

Pro gradu -tutkielma

Lappeenrannan teknillinen yliopisto
School of business and management
Tietojohtaminen ja johtajuus

Aino Pietarinen

SOSIAALISEN PÄÄOMAN VAIKUTUS NAISTEN PERUSTAMIEN YRITYSTEN
KÄYNNISTYSVAIHEESEEN

Pro Gradu –tutkielma 2018

Ohjaaja / 1. tarkastaja:

Professori Aino Kianto

2. tarkastaja:

Tutkijatohtori Anna-Maija Nisula

TIIVISTELMÄ

Tekijä:	Aino Pietarinen
Tutkielman nimi:	Sosiaalisen pääoman vaikutus naisten perustamien yritysten käynnistysvaiheeseen
Tiedekunta:	Kauppakorkeakoulu
Maisteriohjelma:	Tietojohtaminen ja johtajuus
Vuosi:	2018
Pro gradu -tutkielma:	Lappeenrannan teknillinen yliopisto 105 sivua, 16 kuviota, 14 taulukkoa, 1 liite
Tarkastajat:	Professori, KTT Aino Kianto Tutkijatohtori, KTT Anna-Maija Nisula
Avainsanat:	Sosiaalinen pääoma, verkostot, naisyrittäjyys, yrityksen perustaminen, yrityksen käynnistysvaihe, emotionaalinen tuki, tiedonsiirto, pk-yritykset

Tässä työssä tutkitaan, miten sosiaalinen pääoma vaikuttaa naisten perustamien yritysten käynnistämiseen. Tutkimuksessa selvitetään, kuinka sosiaalinen pääoma vaikuttaa päätökseen ryhtyä yrittäjäksi sekä sen vaikutusta varsinaiseen käynnistysvaiheeseen tiedonsaannin ja emotionaalisen tuen näkökulmasta. Lisäksi tarkastellaan naisyrittäjien sosiaalisen verkon rakennetta käynnistysvaiheessa. Tutkimuksen empiirinen osuus on toteutettu haastattelemalla neljää suomalaista naisyrittäjää, jotka ovat itse aloittaneet oman yritystoiminnan. Tutkimus on luonteeltaan laadullinen tutkimus. Aineisto kerättiin puolistrukturoitujen haastattelujen kautta. Saatu aineisto analysoitiin monitapaustutkimuksen tavoin.

Sosiaalisen pääoman vaikutus naisyrittäjien yrityksen käynnistämiseen korostuu erityisesti emotionaalisen tuen osalta. Tärkeimmässä roolissa on naisyrittäjien suhdeverkoston lähipiirin vahvat siteet. Puolisolta saatu emotionaalinen tuki nähtiin erittäin merkittävänä. Naisyrittäjillä on myös tarve saada vertaistukea samassa tilanteessa olevilta ihmisiltä, pääosin muilta naisyrittäjiltä. Haastateltavat eivät korostaneet pääsyä tietoresursseihin yrityksen käynnistysvaiheessa läheskään niin paljon kuin emotionaalisen tuen saantia.

ABSTRACT

Author:	Aino Pietarinen
Title:	The impact of social capital to new venture creation by woman: start-up-phase
Academic faculty:	School of business and management
Master's program:	Knowledge management and leadership
Year:	2018
Pro gradu -tutkielma:	Lappeenranta University of Technology 105 pages, 16 figures, 14 tables, 1 attachment
Supervisors:	Professor, DSc Aino Kianto Post-doctoral researcher, DSc Anna-Maija Nisula
Key words:	Social capital, networks, woman entrepreneurs, venture creation, start-up phase, emotional support, knowledge transfer, SMEs

The purpose of this study is how social capital affect to woman entrepreneurs ventures start-up phase. The study investigates how social capital influences the decision to becoming entrepreneur and start new venture and how it affect to the start-up phase by the view of access to knowledge resources and emotional support. In addition the study examines the structure of social network of woman entrepreneurs during the start-up phase. The empirical study has been implemented by interviewing four finnish female entrepreneurs, who had been started their business on their own. The nature of this study is qualitative. Interviews were semi-structured and the collected data by interviews was analyzed by multiple case study method.

The main findings of this study are that social capital role is significant in terms of emotional support. The main relationships in woman entrepreneurs social networks are strong ties among own cluster. Especially emotional support from spouse was important. Woman entrepreneurs have a need to have peer support with people in same situation, especially from other woman entrepreneur. Access to knowledge resources hasn't as significant role as emotional support in venture start-up-phase.

SISÄLLYSLUETTELO

1	Johdanto.....	1
1.1	Tutkimuksen taustaa.....	1
1.2	Tutkimuksen keskeiset käsitteet	3
1.3	Tutkimuksen tavoite, teoreettinen viitekehys ja rajaus	5
1.4	Tutkimusmenetelmät.....	7
1.5	Työn rakenne	7
2	Naisyrittäjyys ja yritystoiminnan käynnistäminen	9
2.1	Naisyrittäjyys Suomessa	9
2.2	Nais- ja miesyrittäjien sukupuolierot.....	13
2.3	Yrittäjäksi ryhtyminen	14
2.4	Yrityksen käynnistysvaihe	17
3	Sosiaalinen pääoma	21
3.1	Sosiaalisen pääoman määritelmiä	22
3.2	Sosiaalisen pääoman ulottuvuudet	25
3.3	Verkoston rakenne	26
3.4	Heikot ja vahvat siteet.....	30
4	Sosiaalisen pääoman vaikutus yrityksen käynnistysvaiheeseen	33
4.1	Sosiaalisen pääoman merkitys yrittäjälle	33
4.2	Yrittäjyydsmotivaation vaikutus suhdeverkoston rakentumiseen	36
4.3	Tiedonsaanti ja emotionaalinen tuki yrityksen käynnistysvaiheessa	38
4.4	Nais- ja miesyrittäjien erot sosiaalisessa pääomassa	40
4.5	Aiempien tutkimusten yhteenveto	43
5	Tutkimuksen toteutus	45
5.1	Tutkimuksen kulku	45
5.2	Tutkimusmenetelmät.....	46
5.3	Aineiston hankinta ja analysointi	48

5.3.1	Aineiston hankinta	48
5.3.2	Haastattelujen toteutus.....	49
5.3.3	Aineiston analysointi.....	50
5.4	Tapausten valinta ja esittely.....	51
5.5	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	53
6	Tutkimustulokset.....	55
6.1	Tulokset tapauksittain	55
6.1.1	Naisyrittäjä 1.....	55
6.1.2	Naisyrittäjä 2.....	61
6.1.3	Naisyrittäjä 3.....	69
6.1.4	Naisyrittäjä 4.....	75
6.2	Tapausten vertailu	81
6.2.1	Tausta	81
6.2.2	Yrittäjäksi ryhtyminen	82
6.2.3	Verkosto	85
6.2.4	Tärkeimmät suhteet.....	90
7	Pohdinta	95
8	Johtopäätökset	100
8.1	Tutkimuksen yhteenveto	100
8.2	Tutkimuksen vaikutukset ja rajoitukset.....	103
8.3	Jatkotutkimusehdotukset.....	105

Lähteet

Liitteet

Liite 1: Haastattelurunko

1 Johdanto

Johdantoluvussa käsitellään tämän työn taustaa, käydään läpi tutkimuksen tavoite, tutkimuskysymykset, aiheen rajausta ja tutkimuksen teoreettinen viitekehys. Lisäksi esitellään lyhyesti tutkimuksessa käytetyt tutkimusmenetelmät, kuvataan työn rakenne sekä esitellään tutkimuksen keskeiset käsitteet.

1.1 Tutkimuksen taustaa

Yrittäjyydellä on merkittävä vaikutus kansantalouteen sekä työllisyyteen, sillä pienissä ja keskisuurissa yrityksissä, eli alle 250 työntekijää työllistävissä yrityksissä, työskentelee Suomessa 67% työssäkävijöistä. Tämän tutkimuksen pääpaino on mikroyrityksissä, eli alle 10 henkilöä työllistävissä yrityksissä, joita on 95% kaikista Suomen yrityksistä, ja niissä työskentelee yhteensä 26% työssäkävijöistä. (Tilastokeskus, 2016c) Suomessa yrittäjinä toimii 10% kaikista työssäkävijöistä ihmisistä, joista kolmannes on naisia. (Tilastokeskus, 2016a) Naisyrittäjyydellä on siis merkittävä rooli yhteiskunnassa, jonka vuoksi on mielenkiintoista tutkia, minkälaiset tekijät vaikuttavat naisten yrittäjäksi ryhtymiseen sekä millaista tietoa ja tukea naiset tarvitsevat yrityksen haastavassa käynnistysvaiheessa. Naisten tarpeet ja haasteet yrittäjinä ovat tyypillisesti erilaisia kuin miesten, jonka vuoksi naisyrittäjyyden tutkiminen on merkittävää, että naisyrittäjät saisivat oikeanlaista tukea, etenkin yrittäjyyden haastavassa aloitusvaiheessa. (Piacentini, 2013; Sirec & Mocnik, 2012)

Naisyrittäjillä esiintyy tyypillisesti miehiä useammin varovaisuutta ja arkuutta päätöksessä käynnistää yritystoiminta (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005), jonka takia on mielenkiintoista erityisesti selvittää, mitkä asiat ovat positiivisesti vaikuttaneet päätökseen perustaa yritys. Naisten on havaittu eroavan miehistä myös sosiaalisen pääoman osalta. Miesyrittäjillä nähdään olevan enemmän yrittäjyyteen tarvittavaa sosiaalista pääomaa, sillä miehet tyypillisesti tuntevat enemmän yrittäjyyden kannalta merkittäviä henkilöitä kuin naiset (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005). Naisyrittäjien suhdeverkostojen nähdään koostuvan

pitkälti perheestä ja ystäväistä, kun miesten suhdeverkoston nähdään muodostuvan ammattilaisista ja asiantuntijoista (Greve & Salaff, 2003; Robinson & Stubberud, 2009; Hisrich & Brush, 1986; Aldrich et al, 1996; Renzulli, 1998).

Naisyrittäjyyttä, yrityksen suhdeverkostoja tai yrityksen käynnistysvaihetta tutkitaan aktiivisesti, mutta ei ole juurikaan tutkimuksia, jotka linkittäisivät nämä kolme tekijää yhteen. Aihetta ovat kuitenkin tutkineet Paoloni ja Dumay, jotka tutkivat italialaisten naisyrittäjien suhdepääomaa yrityksen käynnistysvaiheessa. Heidän tutkimuksensa (2015) on toiminut tämän tutkimuksen pohjana.

Paolonin ja Dumayn (2015) tutkimuksessa tutkitaan monipuolisemmin suhdepääomaa niin ulkoisten suhteiden, sisäisen organisoinnin kuin toimintaympäristön osalta. Tutkimuksen mukaan naisyrittäjien suhteet muodostuivat pitkälti epävirallisista suhteista, joita edustivat perheenjäsenet antamalla sekä taloudellista että emotionaalista tukea, sekä ystävät ja sukulaiset, jotka tukivat eri tavoin yrittäjyyttä. Naisyrittäjien yritysten sisäiset suhteet eivät ole hierarkkisia vaan yhteistyöhön pohjautuvia. Tutkimuksessa korostui naisyrittäjien haaste yhdistää perhe ja työ.

Paolonin ja Dumayn (2015) tutkimukseen peilaten tämä tutkimus on rajattu käsittelemään ainoastaan ulkoisia suhteita, koska tässä tutkimuksessa haluttiin tutkia erityisesti yrittäjää tukevia sosiaalisia suhteita tiedonsaannin ja emotionaalisen tuen osalta. Lisäksi tutkimuksessa kartoitetaan, minkälaisia suhteita tai verkostoja naisyrittäjät yrityksen käynnistysvaiheessa kokevat tarvitsevansa. Muiden Paolonin ja Dumayn (2015) tutkimuksen näkökulmien liittäminen tähän tutkimukseen olisi tehnyt kokonaisuudesta liian laajan gradutasoiseksi työksi.

Paolonin ja Dumayn (2015) tutkimuksessa käytetään suhdepääoman käsitettä. Suhdepääoma nähdään olevan yksi aineettoman pääoman osa-alueista, inhimillisen pääoman ja rakennepääoman lisäksi. Inhimillinen pääoma pitää sisällään yrityksen henkilöstön osaamisen, tietämyksen, kokemuksen, kyvyt ja henkilökohtaiset ominaisuudet. Rakennepääomaan kuuluu mm. yrityksen prosessit, järjestelmät, toimintatavat, immateriaalioikeudet ja organisaatiokulttuuri.

Suhdepääoma käsittää kaikki yrityksen suhteet ja verkostot, kuten esimerkiksi asiakkaat, tavarantoimittajat, yhteistyökumppanit ja rahoittajat. (Roos et al, 2006)

Suhdepääoma ja sosiaalinen pääoma ovat käsitteinä hyvin läheiset ja niiden välisiä eroavaisuuksia on tutkittu, ja havaittiin, että suhdepääoman kirjallisuudessa viitataan paljon sosiaalisen pääoman kirjallisuuteen (Still et al, 2013) Käsitteiden vähäisen eroavaisuuden vuoksi työssä käytetään sosiaalisen pääoman käsitettä ja kirjallisuutta, sillä tarkoitus on tutkia tarkemmin yrittäjän henkilökohtaisia suhteita, jolloin sosiaalisen pääoman kirjallisuus tarjoaa siihen paremman teoreettisen taustan.

1.2 Tutkimuksen keskeiset käsitteet

Tämän tutkimuksen keskeisinä käsitteinä ovat sosiaalinen pääoma sekä yrittäjyys. Sosiaalista pääomaa tarkastellaan rakenteellisesta sekä suhteellisesta näkökulmasta ja yrittäjyyttä naisyrittäjyyden sekä yrityksen käynnistysvaiheen osaluilta. Käsitteet muodostavat yhdessä tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen (Kuvio 1).

Sosiaaliselle pääomalle on olemassa monia erilaisia määritelmiä riippuen näkökulmasta ja kontekstista. Sosiaalinen pääoman voidaan kuitenkin tyypillisesti nähdä olevan suhdeverkosto sekä sen kautta hyödynnettävien varojen kokonaisuus. Sosiaalista pääomaa voidaan tarkastella rakenteellisesta, suhteellisesta tai kognitiivisesta näkökulmasta. (Nahapiet & Ghoshal, 1998) Tässä työssä sosiaalista pääomaa tarkastellaan rakenteellisen ja suhteellisen näkökulman kautta egosentrisesti eli yksilökeskeisestä näkökulmasta katsottuna.

Rakenteellinen ulottuvuus tarkastelee sosiaalista pääomaa suhdeverkoston rakenteellisesta näkökulmasta. Verkoston rakennetta voidaan tarkastella esimerkiksi sen koon ja sen sisältämien suhteiden siteiden kautta. Suhdeverkosto sisältää erivahvuisia siteitä verkoston toimijoihin. Suhdeverkoston siteet voidaan jakaa vahvoihin ja heikkoihin siteisiin. (Granovetter, 1973)

Vahvat siteet ovat lähipiiriin kuuluvia henkilöitä, joiden kanssa ollaan läheisiä ja vietetään paljon aikaa. Vahvat siteet myös pohjautuvat heikkoja siteitä enemmän luottamukseen. Vahvojen siteiden osapuolten välillä on tyypillisesti paljon päällekkäistä tietoa. (Granovetter, 1973)

Heikot siteet ovat yhteyksiä muihin verkostossa oleviin osapuoliin, joiden kanssa ei olla niin tiiviisti tekemisissä. Heikot siteet ovat yhteyksiä toisiin klustereihin, eli lähiverkoston muodostamiin suhteiden tihentymiin, joissa tyypillisesti on erilaista tietoa kuin lähiverkoston sisällä. (Granovetter, 1973)

Verkoston rakennetta tutkitaan tässä työssä verkoston koon ja sen sisältämien suhteiden kautta. Lisäksi tarkastellaan mm. sitä, minkälaisia uusia suhteita on syntynyt suhdeverkoston jäsenten kautta.

Suhteellinen ulottuvuus tarkastelee sosiaalista pääomaa suhteiden sisällön kautta eli pohjautuu suhteiden laatuun, sisältöön ja jäsenten väliseen vuorovaikutukseen. (Nahapiet & Ghoshal, 1998) Tässä työssä suhteiden sisältöä tarkastellaan erityisesti kahden erilaisen suhdeverkostosta saatavan hyödyn, tiedonsaannin ja emotionaalisen tuen näkökulmasta.

Tiedonsaanti käsittää tässä työssä yrittäjän saaman sekä eksplisiittisen että hiljaisen eli kokemuseräisen tiedon saannin hänen sosiaalisesta verkostostaan.

Emotionaalinen tuki tarkoittaa tässä työssä yrittäjän hänen suhdeverkostostaan saamaa empatiaa ja kuuntelemista (Edelman et al, 2016).

Yrittäjyyden nähdään olevan tyypillisesti pienimuotoista liiketoimintaa, jossa yrityksen omistaja tai omistajat ovat mukana yrityksen toiminnassa ja yrittäjällä on valta ja vastuu päätöksistään yrityksessä. (Viitala & Jylhä, 2013) Yrittäjävetoiset yritykset ovat pk-yrityksiä eli pieniä tai keskisuuria yrityksiä. Tämän työn yrittäjät ovat kaikki perustaneet mikroyrityksen eli yrityksessä on vähemmän kuin kymmenen työntekijää.

Naisyrittäjyydelle ei ole olemassa maailmanlaajuisesti hyväksyttyä määritelmää, mutta Suomessa naisyrittäjyys käsitetään naisten perustamiksi yrityksiksi, joista vähintään puolet on naisten omistuksessa sekä nainen johtaa yritystä. (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005)

Yrityksen käynnistysvaihe käsittää tässä työssä sekä yrityksen esikäynnistysvaiheen, että varsinaisen käynnistysvaiheen. Yrityksen käynnistysvaihe määritellään tässä työssä käsittämään ajanjakso yrittäjyysaikomuksesta yrityksen olemassaolon ensimmäisiin kuukausiin. Tämän työn yrityksen käynnistysvaiheen määrittelyssä sovelletaan Lewis ja Churhill (1983) sekä Newton (2001) yrityksen elinkaarimallien ensimmäisiä vaiheita.

1.3 Tutkimuksen tavoite, teoreettinen viitekehys ja rajaus

Tämän työn tarkoituksena on selvittää, miten sosiaalinen pääoma vaikuttaa naisten perustamien yritysten käynnistysvaiheeseen sekä heidän päätökseensä perustaa yritys. Tämän tarkoituksen pohjalta muodostui tutkimuksen päätutkimuskysymys:

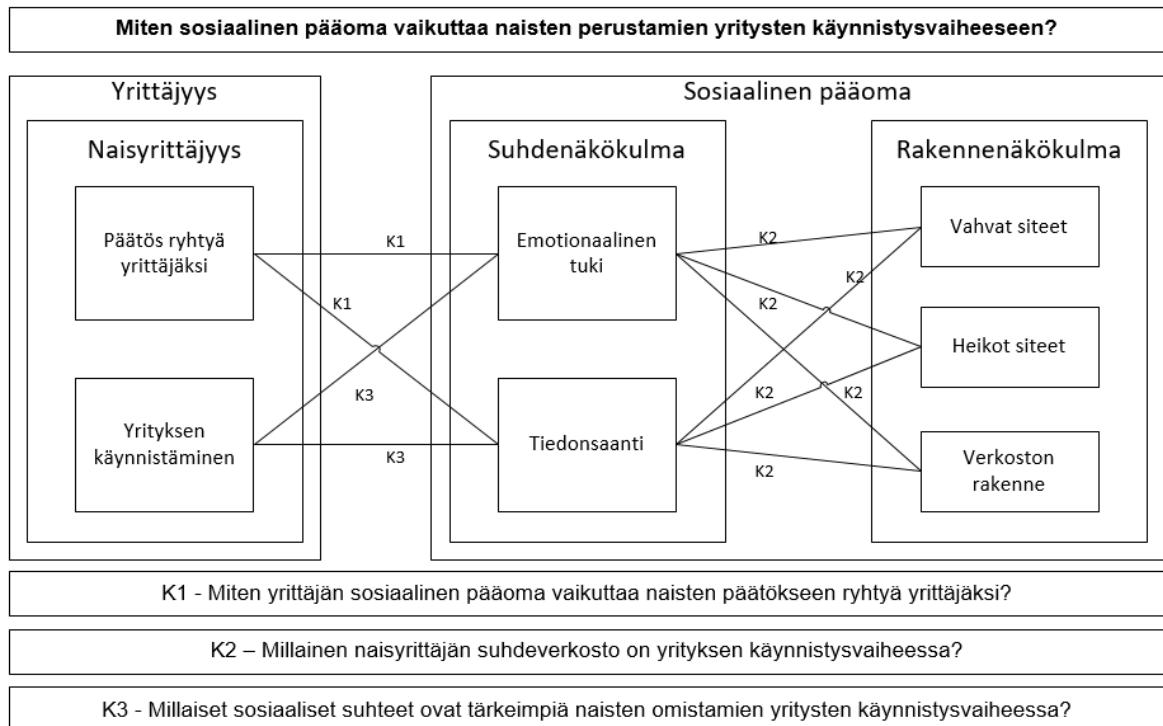
Miten sosiaalinen pääoma vaikuttaa naisten perustamien yritysten käynnistysvaiheeseen?

Päätutkimuskysymystä tukevat kolme alatutkimuskysymystä, jotka ovat

K1 - Miten yrittäjän sosiaalinen pääoma vaikuttaa päätökseen ryhtyä yrittäjäksi?

K2 - Millainen on naisyrittäjän sosiaalinen verkosto yrityksen käynnistysvaiheessa?

K3 - Millaiset sosiaaliset suhteet ovat tärkeimpiä naisten omistamien yritysten käynnistysvaiheessa?



Kuvio 1. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja tutkimuskysymykset.

Tämä pro gradu -tutkielma käsittelee naisyrittäjän sosiaalista verkostoa yrityksen käynnistysvaiheessa. Yrityksen käynnistysvaihe voidaan käsittää monella tavalla, mutta tässä tutkimuksessa yrityksen käynnistysvaihe käsittää vaiheet yrittäjyysaikomuksesta yrityksen ensimmäisiin olemassaolon kuukausiin. Tässä työssä ei käsitellä muita lukuisia yrityksen käynnistämiseen liittyviä tekijöitä kuin ainoastaan sosiaalisen pääoman merkitystä yrityksen käynnistämiseen, pääfokuksena suhdeverkostosta saatu tieto ja emotionaalinen tuki, sekä yrityksen käynnistämiseen liittyviä motiiveja.

Tämä työ rajoittuu koskemaan ainoastaan uusien yritysten perustamista, ei yrityskauppoja tai sukupolvenvaihdoksia. Sosiaalisen pääoman osalta työssä käsitellään ainoastaan rakenteellista ja suhteellista ulottuvuutta egosentrisestä eli yksilökeskeisestä näkökulmasta. Tämän työn empiirisessä osiossa haastatellut naiset ovat itse yrityksensä perustaneita päätoimisia eteläisessä Suomessa yrittäjiä, joilla on aiempaa työkokemusta palkkatyöstä, ja joiden perustamat yritykset tarjoavat digitaalisuuteen liittyviä palveluita.

1.4 Tutkimusmenetelmät

Tämä työn empiirinen osuus toteutetaan haastattelututkimuksena kvalitatiivista tutkimusotetta käyttäen. Tutkimusaineisto kerätään haastattelemalla neljää naisyrittäjää puolistrukturoitujen yksilöhaastattelujen avulla. Tutkimus toteutetaan monitapaustutkimuksena ja tutkimusaineisto analysoidaan ensin omina tapauksinaan ja sen jälkeen tapauksia vertaillaan toisiinsa.

Kvalitatiivinen tutkimusote valittiin tähän tutkimukseen, koska kyseistä asiaa halutaan tutkia mahdollisimman syvästi. Teemahaastattelu mahdollistaa keskustelunomaiset haastattelut, jolloin haluttua tietoa pystytään keräämään mielekkäällä tavalla keskustelun edetessä melko luonnollisesti sekä syventymään keskeisiin esille nouseviin asioihin. Monitapaustutkimus sopii hyvin tämän tutkimuksen tutkimusstrategiaksi, sillä täten jokaiseen tapaukseen pystytään syventymään erityisesti sekä myös vertailemaan näitä tapauksia keskenään.

1.5 Työn rakenne

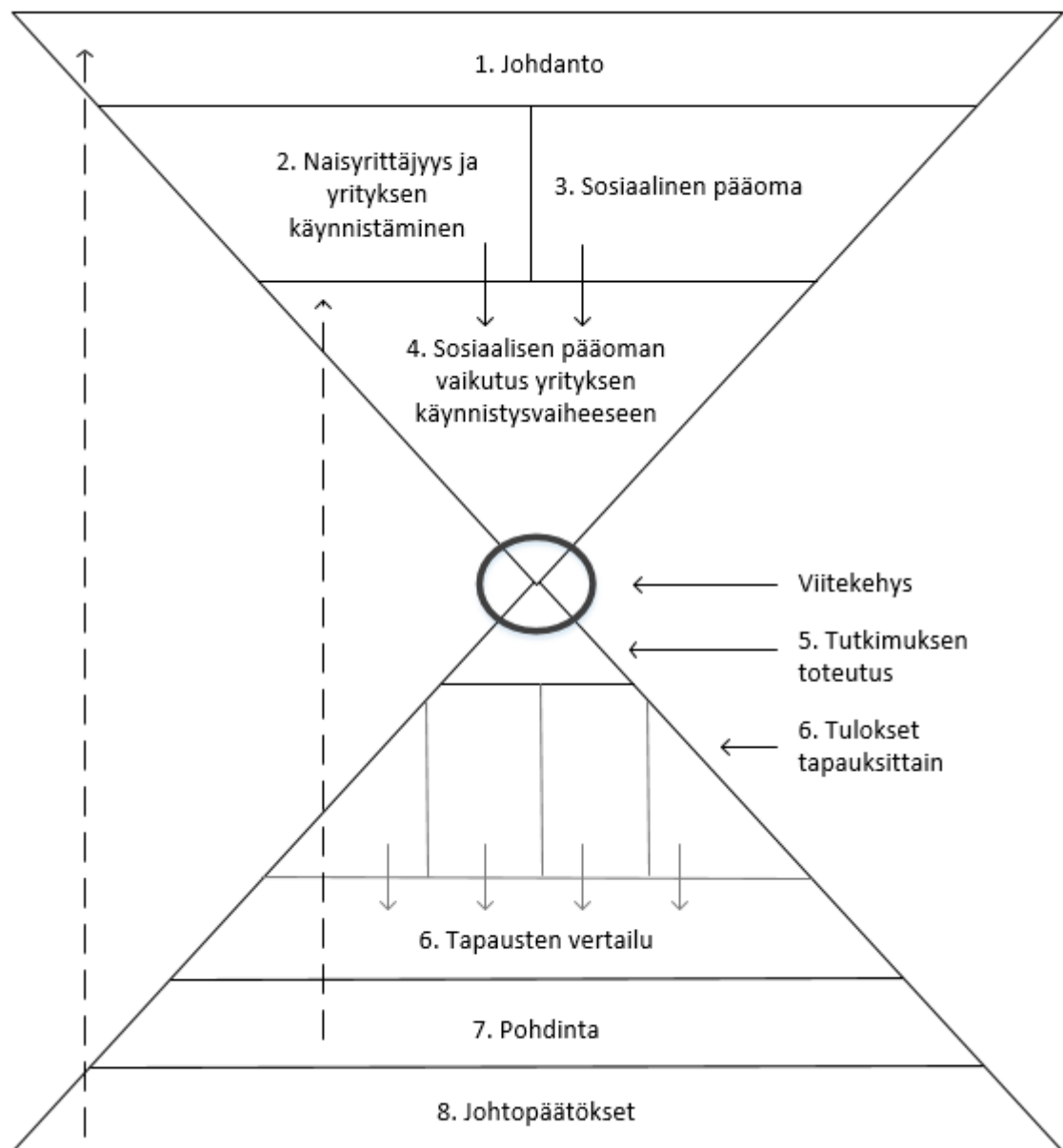
Tämä pro gradu –tutkielma muodostuu kahdeksasta pääluvusta. Tutkimuksen eteneminen on havainnollistettu kuviossa 2. Ensimmäisessä johdantoluvussa esitellään lukijalle työn taustaa, tutkimuksessa käytettyjä menetelmiä sekä tutkimuksen tavoite, tutkimuskysymykset ja sen teoreettinen viitekehys.

