kautta. (Ks. jäljempänä esim. kappale 4.4.) Kyse on peitelystä totuudesta, sillä todellinen yrityksen menestymisen avain, salaisuus, ei voi olla esimerkiksi *työtä pelkäämätön asenne* tai jopa *onnekkuus*, mitä yrittäjät itse korostivat teksteissä. Ne voivat olla kyllä osaltaan auttaneet yritystä menestymään, mutta eivät ole todellisuudessa se ratkaiseva, selittävä tekijä yrityksen menestykselle. Diskurssia on havaittavissa myös Suomen Kuvalehden artikkelissa Berneristä: Tekstissä kuvataan osaksi yrityksen menestyksen salaisuutta henkilöstön sitouttaminen palkkiojärjestelmällä. Artikkelissa kerrotaan, kuinka yritys *jakaa joka vuosi kymmenen prosenttia tuloksesta osinkoina työntekijöilleen*. Todellisuudessa osinkoja jaetaan vain osakkeenomistajille. Mielenkiintoista on tämä hieman harhaanjohtava sanavalinta, jonka toimittaja on valinnut tekstiinsä: osingot liittyvät vaurauteen, luovat mielikuvaa menestyvästä yrityksestä.

4.1 Henkisen pääoman esiintyminen artikkeleissa

Aineistoni koostuu 16:sta artikkelista. (Tässä mukana myös Olivia-lehden artikkeli). Niistä vain *yhdessä* artikkelissa yrittäjän henkistä pääomaa ei tähdennetä (3 Step It). Muissa, eli 15:ssä artikkelissa henkistä pääomaa olennaisena osana yrityksen menestyksessä tuodaan esiin edes jossain määrin. Henkinen pääoma ilmenee muun muassa työkokemuksen tai koulutuksen omaamisena, yrittäjän omakohtaisena osaamisena, kotioloissa (yrittäjä on yrittäjäperheestä tai kasvanut muuten yrittäjämysteisessä ympäristössä), tai

artikkelissa korostetaan ”yrittäjämäisiä” henkilötekijöitä, muun muassa yrittäjän yleistä persoonallisuutta, riskisuuntautuneisuutta, vallanhalua tai suoriutumistarvetta.

Artikkeleista ilmeni, että yrityskokemusta - joko omaa yrityskokemusta tai työkokemusta pienyrityksessä - oli *neljällä* yrittäjällä. (Servisole, Konepaja Häkkinen, Trulia ja SK-Ravintolat). Esimerkiksi Trulian toinen perustaja Sami Inkinen oli perustanut aikaisemminkin yrityksen, ohjelmistokehitysyhtiö Matchemin, joka myytiin vuonna 2002.

Kotiolojen vaikutuksesta mainittiin *viidellä* yrittäjällä. (Trantex, Farouge, Ivana Helsinki, Berner ja Keskinen). Monien yrittäjyystutkijoiden mukaan yrittäjäperheessä tai muuten yrittäjämönteisessä yhteisössä kasvaminen vaikuttaa henkilön arvoihin, asenteisiin ja uskomuksiin yrittämisalttiutta lisäävällä tavalla. Esimerkiksi Farougen toinen perustaja Vivian Daabour-Kallio on lähtöisin yrittäjämönteisestä ympäristöstä, Libanonista. Vivian oli jo pitkään tiennyt haluavansa oman yrityksen. Hänellä oli kotiseudultaan Beitmeristä myönteinen mielikuva yrittäjistä, kauppiaista, ”*jotka istuvat puotiensa edessä ylpeinä ja onnellisina, vaikka eivät tienanneet kuin pari kymppiä päivässä.*” (Vekkeli 2006: 80-82, 150). Vesa Keskinen, Ivana Helsingin Paola ja Pirjo Suhonen, George ja Peter Berner ja Trantexin Kaija Pöysti sen sijaan ovat lähtöisin yrittäjäperheistä. Pöysti kertoo, että hänelle oli jo lapsuudenkodista tuttua yrittäjän kova työ, uurastus ja se, että työt seuraavat kotiin. ”*Yksityisyrittäjyyden hyvät ja huonot puolet olivat siis tiedossa.*” (Gloria lokakuu 2006: 186).

Henkilötekijöitä korostettiin *kahdeksassa* artikkelissa. (Trantex, Farouge, Servisole, Kutomo Rasinmäki, Trulia, Keskinen, Merimajakka ja Hot Cakes).

Monet artikkelista korostavat yrittäjien intohimoa ja paloa yrittäjyyteen, tai korostetaan muuten yrittäjälle ”sopivia” luonteenpiirteitä. Servisolén Terhi Kotkansalo kertoo seuraavasti: *”Luonteessani on ollut johtajan piirteitä pienestä pitäen. Olen aina tykännyt organisoida ja tehdä monia asioita yhtä aikaa”* ja *”Minun on aina ollut helppoa ottaa vastuuta. En ole koskaan pelännyt mitään.”* (Pennanen. Olivia toukokuu 2007: 46). Artikkeleissa yrittäjät kuvailevat luonteenpiirteidensä, kuten sinnikkyuden, energisyyden ja innokkuuden, auttavan heitä jaksamaan joskus rankaksikin koetun yrittäjyyden. Henkilöt kokevat siis olevansa ikään kuin synnynnäisiä yrittäjiä, joilla yrittäjyys on sydämen asia.

Omaa osaamistaan painottivat *neljä* yrittäjää (Hot Cakes, Konepaja Häkkinen, Servisole ja Ponsse). He kokivat oman esimerkin olevan tärkeää, eivätkä kokeneet vieraaksi tarttua itsekään tarpeen tullen fyysisiin töihin, kuten siivoamaan tai korjaamaan metsäkoneita.

Koulutus korostui *viidellä* yrittäjällä. (Hanna Korvela Design, Trantex, Servisole, Ivana Helsinki ja Trulia). Sen sijaan neljässä artikkelissa mainittiin, että yrittäjällä *ei ole* alan koulutusta (Hot Cakesin Saija Aksovaara, Eija Rasinmäki, Ponssen Einari Vidgrén, Merimajakan Fabritius).