Kaksi seuraavaa lukua käsittelevät aiempaa tutkimusta tutkimuksen viitekehysten aiheiden: sosiaalisen pääomaan ja verkostojen sekä naisyrittäjyyden sekä yrityksen käynnistämisen kirjallisuudesta. Neljännessä luvussa käsitellään, miten sosiaalinen pääoma vaikuttaa yrityksen käynnistysvaiheeseen eli käsitellään kahden edeltäneen teorialuvun asioita yhdessä, joka samalla nivoo yhteen tutkimuksen teoreettisen osuuden viitekehysten (kuvio 1) mukaisesti.

Viides luku käsittelee empiirisen tutkimuksen toteutusta, sen metodologiaa ja tutkimuksen luotettavuuden arviointia. Kuudennessa luvussa esitellään tutkimuksen

tulokset, ensin kukin tapaus erikseen ja sen jälkeen tapauksia vertaillen. Seitsemännessä luvussa vertaillaan empiirisen tutkimuksen tuloksia aikaisempiin samaa aihepiiriä käsitteleviin tutkimuksiin, joita käsiteltiin teorialuvuissa.

Kahdeksannessa luvussa vedetään yhteen tutkimuksen tulokset, vastataan johdannossa esitettyihin tutkimuskysymyksiin, pohditaan tutkimuksen tulosten hyödyntämistä sekä tutkimuksen rajoituksia sekä esitetään jatkotutkimusehdotuksia.



Kuvio 2. Tutkimuksen eteneminen.

2 Naisyrittäjyys ja yritystoiminnan käynnistäminen

Tässä luvussa käydään läpi naisyrittäjyyttä Suomessa sekä nais- ja miesyrittäjien eroavaisuuksia. Lisäksi käydään läpi erilaisia yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavia tekijöitä. Lopuksi esitellään lyhyesti yrityksen elinkaarimalli ja paneudutaan yrityksen elinkaaren osalta tarkemmin yrityksen käynnistysvaiheeseen, joka on yrityksen elinkaaren osalta tämän työn keskiössä, sekä sen erilaisiin määritelmiin.

Yrittäjyydeksi käsitetään tyypillisesti pienimuotoinen liiketoiminta, jossa yrityksen omistaja tai omistajat ovat mukana yrityksen toiminnassa ja yrittäjä käyttää yrityksessään yrittäjän valtaa sekä kantaa vastuun päätöksistään. (Viitala & Jylhä, 2013) Yrittäjyys käsitteenä sisältää sekä ulkoisen että sisäisen yrittäjyyden ulottuvuudet. Ulkoisella yrittäjyydellä tarkoitetaan omassa yrityksessä toimimista. Sisäisellä yrittäjyydellä tarkoitetaan toisen palveluksessa työskentelemistä yrittäjämäisellä otteella. Yrittäjyys voidaan jakaa myös yrityksen perustamiseen sekä olemassa olevan yrityksen pyörittämiseen. (Peltonen, 1986) Tässä työssä yrittäjyyttä käsitellään ulkoisena yrittäjyytenä ja tarkastelukohteena on yrityksen perustaminen.

2.1 Naisyrittäjyys Suomessa

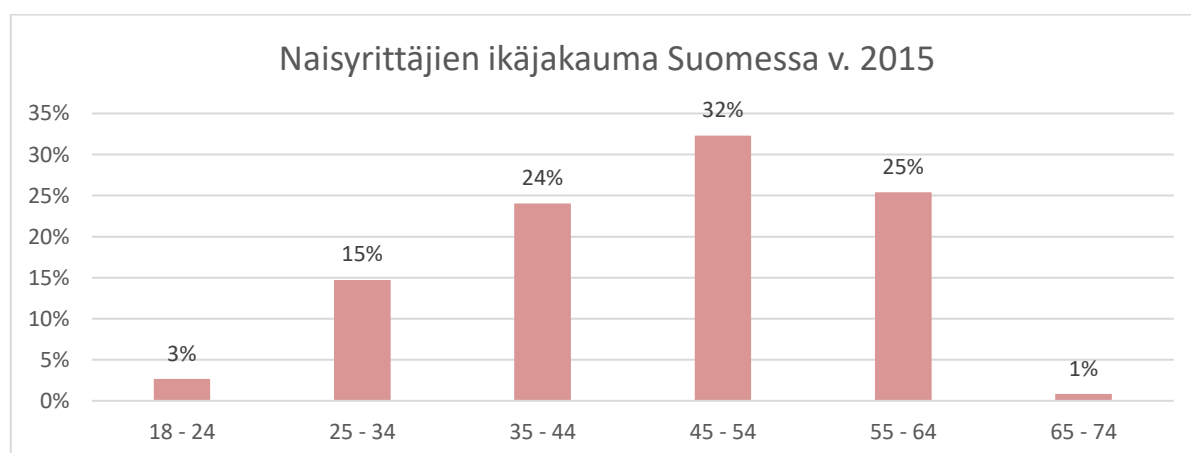
Naisyrittäjyyden määritelmäksi nähdään yleisesti naisen tai naisten perustama yritys tai yritys, josta nainen omistaa yli 50% ja on johtajana. (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005) Naisyrittäjyydelle ei ole olemassa maailmanlaajuisesti yleisesti käytettyä määritelmää, joka tekee myös naisyrittäjyyden kansainvälisen tutkimisen ja tilastoinnin haastavaksi. (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2010) Naisyrittäjien määrä sekä naisten perustamien yritysten merkitys taloudelle on kasvamassa joka puolella maailmaa. (Klyver et al, 2017)

Vuonna 2016 Suomessa oli 76 200 naista yrittäjänä, joka on kolmannes kaikista Suomen yrittäjistä. Naisten osuus yrittäjistä on ollut koko 2000-luvun ajan noin kolmannes kaikista yrittäjistä. (Tilastokeskus, 2016a) Naiset toimivat

pääsääntöisesti yksinyrittäjinä, sillä vain reilulla neljänneksellä naisyrittäjistä on työntekijöitä. Työnantajina toimivia naisyrittäjiä oli vuonna 2011 saman verran kuin 1990-luvun loppupuolella, mutta yksinyrittäjien määrä on koko ajan kasvussa. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2012)

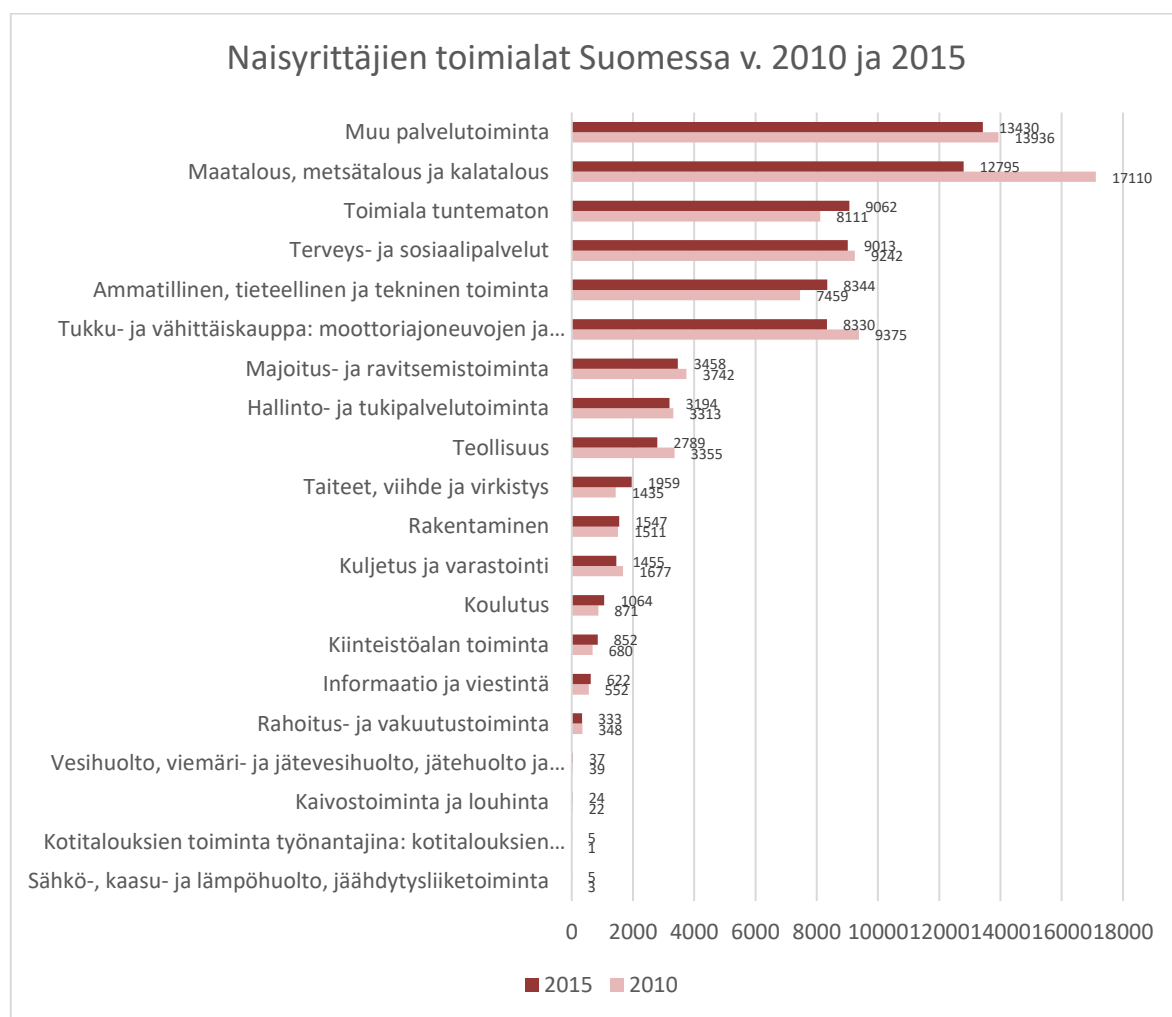
Suosituimpia naisyrittäjien toimialoja Suomessa ovat sosiaali- ja terveystalvet, koulutus- ja henkilöstöpalvelut, majoitus- ja ravitsemisala sekä tietyt liike-elämän palvelut, kuten tilitoimistot. Suomessa naisyrittäjyydellä on pitkät perinteet maataloudessa, mutta naisyrittäjien osuus maataloudessa on koko ajan vähenemässä. Naiset työskentelevät miehiä useammin myös osa-aikayrittäjinä, koska naiset tekevät miehiä useammin osa-aikatyötä, joka mahdollistaa sivutulon hankkimisen. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2012)

Yrittäjiksi ryhdytään tyypillisesti hieman vanhemmalla iällä. Suomessa naisyrittäjistä lähes 60% on yli 45-vuotiaita ja vain alle viidennes on alle 35-vuotiaita (kuvio 3). Yrittäjät tekevät usein ensin pitkän uran toisen palveluksessa, jonka jälkeen perustavat oman yrityksen pohjautuen aiempaan työkokemukseen ja osaamiseen. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010) Naisten yrittäjyys (pl. alkutuotanto) on vähentynyt Suomessa 0,2% vuosina 2010-2015. Naisyrittäjien määrä on vähentynyt kaikilla muilla alueilla Suomessa, paitsi kasvanut Helsinki-Uusimaan alueella 7%. (Tilastokeskus, 2016b)



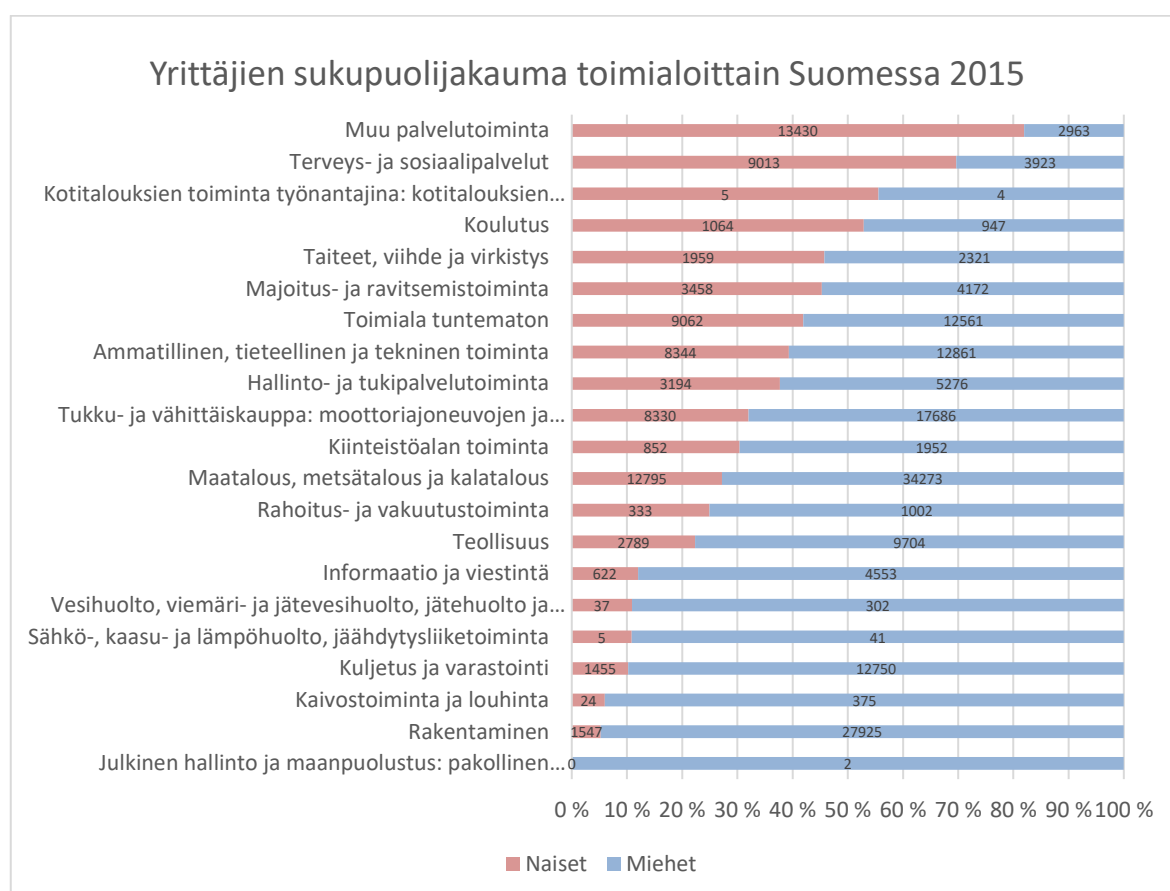
Kuvio 3. Naisyrittäjien ikäjakauma Suomessa. (Tilastokeskus, 2016b)

Vertaillessa vuosien 2010 ja 2015 tilastoja toimialoista (kuvio 4), voidaan havaita selkeää muutosta toimialoissa maatalouden vähenemisen lisäksi. Eniten kasvavia toimialoja ovat tuntemattoman toimialan (951 yrittäjää, 11,7% kasvu) lisäksi ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta (885 yrittäjää, 11,9% kasvu) sekä taide, viihde ja virkistys (524 yrittäjää, 36,5% kasvu). Eniten hiipuvia toimialoja ovat radikaalisti vähenevän alkutuotannon alojen (maa-, metsä- ja kalatalous) lisäksi tukku- ja vähittäiskauppa (vähentynyt 1054 yrittäjää, -11,1%), teollisuus (vähentynyt 566 yrittäjää, -16,1%) sekä muu palvelutoiminta (vähentynyt 506 yrittäjää, -3.6%). Voidaan siis havaita, että naisten yrittäjäyys on keskittymässä perinteisistä palveluammateista ja kaupan alalta yhä enemmän korkeampaa koulutusta vaativille aloille. Uusilla naisyrittäjillä onkin korkeampi koulutustausta verrattuna aiempiin naisyrittäjiin (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010)



Kuvio 4. Naisyrittäjien toimialat Suomessa v. 2010 ja 2015. (Tilastokeskus, 2016b)

Toimialat ovat jakautuneet vahvasti sukupuolten kesken niin työmarkkinoilla kuin myös yrittäjyyden osalta (kuvio 5). Naisvaltaisimpia aloja ovat palvelutoimintaan, sosiaali- ja terveystalouteen ja koulutukseen liittyvät alat. Toimialat ja yritykset, joissa naiset pääosin työskentelevät yrittäjinä, eivät ole kovin otollisia kasvulle ja työllistämiseksi. Naisten yrittäjyysorientaatioiden nähdään eroavan miesten yrittäjyysorientaatioista siten, että naiset suosivat matalaa riskiä, paikallisuutta, yhteisöllisyyttä sekä mahdollisuutta yhdistää työ ja henkilökohtainen elämä. (Naisyrittäjyyden edistämisyöryhmä, 2015; 2010)



Kuvio 5. Yrittäjien sukupuolijakauma toimialoittain Suomessa 2015. (Tilastokeskus, 2016b)

Suomessa naisyrittäjyys on melko korkealla tasolla. Global Entrepreneur Monitorin (GEM) mukaan Suomessa naisyrittäjien osuus naisväestöstä (6,1%) on korkeampi kuin pohjoismaiden ja EU-maiden keskiarvot (Suomalainen et al, 2015). Vaikka naisyrittäjyys on Suomessa suhteellisen yleistä Suomessa, potentiaalia on vielä käyttämättä. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2005)

2.2 Nais- ja miesyrittäjien sukupuolierot

OECD-maiden tutkimuksessa naisyrittäjät ovat nuorempia kuin miesyrittäjät sekä heillä on myös korkeampi koulutustausta: 33% naisyrittäjistä ja 27% miesyrittäjistä OECD-maissa keskiarvallisesti ovat suorittaneet kolmannen asteen tutkinnon. Perheellisyyden nähdään vaikuttavan myönteisesti yrittäjyyteen, mutta eroavaisuuksia on maantieteellisesti, sillä Yhdysvalloissa perheelliset naiset ovat yleisemmin yrittäjiä, kun taas Euroopassa perheelliset miehet ovat todennäköisemmin yrittäjiä. (Piacentini, 2013)

Naisyrittäjillä nähdään olevan erilainen todellisuus kuin miesyrittäjillä. Nais- ja miesyrittäjien välinen suurin erottava tekijä on perhe- ja työelämän yhteensovittaminen. Naisyrittäjät ovat epäedullisessa asemassa liittyen mm. raskausajan poissaoloihin sekä pienten lasten sairastelun vuoksi poissaoloon töistä. (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005) Perheelliset naisyrittäjät kokevat haasteena tuplaroolin sekä perheessä että liiketoiminnassa. (Paoloni & Dumay, 2014) Naisten aktiivisuus ryhtyä yrittäjäksi on korkeampi selkeästi miehiä myöhemmin, sillä miesten aktiivisuus yrittäjyyteen on korkeimmillaan 25-34 vuotiaana ja naisilla 35-44 vuotiaana. Syynä tähän oletetaan olevan perheenperustamiseen ja lasten hoitamiseen liittyvät tekijät. (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005)

Global Entrepreneurship Monitorin (GEM) mukaan miesten yrittäjyysaktiivisuus on korkeampi kuin naisten. (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2010; Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005) Miehillä on naisia enemmän luottoa osaamiseensa ja omiin mahdollisuuksiin menestyä. Tutkimusten mukaan naiset käyttävät päätökseen yrityksen perustamisesta hyvin tarkkaa harkintaa ja ovat melko arkoja. Naisilla yritysaikomuksen kypsyttelyvaiheesta siirtyminen varsinaiseen yrityksen perustamiseen on todettu kestävän kauemmin kuin miehillä (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005) sekä Sirec ja Moknic (2012) mukaan naisilla on alempi riskinsietokyky, joka vaikuttaa heidän päätökseensä ryhtyä yrittäjäksi. Naiset myös hakevat neuvoa enemmän yrityksen aloittamisvaiheessa kuin miehet (Watson et al, 1998).

Boden ja Nucci (2000) mukaan miesten omistamien yritysten selviytymisprosentti 4-6% parempi kuin naisten omistamien yritysten. Naisten eriarvoisuuteen yrittäjyydessä on havaittu useita erilaisia syitä. Naisilla on pienemmät palkkatulot kuin miehillä, joka vaikuttaa heidän kykyynsä aloittaa yrittäjänä. Miehillä on myös tyypillisesti sekä enemmän että korkealaatuisempaa työ- sekä johtamiskokemusta kuin naisilla, jonka vuoksi myös naisten inhimillinen pääoma on vähäisempää kuin miehillä. Miesten perustamilla yrityksillä on myös tyypillisesti enemmän taloudellista pääomaa kuin naisten perustamilla yrityksillä, joka vaikuttaa perustetun yrityksen elinkelpoisuuteen. Yrityksen selviytymisnäkömät nähtiin sukupuolesta riippumatta olevan korkeammat niillä yrittäjillä, joilla on enemmän työkokemusta tai korkeakouluopintoja.

Naisyrittäjien voidaan nähdä siis olevan erilaisessa asemassa miesyrittäjiin verrattuna monestakin eri näkökulmasta. Nais- ja miesyrittäjien keskeisimmäksi eroiksi nostetaan tyypillisesti perheen ja työn yhdistämisen haasteet, mutta nais- ja miesyrittäjien välillä on eroja myös perheettömien osalta, johtuen mm. inhimillisen pääoman, kuten tietojen, taitojen sekä kokemuksen, sekä itseluottamuksen ja sosiaalisen pääoman eroista sukupuolten välillä. Sosiaaliseen pääomaan liittyviä eroja nais- ja miesyrittäjien välillä tarkastellaan kappaleessa 4.4.

2.3 Yrittäjäksi ryhtyminen

Yrittäjän nähdään olevan henkilö, joka näkee mahdollisuuksia ja liikeideoita siellä, missä muut eivät niitä näe. He lähtevät toteuttamaan niitä, välittämättä siitä, että heillä ei välttämättä ole vielä sillä hetkellä tarvittavia resursseja sen toteuttamiseen. Yrittäjät eroavat muista henkilöistä itsenäisyyden, tehokkaan johtamisen ja tulosten aikaansaamisen tarpeellaan. Yrittäjät myös tyypillisesti haluavat saada vähemmän tukea kuin ei-yrittäjät, johon vaikuttaa yrittäjien halu itsenäiseen päätöksentekoon. (Toivola, 2006)

Tie yrittäjäksi voi olla monenlainen. Osa yrittäjistä ovat tietäneet aina haluavansa yrittäjäksi tai siihen on tarjoutunut luonnollinen mahdollisuus esimerkiksi perheyrittäjyyden kautta ja osa ajautuu yrittäjäksi ilman, että on koskaan aikaisemmin miettinyt yrittäjyyttä vaihtoehtona. (Viitala & Jylhä, 2013) Mutta yrittäjäksi ryhtyminen voi muodostua vaihtoehdoksi myös esimerkiksi työttömyyden myötä.

Yrittäjäksi ryhtymisen motivaatiot voidaan jakaa vetäviin (pull) ja voimiin työntäviin (push). Vetäviä voimia ovat esimerkiksi itsenäisyys tai itsensä toteuttaminen ja itsensä johtajana oleminen. Työntäviä voimia ovat esimerkiksi työttömyys tai tyytymättömyys aiempaan työhön. Vetävät voimat ovat yrityksen selviytymisen kannalta tärkeämpiä kuin työntävät voimat. Työntävät voimat havaittiin olevan tärkeämpiä motivaattoreita miehille kuin naisille. (mm. Gilad & Devine, 1986; Watson et al, 1998) Logrén ja Löfgren (2005) mukaan suomalaisten naisyrittäjien yritystoiminnan aloittamismotiivit olivat pääsääntöisesti vetäviä tekijöitä, kuten houkuttelevuus, motivaatio ja yrittäjähenkisyys. Global Entrepreneur Monitorin (GEM) tutkimuksen mukaan suomalaiset naisyrittäjät aloittavat yritystoiminnan kuitenkin muita pohjoismaita useammin pakottavista (kuten työttömyys tai rahan tarve) syistä kuin muissa pohjoismaissa (Suomalainen et al, 2015).

Peltonen (1986) on jakanut yrittäjäksi ryhtymisen motiivit tunneperäisiin, kehityksellisiin sekä välineellisiin motiiveihin. Peltonen on tarkastellut aikaisempia tutkimuksia yrittäjäksi ryhtymisen motiiveista ja tärkeimmäksi tekijäksi tutkimuksissa on noussut yrittäjän halu riippumattomuuteen, jonka nähdään olevan tunneperäinen motiivi. Tutkimusten perusteella yrittäjäksi ryhtymisen tärkeimmät motiivit ovat tunneperäisiä, toiseksi tärkeimpiä ovat kehitysmotiivit eli mm. itsensä toteuttaminen ja kehittäminen ja vasta sen jälkeen välinemotiivit eli työn ja rahan tarve.

Sharafizad ja Coetzer (2016, 2017) jakavat yrittäjyysmotivaatiot kolmeen eri kokonaisuuteen, jotka ovat klassiset, pakotetut sekä perheen ja työn yhdistäjät. Klassiset yrittäjät ovat sisäiseen motivaatioon liittyvien syiden eli vetävien voimien, kuten henkilökohtaisen haasteen tai itsensä johtamisen, takia ryhtyneet yrittäjiksi. Pakotetut yrittäjät ovat ulkoisten tekijöiden eli työntävien voimien, kuten

työttömyyden tai työmahdollisuuksien puutteen vuoksi ryhtyneet yrittäjäksi. Kolmas ryhmä ovat perheen ja työn yhdistäjät, eli sellaiset yrittäjänaiset, jotka ryhtyvät yrittäjiksi pystyäkseen paremmin vastaamaan vanhemmuuteen liittyviin vaatimuksiin.

Naisten ja miesten yrittäjyydsmotivaatiot voivat olla hyvin samankaltaisia, mutta naisten yrittäjyydsmotivaatioon vaikuttaa perhe, jonka ei ole nähty vaikuttavan miesten yrittäjyydsmotivaatioon. Naisten tavoite yrittäjyydessä kuitenkin yleisemmin on itsensä työllistäminen ja riittävä toimeentulo kuin esimerkiksi voiton maksimointi tai kasvu. (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005)

Myös inhimillisellä pääomalla eli tiedoilla, taidoilla ja kokemuksella on tutkimusten mukaan merkitystä päätökseen aloittaa yritystoiminta. Davidsson ja Honig (2003) mukaan yrittäjiksi ryhtyvillä on korkeampi koulutus eli enemmän eksplisiittistä tietoa. Yrittäjiksi ryhtyvillä oli myös enemmän aiempaa työ- ja start-up -kokemusta eli hiljaista tietoa. Erityisesti aiemmalla start-up -kokemuksella nähtiin olevan merkittävä vaikutus päätökseen aloittaa uusi yritystoiminta. Inhimillisen pääoman nähtiin lisäävän todennäköisyyttä ryhtyä yrittäjäksi, mutta sillä ei tutkimuksen mukaan ollut vaikutusta yrityksen tulokseen tai kannattavuuteen. Renzulli et al (2000) mukaan monipuolisen suhdeverkoston nähdään myös vaikuttavan positiivisesti halun käynnistää yritystoiminta.

Selviytyäkseen yrittäjänä nähdään yrittäjän tarvitsevan kolme peruspilaria, jotka ovat substanssiosaaminen, liiketoimintaosaaminen sekä yrittäjähenkisyys. (Viitala & Jylhä, 2013) Yrittäjyys vaatii sinnikkyyttä, ja siihen vaikuttaa tutkimusten mukaan persoonallisuustekijät, kuten sitoutuminen, inhimillinen pääoma ja identiteetti sekä ulkoiset tekijät, kuten palaute ja sosiaalinen tuki. (Klyver et al, 2017)

Yrittäjäksi ryhtyminen voi olla haastavaa, sillä siihen liittyy monenlaisia riskejä, kuten taloudelliset, urakehitykseen liittyvät, sosiaaliset ja psyykkiset riskit. Taloudelliset riskit pitävät sisällään toimeentuloon liittyvät haasteet, urakehitykseen liittyvät haasteet ovat mahdollinen paluu yrittäjästä takaisin palkkatyöhön, sosiaaliin riskeihin kuuluu yrittäjän muun sosiaalisen elämän rajoittuminen työn viemän ajan

vuoksi ja psykologinen riski sisältää yrittäjyyteen liittyvän mahdollisen epäonnistumiseen liittyvät psykologiset vaikutukset. (Kyrö, 2004; ref. Naisyrittäjyden edistämistyöryhmä, 2005)

Yrittäjäksi ryhtymiseen on siis monenlaisia polkuja ja motiiveja, sekä yrityksen käynnistämisen vaikuttavat myös monenlaiset muut tekijät, kuten esimerkiksi tietopääoma, saatavilla olevat resurssit sekä olemassa oleva suhdeverkosto ja sosiaalinen pääoma, joiden merkitykseen perehdymme tarkemmin seuraavassa luvussa. Yrittäjäksi ryhtymisen motiiveilla nähdään olevan yhteys suhdeverkon ja sosiaalisen pääoman kasvattamiseen (Klyver et al, 2017; Sharafizad & Coetzer, 2017), jotka voivat mahdollistaa mm. tietopääoman ja saatavilla olevien resurssien lisääntymisen.

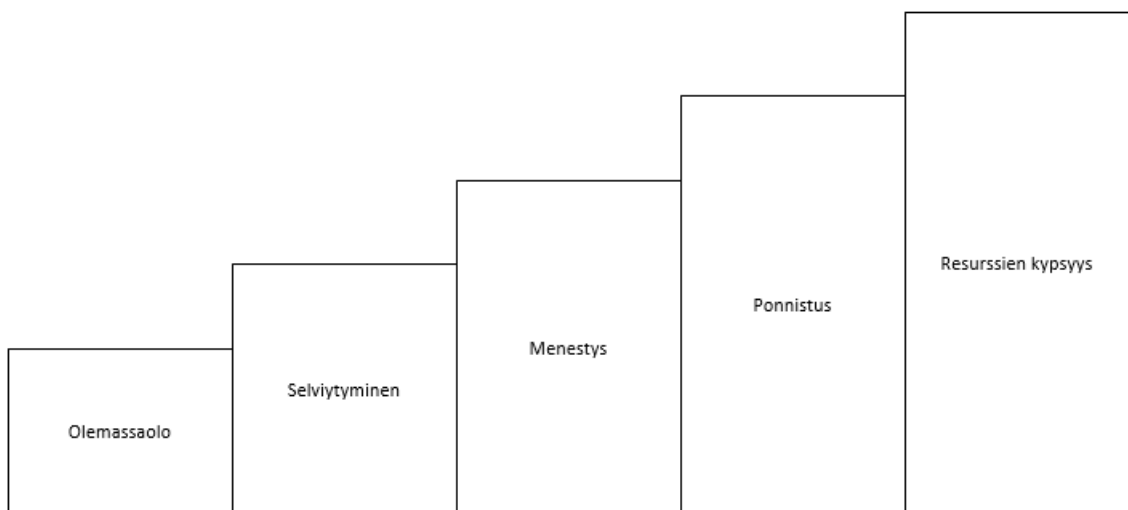
2.4 Yrityksen käynnistysvaihe

Yrityksen käynnistysvaihe on yksi yrityksen elinkaarimallin vaiheista. Elinkaarimalleja on olemassa useita, mutta yksi tyypillisimmin käytetyistä elinkaarimalleista on Churhill ja Lewisin (1983) viiden vaiheen elinkaarimalli, joka sisältää vaiheet olemassaolo, selviytyminen, menestys, ponnistus ja resurssien kypsyys. Churchill & Lewisin (1983) malli on kuvattu portaittain kuviossa 6.

Ensimmäisessä olemassaolon vaiheessa, eli niin sanotussa yrityksen käynnistysvaiheessa, yrityksen keskeisimmät haasteet ovat hankkia tarpeeksi asiakkaita sekä toimittaa heille tuotteet tai palvelut riittävän hyvin, että yritys pystyy jäämään henkiin. Yrityksen käynnistysvaihe vaatii yrittäjältä paljon aikaa, energiaa ja rahaa. Osa yrityksistä epäonnistuu, joko siitä syystä, ettei se pysty saavuttamaan asiakkaita tai tarvittavaa tuotevalikoimaa tai yrittäjä ei ole valmis antamaan yritykselleen niin paljon resurssejaan, että yritys voisi jäädä henkiin. Osa yrityksistä kuitenkin onnistuu pääsemään käynnistysvaiheen yli seuraavalle tasolle eli selviytymisvaiheeseen, jossa yritys osoittaa pystyvänsä olemaan elossa, mutta keskeinen haaste on, pystytäänkö yritystoiminnasta saamaan tarpeeksi tuottava.

Mikäli yritystoiminnasta saadaan tuottava, yritys siirtyy elinkaarellaan kolmannelle tasolle, joka on nimetty menestykseksi. Menestyksen tasolla yritys on tuottava ja sillä on käytössään asianmukaiset välineet selviytymiseen, yrityksen perustaja ei ole välttämättä enää niin keskeisessä roolissa, vaan yrityksessä on jo tarpeeksi ammattitaitoisia työntekijöitä ja mahdollisesti ammattijohtajiaakin. Menestymisen vaiheessa yritys voi joko jäädä saavuttamalleen kannattavuuden tasolle ja ylläpitää elinvoimaista liiketoimintaansa sopeutumalla markkinoiden muutokseen tai yritys voi hakea laajentumista ja kasvua, joka myös edellyttää entistä tulevaisuusorientoituneempaa näkemystä eli yrityksen strategisempaa johtamista.

Neljäs vaihe on lentoonlähtö, jolloin yrittäjien keskeisimmät haasteet ovat osata huomioida rahoitus nopeassa kasvuvaiheessa, toinen keskeisin haaste on, että tässä vaiheessa yrittäjän on osattava luovuttaa vastuuta selkeästi myös muille. Viides vaihe on resurssien kypsyminen, jolloin yritys on kasvanut ja sillä menee hyvin, ja suurimmat haasteet muodostuvat nopean kasvun ja pienen yrityksen etujen kuten yrittäjähenkisyyden, joustavuuden ja innovaatioiden luomisen yhdistämisen haasteisiin. (Churchill & Lewis, 1983)



Kuvio 6. Yrityksen elinkaarimalli. Mukailten Churchill & Lewis (1983).

Tässä tutkimuksessa keskitytään elinkaarimallin ensimmäiseen vaiheeseen eli sen olemassaoloon. Churchill ja Lewisin (1983) paljon käytetyssä mallissa yrityksen elinkaaresta on kuitenkin haaste, sillä siinä yrityksen elinkaaren ensimmäinen vaihe

kuvastaa jo perustetun yrityksen tilannetta. Sen vuoksi Churhill ja Lewisin (1983) malli ei sovellu suoraan tämän työn yrityksen käynnistysvaiheen määrittelyyn pohjaksi, vaan sovellan Penrose (1959) klassikon pohjalta Newtonin (2001; Papulová & Mokroš, 2007) elinkaarimallia, jossa yrityksen ensimmäinen kehitysvaihe on yrityksen käynnistysvaihe, joka on eritelty kahteen osaan, esikäynnistysvaiheeseen sekä varsinaiseen käynnistysvaiheeseen.

Esikäynnistysvaiheella tarkoitetaan aikaa, jolloin yrityksen käynnistystä vasta suunnitellaan. Esikäynnistysvaiheessa mahdollinen tuleva yrittäjä suorittaa pohdintaa yrityksen mahdollisuuksista, sen vaatimuksista, arvioi saatavilla olevia resursseja, yrityksen mahdollisuuksia ja markkinakelpoisuutta. Esikäynnistysvaiheessa tehdään päätös, lähdetäänkö liikeideaa viemään käytäntöön vai luovutaanko aikomuksesta perustaa yritys. Varsinainen käynnistysvaihe sisältää konkreettiset toimet yrityksen käynnistämiseksi. (Newton, 2001, Papulová & Mokroš, 2007; Sharafizad & Coetzer, 2017)

Myös kauppa- ja teollisuusministeriön (2005) julkaisuissa huomioidaan erikseen yrityksen elinkaaren vaiheissa intentio- eli esikäynnistysvaihe, jolloin tapahtuu mahdollisen tulevan yrittäjän yritysaikomuksen kypsyttely. Esikäynnistysvaihe on nostettu yhtä tärkeään asemaan muiden yrityksen kehitysvaiheiden kanssa, sillä se on välttämätön vaihe ennen yrityksen perustamista.

Liao et al (2005) mukaan yrityksen käynnistysprosessi voidaan määritellä olevan prosessi, joka alkaa yrittäjyysaikomuksesta ja päättyy ensimmäisiin myynteihin. Prosessi sisältää erilaisia yrityksen perustamiseen valmistavia toimia, kuten käsityksen mahdollisuuksista, liiketoiminnan rakenteen luomisesta sekä tavoitteiden saavuttamisen menetelmistä. Liao et al (2005) mukaan yrityksen käynnistysprosessi on epälineaarinen ja monimutkainen kokonaisuus, joka ei etene yhtenäisesti eikä kumuloituen, eikä sen vaiheita ole helppoa tunnistaa.

Yhdistän tässä työssä Lewis ja Churhill (1983) yrityksen elinkaarimallin ensimmäiseen olemassa olon vaiheen ja Newton (2001) yrityksen käynnistysvaiheen, joka sisältää yrittäjyysaikomuksen sekä varsinaisen yrityksen

käynnistysvaiheen. Tässä työssä yrityksen käynnistysvaihe määritellään siis olevan matka yrittäjyysaikomuksesta olemassa olevan yrityksen ensimmäisille kuukausille.

Yrityksen käynnistysvaihe on haastava vaihe yrittäjälle, sillä se sen aikana tulee suunnitella yritystoimintaa mm. liikeidean ja strategian hiomisen osalta sekä tehdä kaikki konkreettiset toimet yrityksen käynnistämiseksi. Tässä työssä keskitytään sosiaalisen pääoman vaikutukseen yrityksen käynnistysvaiheessa, jonka vuoksi muita yrityksen käynnistysvaiheeseen liittyviä toimia ei käsitellä tässä työssä tarkemmin.

3 Sosiaalinen pääoma

Tässä luvussa käsitellään työn toista teoreettista osa-aluetta, sosiaalista pääomaa. Tämän luvun alussa esitellään sosiaalisen pääoman käsite. Sen jälkeen keskitytään tarkemmin sosiaalisen pääoman rakenteelliseen ulottuvuuteen, jossa käydään läpi suhdeverkostojen rakennetta ja erilaisia siteitä. Sen jälkeen keskitytään sosiaalisen pääoman suhteelliseen ulottuvuuteen, jossa käsitellään tarkemmin siihen liittyviä tekijöitä, kuten suhteiden luonnetta ja sisältöä. Lisäksi käydään läpi erilaisia verkostoitumisen syitä ja lopuksi tarkastellaan, miten aiempien tutkimusten mukaan naisryttäjäien sosiaalinen pääoma eroaa miesryttäjäien sosiaalisesta pääomasta.

Sosiaalinen pääoma on moniulotteinen käsite ja sitä voidaan soveltaa eri tieteenaloilla. Kajanojan ja Simpuran (2000) mukaan sosiaaliseen pääomaan on neljä erilaista näkökulmaa: kommunitaristinen, institutionaalinen, synergia- ja verkostonäkökulma. Kommunitaristinen näkökulma tarkastelee yhteiskunnan ryhmiä, institutionaalinen näkökulma valtiota ja julkisia instituutioita, synergianäkökulma yksityisen ja julkisen sektorin suhteita ja verkostonäkökulma tutkii yrittäjiä ja liike-elämän ryhmiä. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan sosiaalista pääoma verkostonäkökulmasta.

Sosiaalista pääomaa ja suhdeverkostoa voidaan tarkastella joko sosiometrisestä tai egokeskeisistä näkökulmasta. Sosiometrisessä näkökulmassa sosiaalista verkostoa tarkastellaan kokonaisverkostona ja egokeskeisessä näkökulmassa tarkastellaan suhdeverkostoa yhden ihmisen (ego) näkökulmasta eli hänen suhteita muihin toimijoihin (alter). (Jokivuori & Alanen, 2005) Tässä tutkimuksessa käytetään egokeskeistä lähestymistapaa, sillä tässä tutkimuksessa halutaan selvittää tutkittavien naisryttäjäien suhdeverkostoja heidän henkilökohtaisista näkökulmistaan.

3.1 Sosiaalisen pääoman määritelmiä

Sosiaalisen pääoman käsite nousi esiin alun perin yhteisöjen tutkimuksissa, jossa korostettiin kaupunkien naapurustojen selviytymiseen ja toimintaan vaikuttavan henkilökohtaiset vahvat ja ristikkäiset suhteet, jotka loivat perustan yhteisön luottamukselle ja yhteistyölle (Jacobs, 1965; ref. Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Sosiaaliselle pääomalle ei ole olemassa yhtä tarkkaa määritelmää. Määritelmät sosiaalisesta pääomasta jakautuvat tyypillisesti sen mukaan, mistä näkökulmasta määrittäjä on sitä katsonut. Sosiaalinen pääoma voidaan nähdä pelkästään suhteiden verkostona tai suhteiden verkostojen lisäksi myös sen kautta hyödynnettävien varojen kokonaisuutena. Vaikka sosiaalinen pääoma on arvokasta, sillä ei voida käydä kauppaa. Lisäksi sosiaalinen pääoma mahdollistaa sellaisten päämäärien saavuttamisen, joita ei välttämättä saavutettaisi ilman sitä. (Nahapiet & Ghoshal, 1998.)

Sosiaalinen pääoma nähdään tyypillisesti joko ulkoisesta silloittavan (bridging) sosiaalisen pääoman näkökulmasta eli keskittyen rakenteelliseen ulkoisten suhteiden verkostoon, sisäisestä sitovan (bonding) sosiaalisen pääoman näkökulmasta eli keskittyen sisäisen ryhmän suhteisiin tai molemmista näistä. (Adler & Kwon, 2002)

Ulkoisen näkökulman kautta sosiaalista pääomaa ovat tarkastelleet esimerkiksi Burt sekä Bourdieu. Burt (1992, 9) mukaan sosiaalinen pääoma on ystäviä, työkavereita ja virallisempia yhteyksiä, joiden kautta saa mahdollisuuden käyttää taloudellista ja inhimillistä pääomaa. Lisäksi Burt liittää verkoston välitysmahdollisuudet osaksi sosiaalisen pääoman kokonaisuutta. Bourdieu (1985, 248; ref. Adler & Kwon, 2002) näkee sosiaalisen pääoman olevan kerääntymä todellisia ja potentiaalisia lähteitä, jotka ovat sidoksissa kestävän verkoston hallintaan, joka sisältää enemmän tai vähemmän vakiintuneita suhteita, jotka pohjautuvat tunnistamiseen ja tuttavuuteen.

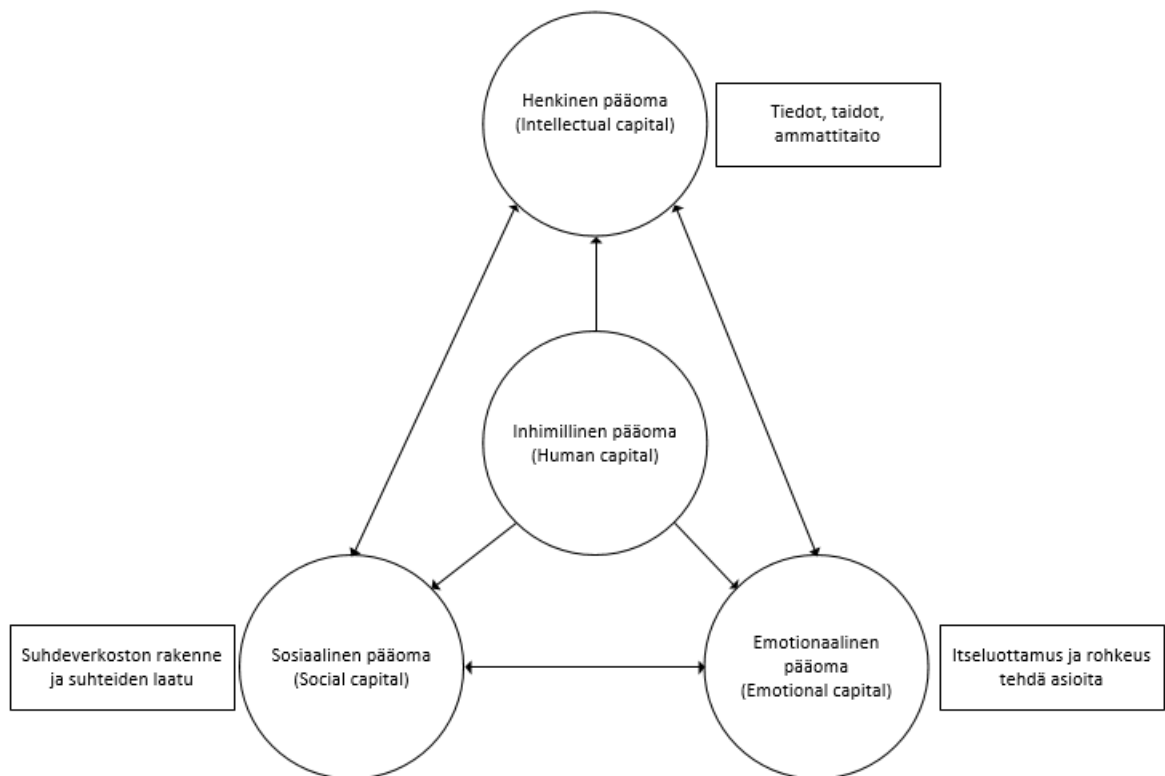
Sosiaalista pääomaa sisäisestä näkökulmasta tarkastelevat muun muassa Putnam ja Coleman, sillä Putnam (1995, 67; ref. Adler & Kwon, 2002) määrittelee sosiaalisen pääoman olevan sosiaalisen organisaation piirteitä, kuten verkosto, normit ja luottamus, jotka helpottavat molemmin puolin koordinoitua ja yhteistyötä, ja Coleman (1990, 302; Adler & Kwon, 2002) näkee sosiaalisen pääoman olevan määritelty sen tehtävällä. Se ei ole yksittäinen kokonaisuus vaan variaatio erilaisia kokonaisuuksia, joilla on kaksi ominaisuutta: ne koostuvat sosiaalisen rakenteen osa-alueista ja ne helpottavat yksittäisiä yksilöitä rakenteen sisällä.

Nahapiet ja Ghoshal sekä Woolcock näkevät sosiaalisen pääoman muodostuvan sekä ulkoisesta että sisäisestä ulottuvuudesta. Nahapiet ja Ghoshal (1998, 243) ovat määritelleet sosiaalisen pääoman olevan olemassa olevien ja potentiaalisten resurssien summa, jotka pohjautuvat yksilön tai sosiaalisen toimijan suhdeverkkoon. Sosiaalinen pääoma käsittää sekä verkoston että varat, joita voidaan käyttää kyseisen verkon kautta. Woolcock (1998, 153) määrittelee sosiaalisen pääoman olevan tietoa, luottamusta ja vastavuoroisuuden normeja sosiaalisessa verkostossa. (Adler & Kwon, 2002, 20)

Yhteistä kaikille sosiaalisen pääoman näkemyksistä kuitenkin on, että se muodostaa osan sosiaalisesta rakenteesta sekä helpottaa osapuolten toimintaa rakenteessa (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Tässä työssä sosiaalinen pääoma nähdään suhdeverkkoon rakenteena ja suhdesiteiden vahvuutena sekä näissä suhteissa syntyvänä arvokkaana resurssina, joista tässä tutkimuksessa keskitytään tiedonsaantiin sekä emotionaaliseen tukeen.

Sosiaalisen pääoman voidaan nähdä olevan yksi inhimillisen pääoman osatekijöistä. Ghoshal ja Gratton (2003) jakavat inhimillisen pääoman kolmeen osaan: henkinen pääoma (intellectual capital), sosiaalinen pääoma ja emotionaalinen pääoma (kuvio 7). Henkinen pääoma käsittää tiedon, taidot, oppimiskyvyn ja asiantuntemuksen. Sosiaalisella pääomalla tarkoitetaan sosiaalisten suhteiden verkkoa, jossa tietoa voidaan jakaa. Kolmannen osa-alueen muodostaa emotionaalinen pääoma, jolla tarkoitetaan itseluottamusta ja rohkeutta, joiden avulla saadaan muutettua tieto ja suhdeverkot toimiviksi.

Nämä kolme osa-aluetta yhdessä muodostavat etua tuottavan vahvan ja tukevan kokonaisuuden: Sosiaalisen pääoman kautta pystyy kehittämään henkistä pääomaa, emotionaalisen pääoman avulla pystyy muodostamaan avoimia ja luottamuksellisia sosiaalisia suhteita sekä sosiaaliset suhteet ja henkisen pääoman kasvu usein lisäävät itseluottamusta.



Kuvio 7. Inhimillisen pääoman osatekijät (mukaillen Gratton & Ghoshal, 2003, 2)

3.2 Sosiaalisen pääoman ulottuvuudet

Nahapiet ja Ghoshal (1998) ovat jakaneet sosiaalisen pääoman kolmeen eri ulottuvuuteen, jotka ovat rakenteellinen, suhteellinen ja kognitiivinen ulottuvuus, jotka ovat kuvattu taulukossa 1.

Sosiaalinen pääoma		
<u>Rakenteellinen ulottuvuus</u>	<u>Suhteellinen ulottuvuus</u>	<u>Kognitiivinen ulottuvuus</u>
- Verkoston rakenne	- Vuorovaikutus	- Jaetut tulkinat ja merkitykset
- Verkoston tiheys	- Suhteiden laatu	

Taulukko 1. Sosiaalisen pääoman kolme ulottuvuutta. (Mukaiillen Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Rakenteellisessa ulottuvuudessa tarkastellaan suhdeverkoston rakennetta, tiheyttä ja yhteyksiä eli ketä ja miten tavoitetaan. Nahapiet ja Ghoshal (1998) näkevät rakenteellisen pääoman koostuvan sidoksista, verkoston rakenteesta sekä soveltuvasta organisaatiosta. Sidoksilla tarkoitetaan yhteyksiä muihin toimijoihin. Verkostossa olevat sidokset jaotellaan tyypillisesti vahvoihin ja heikkoihin siteisiin. Verkostojen rakenteelliset ominaisuudet, kuten tiheys, yhdistettävyyys ja hierarkkisuus, vaikuttavat tiedon saatavuuteen ja eri osapuolten tavoitettavuuteen. Sosiaalisen pääoman rakenteellinen ulottuvuus eli erilaisten siteiden verkosto tarjoaa mahdollisuuden toimijoille päästä arvokasta sosiaalista pääomaa sekä kanssakäymisen kautta syntyvää vaihdantaa sisältäviin suhteisiin. (Adler & Kwon, 2002) Inkpen ja Tsang (2005) nostaa esille myös verkoston vakauden, jolla tarkoitetaan verkoston osapuolten pysymistä verkostossa. Sosiaalisen pääoman syntyminen vaikeutuu, mikäli verkoston osapuolet vaihtuvat usein ja verkostossa olevat siteet katkeavat.