Epäonnistumista henkisen kasvun ja oppimisen lähteenä artikkeleissa tuodaan esiin *kolmessa* artikkelissa. Esimerkiksi Sedu Koskisen kerrotaan epäonnistuneen hankkeissaan, mutta hän oppi virheistään eikä lannistunut niistä. Epäonnistumisistaan kertoo myös Servisolén Terhi Kotkansalo Glorian artikkelissa. Vuonna 2000 Servisole aloitti pikatalonmiespalvelun ja meni siinä sivussa mukaan saneerausbisnekseen. Liika laajentuminen ja tuntemattomalle alalle ajautuminen johtivat suuriin tappioihin, ja yritys luopui

saneerauspuolesta vuonna 2004. Yritys päätti jatkossa keskittyä omalle ydinliiketoiminta-alueelleen, minkä se todella hallitsee. Kotkansalo kertoo, ettei ollut lainkaan valmistautunut vastoinkäymisiin. Yrityksen konkurssiuhan jälkeen hän kertomansa mukaan oppi monia olennaisia asioita liiketoiminnasta ja alaisiin suhtautumisesta. Trantexin entinen omistaja Kaija Pöysti suhtautuu epäonnistumisiin luonnollisena osana yrityksen elinkaarta: *"Tottakai aina tulee epäonnistumisia. Muttei niistä pidä lannistua."* Trantex strategiana olikin kokeilla rohkeasti erilaisia hankkeita, mutta jos ne eivät sujuneet toivotulla tavalla, ne hauduttiin eikä niitä jälkeenkään enää murehdittu.

4.2. Taloudellisen pääoman esiintyminen artikkeleissa

Yleisesti ottaen aineistossani yrityksen taloudellista tilaa kuvataan mm. liikevaihdolla ja sijoitetun pääoman tuotolla, mutta muuten taloudellista pääomaa ei erityisesti tuoda esiin. Harvassa artikkelissa kerrotaan esimerkiksi, onko yrittäjä ottanut lainaa, saanut starttirahaa tai ylipäänsä miltä tahoilta on saanut rahoitusta. Ainoastaan Sedu Koskisella kerrotaan olleen ulkopuolisia rahoittajia –Nordea ja Kaupthing Bank- ja Sami Inkisellä on tukenaan enkelisijoittajia. Saija Aksovaara ja Terhi Kotkansalo ottivat pankkilainan yrityksen perustamista varten.

Lähes kaikissa artikkeleissa mainitaan taloudellinen pääoma esimerkiksi yrityksen tunnuslukujen muodossa; paljonko on yrityksen sijoitetun pääoman tuotto tai liikevaihto. Yhdeksässä artikkelissa mainitaan taloudellinen pääoma lähinnä sen *puuttumisen* vuoksi; kerrotaan yritystoiminnan alkaneen hyvin pienellä taloudellisella pääomalla esimerkiksi vuokratiloissa. Trantex, Ivana Helsinki, Kutomo Rasinmäki ja Konepaja Häkkinen ovat aloittaneet

vaatimattomalla alkupääomalla, liiketoiminta on aloitettu autotallista tai ”nyrkkipajana”, josta toiminta on pikkuhiljaa laajentunut. Konepaja Häkkisellä oli esimerkiksi aluksi vain yksi työntekijä ja toiminta alkoi vuokratiloista. Vaatimattomin alkupääoma oli Eija Rasinmäellä, 350 silloista markkaa eli alle 60 euroa. Tämäkin summa oli pankkilainaa. Rasinmäki käytti summan vanhan kutomakoneen ostoon, sekä vuokrasi vanhan kansakoulun yrityksen toimitiloiksi. Myöhemmin, laman jälkeen vuonna 1992 mattojen kudonta ei enää Suomessa kannattanut, ja Eija päätti lopulta siirtää tuotannon Intiaan. Siellä hänen tehtaallaan työskentelee nykyään yli 800 intialaismiestä.

Ivana Helsingin alkupääoma oli noin 750€, ja toiminta aloitettiin aluksi vanhempien autotallista. Rahallisesti Ivana Helsingin perustajat, Suhosen sisarukset ovat olleet omillaan alusta alkaen. Yrityksen alkuaikoina molemmat tekivät muitakin töitä.

Merimajakka aloitti toimintansa yhdistyksenä, jolle perustajajäsenet lahjoittivat alkupääoman. Myöhemmin yritysmuoto muutettiin osakeyhtiöksi.

Hanna Korvela Design aloitti toimintansa toiminimellä, jolloin alkupääoma oli 0 euroa. Yrityksen muuttuessa osakeyhtiöksi Korvela investoi siihen 2500 euroa. Työtilat olivat aluksi opiskelija-asuntolan kellarissa.

Hot Cakesin alkupääoma oli noin 8500 euroa, jonka yrityksen perustaja Saija Aksovaara otti pankkilainana. Pankki uskoi yritysideaan ja antoi lainan. Myös omat vanhemmat ja aviomies tukivat taloudellisesti.

Myös Servisolien alkupääoma oli noin 8500 euroa. Yrityksen perustaja Terhi Kotkansalo teki töitä aluksi kotona, joten kustannukset olivat pienet. Jo

ensimmäisenä vuonna kasvu oli nopeaa ja liikevaihto neljä miljoonaa markkaa. Kotkansalo maksoi lainan ensimmäiseksi pois. Yrityksessä sovelletaan tulorahoitusta, kaikki ylimääräinen raha käytetään yrityksen kehittämiseen ja kasvattamiseen. Yritys keskittyy tulokseen ja kerää pääomaa, osinkoja ei nosteta.

Neljässä artikkelissa tulee ilmi, että taloudellisesta pääomasta ei ole ollut pulaa, tai ainakaan sen puutetta ei tuoda esiin: Veljekset Keskisellä, Trulialla, Bernerillä ja SK yhtiöillä.

Sekä SK-ravintoloiden Sedu Koskisella että Tuurin Kyläkaupan Vesa Keskisellä on strategiana yrityksen määrätietoinen kehittäminen ja liiketoiminnan kasvattaminen. Koskisen hallitsema SK Ravintolat -yhtiö on perustanut Suomeen 40 ravintolaa. Esimerkiksi yhden Onnela-ravintolan perustaminen vuokratiloihin maksaa yli miljoona euroa. Vuonna 2005 SK Ravintolat avasi kymmenen uutta ravintolaa ja investoi 17 miljoonaa euroa. Kova kasvuvauhti näkyikin tuloksessa; vuoden 2005 tilinpäätöksessä omavaraisuusaste putosi 25 prosenttiin. Ketju tekee kuitenkin hyvää tulosta; vuoden 2005 liikevaihto oli 37 miljoonaa, liikevoitto lähes viisi miljoonaa euroa, sekä nettotulos 2,5 miljoonaa euroa. Koskinen uskoo kasvuun, ja niinpä hän ei nosta osinkoja yrityksestään, vaan sijoittaa voitot uusiin ravintoloihin ja vanhojen uusimiseen. Yrityksellä on myös ulkopuolisia rahoittajia, Nordea ja Kaupthing Bank. Pankkilainaa SK Ravintolat on käyttänyt kasvuunsa vuodesta 2003 lähtien. Myös Keskiselle taloudellisella pääomalla on tärkeä merkitys. Rahaa tarvitaan muun muassa tapahtumien kuten Miljoonapilkin, Miljoonarockin ja Miljoonapokerin toteuttamisvälineenä. Yritys on investoinut myös uuteen hotelliin kyläkaupan yhteydessä sekä uusiin tiloihin kymmeniä miljoonia euroja. Trulia puolestaan

on kerännyt riskirahaa peräti kahdeksan miljoonaa dollaria, pääasiassa Accel Partnersilta ja enkelisijoittajilta⁵.