Suhteellisella ulottuvuudella tarkoitetaan henkilökohtaisten suhteiden kautta kehitettyä vuorovaikutusta, joka pohjautuu esimerkiksi ystävyyteen tai kunnioitukseen. Osapuolten käyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä vuorovaikutussuhteessa ovat esimerkiksi luottamus, normit, arvostus, velvoitteet ja odotukset ja toistensa tunteminen. (Nahapiet & Ghoshal, 1998) Suhteellinen

ulottuvuus tarkastelee suhteissa tapahtuvan vuorovaikutuksen kautta syntyviä hyötyjä. Suhteellisen ulottuvuuden yksi keskeisimmistä osista on luottamus, jolla on keskeinen rooli halukkuudessa jakaa tietoa. (Inkpen & Tsang, 2005)

Kognitiivisella ulottuvuudella tarkoitetaan osapuolten välisiä jaettuja tulkintoja ja merkityksiä (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Inkpen ja Tsang (2005) korostavat kognitiivisen ulottuvuuden osina jaettuja tavoitteita ja kulttuuria. Jaetut tavoitteet käsittävät verkon jäsenten käsitykset siitä, mitä vuorovaikutuksella tai kumppanuudella halutaan tavoittaa. Jaettu kulttuuri käsittelee pääosin organisaatioiden välistä vuorovaikutusta, jolloin yritysten erilaiset organisaatiokulttuurit kohtaavat, jolloin kulttuureiden välille on luotava kompromisseja yhteistyön onnistumiseksi. Vaikka sosiaalisen pääoman kognitiivinen ulottuvuus käsittää tärkeitä osa-alueita sosiaalisessa kanssakäymiseen liittyen, kognitiivinen ulottuvuus on vielä toistaiseksi vähemmän tunnettu sosiaalisen pääoman alue (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Tässä työssä käsitellään sosiaalista pääomaa rakenteellisen sekä suhteellisen ulottuvuuden kautta. Rakenteellista pääomaa tutkitaan verkoston rakenteen kautta sekä suhteellista pääomaa verkostossa olevien suhteiden laadun sekä niissä jaetun sisällön, eli tässä tutkimuksessa pääosin tiedon saannin ja emotionaalisen tuen, kautta. Sosiaalisen pääoman kognitiivinen ulottuvuus on jätetty tämän tutkimuksen ulkopuolelle, koska tässä työssä tutkitaan case-yrittäjien verkostoltaan yksisuuntaisesti saamaa tietoa ja tukea käsittelemättä suhteiden vastavuoroisuutta, erilaisten toimintakulttuurien kohtaamista tai verkoston jäsenten tavoitteiden yhdistämistä vuorovaikutussuhteeseen.

3.3 Verkoston rakenne

Sosiaaliset verkostot ovat epävakaita ja ne muokkautuvat ajan myötä. Ne ovat dynaamisia erilaisten sosiaalisten suhteiden joukkoja, joissa haluttuja suhteita aktivoidaan tarvittaessa. Yrityksen tarvitsemat resurssit ja tätä myötä kontaktien tyypit vaihtelevat yrityksen eri vaiheiden myötä. (Sharafizad & Coetzer, 2017)

Coleman (1988) toteaa tiedon olevan tärkeä osaamisen perusta, mutta tiedon hankinta vaatii resursseja. Sosiaaliset suhteet helpottavat tietoihin pääsyä ja täten tietojen hankintaan tarvittava aikaa ja resurssit vähenevät. Rakenteellinen pääoma vaikuttaa eniten henkisen pääoman kehittymiseen, sillä se tarjoaa eri osapuolille mahdollisuuden jakaa tietoa ja päästä osalliseksi toimintaan.

Renzulli et al (2000) mukaan heterogeenisen suhdeverkoston, eli mahdollisimman paljon erilaisia suhteita sisältävän verkoston, nähdään vaikuttavan positiivisesti halukkuuteen käynnistää yritystoiminta. Myös Aldrich et al (1989) mukaan verkkoresursseihin pääsy korreloi merkittävän positiivisesti päätökseen aloittaa uusi liiketoiminta. Myös suhdeverkoston rakenteella nähdään olevan merkitystä, sillä suhdeverkostossa keskeisellä sijainnilla oleminen nähdään yleensä etuna tunnistaa mahdollisuuksia liike-elämässä ja tavoittaa tärkeitä tiedonlähteitä, jotka voivat johtaa yrityksen perustamiseen. Täten rakenteellinen sosiaalinen pääoma voi lisätä mahdollisuutta ryhtyä yrittäjäksi. (Liao & Welch, 2005) Suhdeverkosto tarjoaa potentiaalia ja mahdollisuuksia uudelle yrittäjälle päästä käsiksi tietoon, resursseihin ja tukeen, jota tarvitaan yrityksen aloitusvaiheessa. Yrittäjyyden verkostoihin liittyvä kirjallisuus korostaa suhdeverkoston keskeistä sijaintia sekä suhdeverkoston laajuuden merkitystä uuden yritystoiminnan aloittamisessa. (Zalesna, 2012)

Brüderl ja Preisendörfer (1998) mukaan yrittäjät, joilla on laaja ja monipuolinen suhdeverkosto, ovat menestyksekkäämpiä kuin ne, joilla on suppea ja yksipuolinen suhdeverkosto. Lisäksi yrittäjyysverkostojen kautta saatujen resurssien saatavuuden nähdään vaikuttavan yrityksen selviytymiseen ja kasvuun. Renzulli et al (2000) tutkimuksessa todettiin heterogeenisen suhdeverkoston vaikuttavan positiivisesti pääsyyn monipuolisiin tietolähteisiin. Hansen (1995) mukaan aktiivisella verkostolla sekä yrittäjyysverkoston tiheydellä nähdään olevan merkittävää vaikutusta yrityksen käynnistysvaiheen menestykseen.

Burt (1997) korostaa verkoston rakenteen merkitystä siten, että harva verkko on tiheää verkkoa tehokkaampi siitä syystä, että se tarjoaa laajemman skaalan tietoa, sillä tiheässä verkossa tiedossa on päällekkäisyyttä eli redundanssia. Tiheän verkon, jossa jäsenet tuntevat toisensa ja jakavat keskenään samanlaista

informaatiota, rakentamisen sijaan on tehokkaampaa ja kannattavampaa keskittyä rakentamaan harvaa verkostoa. Harva verkosto tarjoaa yhteyksiä erilaisiin ja eri verkostoissa oleviin ihmisiin, jolloin saa tehokkaammin pääsyn uudenlaiseen tietoon ja erilaisiin lähteisiin, jolloin tehoton päällekkäisen tiedon määrä vähenee.

Burt (1997) mukaan yhteydet ei-päällekkäistä tietoa omaaviin toimijoihin ovat eniten merkityksellisiä, mutta Jensen ja Greven (2003) mukaan suhdeverkoston matalalla redundanssilla, eli tiedon päällekkäisyydellä, ei ole suoraa yhteyttä yrityksen käynnistysvaiheen onnistumiseen, mutta korkean redundanssin havaittiin liittyvän tuen ja tiedon saantiin. Jensen ja Greven (2003) tutkimus osoitti, että verkoston korkea redundanssi ja verkostoituminen sellaisten ihmisten kanssa, jotka tuntevat toisensa, mahdollistavat pääsyn tietoon.

Jensen ja Greven (2003) näki tämän johtuvan siitä, että mitä enemmän ihmiset ovat verkostoituneita keskenään, sitä enemmän heidän välilleen syntyy luottamusta, joka edistää tiedon jakamista. Korkean redundanssin verkoston nähdään tarjoavan paremmin informaatiota, vähentävän epävarmuutta ja lisäävän keskinäistä yhteisymmärrystä. Sitä vastoin tietojen saaminen erilaisilta kontakteilta voi aiheuttaa ristiriitaisuutta sekä liiallinen tietomäärä voi aiheuttaa sekavuutta ja jopa ehkäistä toimintaa, joka on välttämätöntä yrityksen käynnistysprosessissa.

Redundanssin osalta on huomioitavaa, että vaikka verkoston jäsenet tuntevat toisensa, sillä ei ole päällekkäisyyden kannalta kovin suurta merkitystä, mikäli heillä on erilaiset verkostot sekä eri lähiverkoston muodostamat klusterit, jonka kautta heillä on erilaista tietoa. Klusteriksi kutsutaan lähiverkoston muodostamaa tiheää verkostoa. Heikot siteet ovat siltoja toisiin klustereihin. Optimaalisimmassa asemassa ovat sellaiset verkoston jäsenet, joilla on mahdollisimman paljon yhteyksiä yli rakenteellisten aukkojen toisiin klustereihin. Se mahdollistaa heille pääsyn mahdollisimman laajaan määrään tietoa sekä uusia kontakteja, jotka tarjoavat enemmän mahdollisuuksia. (Burt, 1997)

Fornoni et al (2012) mukaan luottamus ja suhteen kesto vaikuttavat eniten tiedonsaantiin ja verkoston rakenne ja oma sijainti verkostossa nähtiin hyödyttävän pääosin vain markkinoille pääsyssä. Tutkimuksen mukaan yrittäjien kannattaisi keskittyä rakentamaan mieluummin vähäinen määrä laadukkaita suhteita kuin hankkia laajaa suhdeverkostoa.

Davidsson ja Honig (2003) mukaan yrittäjän on kuitenkin suotavaa rakentaa ja kehittää kaikenlaisia verkostojaan menestyäkseen yritystoiminnassa. Erityisesti yrittäjän henkilökohtaisella lähiverkostollaan nähdään olevan erittäin tärkeä rooli yrityksen käynnistysvaiheessa (Zalesna, 2012). Renzulli et al (2000) mukaan sukulaissuhteista saatu sosiaalinen tuki ei kuitenkaan korvaa laajan suhdeverkoston tuomia informaation pääsyn etuja yrityksen käynnistysvaiheessa.

Koska yrityksen käynnistysvaiheessa on todella paljon tehtäviä asioita sekä yrittäjällä hyvin rajallisesti aikaa ja resursseja, niin Newbert ja Tornikoski (2012) suosittelee yrittäjien, joilla on olemassa oleva toimiva tukiverkosto, keskittymään enemmän muihin yrityksen käynnistämiseen liittyviin toimintoihin kuin kasvattamaan verkostoaan. Newbert ja Tornikoski (2012) eivät näe yrittäjää tukevan verkoston kasvattamisen vaikuttavan suoranaisesti yrityksen menestymiseen, vaan on uudelle yrittäjälle lisäarvoa tuottavaa vain tietyissä olosuhteissa.

Yritysten aineettoman pääoman osa-alueiden taso on yrityksen käynnistysvaiheessa kaikkein alhaisin elinkaarensa aikana, sillä kaikki aineettoman pääoman komponentit kehittyvät ajan kuluessa, joten yritysten siirtyessä kasvu- ja kypsyysvaiheisiin aineettoman pääoman osa-alueet, kuten osaaminen ja suhdeverkostot, kasvavat ja kehittyvät (Zalesna, 2012). Uusien yritysten pääsy tarvittaviin resursseihin sekä suhdeverkoston vakaus vaihtelevat paljon, joka voi vaikuttaa yrityksen kohtaloon jo alkutaipaleella. Yhteistyökumppanit tarjoavat mahdollisuuksia päästä resursseihin nopeammin, jonka vuoksi uusille yrityksille on hyödyllistä hankkia toimiva yhteistyöverkosto, jotta yritys pääsee nauttimaan pidemmällä markkinoilla olevan yrityksen eduista. (Baum et al, 2000)

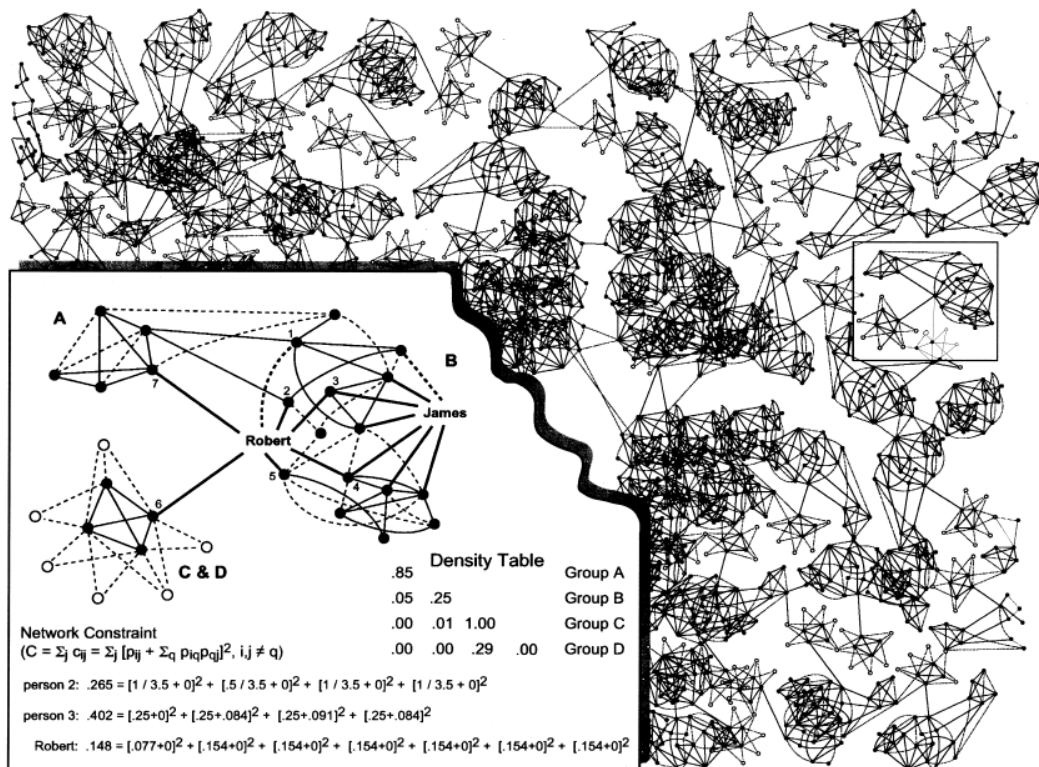
3.4 Heikot ja vahvat siteet

Granovetter (1973) jaottelee sosiaaliset suhteet heikkoihin ja vahvoin siteisiin. Vahvoin siteisiin kuuluvat sellaiset henkilöt, jotka ovat läheisiä ja joiden kanssa ollaan paljon tekemisissä. Suhteen vahvuuteen vaikuttavat suhteeseen käytetty aika, intiimiys, emotionaalinen intensiteetti sekä vastavuoroisuus.

Vahvat siteet eroavat heikoista siteistä myös luottamuksen osalta, sillä tiiviit sosiaaliset suhteet pohjautuvat yleensä luottamukseen. Lähiverkosto koostuu niin sanotuista vahvoista siteistä eli läheisistä ihmisistä, joiden kanssa ollaan tekemisissä paljon. Lähiverkoston osapuolet tietävät paljon, mitä muut lähiverkoston jäsenet tietävät ja tieto on usein päällekkäistä jäsenten kesken eli kaikilla on samaa tietoa.

Heikot siteet tarkoittavat tuntemattomampia ihmisiä ja suhteita, joiden kanssa ei olla niin tiiviisti tekemisissä. Heikot siteet yhdistävät eri klustereissa olevia henkilöitä yli rakenteellisten aukkojen ja täten mahdollistavat erilaisen tiedon saatavuuden eri ihmisten keskuudessa. Granovetter (1973) korostaa heikkojen siteiden merkitystä sosiaalisen pääoman keskeisenä osana, sillä niiden kautta toimijat pääsevät käsiksi uudenlaiseen tietoon verrattuna lähipiiristä saatuun tietoon, jossa tieto on pääosin redundanssia eli keskenään samanlaista ja kerrostunutta.

Erilaisista syntyneistä sidoksista syntyy verkostolle rakenne. Suhdeverkostoja havainnollistavissa kuvioissa vahvat siteet ovat tyypillisesti esitetty yhtenäisenä viivana ja heikot siteet katkoviivoina. Kuvio 8 havainnollistaa suhteiden verkostoa visuaalisessa muodossa.

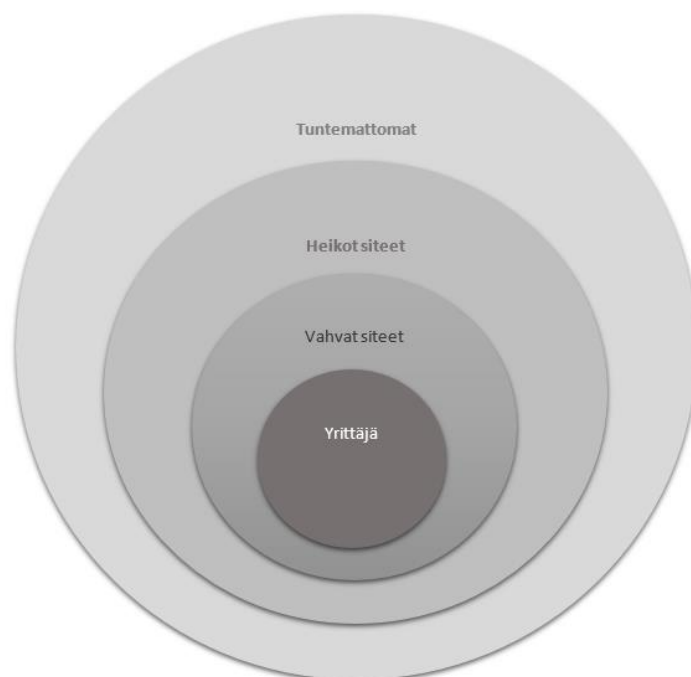


Kuvio 8. Verkostojen maailma (Burt, 2004)

Greve ja Salaff (2003) mukaan ihmiset tyypillisesti hakevat tietoa ja tukea sosiaalisen verkoston vahvoilta siteiltä sellaisissa tilanteissa, kun tarvitaan suojelevaa ympäristöä, kuten yrityksen perustamisen suunnittelussa. Yrittäjän henkilökohtaisista suhteista muodostuvan epävirallisen verkoston rooli yrityksen käynnistysvaiheessa on merkittävä, sillä yrittäjien on todettu luottavan pääosin epävirallisiin suhteisiin ja vain vähän virallisiin suhteisiin yritystä käynnistäessä. Yrityksen käynnistysvaiheessa yrityksen suhdeverkosto sisältää pääosin yrittäjän henkilökohtaisia sosiaalisia suhteita, mutta yrityksen edetessä elinkaarellaan suhdeverkostoon tulee yhä enemmän myös markkinasuhteita. (Toivola, 2006, 24)

Putnam (2000) erittelee sosiaalisen pääoman sitovaan (bonding) sosiaaliseen pääomaan ja yhdistävään (bridging) sosiaaliseen pääomaan. Sitova sosiaalinen pääoma tarkoittaa sisäistä lähiverkostoa ja käsittelee sen sisäistä vuorovaikutusta. Yhdistävä sosiaalinen pääoma tarkastelee sosiaalisen verkoston yhteyksiä ulkopuolisiin lähteisiin, jotka tarjoavat tiedon monimuotoisuutta.

Aldrich et al (1996) on jakanut yrittäjän sosiaaliset suhteet kolmeen eri tyyppiin, lisäten suhdeverkostojen siteisiin vahvojen ja heikkojen siteiden lisäksi vielä kolmannen ryhmän, tuntemattomat (kuvio 9). Selkeää suhteiden lajittelua on kuitenkin usein vaikeaa tehdä, sillä rajat ovat melko häilyviä. Sisimmäinen ympyrä kuvastaa yrittäjän neuvonantajia, jotka kuuluvat verkoston vahvoihin siteisiin. Vahvojen siteiden suhteita on yleensä suhteellisen vähän ja ne ovat pitkäkestoisia sekä perustuvat luottamukseen ja vastavuoroisuuteen. Keskimmäinen ympyrä kuvastaa yrittäjän ulkoisia suhteita, jotka kuvastavat heikkoja siteitä. Nämä suhteet ovat tyypillisesti lyhyempikestoisia, niitä hyödynnetään harvemmin sekä ne ovat epävarmempia. Nämä suhteet ovat yleensä horrostilassa ja niitä käytetään vain silloin, kun niitä tarvitaan. Uloin ympyrä kuvastaa yhteyttä tuntemattomiin ihmisiin tai henkilöihin, joihin ei ole luotu erityistä suhdetta. Näitä suhteita kutsutaan ennemminkin kontakteiksi kuin varsinaisiksi suhdesiteiksi. Suhde heihin on käytännön tarpeeseen perustuva ja yhteydenpito hetkellistä, eikä suhteeseen liity tunnesidettä. Suhteet tuntemattomiin ihmisiin ja näiden suhteiden hyödyt ovat selkeästi vähemmän ymmärretty joukko suhteita, sillä niiden olemassa oloa ei aina edes havaita, mutta ne ovat mahdollisuus osana yrittäjän suhdeverkostoa.



Kuvio 9. Suhdeverkoston erilaiset siteet (mukaiillen Aldrich et al, 1996)

4 Sosiaalisen pääoman vaikutus yrityksen käynnistysvaiheeseen

Neljännessä luvussa käsitellään sosiaalisen pääoman vaikutusta yrityksen käynnistysvaiheeseen. Tässä työssä keskitytään suhdeverkoston sisällä tapahtuvan vuorovaikutukseen kautta syntyneeseen sosiaaliseen pääomaan, joka mahdollistaa yrittäjälle monenlaisia aineettomia hyötyjä. Aineettomien hyötyjen osalta keskitytään erityisesti yrittäjän saamaan tietoon ja emotionaaliseen tukeen, joiden hyödyllisyyttä yrityksen käynnistysvaiheessa tutkitaan tämän työn empiirisessä osiossa.

4.1 Sosiaalisen pääoman merkitys yrittäjälle

Sosiaalinen pääoma on liitetty nykyisin yhä tiiviimmin yrittäjyyden tutkimuskenttään. Yritystasolla sosiaalisen pääoman kautta lähestytään tyypillisesti sitä, kuinka yritykset hallinnoivat suhdeverkostoaan, ja mitä ne tuottavat yritykselle. Yksilötasolla tutkimukset ovat keskittyneet tutkimaan yrittäjän henkilökohtaisen verkoston kautta tavoitettuja resursseja, joihin ei muuten päästäisi käsiksi. Zalesna (2012) mukaan yrittäjällä ja hänen henkilökohtaisella lähiverkostollaan on erittäin tärkeä rooli yrityksen käynnistysvaiheessa. Baum et al (2000) mukaan yrittäjän ei kannata edes lähteä käynnistämään yritystä ilman sopivaa verkostoa. Ilman toisten ihmisten tukea monet yrittäjäksi ryhtyvät päättävät luopua yrityksen käynnistämisyrittämisistään (Klyver et al, 2017).

Vuković et al (2017) toteavat tutkimuksessaan sosiaalisen pääoman olevan merkittävä yhdistävä tekijä yrittäjäksi ryhtymiselle sekä yrittäjien tunteminen nähdään olevan merkittävä ennustaja yrittäjäksi ryhtymisen aikomuksille sekä roolimallin että tiedonsaannin takia. Davidsson ja Honig (2003) mukaan vahvoilla siteillä olevan voimakas merkitys ryhtyä yrittäjäksi, sillä mikäli henkilöllä on lähipiirissä yrittäjiä sekä erityisesti, mikäli lähipiiri kannustaa yrittäjyyteen, todennäköisyys yrittäjyyteen kasvaa. Niille henkilöille, kenellä on heikko läheisten suhteiden verkosto, silloittava sosiaalinen pääoma eli suhdesiteet lähipiiriin

ulkopuolella oleviin henkilöihin tarjoavat heille mahdollisuuden yrittäjäksi ryhtymiseen tarvittaviin verkostoihin (Vuković et al, 2017).

Yleinen käsitys on, että korkeatasoinen sosiaalinen pääoma saadaan tavoitettua hyvän maineen, merkityksellisen kokemuksen ja suorien kontaktien kautta, jotka auttavat yrittäjää pääsemään käsiksi pääomasijoittajiin, kilpailun kannalta keskeisiin tietolähteisiin ja potentiaalsiin asiakkaisiin (Liao & Welch, 2005). Yrittäjän taipumukseen luoda suhteita vaikuttaa hänen motivaationsa rakentaa ja ylläpitää suhteita sekä hänen persoonallisuutensa ja tapa hahmottaa ympäristöään. Verkostot ovat yrittäjälle tärkeä väline toteuttaa liiketoimintaa. Verkostot luovat yrittäjälle itseluottamusta sekä kasvattavat osaamista (Toivola, 2006). Yrittäjän henkilökohtaiset suhteet mahdollistavat yrittäjälle oppimisprosessin, ja ne ovat yritykselle sitä tärkeämmät, mitä uudempi ja erilaisempi yritys on. (Johannisson, 2000; ref. Toivola, 2006).

Sosiaalisella pääomalla nähdään olevan elintärkeä rooli yritystoiminnan käynnistämisessä. On kuitenkin huomioitava, että yrittäjän ei ole tarkoitus vain rakentaa suhdeverkostoa, vaan varmistaa, että hänen suhdeverkostonsa vastaa hänen tarpeitaan. Tästä syystä on hyvä erottaa sosiaalinen pääoma sosiaalisesta verkostosta eli nähdä suhteiden rakenne erillään merkityksellisistä suhteista, joissa syntyy arvokasta sosiaalista pääomaa. (McAdam, 2013; Sharafizad & Coetzer, 2016)

Yritystoimintaa käynnistävällä yrittäjällä on harvoin kaikkia yritystoiminnan aloittamiseen tarvittavia tietoja ja taitoja. Tarvittavia tietoja ja taitoja yrittäjä pystyy saavuttamaan verkostoitumisen kautta. Verkostoitumisen nähdään tuovan yritykselle kilpailuetua ja tarjoavan paremmat mahdollisuudet selviytymiseen. (Sharafizad & Coetzer, 2017) Verkostot ovat tärkeitä yritykselle perustamisen, olemassaolon ja kasvun kannalta sekä suhdeverkosto on koettu arvokkaaksi tietoihin ja resursseihin pääsyn kannalta. Näiden lisäksi internet tarjoaa uudenlaisen tavan päästä tietolähteisiin, mutta hiljaisen tiedon siirtämiseen internetin välityksen suhtaudutaan epäilevästi sen vuoksi, että sitä kautta ei pysty syntymään samanlaista luottamuksellista suhdetta kuin kasvotusten. (Doug & Anderson, 2012).

Yritysten verkostot voidaan jakaa kolmeen eri tyyppiin, jotka ovat vaihdantaverkosto, vuorovaikutusverkosto sekä sosiaalinen verkosto. Vaihdantaverkosto käsittää liiketoimintaan, esimerkiksi kaupankäyntiin tai tuotantoon, liittyvät yhteistyökumppanit. Vuorovaikutusverkosto käsittää yrityksen suhteet yksilöihin, yrityksiin tai organisaatioihin, joiden kanssa vaihdetaan tietoa. Yritysten välisen yhteistyön tarkoitus on jakaa tietoa ja tekniikoita sekä vähentää kustannuksia. Yhteistyösuhteet tarjoavat pienille yrityksille mahdollisuuden kilpailla isompien yritysten kanssa. Sosiaalinen verkosto pitää sisällään yrittäjän henkilökohtaiset suhteet. Henkilökohtaiset suhteet ovat pienen yrityksen tärkein resurssien hankintaväylä sekä yrittäjällä on tärkeää olla henkilökohtaisista suhteista muodostuva tukiverkosto, johon se voi luottaa vaikeinkin hetkinä. Henkilökohtainen sosiaalinen verkosto voidaan nähdä jopa pienen yrityksen kilpailuedun lähteenä. (Toivola, 2006) Tässä työssä keskitytään vuorovaikutusverkostoon sekä erityisesti yrittäjän henkilökohtaiseen sosiaaliseen verkostoon, sillä Johannisson (2000; ref. Toivola, 2006) näkee yrityksen rakentuvan yrittäjän henkilökohtaisen suhdeverkoston pohjalta.

Yritystä perustaessa yrittäjät rakentavat itselleen tarvittavan verkoston, mutta suurin ero yrittäjien kesken verkostoissa tapahtuu siinä vaiheessa, kun toiset lähtevät kehittämään ja kasvattamaan yritystoimintaansa ja täten laajentamaan suhdeverkostoaan ja toiset tyytyvät olemassa olevaan liiketoimintaan. Yrityksen perustamisen nähdään olevan sosiaalinen prosessi, jolloin yrittäjä luottaa läheisiinsä. Yrittäjyydellä on sosiaalinen ulottuvuus, koska yrittäjä saa verkostonsa kautta pääsyn tarvittaviin resursseihin. Verkostoon vaikuttaa toimiala, toimialan tuntemus, koulutus, kulttuuri ja yrittäjyysmotivaatio. (Klyver et al, 2017)

4.2 Yrittäjyysmotivaation vaikutus suhdeverkoston rakentumiseen

Naisten yrittäjyysmotivaatioilla nähdään tutkimusten mukaan olevan vaikutusta yrityksen strategisiin ja operatiivisiin toimiin, kuten suhdeverkostoon ja sosiaalisen pääoman kasvattamiseen (Klyver et al, 2017) Sharafizad ja Coetzer (2016, 2017) ovat tutkineet yrittäjyysmotivaatioiden vaikutusta yrittäjän verkostoon kolmessa eri yrityksen vaiheessa: esikäynnistysvaihe, käynnistysvaihe ja vakiintumisvaihe. Yrittäjyysmotivaatiot ovat klassisesta syystä yrityksen perustaneet, eli sisäisen motivaation kautta yrittäjäksi ryhtyneet, pakotetusta syystä yrityksen perustaneet, eli ulkoisten motivaatioiden kuten työttömyyden vuoksi yrittäjäksi ryhtyneet sekä työn ja perheen yhdistäjät, jotka hakevat yrittäjyyden kautta tasapainoa työn ja perheen yhdistämiseen.

Sharafizad ja Coetzer (2016, 2017) mukaan yrityksen esikäynnistysvaiheessa yrittäjät luottavat tarkasti valittuun lähiverkostoonsa ja yrityksen perustamiseen liittyviä keskusteluja käydään hyvin pienen ja luotettavan verkoston sisällä. Yrittäjien nähdään käyttävän paljon aikaa sitoutuakseen näihin henkilöihin, jotka mahdollistavat heille liikeidean testausta sekä antavat neuvoja ja emotionaalista tukea. Esikäynnistysvaiheessa yrittäjät keskittyivät saamaan verkostoiltaan pääosin neuvoa ja tukea.

Varsinaisessa käynnistysvaiheessa verkoston kautta haetaan konkreettisempia resursseja kuten asiakkaita, tavarantoimittajia ja rahoittajia. Varsinaisessa käynnistysvaiheessa klassisesta ja pakottavasta syystä yritystoiminnan käynnistäneet tyypillisesti kasvattavat aktiivisesti sekä virallisia että epävirallisia ulkoisia verkostojaan. Sen sijaan perhesyistä yrityksen perustaneet yrittäjät luottivat edelleen vain läheisiin ystäviinsä ja perheenjäseniinsä, joilta he kokevat saavansa kaiken tarpeellisen.

Vakiintumisvaiheessa yrityksen joko klassisesta tai pakottavasta syystä perustaneet yrittäjät alkoivat muokata verkostoaan tietoisesti keskittyen sellaisiin toimijoihin, jotka tarjoavat heille liiketoimintamahdollisuuksia, resursseja tai tukea. He investoivat paljon aikaa ja resursseja luodakseen pitkäaikaisia suhteita valittuihin

toimijoihin. Heidän verkostonsa kuitenkin kasvoi hitaammin kuin edellisissä vaiheissa. Perhetaustaiset yrittäjät eivät laajentaneet verkostoaan vaan jatkoivat toimintaansa luottaen pitkäaikaisiin läheisiin suhteisiin perheen, ystävien tai olemassa oleviin luotettuihin sidosryhmiin. Taulukko 2 havainnollistaa yrittäjyysmotivaation vaikutusta yrittäjän verkostoon ja sen hyödyntämiseen.

<i>Motiivi / Vaihe</i>	Esikäynnistysvaihe	Käynnistysvaihe	Vakiintumisvaihe
Klassinen (sisäinen motivaatio, vetävät voimat)	Lähiverkoston tuki ja neuvot	Verkoston kasvattaminen	Keskittyminen kriittisiin suhteisiin, jotka tarjoavat liiketoimintamahdollisuuksia, resursseja ja tukea
Pakotettu (ulkoinen motivaatio, työntävät voimat)	Lähiverkoston tuki ja neuvot	Verkoston kasvattaminen	Keskittyminen kriittisiin suhteisiin, jotka tarjoavat liiketoimintamahdollisuuksia, resursseja ja tukea
Perheen ja työn yhdistäjät	Lähiverkoston tuki ja neuvot	Lähiverkoston tuki ja neuvot	Lähiverkoston tuki ja neuvot

Taulukko 2. Yrittäjyysmotiivin vaikutus suhdeverkoston yrittäjän rakentamiseen. (Mukaiillen Sharafizad & Coetzer, 2016, 2017).

Perhesyistä yrityksen perustaneet hyödyntävät pääosin vain lähiverkostoaan ja verkostoituminen tapahtuu pääosin epävirallisten suhteiden kautta. Lähiverkostoltaan he saavat emotionaalista tukea sekä he eivät juuri hyödynnä suhteitaan tiedonsaantiin. He haluavat pitää verkostonsa pienenä ja välttävät verkostoitumista heikkojen siteiden kanssa pienen olemassa olevan verkostossa vallitsevan luottamuksen takia. Heidän liiketoimintansa tavoite ei ole kasvattaa toimintaa vaan löytää joustavuus työn ja perheen välillä, joten pieni vahvoista siteistä muodostettu verkosto riitti heille ylläpitämään yrityksen toimintaa. He eivät myöskään ole huolissaan siitä, että verkoston rajallisuus vaikuttaisi yrityksen suorituskykyyn. He verkostoituivat sosiaalisen vuorovaikutuksen ja emotionaalisen tuen vuoksi, jotka auttoivat heitä vähentämään stressiä ja kokemaan vähemmän eristäytymisen tunnetta. (Sharafizad & Coetzer, 2016)

4.3 Tiedonsaanti ja emotionaalinen tuki yrityksen käynnistysvaiheessa

Aiemmissa tutkimuksissa on tyypillisesti tarkasteltu yrittäjän suhdeverkostoa rakenteellisesta ja suhteellisesta näkökulmasta, keskittymättä sen sisältävien suhteiden sisältöön ja olemukseen tiedonsaannin ja emotionaalisen tuen näkökulmasta. Pelkän verkostonäkökulman voidaan nähdä olevan melko rajallinen tapa tutkia sosiaalisen verkostoa vaikutusta aloittavaan yrittäjään, sillä suhteiden sisällön tutkiminen voisi tarjota merkityksellisempää tietoa. (Klyver et al, 2017) Tässä tutkimuksessa yhdistyvät sekä verkoston rakenteen, että sen sisällä olevien suhteiden tarkastelu, jonka avulla saadaan yksityiskohtaisempaa tietoa siitä, millaisia rooleja verkoston eri suhteilla on ja millaisista asioista on ollut yrittäjälle eniten merkitystä yritystä käynnistäessä.

Sosiaalisen tuen voidaan nähdä muodostuvan emotionaalisesta sekä instrumentaalista tuesta. Emotionaalinen tuki käsittää empatiaa ja kuuntelua, kun taas instrumentaalinen tuki on konkreettisia neuvoja sisältävää tukea. Sosiaalisen tuen lähteet voidaan jakaa ammatillisiin ja ei-ammattillisiin lähteisiin. (Edelman et al, 2016) Ei-ammattillisten lähteiden tärkeimpiin tekijöihin kuuluu perhe, jonka ominaisuuksilla on nähty olevan vaikutusta uusien yritysten syntymiseen (Aldrich & Cliff, 2003).

Suhdeverkostojen tarjoaman aineettoman tuen merkitys yrityksen käynnistysvaiheessa on havaittu erilaisissa tutkimuksissa jo kauan aikaa sitten (Sharafizad & Coetzer, 2016). Brüderl ja Preisendörfer (1998) mukaan sosiaalisen verkoston tuen nähdään lisäävän todennäköisyyttä uusien yritysten eloonjääntiin ja kasvuun, erityisesti perheenjäseniltä saadun emotionaalisen tuen merkitys on suuri yrityksen käynnistysvaiheessa. Tutkimuksissa on havaittu hyötyä perheeltä itseltään saatavan tuen lisäksi myös aloittavan yrittäjän jo yrittäjänä toimivien vanhempien sosiaalisen pääoman ja suhdeverkoston hyödyntämistä yrityksen seuraavan sukupolven yritystä käynnistäessä (Laspita et al, 2012; Edelman et al, 2016).

Brüderl ja Preisendörfer (1998) mukaan tärkein suhdeverkostosta saatu tuki nähtiin saatavan enemmän verkoston vahvoilta kuin heikoilta siteiltä. Jensen ja Greve (2003) mukaan sekä vahvoilla että heikoilla siteillä on merkittävä vaikutus tiedon saantiin sekä yrityksen käynnistysvaiheen menestykseen. Sosiaalinen tuki, joka edistää yrityksen käynnistysvaihetta, saadaan pääosin vahvoilta siteiltä, joiden keskuudessa on korkea redundanssi eli tiedon päällekkäisyys. Matalan redundanssin ja verkoston ulkopuoliset kontaktit ovat kuitenkin mm. parempia arvioimaan yritystä kuin läheiset ystävät.

Naiset ja miehet saavat yhtä todennäköisesti emotionaalista tukea, mutta suhdeverkostojen naisjäsenet tarjoavat enemmän emotionaalista tukea kuin miehet. Mielenkiintoinen tutkimustulos on myös se, että emotionaalista tukea saadaan mieluummin muilta suhdeverkoston jäseniltä kuin perheenjäseniltä tai puolisoilta. Tämä voidaan nähdä liian vahvojen suhteiden heikkoutena ainakin emotionaalisen tuen osalta. (Klyver et al, 2011)

Tukea voidaan saada henkilökohtaisen suhdeverkoston lisäksi myös mm. erilaisilta verkostoilta, yhdistyksiltä, yrityksistä tukevilta organisaatioilta ja yrityshautomoilta. Peña (2002) mukaan yrittäjät, jotka arvostavat yrityskeskusten tarjoamia aineellisia tai aineettomia palveluita sekä mahdollisuutta jakaa tietoa ja puhua ongelmista toisten yrittäjien kanssa, menestyvät paremmin. Yrityshautomot tarjoavat ratkaisun, jossa yrittäjät luoda yhdessä toistensa tukemisen perustuvan ilmapiirin, jonka avulla yritykset pystyvät yhdessä voittamaan kaikille haasteellisen yrityksen käynnistysvaiheen. Davidsson ja Honig (2003) mukaan pienyrittäjiä auttaviin virastoihin yhteydessä olevat yrittäjät selviävät yrityksen käynnistämiseen liittyvistä toimista nopeammin, mutta sillä ei ole kuitenkaan vaikutusta yrityksen menestymiseen.

Monet tutkimukset korostavat suhdeverkoston tarjoamaa pääsyä uudelleen tietoon, mutta tutkimuksissa ei kiinnitetä huomiota suoranaisesti tiedonomaksumiskykyyn. Klyver et al (2017) yhdistävät emotionaalisen (kuuntelu ja empatia) tuen tärkeäksi osaksi instrumentaalista (konkreettinen auttaminen ongelmassa) tukea, sillä heidän mukaansa henkilön emotionaalinen kunto nähdään

tärkeässä yrityksen käynnistysaktiviteetteihin sitoutumisen lisäksi myös kykyyn omaksua uutta tietoa. Yrittäjän sosiaalisesta verkostosta saatu emotionaalinen tuki voi olla kriittinen tekijä yrityksen käynnistämiseen liittyvään periksi antamattomuuteen sekä instrumentaalisen tiedon omaksumiseen, joka johtaa yrittäjyystoimenpiteiden onnistumiseen.

Tuen saamisen tarpeeseen ja hyödyllisyyteen vaikuttaa myös käynnistysprosessin vaihe, sillä yrityksen alkuvaiheessa on paljon stressaavia tilanteita, jotka vaativat sinnikkyyttä ja tiedonomaksumiskykyä. Emotionaalinen ja instrumentaalinen tuki nähdään vaikuttavan positiivisesti sinnikkyyteen sekä emotionaalisella tuella nähdään olevan yhteys tiedonomaksumiskykyyn. Sosiaalisen tuen hyödyllisyys vaihtelee yrityksen käynnistysprosessin aikana. Yrittäjä tarvitsee eniten emotionaalista tukea yrityksen käynnistämisen alkuvaiheessa, kun käynnistämiseen liittyviä toimenpiteitä on vielä paljon tekemättä ja yrittäjäidentiteetti muodostumassa. Tuen tarpeeseen vaikuttaa myös yrityksen perustajan ikä, sillä vanhemmat yrittäjät ei tarvitse niin paljoa instrumentaalista tukea kuin nuoremmat yrittäjät, sillä vanhemmilla on kertynyt kokemusperäistä tietoa. (Klyver et al, 2017)

4.4 Nais- ja miesyrittäjien erot sosiaalisessa pääomassa

Sosiaalisessa pääomassa voidaan nähdä olevan merkittäviä eroja sukupuolten välillä, sillä naisten suhdeverkostojen voidaan nähdä olevan hyvin erilaiset miesten suhdeverkostoihin nähden. Robinson ja Stubberud (2009) mukaan naisyrittäjät ovat suhdeverkostonsa osalta suorituskyvyltään heikommassa asemassa verrattuna miehiin, sillä naiset nimeävät neuvonantajikseen usein perheenjäseniä ja ystäviä, kun miehet nimeävät tärkeimmiksi neuvonantajikseen ammattilaisia ja asiantuntijoita. Tutkijat näkevät perheen ja ystävien neuvojen olevan vähemmän hyödyllisiä kuin asiantuntijalähteistä saadut neuvot, jonka vuoksi miehet nähdään olevan heidän verkostonsa vuoksi paremmassa asemassa.

Heidän tutkimuksensa tukee aiempaa Hisrich ja Brush (1986) tutkimusta, jonka mukaan myös miesyrittäjien suhdeverkosto on koostunut yritystoiminnan kannalta oleellisista asiantuntijoista ja naisyrittäjien tärkein verkosto on sen sijaan ollut

puoliso ja lähimmät ystävät. Syynä tähän nähdään se, että miehillä on ollut paremmat mahdollisuudet verkostoitua, koska he ovat tyypillisesti olleet johtavassa asemassa ennen yrittäjäksi ryhtymistä. Miehillä on naisia enemmän yrittäjyysaktiivisuutta, sillä miehillä on havaittu olevan enemmän yrittäjyyteen tarvittavaa sosiaalista pääomaa, sillä he tuntevat enemmän yrittäjiä kuin naiset (Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä, 2005).

Aldrich et al (1996) mukaan miehillä on tyypillisesti naisia paremmat mahdollisuudet verkostoitua korkeammassa asemassa oleviin henkilöihin, jotka ovat tyypillisesti myös miehiä. Naisten mahdollisuuteen toimia yrittäjänä tuo haasteita myös mahdollinen rooli huolehtia lapsista, joka kasvattaa eroa naisten ja miesten eroa yrittäjänä toimimiselle. Perheellisten naisten tuplarooli sekä kotona että työelämässä ei ajan ja resurssien puutteen vuoksi pysty mahdollistamaan heille välttämättä liiketoiminnan kannalta tehokkaan suhdeverkon rakentamista. (Sharafizad & Coetzer, 2016) Kim (2014) mukaan naisille tulisi kehittää sukupuolispesifiä sosiaalisen pääoman tukea yrityksen käynnistysvaiheeseen.

Katz ja Williams (1997) mukaan naisyrittäjillä on vähemmän heikkoja siteitä heidän sosiaalisessa verkostossaan ja he käyttävät miehiä useammin perhesuhteitaan verrattuna miehiin (Greve & Salaff, 2003). Renzulli (1998) mukaan naisilla on myös enemmän perheenjäseniä keskustelukumppaneina, kun taas miehet keskustelevat enemmän ammatillisista piireistä olevien tuttavien kanssa. Grave ja Salaff (2003) mukaan yritystoiminnan suunnitteluvaiheessa yrittäjät puhuvat useampien henkilöiden kanssa kuin muissa vaiheissa. Perheenjäsenet olivat keskeisessä roolissa jokaisessa vaiheessa, mutta naiset hyödynsivät miehiä laajemmin sukulaisiaan.

Naisyrittäjät ovat epäedullisessa asemassa miesyrittäjiin verrattuna monesta syystä. Naisten on esimerkiksi vaikeampaa saada rahoitusta yrityksen käynnistämiseen sekä naisten sosiaalisissa verkostoissa tyypillisesti on vähemmän vaikutusvaltaisia henkilöitä, jonka vuoksi naisilla ei ole samanlaista mahdollisuutta päästä käsiksi valtaan. Naisten perustamien yritysten liiketoiminta on usein pienempimuotoisempaa monien mittareiden, kuten myynnin, voiton ja elonjäämisen

osalta kuin miesten perustamien yritysten. Useat tutkijat ovat liittäneet naisyrittäjien suhdeverkostojen rakenteen ja sen käyttämisen olevan yhteydessä naisten perustamien yritysten suorituskykyyn. (Klyver et al, 2017)

Aiemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että naisilla on vähemmän miehiä sosiaalisissa verkostoissaan kuin miehillä (Aldrich et al. 1989, Cromie & Birley, 1992). Smeltzer ja Fann (1989) tutkimuksen mukaan naiset ovat halukkaampia ottamaan tietoa vastaan mieluummin verkostonsa naisilta kuin miehiltä. Lisäksi Klyver ja Terjesen (2007) ovat havainneet, että naisyrittäjillä on vähemmän miehiä verkostossaan heidän yritystensä aloitusvaiheessa. Siitä huolimatta heidän tutkimuksensa osoitti, että ne nais- ja miesyrittäjät, jotka ovat saaneet yritystoimintansa onnistuneesti toimintaan, heidän sosiaalisessa verkostossaan on samassa suhteessa naisia ja miehiä. Kim (2014) mukaan naiset ovat todennäköisesti hyödyntäneet sosiaalisen pääoman yhdistävää (bridging) ja linkittävää sosiaalista pääomaa vähemmän kuin miehet.

Naisyrittäjät korostavat vahvojen siteiden merkitystä tiedonsaannin kannalta. Yrittäjien motiivina rakentaa vahvoja suhteita ovat tyypillisesti sekä taloudelliset että ei-taloudelliset syyt, sillä tällaiset suhteet tyypillisesti sisältävät sekä tiedonsaantia, emotionaalista tukea kuin ystävyttäkin. (Sharafizad & Coetzer, 2016) Naisyrittäjille on ominaista etsiä tukea, joka on sekä käytännöllistä että psykologista. (Paoloni & Dumay, 2014)

Vaikka yrittäjänaiset ovat tyypillisesti itsenäisiä, he ovat myös hyvin riippuvaisia suhdeverkostostaan, erityisesti yhteistyökumppaneista sekä luottamukseen perustuvia suhteita. Yrityksen kasvaessa henkilökohtaiset suhteet toimivat tukipilareina, joiden varaan vahva liiketoiminnallinen suhdeverkosto rakentuu. (McAdam, 2013)

4.5 Aiempien tutkimusten yhteenveto

Yrittäjän sosiaalisella pääomalla nähdään olevan merkitystä yrityksen käynnistämiseen (Sharafizad & Coetzer, 2016) sekä yrityksen eloonjäantiin ja kasvuun (Brüderl & Preisendörfer, 1998). Laajan suhdeverkoston nähdään toisaalta tarjoavan mahdollisuuden päästä käsiksi monipuolisempaan tietoon (mm. Burt, 1997; Renzulli et al, 2000; Zalesna, 2012), mutta toisaalta luottamukseen pohjautuvien läheisten suhteiden nähdään tarjoavan mahdollisuuksia tiedon jakamiseen ja tuen saantiin (Jensen & Greve, 2003; Fornoni et al, 2012). Emotionaalisen tuen nähdään myös vaikuttavan yrittäjän sinnikkyuteen ja kykyyn omaksua tietoa (Klyver et al, 2017), joten emotionaalisella tuella voidaan nähdä olevan hyvin merkittävä rooli yrityksen käynnistämisen kannalta.

Taulukkoon 2 on koottu aikaisempien tutkimusten tuloksia, jotka ovat mielenkiintoisia tämän tutkimuksen näkökulmasta. Tämän tutkimuksen tuloksia peilataan näihin aikaisempiin tutkimuksiin tämän työn luvussa 7.

Päätös ryhtyä yrittäjäksi	
Lähipiirissä olevilla yrittäjillä on vaikutusta päätökseen ryhtyä yrittäjäksi sekä lähipiirissä olevat yrittäjät toimivat roolimalleina aloittaville yrittäjille.	Vuković et al (2017) Davidssonin & Honigin (2003)
Naisten yrittäjyysmotivaatioilla on vaikutusta yrityksen strategiaan ja operatiivisiin toimiin, kuten suhdeverkostoon ja sosiaalisen pääoman kasvattamiseen.	Klyver et al (2017) Sharafizad ja Coetzer (2017)
Esikäynnistysvaiheessa yrittäjän nähdään luottavan hyvin pieneen lähipiiriinsä ja käyvän keskustelua heidän kanssaan ja saavan heiltä kaiken tarvittavan tuen yrityksen käynnistämiseen.	Sharafizad ja Coetzer (2016)

Verkosto	
Yrittäjän lähiverkostolla on erittäin tärkeä rooli yrityksen käynnistysvaiheessa.	Zalesna (2012)
Naisyrittäjien suhdeverkosto pitää sisällään enemmän naispuolisia kuin miespuolisia jäseniä.	Aldrich et al (1989) Cromie & Birley (1992) Klyver & Terjesen (2007)
Naisyrittäjien suhdeverkosto sisältää pääosin ystäviä ja sukulaisia ammattilaisten ja asiantuntijoiden sijaan.	Hisrich & Brush (1986) Aldrich et al (1996) Renzulli (1998) Greve & Salaff (2003) Robinson & Stubberud (2009) Paoloni & Dumay (2014)
Naisyrittäjät saavat tukea enemmän verkostonsa naisilta kuin miehiltä.	Klyver et al (2011)
Tärkeimmät suhteet	
Naisyrittäjille on ominaisia sellaiset suhteet, jotka tarjoavat sekä käytännöllistä että psykologista tukea, eli tiedonsaantia, emotionaalista tukea kuin ystävyyttä.	Paoloni ja Dumay (2014) Sharafizad ja Coetzer (2016)
Emotionaalinen tuki saadaan yrityksen käynnistysvaiheessa mieluummin muilta kuin perheenjäseniltä tai puolisolta.	Klyver et al (2011)
Mikäli yrittäjän vanhemmat ovat myös olleet yrittäjiä, toisen sukupolven yrittäjät pystyvät hyötymään yrittäjätaustaisista vanhempien tarjoaman tiedon ja tuen lisäksi myös yrittäjävanhempien sosiaalisesta pääomasta.	Laspita et al (2012) Edelman et al (2016)

Taulukko 2. Aikaisempien tutkimusten tuloksia.

5 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa käsitellään tämän tutkimuksen kulku, tutkimusmenetelmät, aineiston hankinta ja sen analysointi. Lisäksi esitellään lyhyesti tämän tutkimuksen tapaukset eli case-yrittäjät sekä arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta.

5.1 Tutkimuksen kulku

Tämä tutkimus alkoi aiheenvalinnalla alkuvuodesta 2018. Alkuperäinen idea oli tehdä Paolonin ja Dumayn (2015) tutkimuksesta Suomen versio, mutta laajuutensa vuoksi tässä työssä keskityttiin vain yhteen sen tutkimuksen osa-alueista, joka oli sopiva kokonaisuus gradu-tasoiseksi työksi sekä joka tuottaa mielenkiintoista tietoa.

Aihe tarkentui aiheanalyysivaiheessa ja vielä konkreettisempi suunnitelma työlle rakentui tutkimussuunnitelmavaiheessa helmikuussa, jolloin työlle syntyi myös alustava viitekehys ja työn keskeiset käsitteet olivat selvillä. Tämän jälkeen tapahtui syventyminen aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen aiempaa tarkemmin ja työlle alkoi syntyä rajattu teoriapohja, jonka mukana myös tutkimuskysymykset ja viitekehys alkoivat saada lopullista muotoaan.