Glorian artikkeleissa taloudellista pääomaa ei erityisesti korosteta. Glorian artikkeleille tyypillistä on lisäksi, että kaikki Glorian artikkelien yritykset aloittivat toimintansa vaatimattomasti ja pienellä pääomalla.

4.3. Sosiaalisen pääoman esiintyminen artikkeleissa

Aineistossani sosiaalinen pääoma näkyy yrittäjän ja hänen sidosryhmiensä välisinä suhteina, verkostoina ja siteinä. Useat yrittäjät kertovat, etteivät olisi pystyneet perustamaan yritystä yksin. Monella on mukana puoliso "taustatukena" tai ystävä on auttanut neuvoillaan; sosiaalinen pääoma ilmenee keskinäisenä yhteistyönä ja sosiaalisena vuorovaikutuksena. Sosiaalisten suhteiden avulla saadaan neuvoja ja informaatiota. Hot Cakesin Saija Aksovaaralla yritystoiminnassa on mukana aviomies, joka vastaa muun muassa markkinoinnista, mainonnasta ja myynnistä. Miehensä kanssa Aksovaara muodostaa omien sanojensa mukaan hyvän työparin. Kirjanpitoa ja palkanlaskentaa hoitaa Aksovaaran äiti. Saija Aksovaara korostaa myös tavanneensa oikeanlaisia ihmisiä, jotka ovat avanneet oikeita ovia. Trantexin perustajalla Kaija Pöystillä oli niin ikään aviomies mukana liiketoiminnassa. Yhdessä he rakensivat ja johtivat yritystä. Pöysti painottaa Glorian artikkelissa, ettei olisi kyennyt kaikkeen yksin.

Sosiaalisen pääoman osalta aineistostani nousee esiin, että monella yrittäjällä on sidoksia yrittäjyyteen esimerkiksi perheen kautta. Yrittäjistä kolme tulee

⁵ Enkelisijoittaja on yrityksen ulkopuolinen henkilö, joka tarjoaa bisnekseen tai hankkeeseen rahan lisäksi omaan taustaansa liittyvää kokemusta ja osaamista. (Mattila 2006).

yrittäjäperheestä, jolloin heillä on kertynyt henkistä ja sosiaalista pääomaa kotiolojen vaikutuksen kautta - he ovat jo kotona *sosiaalistuneet yrittäjiksi*, ja heillä oletettavasti tätä kautta on suhteita ja kontaktiverkkoja, vaikkei niitä korosteta artikkeleissa. Voidaan vetää johtopäätös, että vaikka yleisesti ottaen aineistossani sosiaalista pääomaa tuodaan vähiten esiin, se on kuitenkin yrittäjillä tärkeässä roolissa. Vaikkei artikkeleissa mainita sosiaalista pääomaa sanana, sosiaalisen pääoman vaikutus on kuitenkin rivien välistä luettavissa. Esimerkiksi ravintola Farougen toiminnassa on havaittavissa suvun ja perheen merkitys.

Ivana Helsingin Paola ja Pirjo Suhosella on isä mukana liiketoiminnassa "taustavaikuttajana". Hänellä on kokemusta yritystoiminnasta. Eija Rasinmäkeä puolestaan kannusti yrittäjänuran alkutaipaleella oma äiti, muualta Eija ei Suomen Kuvalehden artikkelin mukaan juuri tukea saanut.

Sosiaalinen pääoma ei korostu lainkaan *neljässä* artikkelissa. Lisäksi Sedu Koskisesta ja Vesa Keskisestä kertovissa artikkeleissa sosiaalista pääomaa ei erityisesti tuoda esiin, mutta mainitaan heidän olevan julkisuuden henkilöitä. Uskon sosiaalisen pääoman vaikuttaneen olennaisesti Koskisen ja Keskisen menestystarinoihin. Sedu Koskinen ja Vesa Keskinen ovat julkisuuden henkilöitä, joten heillä lienee kontakteja julkisuuden kautta. He tuntevat "oikeita" ihmisiä, ihmiset tuntevat heidät, ja heillä on suhteita ja verkostoja. Vesa Keskisellä oli lisäksi isä taustatukena yritystoiminnassa. Vesa astui isänsä saappaisiin Tuurin kyläkaupan kauppiaksi 26-vuotiaana, ja toteaakin artikkelissa, että "ensimmäiset kymmenen vuotta olivat isälle näyttämistä."

Trulian Sami Inkisellä on runsaasti sosiaalista pääomaa. Hän on käynyt Stanfordin bisneskoulun, josta avautuu ovia moniin suuntiin. Inkinen toimi

Stanfordissa opiskelijoiden yritysklubin puheenjohtajana, minkä ansiosta kaikki koulussa tiesivät, että hän haluaa perustaa yrityksen. Opiskelukaveri Pete Flinkillä puolestaan oli idea. Kaksikko käytti koko toisen kouluvuoden ajatuksen kehittämiseen. Inkinen kertoo hyödyntäneensä koulun resursseja niin paljon kuin mahdollista viemällä yritysideoita kaikille sopiville kursseille. Flink toimii Truliassa toimitusjohtajana, Inkinen on chief operating officer. Trulian perustajalla Sami Inkisellä siis henkinen, sosiaalinen ja taloudellinen pääoma linkittyvät toisiinsa: Inkisen henkinen pääoma, kuten lahjakkuus, auttoi pääsemään Stanfordin bisneskouluun. Koulun kautta hän tutustui ihmisiin, solmi suhteita ja loi verkostoja ja näin kerrytti sosiaalista pääomaa. Sosiaalisen pääoman avulla hän taas sai taloudellista pääomaa ulkopuolisilta sijoittajilta.

Bernerillä sosiaalista pääomaa ei korosteta. Berner on kuitenkin perheyritys, jolla täytyy olla olemassa suhteita ja verkostoja jo sen takia, että yritys on toiminut kymmeniä vuosia. Toimitusjohtaja ja hallituksen puheenjohtaja ovat keskenään serkuksia ja lisäksi ystäviä. Peter Barner ja toimitusjohtaja George Barner istuvat samassa huoneessa. He johtavat yritystä tandem-mallilla. Järjestely takaa reaaliaikaisen tiedonkulun. Molemmat tietävät heti toistensa keskusteluista alaisten ja asiakkaiden kanssa. Erillistä raportointia ei tarvita. Johtamismalli mahdollistaa nopeat päätökset.

Ponssesta, Servisolesta, Merimajakasta ja Konepaja Häkkisestä kertovissa artikkeleissa sosiaalista pääomaa ei tuoda esiin. Häkkisen Konepajan Kauko Häkkinen kertoo kuitenkin yrityksessään asiakassuhteiden perustuvan kumppanuudelle: Tiedon ja innovaation peruslähde on yhteistyö asiakkaan kanssa. Servisolen Kotkansalo korostaa, että esimerkiksi aviomiehellä ei ole "perhesovun säilymisen vuoksi" minkäänlaista roolia yrityksessä. Sosiaalisena

pääomana Kotkansalo mainitsee kuitenkin ”puskaradion”, jonka avulla yritykseen rekrytoidaan uutta henkilöstöä.

Hanna Korvelasta kertovassa artikkelissa sosiaalinen pääoma ei myöskään mainita. Yrityksen alkutaipaleella Korvelalla ei luultavasti ollut mainittavasti suhteita ja kontakteja. Hänelle yrittäjäyys tuntui aluksi vieraalta –Glorian artikkelin mukaan ” *yrittäjäyys oli opiskeluaikana Hanna Korvelalle kirosana.*” Korvelan piti opetella yrittämisen perusasiat, kasvaa suunnittelijasta toimitusjohtajaksi, pyöritellä numeroita ja hyväksyä, että virhearvioitakin tulee. Pari ensimmäistä vuotta Korvela puursi yksin, ennen kuin palkkasi ensimmäisen työntekijänsä.

4.4. Menestyksen salaisuus

Aineistosta nousi selvästi esiin piirre, jota kutsun tutkimuksessani *menestyksen salaisuudeksi*. (Aineistossa esimerkiksi Hanna Korvela puhuu ilmiöstä *menestyksensä avaimena*.) Tällä käsitteellä tarkoitan sitä tekijää, joka yrittäjän kertoman mukaan on vaikuttanut hänen yrityksensä menestykseen. Yleensä se liittyy henkiseen pääomaan tai omaan luonteenpiirteeseen. Jotain tällaista ominaisuutta tai piirrettä korostaa aineistossani yhdeksän yrittäjää. Esimerkiksi Vesa Keskinen uskoo *positiiviseen ajatteluun, hulluihin ideoihin ja tilaisuuksiin tarttumiseen*. Onnekkuus, positiivisuus ja menestys liittyvät Keskinen mielestä yhteen. Hän uskoo ainutlaatuisuuteen ja erottumiseen. Tässä on kyse diskurssista, mitä olen kuvannut edellä kappaleessa neljä. Yritysten todellisuutta kuvataan peitellysti.

Moni yrittäjä painottaa ahkeruutta: Eija Rasinmäki korostaa *sinnikkyyttä ja työtä pelkäämättömyyttä*. Artikkelissa Eija kertoo tehneensä välillä kolmen ihmisen työt ja olleen samalla kahden lapsen yksinhuoltaja. Hanna Korvela kertoo menestyksensä salaisuudeksi kovan työnteon ja ”sen ymmärtämisen, että yksin en olisi tässä.” Usko omaan tekemiseen ja siitä nauttiminen antavat intoa ja voimia. Farougen mottona on hyvä palvelu. Toinen omistaja Vivian Daabour-Kallio rakastaa asiakaspalvelua ja saa työstään suurta iloa. Myös Farougen menestyksen eteen tehtiin kovaa työtä; 16-tuntisia päiviä. Ivana Helsingin perustajat korostavat niin ikään tehneensä lujasti töitä yrityksen menestyksen eteen, ja sitoutuneensa yritystoimintaan. Ivana Helsingin vahvuutena on brändätty, vahvasti suunnittelijaan eli Paola Suhoseen linkittyvä tuotemerkki, pieni ja uniikki design-mallisto.

Berner painottaa menestyksensä salaisuudeksi henkilöstön sitouttamista palkkiojärjestelmällä. Yritys jakaa joka vuosi kymmenen prosenttia tuloksesta osinkoina työntekijöilleen.

Konepaja Häkkinen kertoo menestyksen salaisuudeksi tuotannon korkeatasoisen osaamisen. Lisäksi toiminta on puhtaasti asiakaslähtöistä. *”Kasvu lähtee siitä, että kartoitamme asiakkaiden tarpeita ja menemme mukaan sinne, missä meitä tarvitaan”*, kertoo Kauko Häkkinen.

Servisolen Terhi Kotkansalo kertoo, että Servisolen kasvun ja menestyksen taustalla ovat avoimuus uusille ajatuksille ja into viedä alaa eteenpäin. Ne vaativat myös riskinottoa. Kotkansalo kuvaa artikkelissa myös muita yritysfilosofian kulmakiviä, jotka ovat osaltaan johdattaneet yritystä menestykseen: laadukas palvelu, lupauksen pitäminen ja henkilökuntaan panostaminen. Työnjälkeä tarkkaillaan Servisolessa jatkuvasti

laadunvalvontajärjestelmän ja asiakaskäyntien avulla. Matala organisaatio mahdollistaa ideoiden nopean toteuttamisen. Asiakkailta saadaan usein ideoita yrityksen kehittämiseen. Epäkohtiin pyritään puuttumaan heti, ja ideoita työstetään jatkuvasti.

Hot Cakesin Saija Aksovaara kertoo, että hänen mielestään hyväksi yrittäjäksi tuleminen ja menestyminen vaativat työtä, kykyä, omistautumista ja uudistumista, sekä myös onnea. Aksovaaralla itsellään on Glorian artikkelin mukaan yrittämiseen intohimoinen suhde. Työn ja vapaa-ajan erottaminen on hankalaa.

Taulukko 2. Menestyksen salaisuus.