Teoriaosuuden valmistuttua sekä tutkimuskysymysten ja viitekehysten tarkentuessa haastattelurunko alkoi saada lopullista muotoaan. Haastateltavien hankinta osoittautui vaikeaksi kesäaikana, jonka vuoksi vaihe viivästyi. Prosessin edetessä myös haastateltavien profiili tarkentui, jonka mahdollistaa myös tapausten paremman vertailun ja rinnastamisen. Haastattelut päästiin suorittamaan elokuun aikana. Haastattelut litteroitiin ja aineistolle teemoitettiin tutkimuskysymysten mukaisesti. Tutkimuksen tulokset esitettiin ensin tapauskohtaisesti, jonka jälkeen saatuja tuloksia verrattiin toisiinsa. Tutkimuksen tuloksia peilattiin aiempiin tutkimuksiin pohdinta-osuudessa ja työn viimeisessä vaiheessa tehtiin tutkimuksen johtopäätökset. Tutkimuksen kulku on kuvattu vaiheittain kuviossa 10.



Kuvio 10. Tutkimuksen kulku.

5.2 Tutkimusmenetelmät

Tässä tutkimuksessa on käytetty kvalitatiivista eli laadullista tutkimusotetta. Kvalitatiivinen tutkimusote sopii tähän tutkimukseen sen vuoksi, koska tutkittavaan aiheeseen halutaan päästä mahdollisimman syväälle. Tämän tutkimuksen tiedonhankinnan strategiana tutkimuksessa on käytetty tapaustutkimusta. Tapaustutkimuksen tarkoitus on tutkia haluttua tapausta mahdollisimman syvällisesti. Tapaustutkimuksen tapauksena voi olla melkein mikä tahansa tapaus, esimerkiksi ihminen, organisaatio tai suhde. Vaikka tapaustutkimusta käytetään tyypillisesti kvalitatiivisen tutkimuksen yhteydessä, sen käyttäminen ei kuitenkaan sulje pois tilastollista tutkimusta. (Metsämuuronen, 2006, 91)

Tapaustutkimus voi olla yhden tapauksen tutkimus (single-case study) tai monitapaustutkimus (multiple-case study). Monitapaustutkimuksessa tarkoitus on tutkia useampaa tapausta niin, että ne voidaan rinnastaa ja tehdä niiden välillä

vertailua. (Yin, 2014) Stake (1995) jaottelee tapaustutkimuksen kolmeen erilaiseen tyyppiin, jotka ovat itsessään arvokas, välineellinen ja kollektiivinen tapaustutkimus. Itsessään arvokas tapaustutkimus on kyseessä silloin, kun tutkija haluaa tutkia jotain tiettyä tapausta sen luontaisen merkityksen takia. Välineellisen tapaustutkimuksen avulla pyritään selvittämään jotain, jonka avulla pystytään ymmärtämään myös jotain muuta tapausta. Kollektiivisessa tapaustutkimuksessa tutkitaan useita tapauksia ja keskeistä on, että nämä tapaukset pystytään rinnastamaan. Tutkimalla useita rinnasteisia tapauksia, pystytään pääsemään syvemmälle tutkittavaan aiheeseen.

Tapaustutkijalle on tyypillistä etsiä, mikä tapauksissa on yhteistä ja mikä erityistä kullekin tapaukselle. Tapaustutkimuksen tavoitteena ei ole niinkään luoda yleistyksiä, mutta askelia sinne suuntaan otetaan, mikäli tapauksista löytyy yhteneväisyyksiä. Tapaustutkimuksen ensisijainen tarkoitus on kuitenkin ymmärtää tutkittavaa ilmiötä mahdollisimman hyvin. (Stake, 2000)

Eisenhardt (1989) mukaan ihanteellinen määrä monitapaustutkimuksen tapauksille on 4-10 tapausta, sillä alle neljästä tapauksesta ei saa riittävän vakuuttavaa tulosta ja yli kymmenen tapauksen käsittely rinnakkain on jo hyvin monimutkaista. Monitapaustutkimuksissa käytetään tyypillisesti tarkoituksenmukaista otantaa, jolloin haastateltavat ovat täyttäneet tietyt kriteerit ja ovat siten olleet soveltuvia haastateltaviksi. Monitapaustutkimuksen avulla vertaillaan valittujen tapausten välisiä eroja, jonka vuoksi on tärkeää, että valitut tapaukset ovat hyvin soveltuvia tutkimuksen tavoitteen kannalta.

Tässä tutkimuksessa haastatellaan neljää suomalaista digitaalisia palveluita tuottavaa yrittäjänäistä, jotka ovat perustaneet itse yrityksensä ja toimineet päätoimisina yrittäjinä ilman aiempaa yrittäjyyttä.

5.3 Aineiston hankinta ja analysointi

Aineistonkeruumenetelmät voidaan tyypillisesti jakaa neljään eri vaihtoehtoon: kysely, haastattelu, havainnointi ja dokumentit. Kyselytutkimukset ovat tyypillisesti kvantitatiivisia eli määrällisiä tutkimuksia, haastattelut ovat tyypillisesti kvalitatiivisiin tutkimuksiin soveltuvia ja niiden avulla saadaan haastateltavat itse kertomaan halutusta asiasta omin sanoin, havainnoinnin avulla saadaan tietoa todellisesta tekemisestä ja dokumentit ovat kvalitatiivisen tutkimuksen aineistona silloin kun halutaan tutustua esimerkiksi henkilön päiväkirjoihin tai muistelmiin. (Hirsjärvi et al, 2009)

5.3.1 Aineiston hankinta

Tämän tutkimuksen aineisto on kerätty haastattelemalla, sillä se oliärkevin tapa saada kerättyä halutun laista tietoa vastaamaan tutkimuskysymykseen. Haastattelu tarjoaa mahdollisuuden päästä keskustelemaan haastateltavien kanssa, jolloin saadaan mahdollisimman yksityiskohtaista tietoa haastateltavilta. Kyselytutkimus ei mahdollista vapaata kertomista eikä keskustelua, joten aiheeseen ei päästäisi tarpeeksi syvälle. Havainnointi ei ole tässä tapauksessa mahdollinen muoto, koska kyseessä on menneet tapahtumat. Tutkimus ei myöskään perustu dokumentteihin.

Haastattelut voidaan jaotella kolmeen ryhmään: strukturoitu haastattelu eli lomakehaastattelu, jolloin kysymykset, niiden järjestys ja muoto ovat etukäteen määritellyt ja haastateltavalta pyydetään vastaukset tarkasti esitettyihin kysymyksiin. Täten haastattelun tekeminen ja aineiston analysointi ovat suhteellisen helppoa. Puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu on lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto. Teemahaastattelussa on olemassa etukäteen suunnitellut teemat, jotka haastattelussa käydään läpi, mutta kysymysten muoto ja järjestys voivat vaihdella ja haastateltava pystyy kertomaan teemojen sisällä melko vapaasti kyseisestä aiheesta. Avoin haastattelu eli strukturoimaton haastattelu pohjautuu vapaaseen keskusteluun ja aihe voi muuttua keskustelun edetessä ja haastateltava pystyy kertomaan ajatuksiaan hyvin laajasti. Avoin haastattelu vie

eniten aikaa sekä vaatii myös tutkimuksen tekijältä taitoa analysoida keskustelun kautta saatua tietoa. Haastattelut voidaan toteuttaa joko yksilö-, pari- tai ryhmähaastatteluina. (Hirsjärvi et al, 2009)

5.3.2 Haastattelujen toteutus

Tämän tutkimuksen aineistonkerääminen toteutettiin puolistrukturoitujen yksilöhaastattelujen avulla. Puolistrukturoitu haastattelu sopi parhaiten tutkimuksen tarkoitukseen, sillä tarkoitus oli kerätä tiettyihin teemoihin liittyen ajatuksia ja kokemuksia haastateltavilta, joten lomakehaastattelu ja avoin haastattelu eivät soveltuneet tähän tutkimukseen käytettäväksi. Yksilöhaastattelu soveltui parhaiten tähän tutkimukseen, koska tarkoitus on tutkia jokaista haastateltavaa omana tapauksenaan.

Haastattelurunko (liite 1) on rakennettu tämän tutkimuksen kolmen alatutkimuskysymyksen ympärille, jonka lisäksi haastattelun alussa haastateltavat kertoivat taustatietoja itsestään ja yrityksestään. Haastattelun ensimmäinen osio käsittelee yrittäjäksi ryhtymiseen liittyneitä tekijöitä eli motiivia sekä sosiaalisen pääoman vaikutusta yrittäjäksi ryhtymiseen.

Haastattelun toisessa osiossa rakennetaan suhdekartta haastateltavien kertoessa suhdeverkostonsa henkilöistä tai henkilöiden verkostoista emotionaalisen tuen ja tiedonsaannin lähteinä, jotka on merkitty suhdekarttoihin erivärisinä palloina. Suhteesta saatavan hyödyn lisäksi verkostokartassa huomioidaan verkoston osapuolten sukupuoli värikoodilla ja suhteen vahvuus viivan tyylillä.

Suhdeverkoston osapuolet jaetaan tässä tutkimuksessa karkeasti viiteen kategoriaan: henkilökohtaiset suhteet, ammatilliset suhteet, koulutuksiin liittyvät suhteet, sosiaalinen media sekä yrittäjyyttä tukevat julkiset toimijat. Osa suhteista voi kuulua useampaan kategoriaan. Näitä kategorioita hyödynnetään analysoinnissa.

Haastattelun kolmannessa eli viimeisessä osiossa tarkastellaan merkittävimpiä suhteita yrityksen käynnistysvaiheen kannalta. Lisäksi viimeisessä osiossa käsiteltiin verkoston ajallista rakentumista sekä verkoston mahdollisia puutteita yrityksen käynnistysvaiheen kannalta. Haastateltavien kertomat tärkeimmät suhteet ovat merkitty myös edellisen osion suhdekarttoihin tähtikuviolla.

5.3.3 Aineiston analysointi

Aineisto kerättiin elokuun aikana puhelinhaastatteluiden avulla. Puhelinhaastattelut nauhoitettiin ja nauhoitukset litteroitiin tekstimuotoon. Haastatteluiden litterointi suoritettiin sanatarkasti, mutta litteroinneista on jätetty pois ylimääräisiä täytesanoja ja -lauseita, jotka eivät vaikuta aineiston sisältöön. Lisäksi haastatteluiden otteista on poistettu henkilöiden ja yritysten nimiä haastateltavien yksityisyyden suojaamiseksi.

Aineisto on jaettu kolmeen eri teemaan tutkimuskysymysten mukaisesti: yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttaneet tekijät, verkosto yrityksen käynnistysvaiheessa sekä verkoston kriittiset suhteet yrityksen käynnistysvaiheessa. Litteroinneissa näihin kolmeen eri teemaan liittyvät keskeiset asiat ovat koodattu eri väreillä tulkinnan helpottamiseksi. Aineisto analysoitiin teorialähtöistä sisällönanalyysia käyttäen, koska se soveltui parhaiten tämän kaltaisen aineiston analysointiin sen vuoksi, että aiempaa tutkimustietoa on jonkin verran ja tämän tutkimuksen tuloksia pystytään peilaamaan myös aikaisempiin tutkimuksiin.

5.4 Tapausten valinta ja esittely

Tätä tutkimusta varten haastateltiin neljää Etelä-Suomen tai Helsinki-Uudenmaan suuralueella asuvaa naisyrittäjää. Heille yhteisiä tekijöitä on, että he kaikki ovat aloittaneet itse yritystoiminnan alusta saakka, ovat toimineet päätoimisina yrittäjinä, heillä on aiempaa työkokemusta palkkatyöstä sekä heidän perustamansa yritykset tuottavat digitaalisia palveluita. Haastateltavien toimialaksi valittiin digitaalisten palveluiden tuottaminen. Alan valintaan vaikutti toimialan sukupuolineutraalius, sillä mikäli toimiala olisi ollut selkeästi nais- tai miesvaltainen, olisi se voinut vaikuttaa yrittäjän suhdeverkoston sukupuolijakaumaan. Kaikilla haastateltavilla on kaupallisen alan ammattikorkeakoulu- tai yliopisto-opinnot taustalla. Monitapaustutkimuksen kannalta on keskeistä, että haastateltavilla on yhdistäviä tekijöitä, jotta tapauksia pystytään rinnastamaan ja vertailemaan keskenään.

Haastateltavat poikkeavat edellä mainittujen yhdistävien taustatietojen osalta toisistaan siten, että puolilla heistä on lapsia ja puolet ovat lapsettomia, joka on merkittävä näkökulma juuri naisten yrittäjyyteen liittyen. Ikäjakauma on 28-54 vuotta, joka tarjoaa näkökulmaa eri ikäisten naisyrittäjien osalta. Kolmella haastateltavista oli työkokemusta perustetun yrityksen toimialalta ja yksi haastateltava lähti toteuttamaan liikeideaansa, joka ei pohjautunut suoranaisesti hänen aiempaan työkokemuksensa. Kaikki heistä ovat lähteneet omanlaisista lähtökohdistaan yrittäjiksi. Haastateltavien taustatiedot ovat esitelty taulukossa 3.

Naisyrittäjä 1	<p>Ikä: 54</p> <p>Liikeidea: Digitaalisten markkinointiratkaisujen myynti pk-yrityksille</p> <p>Perhe: Puoliso ja kaksi teini-ikäistä lasta</p> <p>Koulutus: Tradenomi + ammatillisia koulutuksia</p> <p>Keskeisin työkokemus: Markkinoinnin ammattilainen suuressa yhtiössä esimiestehtävissä</p>
Naisyrittäjä 2	<p>Ikä: 40</p> <p>Liikeidea: Asiakaskokemuksen seuranta digitaalisesti</p> <p>Perhe: Puoliso</p> <p>Koulutus: KTM, Sosiaalitieteet, teknologiayrittäjyyden maisteriohjelma</p> <p>Keskeisin työkokemus: Vakuutuslalla erilaisissa työtehtävissä, esimiestehtävissä</p>
Naisyrittäjä 3	<p>Ikä: 28</p> <p>Liikeidea: Graafinen suunnittelu ja web-design</p> <p>Perhe: Puoliso ja 4-vuotias tytär</p> <p>Koulutus: Tradenomiopinnot</p> <p>Työkokemus: Markkinointiassistentti ja -koordinaattori</p>
Naisyrittäjä 4	<p>Ikä: 35</p> <p>Liikeidea: Kampanjoita ja sosiaalisen median ratkaisuja paikallisille pk-yrityksille (liikeidea muokkaantunut yrityksen käynnistyttyä fokuoitumaan isompiin toimijoihin)</p> <p>Perhe: Puoliso</p> <p>Koulutus: Tradenomi</p> <p>Työkokemus: Markkinointikoordinaattori, markkinointisuunnittelija, projektipäällikkö ja kampanjapäällikkö</p>

Taulukko 4. Tutkimuksen case-yrittäjien esittely.

5.5 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Yksi osa tutkimusta on arvioida tutkimustulosten luotettavuutta. Näitä mitataan yleensä reliabiliteetin ja validiteetin käsitteiden avulla. Validiteetti tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä eli esimerkiksi sitä, onko haastateltavat ymmärtäneet tutkimuskysymykset juuri niin kuin tutkija on tarkoittanut. Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten toistettavuutta. Toistettavuudella tarkoitetaan sekä samojen henkilöiden tutkimista uudestaan tai saman tutkimuksen toteuttamista eri tutkijoiden toimesta.

Validiteetti ja reliabiliteetti kytkeytyvät vahvasti kvantitatiiviseen tutkimukseen, mutta tutkimuksen luotettavuuden arviointi on tärkeää myös laadullisessa tutkimuksessa, jolloin käsitteet sovelletaan toimimaan laadullisen tutkimuksen arvioinnissa. Erityisesti tapaustutkimuksessa luotettavuuden ja pätevyyden arviointi on haastavampaa kuin muunlaisissa tutkimuksissa, sillä jokainen tapaus on erityinen ja tulosten yleistettävyyden väittäminen vaikeaa. (Hirsjärvi et al, 2009)

Koska tutkimusta varten haastateltiin ainoastaan neljää naisryhtijää, ei tutkimuksen tulokset ole yleistettävissä. Tutkimuksen tulokset antavat kuitenkin suuntaa siitä, miten sosiaalinen pääoma on vaikuttanut digitaalisuuteen liittyviä palveluita tarjoavien suomalaisten naisten ryhtymiseksi ryhtymiseen ja yrityksen käynnistysvaiheeseen. Haastattelurunko on tehty ns. kansankieliseksi eli se ei sisältänyt terminologiaa, joka olisi ollut tuntematonta haastateltaville.

Tutkimuksen luotettavuutta lisää se, että tutkija ei tuntenut ketään haastateltavista etukäteen, joten tutkijalla ei ollut ennakkotietoja haastateltavista, lukuun ottamatta verkkosivuilla vierailua, jotka olisivat voineet vaikuttaa tutkimustuloksiin. Kaikki tutkimuksessa käytetty tieto on saatu haastattelun tai sähköpostilla pyydettyjen täsmennysten kautta.

Haastattelut suoritettiin puhelimitse ja puhelut nauhoitettiin, joiden perusteella tehtiin litteroinnit eli puhe kirjoitettiin tekstiksi. Se lisää tutkimuksen luotettavuutta, että keskustelu oli luettavissa tai kuunneltavissa useaan kertaan analyysia tehdessä. Haastattelut sovittiin pian kontaktoimisen jälkeen, joten on mahdollista, että he eivät ole muistaneet mainita jotain merkittävää suhdetta haastattelun aikana.

Luotettavuutta lisää kuitenkin se, että haastattelujen jälkeen jokaiselle haastateltavalle lähetettiin sähköpostilla heidän suhdekarttansa arvioitavaksi, että onko suhdekartta heidän mielestään totuuden mukainen ja onko heillä siihen jotain lisättävää. Tällöin heillä olisi ollut mahdollisuus vielä lisätä tai muokata suhdeverkoston osia, mikäli jotain lisäyksiä olisi tullut mieleen haastattelun jälkeen.

6 Tutkimustulokset

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen tulokset. Ensin käsitellään kaikki neljä tapausta erikseen omina tapauksinaan, jonka jälkeen vertaillaan saatuja tuloksia toisiinsa sekä havainnoidaan tapausten yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia sekä pohditaan mahdollisia syitä niihin.

6.1 Tulokset tapauksittain

6.1.1 Naisyrittäjä 1

Tutkimuksen ensimmäinen naisyrittäjä on digitaalisia markkinointiratkaisuja pk-yrityksille tarjoava 54-vuotias nainen. Hän ryhtyi yrittäjäksi jouduttuaan työttömäksi pitkäaikaisesta työpaikastaan. Hänen työkokemustaan on markkinoinnin ammattilaisena suuressa yrityksessä ja koulutukseltaan hän on tradenomi sekä lisäksi täydentänyt osaamistaan erilaisilla markkinoinnin ja viestinnän koulutuksilla. Hänen perheeseensä kuuluu puoliso ja kaksi teini-ikäistä lasta.

Yrittäjäksi ryhtyminen

Hän kutsuu itseään pakkoyrittäjäksi, sillä työpaikan löytäminen työttömäksi jäämisen jälkeen oli vaikeaa. Yrittäjäksi ryhtyminen tapahtui siis ulkoisten syiden seurauksena. Hän ei halunnut jäädä odottamaan työpaikan löytymistä, vaan havaittuaan business-mahdollisuuden ryhtyi yrittäjäksi. Liikeidea löytyi työllistymiskoulutusohjelman kautta, johon sisältyi työssäolojakso. Työssäolojakson aikana hän huomasi pk-yrityksillä olevan tarpeita markkinointiosaamiselle, mutta tällaisilla yrityksillä ei kuitenkaan tyypillisesti ollut varaa palkata erillistä markkinointiosaajaa yrityksen palvelukseen, josta ajatus liikeidealle syntyi, että hän voisi alkaa itse tuottaa markkinointipalveluita pk-yrityksille oman yrityksensä kautta olematta kenenkään palkkalistoilla.

”Mä olin sellaisessa pienessä asennusyrityksessä, ja huomasin, että mä voisin auttaa heitä todella paljon. Heillä ei ollut mitään markkinointihenkilöä tai tämän tyyppistä, mutta heillä ei ollut varaa palkata mua. Ja sitten kun meitä oli nelisenkymmentä muuta ja kaikki oltiin tällaisissa yrityksissä töissä ja kaikki puhuttiin samaa, että ei ne palkkais kuitenkaan, koska ei niillä ole rahaa eikä muuta, ja siitä multa alkoi itämään, että josko perustaisin yrityksen ja myisin tällaista palvelua, että mä voin olla niiden markkinointiosasto. Siitä se lähti. Markkinointia palveluna siis lähdin myymään.”

Työllistymiskoulutusohjelman ryhmällä oli suuri vaikutus hänen yrittäjäksi ryhtymiseen, sillä ryhmästä lähti muitakin yrittäjäksi, ja he pohtivat yhdessä mm. millaisia tuotteita voisi lähteä myymään. Ryhmään kuului nelisenkymmentä suurin piirtein saman ikäistä markkinoinnin ja viestinnän ammattilaista, jotka olivat ilman työtä. Ryhmältä saadulla vertaistuki oli siis merkityksellisessä roolissa.

Työllistymiskoulutusohjelman lisäksi yrittäjäksi ryhtymiseen vaikutti puoliso, ystävät sekä sisko, joiden hän koki olevan merkittävässä roolissa päätöksessä ryhtyä yrittäjäksi. Hänen mukaansa päätöksen tekeminen yrittäjäksi ryhtymisestä olisi tuskin tapahtunut ilman näitä henkilöitä. Suhdeverkoston vahvoilla siteillä oli siis ratkaiseva rooli päätöksessä ryhtyä yrittäjäksi, sen lisäksi, että hän sai vertaistukea työllistymiskoulutuksen ryhmän jäseniltä. Päätöksen ryhtyä yrittäjäksi viimeisteli TE-toimiston järjestämä kuukauden mittainen yrittäjäkurssi.

Verkosto

Hänen suhdeverkostonsa vahvoja siteitä ovat puoliso sekä ystävä edellisestä työpaikasta. Muutoin hänen verkostonsa muodostuu heikoista siteistä, joiden kanssa vuorovaikutus on lyhytkestoisempaa ja pinnallisempaa. Hänelle on tyypillistä hakea vertaistukea ryhmässä samassa tilanteessa olevilta ihmisiltä.

Henkilökohtaisista suhteista hän mainitsee puolisonsa lisäksi erittäin tärkeänä henkilönä entisen naiskollegan aiemmasta työpaikastaan, jossa he olivat olleet

parikymmentä vuotta yhdessä, jolta hän paljon saa sekä ammatillista että emotionaalista tukea.

”Mulla on yksi yksittäinen henkilö, joka mulle ihan supertärkeä. Hän työskenteli mun kanssa siinä samassa yrityksessä sen kaksikyt vuotta ja on niin kuin kollega, niin hän on todella tärkeä. Kaikki mun palvelut me mietitään yhdessä. Hän ei ole mulla töissä eikä hän ole missään muuallakaan töissä, mutta hän auttaa mua niin kuin kaikessa. Ja jos mä soitan, että tästä ei tuu mitään, että mä lopetan, niin yleensä sitten sen keskustelun jälkeen mä taas jatkan.”

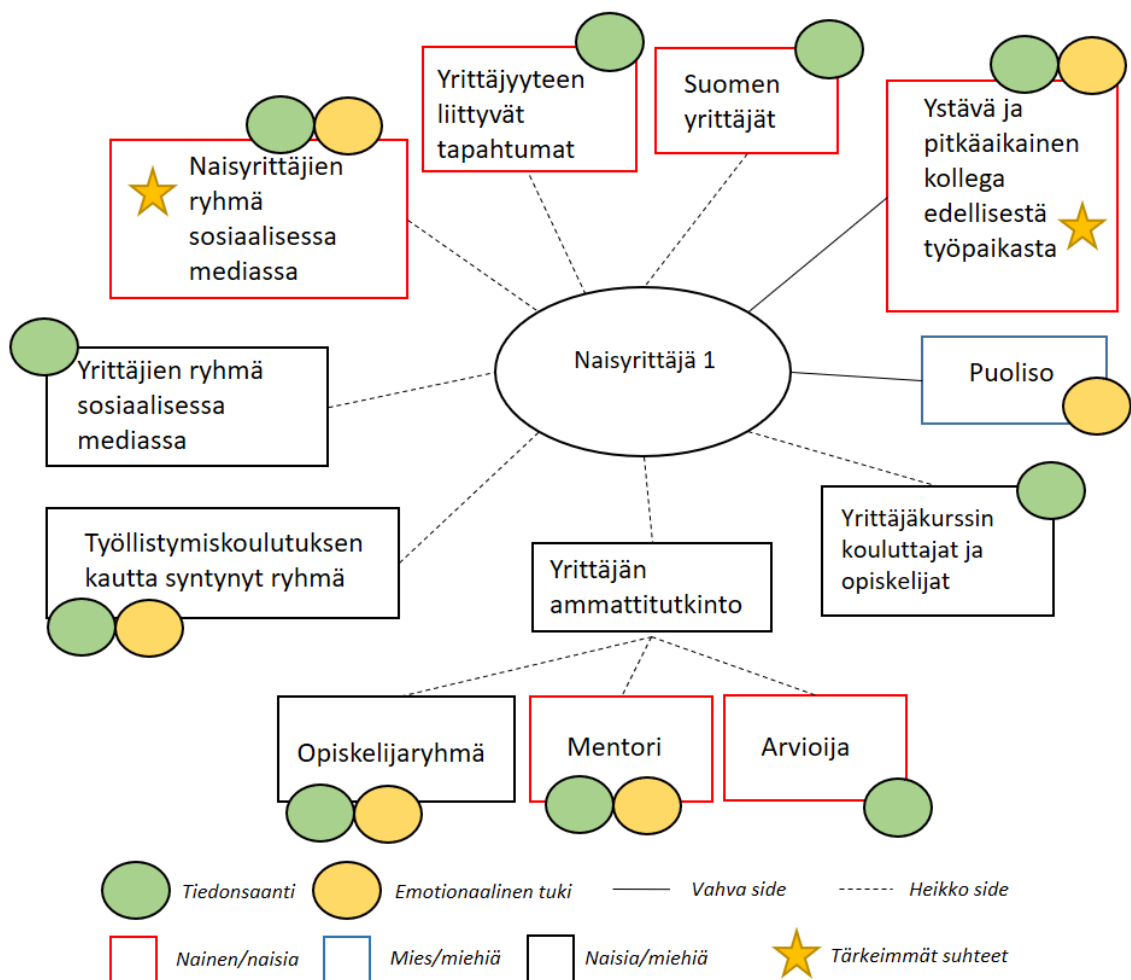
Koulutuksiin liittyvät ryhmät ovat työllistymiskoulutuksen kautta syntynyt ryhmä, yrittäjän ammattitutkinnon ryhmä sekä aloittavien yrittäjien yrittäjäkurssin ryhmä. Hän on saanut tietoa sekä itse koulutuksista, että oppimalla toisilta ryhmän jäseniltä sekä lisäksi emotionaalista tukea ryhmän jäseniltä, jotka ovat olleet samanlaisessa elämäntilanteessa hänen kanssaan. Yrittäjän ammattitutkinnon kautta hänellä on ollut myös kokenut yrittäjänainen mentorina, sekä hän on myös omatoimisesti hankkinut kokeneen naisyrittäjän erilliseksi arvioijaksi hänen tutkinnollensa. Sekä arvioija että mentori olivat naisia, mutta hän ei erityisesti kertonut hakeneensa näihin rooleihin juuri naispuolisia henkilöitä.