	Yrittäjien korostama Menestyksen salaisuus (artikkelien mukaan)
Konepaja Häkkinen	Tuotannon korkeatasoinen osaaminen, asiakaslähtöisyys
Kutomo Rasinmäki	Sinnikkyys, ahkeruus, työtä pelkäämätön asenne
Berner	Henkilöstön sitouttaminen
Veljekset Keskinen	Hullut ideat, ainutlaatuisuus, erottuminen, onnekkuus
Ivana Helsinki	Kova työnteko, sitoutuminen yritystoimintaan
Servisole	Into viedä alaa eteenpäin, avoimuus uusille ideoille, riskinotto
Farouge	Hyvä palvelu, kova työnteko
Hanna Korvela	Usko omaan tekemiseen, kova työnteko, sidosryhmien tuki
Hot Cakes	Kova työnteko, sitoutuminen, onnekkuus, intohimo yrittäjyyteen

Kaikki yrittäjät eivät mainitse artikkelissa erityistä ”menestyksensä salaisuutta”, mutta yhdeksän yrittäjää tuo sellaisen esiin. Kuviosta on havaittavissa, että

”menestyksen salaisuus” on monella yrityksellä omaan ahkeruuteen liittyvä: artikkeleissa korostetaan rankkaa työtä, pitkiä työpäiviä, sinnikkyyttä. Toisaalta on luonnollista, että yrittäjä perustaessaan yrityksen on valmis tekemään töitä sen menestymisen eteen. Jos näin ei toimita, yritys tuskin tulee menestymään. Strangin mukaan (2000) yrityksen perustamisen yhteydessä yrittäjän on oltava vahvasti sitoutunut liikeideaansa eikä annettava periksi kohdattuaan ensimmäiset vastoinkäymiset. Yrityksen alkuvaiheessa menestyminen on hyvin paljon riippuvainen yrittäjän motivaatiosta. Hänen on jaksettava olla sitoutunut yritykseensä, kunnes se on saanut jalansijan markkinoilla. ”Jos yrittäjän into loppuu, loppuu myös yrityksen toiminta.” (s. 31).

4.5. Suhtautuminen riskiin

Tarkoitukseni ei ollut tutkia erikseen yrittäjän riskisuuntautuneisuutta. Kuitenkin havaitsin, että monessa artikkelissa yrittäjän suhtautumista riskiin tuodaan esiin, joten käsitelän sitä omana tuloksenaan.

Riskisuhtautumisesta mainitaan *kuudessa* artikkelissa. Suurin osa yrityksistä hyväksyy riskinottamisen yritystoiminnassa, muutama taas pyrkii tietoisesti välttämään riskinottoa. Kuitenkin, kuten aiempänä teoriaosuudessa todettiin, yrittäjällä pitää kuitenkin olla kyky hyväksyä yrittäjyyteen liittyvä *koettu* riski. (Pihkala 2001). Jos ei siedä epävarmuutta eikä ole valmis minkään tasoisiin riskeihin, tuskin voi toimia yrittäjänä.

Monialayritys Bernerin strategiana on välttää *turhaa* riskinottoa. Vanhan perheyriksen liiketoiminnan lähtökohtana on pitkäjänteisyys, joten riskinotto ei kuulu yrityksen toimintatapoihin. Yrityksen ajattelutapaan kuuluu myös,

ettei koskaan ajatella, että juuri kyseinen vuosineljännes tai vuosi olisi kauhean tärkeä, vaan toiminta pyrkii olemana kauaskantoisempaa. Vakavarainen yhtiö ei tarvitse ulkopuolisten rahaa, vaan rahoittaa investointinsa useimmiten omasta kassastaan. Myös it-palveluyritys 3 Step It on varovainen riskinotossa. Yritys on kaihtanut velkaa ja kasvanut vain tulorahoituksella. Trantexin perustaja Kaija Pöysti taas painottaa, että yritysmaailmassa pitää hyväksyä riskit ja kokeilla, mitä tapahtuu, jos kulkee eri kautta kuin tavallisesti. Servisolon perustaja ja omistaja Terhi Kotkansalo mainitsee niinkään riskinoton kuuluvan yritystoimintaan. Kasvu ja menestys vaativat riskinottoa. Kotkansalon leikkimielinen motto onkin: Ellei ota riskiä, ei saa samppanjaa. (Pennanen 2007: 45). Häkkisen Konepajan Kauko Häkkinen on samoilla linjoilla. Hallittu kasvu saadaan aikaan ottamalla hallittuja riskejä. Truliasta kertovassa artikkelissa riskinotto tulee myös esiin. Yrityksellä on riskisijoitusrahaa, joten se luo omalta osaltaan paineita yrityksen onnistumiselle ja menestykselle.

4.6. Muut esiin tulevat seikat

Henkisen, taloudellisen ja sosiaalisen pääoman ja riskisuhtautumisen lisäksi aineistosta nousi esiin myös muutamia olennaisia seikkoja. Artikkeleissa mainitaan muun muassa yrittäjän objektiivinen todellisuus - eli voidaan puhua tilannetekijöistä - sekä yrityksen kehittäminen ja eteenpäin vieminen. Esiin tuodaan myös lasten ja perhe-elämän toteutuminen yrittäjyyden rinnalla; seitsemän aineistoni yrittäjistä on naisia.

Yrittäjän objektiivinen tilanne suuntasi *viittä* yrittäjää yrittäjyyteen. (Hot Cakes, Hanna Korvela Design, Farouge, Trantex ja Trulia). Objektiivinen todellisuus

on usein juuri se vallitseva tilanne tai olosuhde, joka saa henkilön ryhtymään yrittäjäksi. Usealla aineistoni yrittäjällä mukana oli sattumaa. Kaija Pöystin mielestä sattuma on suuri tekijä bisneksessä, näin myös hänen tapauksessaan. Tapaa esimerkiksi oikeita ihmisiä oikeaan aikaan. Saija Aksovaaran Hot Cakes – yritys sai alkunsa, kun Aksovaaran ja 11 muun tytön tanssiryhmä esiintyi Rovaniemeläisessä kauppakeskuksessa, ja esitys sai valtavan suosion. Näin Aksovaara sai ajatuksen perustaa oman tanssikoulun. Servisolien Terhi Kotkansalo työnsivät negatiiviset push-seikat –muun muassa työttömyyden uhka- kohti yrittäjyyttä: Hän sai äitiyslomalla ollessaan kuulla, että työpaikka oli menossa konkurssiin. Kotkansalo päätti siis, että äitiyslomalla on hyvä hetki perustaa oma yritys. Hanna Korvela ei ollut lainkaan suunnitellut yrityksen perustamista, mutta loppujen lopuksi vain ajautui yrittäjäksi, koska havaitsi yrittäjyyden olevan paras keino työllistyä. Myös Ivana Helsingin menestyksessä oli mukana onnea ja sattumaa. Suhoset olivat mukana Kööpenhaminan SPH Vision –messuilla ainoina suomalaisina vuonna 2000. Sieltä he saivat kutsun Who is next –tapahtumaan Pariisiin ja sen jälkeen alkoi tie menestykseen.