”Mä en erityisesti etsi naisia, mutta naisia on paljon enemmän tämän tyyppisissä mentorijutuissa. Tavallaan miesnäkökulma olis hyvä, mutta yleensä ne on naisia.”

Hänelle on ominaista hakea vertaistukea muilta samassa tilanteessa olevilta ihmisiltä erilaisten ryhmien kautta sekä hän myös hakee aktiivisesti kommentteja ja arviointia hänen liiketoiminnastaansa niin suhdeverkoston vahvoilta kuin heikoiltakin siteiltä.

Lisäksi yritystä käynnistäessä hän osallistui yrittäjyyteen liittyviin tapahtumiin sekä liittyi Suomen Yrittäjiin, jossa hän on käynyt keskustelemassa useiden eri naisasiantuntijoiden kanssa. Hän pitää keskeisinä myös erilaisia sosiaalisessa

mediassa toimivia yrittäjien ryhmiä. Naisyrittäjien ryhmää hän pitää erittäin tärkeänä tiedonsaannin ja emotionaalisen tuen kannalta, mutta sekä naisia ja miehiä sisältävän ryhmän hän kokee pohjautuvan enemmän tiedon saantiin.



Kuvio 11. Naisyrittäjä 1:n verkostokartta.

Tärkeimmät suhteet

Tärkeimmäksi henkilöksi verkostossa yrityksen käynnistysvaiheen kannalta hän kokee aiemmasta työpaikasta entisen kollegansa, joka on myös hänen ystävä. Hänellä on ollut erityisesti vaikutusta yrityksen käynnistämisvaiheessa, koska heillä on yhteinen tausta aiemmasta työpaikasta työttömäksi jäämisestä sekä ymmärrys kyseisestä liiketoiminnasta. Yhteisen ammatillisen taustan ja työkokemuksen lisäksi

hän on myös vahvana henkisenä tukena ja arvioimassa liiketoimintaan liittyviä asioita.

”Hän on ollut ehdottomasti tärkein, koska hän on ymmärtänyt parhaiten, koska hän oli samassa tilanteessa ja sitten hän ymmärtää myös tämän mun busineksen tavallaan, mitä voin myydä. Ja kyl mä helposti kysyn hänen mielipidettä ja luotan siihen. Jos mä en ole jostain asiasta varma ja sit mä kysyn häneltä ja sitten mä niin kuin pystyn päättämään. Mut aina ei mene niin, joskus hän on eri mieltä ja teen silti, mut jos oon epävarma, niin kysyn... tai jos haluan niin kuin toisen mielipiteen.”

Entisen työkaverin lisäksi hän pitää keskeisimpinä sosiaalisen verkostonsa yhteyksinä naisryttäjien ryhmää sosiaalisessa mediassa, jonka hän kokee tarjoavan hänelle niin tiedollista kuin emotionaalista tukea yrittäjyyteen liittyviin puheenaiheisiin.

”Se on monessa mielessä tärkeä, koska nyt kun oli kesä, niin ihmiset kirjoitteli, että niillä ei ole tarpeeksi asiakkaita, niin se on ihan kiva, kun ei ollut itselläkään tarpeeks asiakkaita, niin tavallaan ymmärtää, että ei muillakaan ole välttämättä. Että se on myös sitä vertaistukee, mutta sieltä näkee myös, että mistä aiheista keskustellaan ja mitkä aiheet puhuttaa.”

Yrityksen käynnistykseen liittyvissä haasteissa hän koki verkoston olevan tärkeä ja hän näkee haasteiden olleen selätetty verkostossa olleiden henkilöiden ja verkostojen avulla. Erityisesti hän on kokenut saavansa apua yrittäjien palveluiden kautta rahoitukseen ja verotukseen liittyvissä asioissa.

Hän näkee yksittäisten kriittisten suhteiden olevan tärkeämpiä kuin laaja suhdeverkosto yrityksen käynnistysvaiheen kannalta ainakin hänen kohdallaan, vaikka hän kokee myös laajalla verkolla olevan paljon merkitystä. Hän näkee painotussuhteen olevan 60:40 yksittäisille merkityksellisille suhteille. Hän kokee läheisten ihmisten olevan tärkeämpiä sen vuoksi, että he tuntevat kyseiset

tapaukset ja tilanteet, jonka vuoksi heidän mielipiteensä on asioista varmempi, kun taas laaja verkosto ei tunne taustaa eikä osaa kommentoida asioita kuin kerrotun tiedon perusteella. Hän kuitenkin korosta laajan verkoston tarjoamia näkökulmia, joita ei läheisten ihmisten verkko ei pysty samalla tavalla tarjoamaan.

”...koska jos vaikka kysyy jotain, niin ne (lähiverkoston ulkopuoliset ihmiset) ei tiedä sun taustaa, ja sä et voi kirjoittaa siihen kaikkea mahdollista, että vois saada oikean vastauksen. Mutta sitten taas toisaalta, se on hyvä, niin sitten ne vastaukset on sitten vähän toisenlaisia, nii voi tehdä toisenlaisia päätelmiä. Mutta toisaalta mä tarviin sellaisia, ketkä tuntee mut täysin. (...) Niiden funktio on niin kuin erilainen... Ja tosiaan, tässä verkostonoituneessa maailmassa ne läheiset ystävät ovat kuitenkin niitä luotettavampia.”

Suhteet ja verkostot ovat tarjonneet myös linkkejä uusiin suhteisiin, jota kautta on syntynyt uusia niin ystävyys-, yhteistyö- ja asiakassuhteita. Keskeisimpänä verkostojen kautta saatuina yhteyksinä hän mainitsee asiakkaat. Asiakkaista suurin osa tulee hänelle juuri verkoston kautta. Hän ei maininnut yksittäisiä suhteita, joiden kautta hänelle olisi erityisesti rakentunut verkostoa.

”Tänä päivänä, kun ostokäyttäytyminen on muuttunut aika täysin ja kun joku haluaa ostaa jotain, niin jos se ei kirjota sitä Googlen hakukenttään, mitä on ostamassa, niin se kysyy kavereilta. Niin sen takia nää verkostot on tosi tärkeitä. (...) Mun lähes kaikki asiakkaat ovat tulleet verkostojen kautta. Ne on elintärkeitä mulle!”

Hänen suhdeverkostonsa kasvattaminen tapahtui osittain yrittäjäksi ryhtymisen yhteydessä. Henkilökohtaisen suhdeverkoston kasvattaminen Facebookissa ja LinkedInissä alkoi työttömäksi jäädessä, mutta erilaisiin ryhmiin hän liittyi vasta yrityksen perustettua ja ryhmiä on kertynyt sen myötä lisää. Hän ei koe, että hänen suhdeverkostosta olisi puuttunut mitään sellaista, mitä hän tarvitsisi. Hän kokee löytäneensä, mitä on tarvinnut, ja uskoo näin olevan myös jatkossa.

6.1.2 Naisyrittäjä 2

Tutkimuksen toinen naisyrittäjä on 40-vuotias asiakaskokemuksen seurantaan pohjautuneen liikeidean innoittamana yrittäjäksi ryhtynyt nainen. Hänellä on aikaisempaa työkokemusta vakuutusosalta monenlaisista tehtävistä ja koulutukseltaan hän on kauppatieteiden maisteri sekä opiskellut lisäksi sosiaalitieteitä ja teknologiayrittäjyyttä yliopistoissa. Hänen perheeseensä kuuluu yrittäjäpuoliso.

Yrittäjäksi ryhtyminen

Hänen yrittäjäksi ryhtymisen polku alkoi muodostua raadolliseen liike-elämään kyllästymisen, opintovapaalle jäämisen ja yt-neuvottelujen kautta aiemmasta työpaikasta poisjäämisen kautta, joka tarjosi mahdollisuuden ajatella tulevaisuutta toisella tavalla. Yrittäjäksi ryhtyminen pohjautui vahvaan haluun toteuttaa hänen oma liikeideansa, jonka vuoksi yrittäjyys lähti rakentumaan vahvasti liikeidean eteenpäin kehittämisellä.

”Mä intouduin yrittäjyydestä tosi tosi paljon, ja tajusin, että mulla ei ole enää paluuta sinne todella turvalliseen palkkatyöhön, joka oli toisaalta myös haave, mutta sehän on toisaalta ihan hirveen pelottavaa, kun on ollut palkallisena pitkään, niin lähteä siihen yrittäjyyteen. (...) Vaikka olis varma, että mä haluan, ja vaikka kuinka monessa psykologisessa testissä ja työpaikalla on todettu, että on toimeen tarttuva, aikaansaava, yrittäjähenkkinen ja kaikenlaisia yrittäjäattributteja, mutta silti ei vaan meinaa ryhtyä ennen kuin tulee joku ulkoinen ärsyke, että hei, nyt olis työpaikalla käymässä näin. Sitten nostin käden pystyyn, että mut voi laskee helpoks tapaukseks, että mä jään tässä kohtaa pois.”

Yrittäjäksi ryhtymisen motivaation hän koki olevan kombinaatio erilaisia tekijöitä, jotka yhdessä vaikuttivat päätökseen ryhtyä yrittäjäksi. Kombinaatio muodostui omasta muutoksen tarpeesta, halusta toteuttaa itsekehittelmä liikeidea, itsenäisyys, puolison esimerkki ja kannustus sekä myös hyvä taloudellinen tilanne.

Muutoksen tarve syntyi kymmenen vuotta pitkää päivää liike-elämän raadollisissa tehtävissä työskennelleenä ja oman arvomaailman muuttuessa humanimpaan suuntaan. Hänellä oli vahva usko siihen, että liikeidea on juuri sellainen, mitä tämä maailma tarvitsee, jonka takia sen oli saatava nähdä päivänvalo. Koska hänellä oli niin vahva visio siitä, millaisen tuotteen hän haluaa luoda, oli hänen tehtävä se itsenäisenä yrittäjänä, ei kenenkään muun palveluksessa, että hän saa tehdä siitä juuri sellaisen kuin hän haluaa.

”Mä oikeesti uskoin, että mä keksin nyt jotain uutta ja niin ihmeellistä, että se pitää tehdä ja synnyttää tähän maailmaan, ja tää maailma tarvii sen ratkaisun, mitä olin tekemässä.”

Lisäksi hän oli opintovapaan aikana tottunut jo siihen, että voi olla olemassa muunkinlaisia tapoja tehdä asioita kuin se rutiiniksi muodostunut palkkatyö. Lisäksi yrittäjänä toimivan puolison esimerkki oli ratkaiseva. Sitä kautta hän näki, että myös yrittäjänä pystyy pärjäämään.

”Mä tuun itse palkkatyöntekijäperheestä ja meillä ei ole kannustettu varsinaisesti yrittäjyyteen, ja sitten kun näin, kun mun mies, joka tulee yrittäjäperheestä, niin on aina tehnyt yrittäjämäisesti töitä, ja näin sitä heidän perheen perhekulttuuria ja hänen sitä yrittäjyyttä, niin se oli mulle esimerkin voimana niin ratkaiseva.”

Sen lisäksi, että oma perhekulttuuri ei kannustanut yrittäjäksi ryhtymistä, hän sai negatiivista suhtautumista myös aiemmasta työpaikastaan.

”Silloin kun mä lähdin sieltä työelämästä, niin en kokenut, että olisin saanut kannustusta sieltä. Pikemminkin päinvastoin.”

Yrittäjätaustaisen puolison merkitys yrittäjäksi ryhtymisessä oli erittäin voimakas, sillä mikäli hän ei olisi saanut puolisolta emotionaalista tukea, hyväksyntää ja esimerkkiä, niin hänen mukaansa yrittäjäksi ryhtyminen ei olisi välttämättä toteutunut.

Lisäksi innovaatiokoulutusohjelma mahdollisti liikeidean kehittelyn ja tarjosi verkoston myönteisesti muutoshaluisia ja kannustavia ihmisiä, joka edisti liikeidean toteutusta. Innovaatiokoulutusohjelma tarjosi vertaistukea samassa tilanteessa olevilta. Hän käytti myös sosiaalisen median verkostojaan siihen, että hän kyseli ihmisten ajatuksia liittyen siihen hänen liikeideaansa. Näistä sosiaalisen median verkostoista hän löysi myös ensimmäiset yritykset, jotka ottivat hänen protonsa koekäyttöön.

Hänen yrittäjäksi ryhtyminen oli hyvin liikeideavetoista, vaikkakin myös muita yrittäjyyteen vetäviä tekijöitä oli puoltamassa päätöstä. Yrittäjäksi ryhtymisen vaikutti voimakkaasti suhdeverkoston osalta hänen yrittäjätaustainen puolisonsa. Muutoin hän oli hyvin aktiivinen sosiaalisen verkostonsa suuntaan liikeideaansa kehittämiseen liittyen sekä haki kommentteja ja arviointia tuotteestaan.

Hänellä ei ole lapsia, jonka hän on nähnyt olleen positiivinen vaikuttaja siihen, että hän on ryhtynyt yrittäjäksi. Mikäli hänellä olisi ollut lapsia, niin hän olisi kokenut palkkatyön olleen hyvä vaihtoehto. Hän kokee lapsettomuuden antaneen hänelle vapauden ja totesi, että yrittäjäksi ryhtyminen olisi ollut hyvin erilaista, jos olisi ollut lapsia, joista olisi pitänyt huolehtia.

”No se varmaan on vaikuttanutkin, että omia lapsia ei ole. Kyl mä olen ajatellut, että jos mulla olis paljon ihmisiä, joista mun pitäis kantaa vastuu itseni lisäksi, niin mä voisin edelleen olla palkkatyössä.”

Verkosto

Hänen verkostonsa muodostui pääosin heikoista siteistä, kuten yliopistojen tarjoamien palveluiden ja koulutusohjelmien kautta saatujen verkostojen kautta, johon kuului opiskeluryhmä ja valmentajat sekä ammatillisista suhteista entisten työtai opiskelukavereiden kanssa muodostettujen suhteiden kautta, jotka myös avasivat uusia ovia mm. asiantuntijaverkostoihin. Verkoston vahvoja siteitä olivat puoliso sekä myös ystävät ja perhe. Lisäksi hän sai tietoa yrittäjäksi ryhtymisestä mm. TE-keskukselta. Hän hyödynsi myös sosiaalisen median ryhmiä tiedonsaantiin.

Verkostolla oli keskeinen rooli liikeidean eteenpäin viemisen kannalta. Esimerkiksi yliopistojen koulutusohjelmat, joihin yrittäjä oli hakeutunut, edistivät nimenomaan liikeidean eteenpäin viemistä. Lisäksi entiset työkaverit olivat avainasemassa viemään liikeidea eteenpäin tiiminrakentamisen, yhteistyön ja koekäyttäjinä toimimisen vuoksi. Lisäksi hän osallistui erilaisiin asiantuntijaverkostoihin, jotka pohjautuivat asiakaskokemuksen ympärille, johon hänen liikeideansa perustuu.

Koska uuden yrityksen perustaminen oli niin vahvasti liikeidean kehittämiseen pohjautunut, hän koki saavansa eniten sellaisilta verkoston jäseniltä, jotka pystyivät jollain tavalla edistämään liikeidean eteenpäin viemistä. Yritystä käynnistäessä hän keskusteli lähipiiriinsä kuuluvien perheenjäsenten ja ystävien kanssa aiheesta, mutta sen lisäksi hän keskusteli aiheesta mahdollisimman paljon eri ihmisten kanssa hakien palautetta ideastaan.

”Yritin jutella tosi paljon kaikkien kanssa, ketkä vaan jaksoi kuunnella ja hain tosi paljon sparrausta ja palautetta.”

Hän osallistui yliopistotasoisiiin koulutusohjelmiin, jotka tarjosivat itsessään hänelle tietoa sekä henkistä tukea. Liikeidean kehittämiseen liittyvän tiedon lisäksi hänelle oli erityisesti jäänyt mieleen innovaatiokoulutusohjelman valmentajan kannustus.

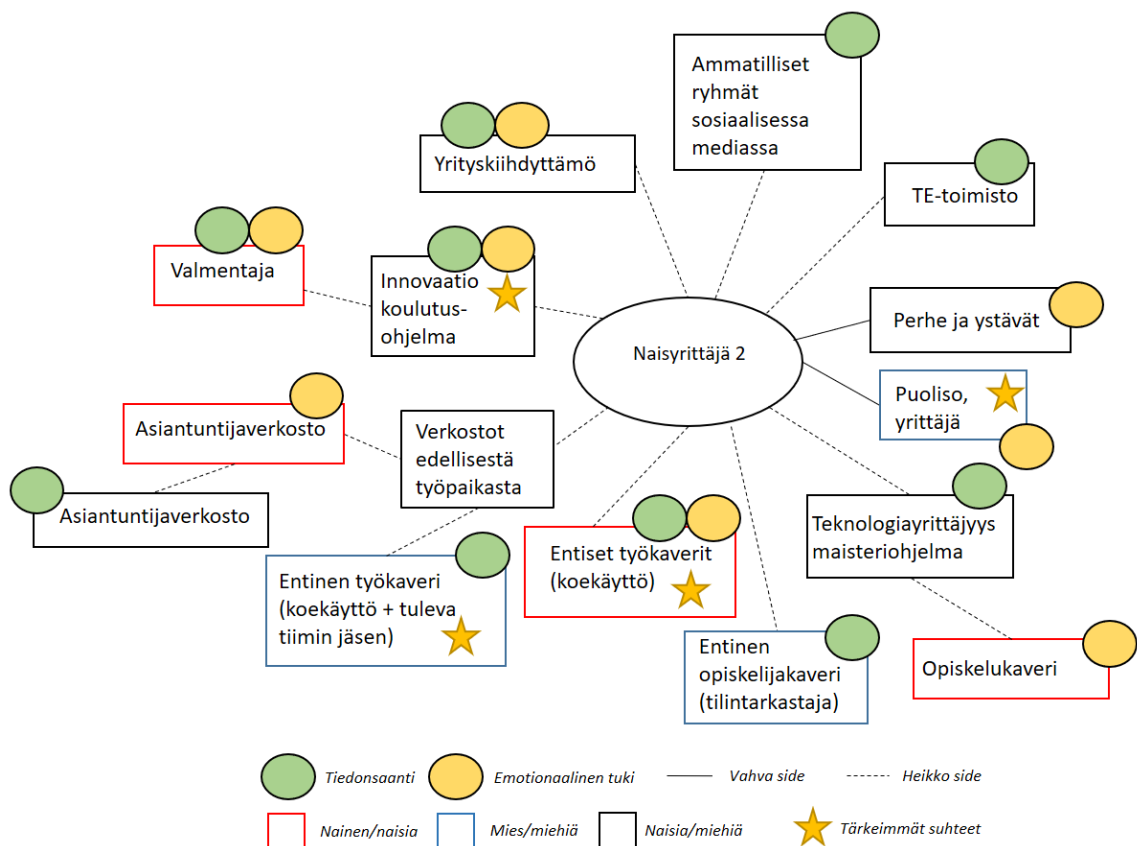
”Kaikki se valmennus mitä sieltä sain, niin oli ihan älyttömän ratkaisevaa. Se oli sekä henkisesti että tiedollisesti, koska siinä opetettiin viemään sitä ideaa eteenpäin.”

Hänen päästessään eteenpäin liikeidean kanssa protovaiheen yli, hän tarvitsi apua saadakseen tuotteestaan pilvipalvelu, jolloin hän löysi yhteistyökumppanit aiemman työpaikan kontakteista, sillä hänellä itsellään ei ollut osaamista siltä osa-alueelta.

”Siinä kohtaa tuli ihan ratkaisevaan asemaan ne mun kontaktit sieltä edellisestä työpaikasta, eli mä löysin yhteistyökumppanit niistä mun vanhoista työkavereista. Ja se auttoi mua viemään sitä ideaa

eteenpäin, että pystyin ylipäättään etenemään. Eli kaikki on ollut verkostojen kautta, mä en itse oikein osannut tehdä juuri mitään.”

Hän hyödynsi aktiivisesti olemassa olevaa suhdeverkostoaan, joka kasvoi liikeidean kehittämisen myötä. Hänen verkostonsa piti sisällään paljon erilaisia ammattilaisia, asiantuntijoita sekä myös samassa tilanteessa olevia aloittelevia yrittäjiä, joiden pariin hän tietoisesti oli hakeutunut liikeidean innoittamana. Yrityksen käynnistysvaiheessa suhdeverkosto muodostui pääosin heikoista siteistä, sisältäen sekä vanhoja tuttavuuksia, joita hän aktivoi uudelleen yrityksen käynnistämisen myötä, että kokonaan uusista kontakteista asiantuntijaverkostoista tai yrityskiihdyttämöstä. Vahvoista siteistä selkeästi merkityksellisin oli yrittäjätaustainen puoliso.



Kuvio 12. Naisyrittäjä 2 verkostokartta.

Tärkeimmät suhteet

Tärkeimmiksi suhteiksi tai verkostoiksi hän nimeää emotionaalista tukea tarjonneen yrittäjäpuolisonsa sekä tuotteen kehityksen kannalta keskeiset yrityskiihdyttämön sekä entiset työkaverinsa. Entiset työkaverit olivat ratkaisevia sen vuoksi, että he ottivat hänen luoman tuotteen koekäyttöön yritykseensä ja antoi siitä palautetta, jonka perusteella tuotetta voitiin jatkokehittää. Vaikka yrityskiihdyttämön ja entisten työkavereiden keskeinen funktio on ollut tuotteen jatkokehityksen edistämisessä, hän sai myös emotionaalista tukea yrityskiihdyttämöstä sekä naispuolisilta entisiltä työkavereiltaan, jotka olivat positiivisia ja kannustivat häntä eteenpäin. Hän kokee näiden suhteiden olleen ehdottomia hänen yritystoimintansa kannalta.

Hän ei kokenut yrittäjyyden taipaleellaan olleen erityisiä ongelmia, joista hän olisi selvinnyt verkostonsa avulla, vaan hän kokee verkostonsa ennaltaehkäisseen ongelmien ilmentymisen. Hän koki yrittäjäpuolisolta saadun tuen auttavan ”pärjäänkö mä” –problematiikkaa vastaan, pilottiasiakkaiden tuen ”onko tää mun idea ihan hölmö” –problematiikkaa vastaan sekä yrityskiihdyttämön ryhmän tuen konkretisoivan yrittäjäksi ryhtymistä vertaistuen muodossa.

”Ei mulle oikein ehtinyt tulla siinä sellaisia ongelmia. Mulla oli niin hyvä tuki siinä ympärillä.”

Suhdeverkoston laajuuden vai yksittäisten kriittisten suhteiden tärkeyden pohdinta oli moniulotteinen. Hän näkee laajan suhdeverkoston tarjonneen hänelle myös yksittäiset tärkeät suhteet. Laatu koetaan kuitenkin olevan määrää tärkeämpi, sillä suhdeverkosto on merkityksetön, mikäli suhteet eivät tarjoa sisältöä. Laajalla verkostolla nähdään kuitenkin olevan merkitystä erityisesti aloittavalle yrittäjälle.

”Yritin jutella todella todella monelle, ja jos mulla olis ollut vaan nää muutamat kontaktit, niin se olis jäänyt ihan suppeaksi. Että se laaja verkosto mahdollisti, että pääs kulkemaan sen polun. Mutta jos ei olis ollut näitä, jotka ovat olleet tosi tärkeitä, niin ei siitä olis tullut mitään. Niin että molemmat tarvittiin.”

Verkoston suhteista osa oli olemassa ennen yrityksen perustamista, kuten puoliso ja entiset työkaverit sekä sosiaalisen median kautta kontakteja, keneltä hän pyysi kommentteja liikeideaan liittyen. Verkosto alkoi kasvaa yrittäjäksi ryhtymisen myötä.

”Kyl verkostot vaikutti ihan hirveesti, vaikkakin osa niistä verkostoista tuli luotua siinä yrityksen perustamisen vaiheella, että ne ei välttämättä ollut vanhoja verkostoja.”

Olemassa olleiden suhteiden kautta on myös saavutettu uusia suhteita ja verkostoja. Esimerkkeinä hän kertoo, että hänen yrityksensä ensimmäinen tiiminjäsen oli hänen entinen työkaverinsa vanhasta työpaikasta ja hänen kauttaan hän sai rakennettua heille kuuden hengen tiimin. Osa näistä työkaverin kautta tavoitetuista tiiminjäsenistä oli hänelle entuudestaan osittain tuttuja ja osa ei. Lisäksi hän mainitsee entisen työkaverinsa, jonka kautta hän pääsi mukaan hänen perustamaansa asiantuntijaverkoston. Kyseisessä verkostossa hän tapasi erään naishenkilön, joka ehdotti häntä liittymään toiseen asiantuntijaverkostoon, joka avasi hänelle taas uudenlaisen verkoston.

Hän korostaa yrityksen käynnistysvaiheen olevan todella intensiivistä aikaa ja työtunteja kertyvän todella paljon, jonka lisäksi suhdeverkoston ylläpitäminen ja kasvattaminen vaatii todella paljon aika. Hän ei kuitenkaan koe suhdeverkoston ylläpitämistä työlääksi, mutta painottaa, että suhdeverkostoa täytyy pitää yllä ja olla itse aktiivinen.

”Verkosto ei ole itsestä ulkopuolinen asia, vaan on itse osa sitä verkostoa.”