Glorian artikkeleiden yrityksistä peräti viisi (kuudesta) kehittää aktiivisesti yritystoimintaa ja pyrkii laajentamaan sitä. Muun muassa Farouge avaa uusia ravintoloita ympäri Helsinkiä, Hanna Korvela panostaa vientiin, ja Saija Aksovaara on laajentanut toimintaa vaatebisnekseen. Ainoastaan Ivana Helsinki ei pyri aktiiviseen yrityksen kasvattamiseen ja laajentamiseen, vaan haluaa pitää mallistot tarpeeksi pieninä ja toiminnan helposti hallittavana. ”Kasvu vie energiaa, ja sen ylläpito teettää hirveästi työtä.” (Pesonen 2006: 154.) ”Pienuus” on kuitenkin suhteellinen käsite; myydäänhän Ivana Helsingin tuotteita jo yli 20 maassa.

Seitsemän aineistoni yrittäjistä on naisia, ja heistä viidellä kerrotaan olevan lapsia. Lapsia ja perhettä silti koeta uran esteeksi – jopa päinvastoin.

Hanna Korvela kertoo, että sai nimenomaan äitiydestä ja sen mukanaan tuomasta välivuodesta vahvistusta uransa suunnalle ja omalle ”suunnittelukäsialalleen”. Korvela kuljetti myös pientä vauvaa mukana messuilla ja koki sen yrittäjän vapaudeksi, ei taakaksi.

Terhi Kotkansalo kertoo toisaalta, että pienten lasten ja yrityksen johtamisen yhdistäminen oli raskas yhdistelmä. (Pennanen 2007): *”Jos saisin kolmannen lapsen ja olisin edelleen yksityisyrittäjä, minut voisi ampua! Kyllä se vaihe, kun lapset ovat pieniä, on tosi rankkaa.”*

Trantexin Kaija Pöystikin toteaa, että *”tärkeää on hakea tasapainoa työn ja muun elämän välillä –eikä se ole helppoa.”*

Saija Aksovaaralla mainitaan myös olevan 7-vuotias lapsi. *”Työn ja vapaa-ajan erottaminen on hankalaa. Välillä se väsyttää. Silti aikaa riittää myös seitsemänvuotiaalle Werner-pojalle”*. Lapsi mainitaan artikkelissa vain sivulauseessa, mutta silti kirjoituksesta saa sen kuvan, että lapsi nähdään ikään kuin toissijaisena prioriteettina, uran jälkeen tulevana: *silti*, yritystoiminnasta *huolimatta*, aikaa riittää lapselle ja perhe-elämälle.

4.7. Yhteenveto

Tässä tutkimuksessa arvioitiin aikakauslehtien luomaa yrittäjäkuvaa sekä sitä, miten erilaiset pääomat –henkinen, taloudellinen ja sosiaalinen – ilmenevät yrittäjillä aikakauslehtien artikkelien mukaan.

Kappaleessa 1 esiteltiin keskeisiä käsitteitä: (yrittäjäyys sekä käsittelemäni eri pääoman lajit) sekä tutkimusongelmaa. Toisessa kappaleessa luotiin teoriapohjaa tutkimukselle, ja kolmannessa kappaleessa esiteltiin aineiston keruutapa sekä itse aineisto. Neljännessä kappaleessa analysoitiin aineiston löydöksiä. Havaitsin, että aineistossani korostetaan ennen kaikkea yrittäjän henkistä pääoma, kuten osaamista ja kokemusta, sekä yrittäjämäisiä luonteenpiirteitä. Luonteenpiirteissä tulee usealla yrittäjällä esiin suhtautuminen riskiin: riskien koetaan kuuluvan luonnollisena osana yritystoimintaa, ja ajatellaan, että ilman kohtuullisia riskejä ei voida saavuttaa esimerkiksi kasvua. Taloudellisen pääoman merkitystä yritystä perustettaessa suorastaan vähätellään: luodaan kuva, että ilman suurempaa taloudellista pääomaa yrityksen perustaminen onnistuu. Kuitenkin aikaisempien tutkimusten perusteella on havaittu, kuten teoriaosuudestani voi havaita (esimerkiksi Stenholm 2006, Montgomery et al 2005 ja Lampela-Kivistö 2000), että taloudellinen pääoma helpottaa olennaisesti yritystoiminnan käynnistämistä ja myös käynnissä pitämistä, ja yrittäjät kokivat esimerkiksi starttirahan jopa riittämättömäksi. (ks. s. 27).

Sosiaalinen pääoma ei ole erityisen tärkeässä roolissa artikkeleissa, mutta sen merkitystä kukaan yrittäjistä ei kiistä. Verkostot, suhteet, läheisten tuki koetaan tärkeiksi tekijöiksi yritystoiminnassa. Yrityksen kehittäminen ja eteenpäin vieminen ilmenee monella yrittäjällä: toimintaa kehitetään ja laajennetaan aktiivisesti, ja artikkeleista käy ilmi esimerkiksi liikevaihdon kasvaminen.

Sosiaalisen, henkisen ja taloudellisen pääoman lisäksi artikkeleissa nousi selvästi esiin myös yrittäjän riskisuuntautuminen sekä yrityksen kehittäminen. Yhdessätoista artikkelissa mainitaan joko suhtautumisesta riskiin tai yrittäjän halusta kehittää ja laajentaa yritystoimintaa. Niinpä käsittelin tulosten analysointi –kappaleessa erikseen näitä mainittuja seikkoja.

Tutkimukseni ei anna kaikenkattavaa kuvaa siitä, millaista pääomaa yrittäjä tarvitsee todellisuudessa saadakseen yrityksensä liiketoiminnan kannattavaksi tai mikä todellisuudessa on hänen *menestyksensä salaisuus*. Tuskin menestyvän liiketoiminnan salaisuus voi olla ”onnekkuus” tai ”sinnikkyys”, kyllä siihen tarvitaan muutakin, esimerkiksi loistava liikeidea. Tutkimukseni kuvaa vain niitä seikkoja, mitä aineistossa tuodaan esiin, eli käytännössä mitä artikkelin kirjoittanut toimittaja on halunnut kysyä yrittäjältä ja mitä halunnut kirjoittaa lehteen. Ne voivat olla niitä seikkoja, mitä yrittäjä on itse korostanut, tai vastaavasti niitä, mistä toimittaja on halunnut kirjoittaa, millaisen jutun hän on halunnut tehdä. Toisaalta haastateltava, yrittäjä on voinut kaunistella tosiasioita ja korostaa tiettyjä luonteenpiirteitään, esimerkiksi ahkeruutta ja sinnikkyyttä – kukapa haluaisi lehteen kirjoitettavan omia tai yrityksensä *negatiivisia* piirteitä. Toisaalta on kyse myös siitä näkemyksestä, miten minä tutkijana olen tulkinnut toimittajan kirjoittaneen artikkelin. Kuten Metsämuuronenkin (2006) toteaa: On suhtauduttava kriittisesti siihen, miten kirjoittaja pyrkii vakuuttamaan lukijat siitä, mikä on totta ja mikä erhettä, ja toisaalta miten hän tulkitsee esitettyjen asioiden varmuusastetta.

Käyttämäni aihetta voisi jalostaa jatkotutkimukseksi monelle eri saralle. Yksi näkökulma voisi olla yrittäjien suora haastattelu, koska minun näkökulmani on välillinen aikakauslehtien kautta: toimittaja on haastatellut yrittäjiä, minä tutkin toimittajan tuottamaa tekstiä. Myös *menestyksen salaisuuden* tutkimisessa

tarkemmin riittäisi työtä –mitä yrityksen menestykseen salaisuus todellisuudessa on , mikä taas on yrittäjän tai toimittajan tietoisesti/tiedostamatta välittämää (ihanne)kuvaa.

LÄHDELUETTELO

Alasuutari, Pertti (1994). Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas (1994). Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen. Helsinki: Kirjapaino-Oy Like.

Cohen, Don & Prusak, Laurence (2001). In good company: How Social Capital Makes Organizations Work. ISBN 0-87584-913-X. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.

Hine, Damian & Carson, David (toim.) (2007). Innovative methodologies in enterprise research. ISBN 978-1-84542-211-0. Cornwall: MPG Books Ltd.

Huuskonen, Visa (1992). Yrittäjäksi ryhtyminen. Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu. Turku: Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, sarja A-2:1992.

Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (2004). Diskurssianalyysin aakkoset. Tampere: Vastapaino.

Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1999). Diskurssianalyysi liikkeessä. Tampere: Vastapaino.

Kishel, Gregory F. & Kishel, Patricia Gunter. (2005). How to start, run & stay in business. Fourth edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Koiranen, Matti (1993). Ole yrittäjä. Ulkoinen ja sisäinen yrittäjäyys. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Koskinen, Antero (1983). Oman yrityksen perustaminen. Loppuraportti. Vaasa.

Koskinen, Ilpo, Alasuutari, Pertti & Peltonen, Tuomo. (2005). Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Vastapaino. Tampere.

Kyrö, Paula (1997.) Yrittäjyyden muodot ja tehtävä ajan murroksessa. ISBN 951-39-0007-X. Jyväskylä: Jyväskylä University Printing House.

Laitila, Erkki (1993). Yrityksen perustaminen. Vaasan yliopiston julkaisuja. Opetusmonisteita No 46. Liiketaloustiede 23. Hallinto ja organisaatio. ISBN 951-683-455-8. Vaasa.

Lampela-Kivistö, Liisa. (2000). Yrittäjä konkurssin pyörteissä. Uskonnollisuus roolisiirtymässä. Helsinki: Helsingin yliopisto, käytännöllisen teologian laitos.

Leppiniemi, Jarmo & Puttonen, Vesa (2002). Yrityksen rahoitus. ISBN 951-0-26461-X. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Littunen, Hannu. (2001). The Birth and Success of New Firms in a Changing Environment. Jyväskylä: Jyväskylä University Printing House.

Littunen, Hannu (1996). Uusien yritysten menestymiseen vaikuttavat tekijät. Piirreteoreettisen ja kontingenssiteoreettisen lähestymistavan empiiristä koettelua. Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto.

Metsämuuronen, Jari. (toim.) (2006). Laadullisen tutkimuksen käsikirja. ISBN-10: 952-5372-19-7. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Montgomery, Mark, Johnson, Terry & Faisal, Syed (2005). What kind of capital you need to start a business: financial or human? Volume 45, Issue 1, February 2005, pages 103-122.

Pajarinen, Mika, Rouvinen, Petri & Ylä-Anttila, Pekka (2006). Uusyrittäjien kasvuhakuisuus. Helsinki: Elinkeinoelämän tutkimuslaitos.

Pihkala, Timo (2001). Entrepreneurial Capability and New Venture Formation. A Study on Entrepreneurs' Start-up Practices. ISBN 951-683-900-2. Vaasa: Universitas Wasaensis.

Puhakka, Vesa (2002). Entrepreneurial Business Opportunity Recognition: Relationships between Intellectual and Social Capital, Environmental Dynamism, Opportunity Recognition Behavior, and Performance. ISBN 952-683-973-8. Vaasa: Universitas Wasaensis.

Putnam, Robert D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon and Schuster.

Stenholm, Pekka (2006). Starttirahalla yrittäjyyteen. Kokemuksia starttirahakokeilusta. Työpoliittinen tutkimus. Helsinki: Hakapaino Oy.

Strang, Lars (2000). Yritystoiminnan uhkatekijät –tunnista, ennakoi, selviydy. Helsinki: Kauppakaari Oyj.

Vesalainen, Jukka, Försti, Ylermi, Nieminen, Pekka, Soini, Mikko, Viitala, Juhani (1996). Aloitanko oman? Tietoa yrittämisestä ja yrityksen perustamisesta. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Voutilainen, Olli (2001.) Leader-yhteisöaloite ja sosiaalinen pääoma alueellisen kehittämisen välineenä. Aluetieteen pro gradu – tutkielma. Vaasa.

Internetlähteet:

Diskurssianalyysi. Menetelmäopetuksen valtakunnallinen tietovarasto. Luettu 26.10.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <URL:http://http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_6_1.html>

Hakulinen, (2005.) Omaksu yrittäjäyys asenteeksi.

Heinonen, Jarna, Kovalainen, Anne, Paasio, Kaisu, Pukkinen, Tommi & Österberg, Johanna (2006). Palkkatyöstä yrittäjäksi. Tutkimus yrittäjäksi ryhtymisen reiteistä sosiaali- ja terveysalalla sekä kaupallisella ja teknisellä alalla. Työpoliittinen tutkimus. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <URL:http://www.mol.fi/mol.fi/99_pdf/fi/_06_tyoministerio/06_julkaisut/_06tutkimus/tpt.297.pdf>

Kauppa- ja teollisuusministeriö. Yrittäjäyyskatsaus 2007. Luettu 4.10.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <URL:http://www.ktm.fi/files/17917/Yrikatsaus2007_Hyrsky_uusi.pdf>

Mattila, Jorma. Teollisuussijoitus 1/2006. Bisnesenkeli tuo rahaa ja kokemusta. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.teollisuussijoitus.fi/lehti/lehti0106.pdf>.)

Melin, Harri. Luettu 4.6.2007. Sosiaalinen pääoma, verkostot ja organisatorinen muutos. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <URL:<http://www.agora.jyu.fi/soca/index.php?page=melin>>

Suomen Yrittäjät. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/pages/9503D048DA77AEAF2257108002FD7CF7>.

Viitala, Riitta. (2004) Tavoitteena oppiva ja voimaannuttava työyhteisö. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <URL:<http://www.tritonia.fi/voimaannuttava.ppt>. 10.9.2004>

Wikipedia: Financial Capital. Luettu 13.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <URL:http://en.wikipedia.org/wiki/Financial_capital>

Wiktionary. Luettu 30.10.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <URL: <http://fi.wiktionary.org/wiki/ambivalentti>>

Yrittäjyys Suomessa. Luettu 24.4.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta http://liike.epedu.fi/liikeala/verkko_opetus/yrittajyys_etela-pohjanmaalla/luku2.htm.

Yrittäjyyskatsaus 2006. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta http://www.ktm.fi/files/16517/Yrikatsaus_Pekkapohja_2006_UUSI.pdf

Yrittäjyysväylä. Luettu 20.3.2007. Opetushallitus, etälukio. Aineistot on suunnitellut ja kirjoittanut Turun kauppakorkeakoulun PK-Instituutti. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta [URL:http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/index.php#](http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/index.php#)

Liite I: Tutkimuksessa analysoidut artikkelit

Gloria, maaliskuu 2006. Pesonen, Hanna. Näin he sen tekivät: Yritysideasta menestystarinaksi. Muodin dynamo 152-154.

Gloria, maaliskuu 2006. Pesonen, Hanna. Näin he sen tekivät: Yritysideasta menestystarinaksi. Siisti bisnes. 152-155.

Gloria, lokakuu 2006. Pesonen, Hanna. Näin he sen tekivät: Yritysideasta menestystarinaksi. Mattojen mestari. 162-164.

Gloria, lokakuu 2006. Pesonen, Hanna. Näin he sen tekivät: Yritysideasta menestystarinaksi. Tanssiva toimitusjohtaja. 162-165.

Gloria, lokakuu 2006. Ruoranen, Annika. Onnellinen yrittäjä Bostonista. 184-186.

Gloria, lokakuu 2006. Vekkele, Pirkko. Libanonin tuhkimo. 80-82, 150.

Olivia toukokuu 2007. Pennanen, Tyyne. Läpi harmaan kiven. 44-46.

Suomen Kuvalehti 45/2006. Hulkko, Kustaa. Monen alan osaaja. 40-43.

Suomen Kuvalehti 48/2006. Hulkko, Kustaa. Valovoimainen pörssitähti. 44-47.

Suomen Kuvalehti 49/2006. Hulkko, Kustaa. Paja vuolee kasvua. 34-37.

Suomen Kuvalehti 51-52/2006. Merikallio, Katri. Eija Rasinmäki. 76-79.

Talouselämä 20/2006. Salo, Irmeli. Siemenestä suureksi on kivinen tie. 64-68.

Talouselämä 25/2006. Lähteenmäki, Pekka. Sedu vie suomalaiset Onnelaan. 32-35.

Talouselämä 32/2006. Vihma, Päivi. Kuinka it-pomosta tuli pehmo. 64-66.

Talouselämä 41/2006. Holtari, Seija. Pähkähullua, mutta toimii. 22-25.

Talouselämä 42/2006. Vihma, Päivi. Matkalla miljonääriksi. 56-58.

Liite II: Tutkimuksessa analysoitujen artikkelien yritysten kotisivut ja muut kyseisiä yrityksiä käsittelevät internetsivut

Berner. Luettu 18.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.berner.fi/bernerwww.nsf/sivut/Berner-etusivu?OpenDocument&cid=etusivu>.

Eija Rasinmäki. Luettu 18.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.eijarasinmaki.fi/>

Hanna Korvela. Luettu 6.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.hannakorveladesign.fi/yritys/yritys.php>.

Hanna Korvela Design. Luettu 6.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://aalto.crasman.fi/files/df/Tiedotteet/VUODENNAISYRITTJ2006.pdf>.

Konepaja Häkkinen. Luettu 18.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.konepajahakkinen.fi/hakkinen.htm>

Merimajakka. Luettu 19.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.merimajakka.com/sivu/fi/>

Ponsse. Luettu 18.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.ponsse.fi/suomi/index.php>

Servisole. Luettu 17.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.servisole.fi/siivouspalvelu/yritys/index.php>

SK-Ravintolat. Luettu 18.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta http://www.sk-ravintolat.com/index_fi.html

Valta, Anne. 2006. DigiToday. Inkisen Trulia tuulettaa USA:n online-asuntokauppaa. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta http://www.digitoday.fi/page.php?page_id=11&news_id=20065885.

Yrittämisen juhlaa 1996-2000. Trantexin vientituotteena suomenkieli. Luettu 19.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta [http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/yrittamisenjuhlaa1996_2000/\\$file/trantex.pdf](http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/yrittamisenjuhlaa1996_2000/$file/trantex.pdf)

3 Step It. Luettu 18.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.3stepit.fi/?Deptid=2948>

Aineistoon liittyvät muut kotisivut (kertovat lehdistä: Gloria, Talouselämä ja Suomen Kuvalehti):

Olivia. Luettu 22.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.olivialehti.com/>

Suomen Lehtiapaja. Luettu 20.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://www.lehtiapaja.fi/Sanoma/Gloria/>

Wikipedia: Talouselämä. Luettu 24.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta <http://fi.wikipedia.org/wiki/Talousel%C3%A4m%C3%A4>).

Wikipedia: Suomen Kuvalehti. Luettu 24.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta http://fi.wikipedia.org/wiki/Suomen_kuvalehti.

Yhtyneet Kuvalehdet. Tilaajapalvelu. Luettu 18.5.2007. Saatavana World Wide Webistä osoitteesta
http://www.kuvalehdet.fi/tilaajapalvelu.jsp?cid=ti_tilaajapalvelu&tp_action=open&tp_magazine