Pohdinta siitä, puuttuiko suhdeverkostosta jotain, ei vaatinut aikaa. Hän koki, että hän olisi voinut hyötyä start-up-kokeneesta naismentorista. Hänen näkemyksensä mukaan mentorin sukupuolella olisi ollut merkitystä, vaikka hän tyypillisesti pyrkiikin ajattelemaan sukupuolineutraalisti, mutta hän olisi kaivannut mentorilta erityisesti ”äidillistä tsemppiä” naiselta, jolla olisi ollut kokemusperäistä tietoa olla start-up-

yrittäjä. Hän koki saaneen tällaista tukea yrityskiihdyttämössä olleelta valmentajalta, mutta suhde jäi koulutusohjelman aikaiseksi, eikä jatkunut enää myöhempisiin vaiheisiin.

”Se valmentaja siellä yrityskiihdyttämössä edusti mulle siellä sellaista, mutta se jotenkin jäi sinne ohjelman sisälle. Mä olisin ehkä voinut olla itsekin enemmän aktiivinen, että olisitko voinut vähän sparrata.”

Hänen verkostonsa tärkeimmät suhteet olivat sekä emotionaalista tukea, että tietoa tarjoavia suhteita. Verkosto piti sisällään yrityksen perustamiseen liittyen merkittäviä ammatillisia suhteita jo entuudestaan, mutta liikeidean kehittymisen ja yrittäjäksi ryhtymisen kautta suhdeverkosto kasvoi entisestään. Siitä huolimatta hän ei kokenut saavansa kaikkea tarvitsemaansa tukea silloiselta verkostoltaan, vaan sekä kokemusperäistä tietoa että emotionaalista tukea tarjoava äidillisen roolin omaavasta naismentorista olisi ollut hyötyä yrityksen käynnistämisessä.

6.1.3 Naisyrittäjä 3

Tutkimuksen kolmas naisyrittäjä on 28-vuotias graafisen suunnittelun ja web designin palveluita tarjoava naisyrittäjä. Aiempaa työtaustaa hänellä on markkinointiassistentin ja markkinointikoordinaattorin tehtävistä ja koulutustaustaa tradenomiopinnoista. Hänen perheeseensä kuuluu puoliso ja neljävuotias tytär.

Yrittäjäksi ryhtyminen

Haastateltava oli markkinointikoordinaattorin roolissa yrityksessä, jonka taloudellinen tilanne alkoi heiketä. Hänen yrittäjäksi ryhtyminen sai alkusysäyksensä työkaverilta, joka työskenteli taloushallinnon palveluita tarjoavana yrittäjänä samassa työpaikassa. Työkaveri innostamana hän irtisanoutui palkkatyöstään kyseisessä yrityksessä ja teki tämän entisen työnantajan kanssa sopimuksen, että hän tekee samaa työtä heille yrittäjänä tarpeen mukaan ja laskuttaa siitä yritystä sekä sen lisäksi hän alkoi hankkia muita asiakkaita tämän rinnalle. Yrittäjäksi ryhtyminen tapahtui siis suhdeverkoston jäsenen innoittamana.

”Mulla oli siellä työkaveri, joka oli yrittäjä, ja hän teki siellä laskuja, palkanmaksua, reskontraa ja sellaista, ja sit me siinä ystäväystyttiin, kun oltiin samassa huoneessa. Sitten mä sain yhtenä päivänä valtavan ahaa-elämyksen, kun oltiin puhuttu hänen kanssaan yrittäjyydestä ja hän oli sanonut, että perusta säkin oma toiminimi. Ja sit se oikeastaan lähti siitä ja sit pari viikkoa kypsyttelin ajatusta, ja sit mä irtisanouduin ja tein sopimuksen sen mun työnantajan kanssa, että mä jatkoin töitä sinne ja aloin aggressiivisesti hankkia muitakin asiakkaita ja... tässä sitä nyt sit ollaan.”

Hän ei ollut koskaan aikaisemmin miettinyt, että voisi ryhtyä yrittäjäksi, sillä hän on kokenut yrittäjyyden ympärillä olevan paljon negatiivista keskustelua mm. työmäärän, tulojen epävarmuuden, verottajan ja yrittäjänä olemisen monimutkaisuuden osalta. Työkaverin innoittamana hän kuitenkin alkoi nähdä positiivisia puolia yrittäjyydessä, joista keskeisimpänä oli vapaus tehdä sitä mitä

haluaa tehdä. Hän näki yrittäjäksi ryhtymisen täyttävän myös pitkäaikaisia työhön liittyviä haaveita.

”Mun lapsuuden haave on ollut, että musta tulee joku taiteilija, niin tää on ollut nyt ehkä lähinnä sitä, mitä mä pystyisin olemaan niin, että se olis taloudellisesti kannattavaa.”

Hän näkee ympärillä olevilla ihmisillä olleen suuri vaikutus yrittäjäksi ryhtymiseen, sillä hän mainitsee muiden ihmisten mielipiteillä olevan paljon vaikutusta häneen. Hän kokee olevansa rohkea ja uskalias, mutta tarvitsee tukijoukon ja kannustajia taustatuekseen. Sosiaalisen pääoman näkökulmasta suurimman tuen päätökseen ryhtyä yrittäjäksi hän sai hänen lähimmiltä ihmisiltään eli suhdeverkoston vahvoilta siteiltä. Merkittävimmät suhteet olivat puoliso, jolta hän sai itsevarmuutta, yrittäjänä toimiva työkaveri, jonka rooli on ollut liikkeelle panevana voimana sekä vahvana tiedon ja tuen lähteenä, sekä hänen yrittäjätaustainen isänsä, jolta hän on saanut sekä tietoa että tukea. Hän korostaa yrittäjätaustaisten henkilöiden roolia, sillä hän kokee, että toinen yrittäjä pystyy ymmärtämään toista yrittäjää paljon paremmin verrattuna henkilöihin, jotka eivät ole yrittäjiä.

Hän kokee sosiaalisella pääomalla olleen osittain vaikutusta päätökseen ryhtyä yrittäjäksi. Hänen pohdintansa mukaan, mikäli hänellä ei olisi ollut näitä henkilöitä tukemassa hänen yrittäjäksi ryhtymistään, niin hän olisi ryhtynyt todennäköisesti sivutoimiyrittäjäksi ja vasta myöhemmässä vaiheessa, mutta hän jäi pohtimaan sitä, että olisiko hän keksinyt koko yrittäjyysvaihtoehtoa ilman yrittäjäksi kannustavaa työkaveriaan.

Haastateltavalla on nelivuotias lapsi, jonka merkitys yrittäjäksi ryhtymiseen oli positiivinen. Hän kertoi haluavansa antaa lapselleen esimerkin siitä, että haaveiden tai ideoiden eteen kannattaa haastaa itseensä ja tehdä töitä. Hän haluaa, että lapsensa voi olla ylpeä äidistään ja hänen ammatistansa.

”Haluan antaa mun tyttärelle esimerkin, että jos on joku haave tai idea, niin sitä pitää kokeilla, haastaa itsensä ja näyttää mihin pystyy, ja jos ei

onnistu, niin se ei haittaa. (...) Ja kun maailma ei ole tasa-arvoinen, niin haluan näyttää, että nainen pystyy tekemään ihan mitä tahansa... ja mies pystyy myös. (...) Olen ylpeä mun lapsesta ja että saan olla äiti, ja haluan myös, että mun lapsi saa olla ylpeä musta. Haluan olla ylpeä myös mun ammatista ja näyttää lapselle, että on mahdollista hankkia hyvä työ ja tehdä mitä tykkää.”

Verkosto

Hänen verkostonsa pohjautuu vahvasti vahvoihin siteisiin, joita edustavat sekä hänen oma perheensä, lapsuuden perheensä sekä ystävät. Ystävistä hänelle keskeisin on hänet yrittäjäksi innostanut työkaveri aiemmasta työpaikasta. Ystävä on myös hänen ainut mainitsemansa ammatillinen suhde ennen liittymistä yrittäjien verkostoihin. Näiden vahvojen siteiden lisäksi hän on laajentanut suhdeverkostoaan olemalla aktiivinen sosiaalisen mediassa toimivassa naisyrittäjien ryhmässä sekä alueellisessa naisyrittäjien ryhmässä, jonka toiminnassa hän on myös sosiaalisen median ulkopuolella mukana. Tietoa ja tukea hän on saanut myös yrittäjille suunnatuista palveluista sekä kannustusta tradenomitutkinnon opettajilta. Yritystä käynnistäessään yrittäjällä ei ollut juurikaan ammatillisia verkostoja tai muita verkostoja lähipiirin vahvojen siteiden lisäksi, ketä hän olisi hyödyntänyt yrityksen käynnistysvaiheessa sekä yrityksen käynnistyttyä verkostoituminen tapahtui pääosin yrittäjänä toimivan ystävän kautta.

Omasta perheestään hän mainitsee puolison roolin hänen tärkeänä tukijana ja henkilönä, kenen kanssa voi kotona keskustella erilaisista yrittäjyyteen liittyvistä tilanteista ja saada häneltä hänen elämäkokemuksensa perusteella vinkkejä. Puolison lisäksi tärkeässä roolissa on ollut hänen nelivuotias tyttärensä, jolta hän kokee saavansa tukea ja voimia sekä joka on myös osaltaan tarkoitus työn tekemiselle.

”Hän (lapsi) antaa mulle tukea, motivaatiota ja energiaa ihan hirveästi, vaikka hän ei sitä silleen suusanallisesti näytäkään, mutta hän on ollut

isossa osassa myös. Se on sellainen konkreettinen tekijä, että hänen takiaan, osaksi, mä näitä öitä valvon ja tätä teen, että saan ostettua hänelle ruokaa.”

Lapsuudenperheestä hän korostaa yrittäjänä toimineen isän roolia sekä tuen että tiedon kannalta sekä äidin ja siskon roolia tuen antajana. Isän rooli on ollut eniten kannustava, äidin hieman varovaisempi ja huolehtivainen. Siskon rooli on ollut toimia ”life coachina”. Kavereiden ja ystävien suhtautuminen on ollut yleisesti positiivista ja kommentit tyypillisesti siihen liittyviä, että kuinka rohkeaa on ryhtyä yrittäjäksi.

Keskeisimpään rooliin koko verkostossa hän nostaa yrittäjänä toimivan entisen työkaverin, joka on ollut ratkaiseva tekijä koko hänen yrittäjyydelleen, ja jolta hän on saanut yrittäjyyteen liittyvää tietoa, tukea, ideoita sekä myös aluksi valtaosan asiakkaista.

”Hän on tärkein ihminen koko tässä mun työssä, vaikka ei me niin hirveästi tehdä yhteistyötä, mutta silti ollaan tosi paljon tekemisissä kuitenkin. Jos mulla on joku yrittäjyyteen liittyvä kysymys, niin soitan hänelle ja saan vastauksen sekunnissa.”

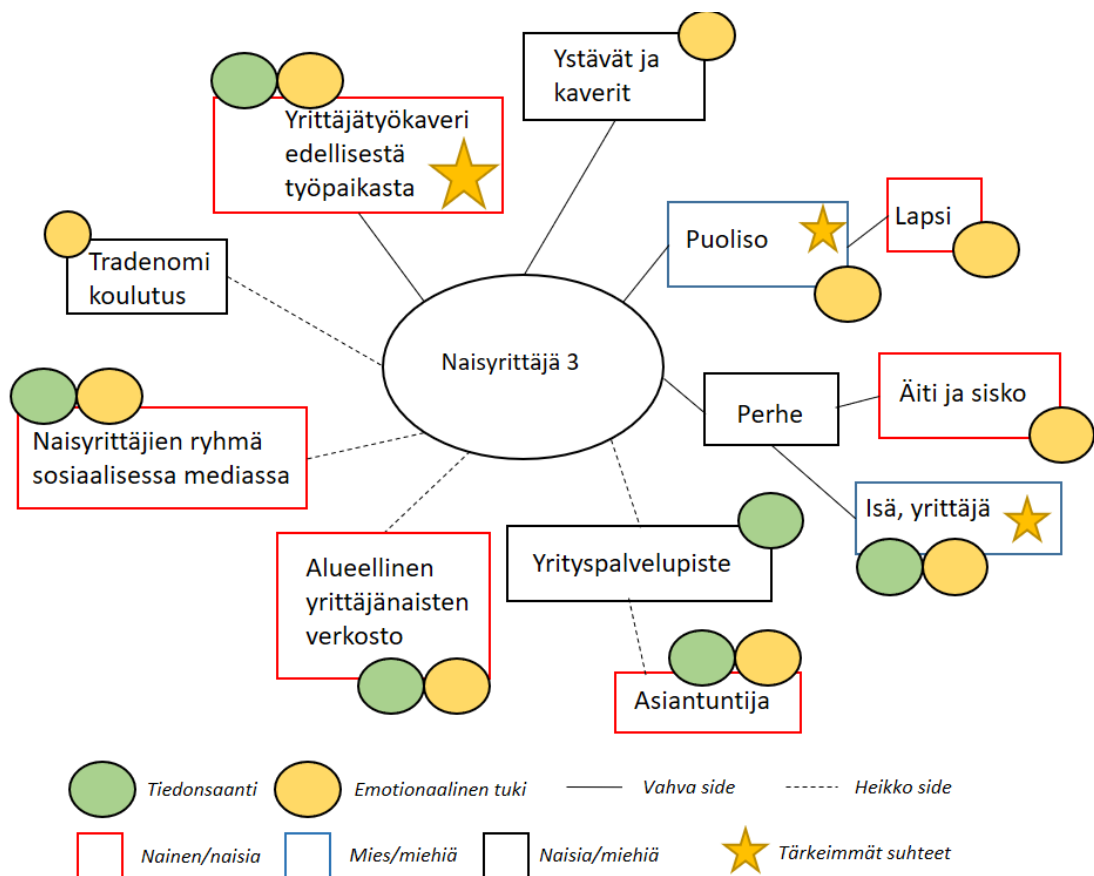
Facebookissa toimivat naisyrittäjien sekä valtakunnallinen että alueellinen ryhmä ovat hänelle merkittäviä ryhmiä niin ammatillisen verkostoitumisen, tiedonsaannin, vertaistuen kuin asiakashankinnankin näkökulmasta. Hän kertoo naisyrittäjäryhmien olevan miellyttävämpiä kuin sellaisten yrittäjäryhmien, joissa on myös miehiä.

”Naisyrittäjillä on paljon kivempi ja lempeempi se ilmapiiri, kun taas missä on miehiä... Mä en edes tiedä, että johtuuko se siitä, että ne on miehiä vai mistä, mutta se on aina vähän sellaista pätemistä, haastamista ja väittelyä, ja se on musta inhottavaa, enkä halua sellaista, että joku tulee elvistelee, että on parempi ja fiksumpi. Mutta

naisyrittäjissä on kannustavampi ja tsemppaavampi ilmapiiri, ja vaikka on samaa liiketoimintaa, niin kukaan ei tule kyttäämään.”

Yrittäjyyteen liittyviä palveluita tarjoavien toimijoiden osalta hän mainitsee yrittäjyyspalvelupisteen, jossa he kävivät yhdessä läpi yrityksen käynnistämiseen liittyviä käytännön asioita kuten liiketoimintasuunnitelmaa ja rahoitusta. Hän koki saavansa sieltä paljon neuvoa, apua ja käytännön tietoa. Hän kertoi häntä opastaneen asiantuntijan olleen nainen ja sukupuolella olleen merkitystä, koska hän koki tämän naisen jollain tavalla äidillisessä roolissa.

”Hän oli vähän niin kuin äidillinen henkilö. Meillä oli sellainen synkkaus. Musta ei tuntunut, että puhun virkamiehelle, vaan musta tuntui, että mä puhun coachille.”



Kuvio 13. Naisyrittäjä 3 suhdeverkosto.

Suhteiden merkitykset

Tärkeimmässä roolissa hänen verkostossansa hän kertoo olevan yrittäjänä työskentelevä työkaveri aiemmasta työpaikasta sekä puoliso ja yrittäjätaustainen isä eli lähipiiriin kuuluvat vahvat siteet. Tärkeimpänä näistä hän pitää yrittäjänä toimivaa entistä työkaveriaan, koska hän näkee hänen olleen ovi yrittäjyyden maailmaan niin tiedon, taidon kuin verkostojenkin osalta.

Yrittäjyyteen liittyviä haasteista ja ongelmista hän keskustelee aktiivisesti näiden kolmen tärkeimmän henkilön sekä lisäksi äitinsä kanssa. Yhdeksi keskeisimmistä ongelmista on noussut se, että asiakkaat eivät maksa laskujaan. Ongelmaan hän on saanut ratkaisun tämän yrittäjänä toimivan entisen työkaverin kautta, jolle hän aikoo ulkoistaa laskutuksensa ja täten hoitaa myös mahdolliset perinnät.

Hän näkee suhdeverkoston laajuuden sijaan yksittäisillä tärkeillä suhteilla olevan paljon enemmän merkitystä. Hän kertoo, että hänellä ei yrittäjäksi ryhtyessä ollut juurikaan merkittäviä suhteita, vaan asiakassuhteet syntyivät pitkälti tämän yrittäjänä toimivan entisen työkaverin kautta ja muu verkosto on kasvanut vasta yrittäjyyden myötä. Suhdeverkoston rakentamisen hän näkee olevan välttämätöntä, mutta hän ei koe sitä raskaana tai vaikeana, sillä hän tutustuu mielellään uusiin ihmisiin ja kontaktoi rohkeasti uusia ihmisiä. Keskeisenä linkkinä uusiin kontakteihin on ollut yrittäjänä toimiva entinen työkaveri, jonka kautta hän on kasvattanut suhdeverkostoaan sekä saanut itselleen asiakkaita.

”Sain hänen kautta varsinkin alussa tosi paljon asiakkaita. Hän oli vähän kuin manageri, ja sain sieltä kautta sitten hyviä referenssejä itselleni. Sit kun oli asiakkaita ja näyttöä, mitä oli tehnyt, niin se auttoi saamaan ulkopuolisia asiakkaita.”

Hän ei koe, että hänen ympäriltänsä olisi puuttunut mitään suhdetta tai verkostoa, jolle hänellä olisi olemassa olevien suhteiden lisäksi ollut tarvetta. Hän ei koe, että olisi hyötynyt esimerkiksi yrittäjäkurssista, vaan kokee saavansa kaiken tarvittavan läheisiltään sekä internetin kautta hakemalla.

6.1.4 Naisyrittäjä 4

Tutkimuksen neljäs naisyrittäjä on 35-vuotias markkinoinnin kampanjoita ja sosiaalisen median ratkaisuja tarjoava naisyrittäjä. Aikaisempaa työkokemusta hänellä on markkinointitehtävistä kuntasektorilla sekä projektipäällikön ja kampanjapäällikön tehtävistä suuressa yhtiössä. Hänen perheeseensä kuuluu yrittäjäpuoliso.

Yrittäjäksi ryhtyminen

Häneltä oli loppumassa määräaikainen työsuhde edellisessä työpaikassa, jossa hän oli ollut yhteensä viisi vuotta erilaisissa markkinointitehtävissä. Ennen määräaikaisuuden päättymistä hän jo haki useisiin avoimiin työpaikkoihin, mutta hänellä oli ahdistava tunne työnhausta.

”Olin ollut useammassa eri työhaastattelussa jo, mutta sitten mä mietin, että kun mua hirveesti ahdisti ne työhaastattelut, tai ei niinkään ne haastattelut, vaan se ajatus siitä, että pääsisin jonnekin töihin.”

Hän osallistui kurssille, joka on tarkoitettu elämälleen suuntaa etsiville ihmisille. Kurssilla hän oivalsi, että hän arvostaa vapautta ja itsenäisyyttä niin paljon, että ei halua sitoutua työnantajan määräämään aikaan ja paikkaan. Kurssin käytyä hän päätti perustaa oman yrityksen ja osallistui yrittäjäkurssille. Oivallus vaihtoehdosta ryhtyä yrittäjäksi syntyi vasta omien arvojen pohdinnan jälkeen.

”Mulla ei ole mikään ongelma siinä, että mä saatan tehdä 12 tunnin päivän tai illalla tai viikonloppuna duunia, kunhan mä saan itse päättää, että nyt mä haluan tämän tehdä, eikä että joku ulkopuolelta sanoo mulle, että mun pitää istua jossain ja tehdä jotain. Se on ollut mulle ihan ykkösasia.”

Hän ei ollut aikaisemmin miettinyt yrittäjyyttä vaihtoehtona. Vaihtoehdon tunnistettua hän tunnisti itsessään yrittäjyyteen liitettjä ominaisuuksia, kuten

rohkeus, riskinottokyky, itsenäisyys ja sinnikkyys, jotka puolsivat yrittäjyyden olevan hänelle soveltuva vaihtoehto.

Hänellä ei ole lapsia, jolla hän koki olevan paljon merkitystä yrittäjäksi ryhtymiseen. Hän kertoo lähteneensä yrittäjäksi sellaisesta lähtökohdasta, että jos olisi ollut lapset elätettävänä, niin hän ei olisi pystynyt ottamaan sitä riskiä, koska hänellä ei ollut yhtään varmaa asiakasta eikä säännöllistä tulovirtaa.

Sosiaalisen pääoman osalta yrittäjäksi ryhtymisen kannalta ratkaiseva henkilö oli hänen lähipiirinsä vahvoihin siteisiin kuuluva puoliso, joka myös työskenteli yrittäjänä samalla toimialalla. Puolisolla oli vaikutusta yrittäjäksi ryhtymiseen siten, että puolisolta hän sai tukea niin ammatillisesti kuin emotionaalisesti. Yrittäjänä toimivan puolison tuki oli niin ratkaisevaa, että hän koki, että jos hän olisi ollut sinkku, niin hän ei olisi ryhtynyt yrittäjäksi.

”En mä varmasti olis lähtenyt tähän juttuun, jos yksineläjänä olisin ollut.”

Lisäksi hän on lapsesta saakka seurannut isänsä menestystä yrittäjänä ja arvostanut hänen rohkeuttaan ja riskinottokykyään, jonka hän kokee merkittävänä oman yrittäjyytensä kannalta sen vuoksi, että hänellä on ollut esimerkki, mihin yrittäjyyttä on voinut peilata.

Verkosto

Hänen suhdeverkostonsa muodostui vahvoihin siteisiin lukeutuvista perhesuhteista puolisoon ja isään, jotka molemmat toimivat yrittäjinä. Lisäksi yrityksen käynnistysvaiheessa muita ystäviä aktiivisemmassa roolissa oli myös yksi ystävä aiemmasta työpaikasta. Muut ystävät ja tuttavat olivat positiivisesti kannustavia, mutta heidän roolinsa yrityksen käynnistyksessä ei ollut merkittävä. Lähiverkoston lisäksi hänen verkostonsa rakentui pitkälti sosiaalisen median välityksellä tapahtuvaan kommunikointiin, joka sisälsi heikkoja siteitä sekä tuntemattomia ihmisiä. Lisäksi hän mainitsi yrittäjäkurssin ja sitä kautta uusyrityskeskuksen tärkeinä tiedonlähteenä, mutta ei varsinaisesti osana suhteiden verkostoa.

Puolison toimiessa samalla toimialalla he saavat toisiltaan sekä ammatillista tietoa että emotionaalista tukea. Yrittäjätaustaisen isän rooli oli lähinnä kannustava ja esikuvallinen, mutta suhteeseen ei liittynyt tiedonsiirtoa. Ystävät ja tutut ovat yleisesti ottaen suhtautuneet positiivisesti hänen yrittäjyyteensä ja kannustaneet häntä sosiaalisessa mediassa tai viestittelyissä.

Aiemmassa työpaikassa oli eräs naispuolinen työkaveri, joka osallistui hänen yrittäjäksi ryhtymisen keskusteluun muita enemmän, mutta suhde kariutui myöhemmin työkaverin ohjatesa häntä neuvoillaan vääränlaiseen suuntaan. Yrittäjän näkemyksen mukaan työkaveri ei ymmärtänyt tarpeeksi yrittäjyyteen liittyvistä asioista.

”Tällä mun kaverilla oli selkeesti se, että hän ei välttämättä ymmärtänyt, mitä yrittäjyys on ja mitä se vaati, ja jollain tavalla se tsemppi meni siihen, että hän alkoi ohjailee mua hassuun suuntaan.”

Hän koki saavansa muutoin verkostoltaan pelkästään positiivista viestiä ja kannustusta, mutta negatiivisia tunteita aiheutti se, että entiset työkaverit lähettivät hänelle avoimien työpaikkojen ilmoituksia vielä yrittäjäpäättöksen jälkeen, jonka hän koki niin, että he epäilivät hänen yrittäjänä onnistumistaan.

”Mua ärsytti se, että he tiesivät, että mä olin ryhtynyt yrittäjäksi, niin miksi he lähettivät mulle niitä? Mä otin sen sellaisena niin kuin... mä ajattelin, että onko tää sellainen viesti, että ei tosta mitään tule.”

Hän piti työpaikkailmoitusten saamista todella erikoisena, mutta hän perusteli tämän itselleen sillä, että näillä työkavereilla ei ole kunnollista ymmärrystä siitä, mitä on yrittäjyys, ja he eivät ole ymmärtäneet, että hän oli tehnyt päätöksen ryhtyä yrittäjäksi ja että tuollaiset viestit voivat vaikuttaa myös toisen itseluottamukseen.

Tietoa yrittäjyydestä hän sai yrittäjäkurssin kautta, jota hän piti hyvänä kokemuksena. Yrittäjäkurssilta hänet ohjattiin uusyrityskeskukseen, jonka merkitys ei korostunut muutoin, kun sitä kautta saadun kirjanpitäjäsuosituksen kautta, josta

syntyi kumppanuus kirjanpitäjään, jolta hän on saanut tietoa kirjanpitoon ja talouteen liittyvissä asioissa.

”Yleensä yrittäjillä on ekana mielessä, että miten tää kirjanpito, ja mä sit heti kävin tän suosituksen saaneena tän kirjanpitäjän juttusilla, ja sovittiin, että kun mä saan yrityksen pystyyn, niin hän on mun kirjanpitäjäni, niin mä olen sitten saanut häneltä kaikki tarvittavat avut ja neuvot.”

Sosiaalisella medially on vahva rooli yrittäjälle. Sosiaalisessa mediassa toimivasta naisyrittäjien ryhmästä hän kokee saavansa niin tietoa kuin vertaistukeakin. Vertaistukea hän on saanut esimerkiksi seuraamalla keskustelua, jossa hän on huomannut, että muillakin yrittäjillä on asiakkaita, jotka eivät maksa laskuja, samalla saaden konkreettisia vinkkejä, että mihin perintätoimistoon kannattaa ottaa yhteyttä. Substanssiosaamiseen liittyvää tietoa hän saa ammatillisten sosiaalisen median ryhmien kautta. Oman sosiaalisen median sivuston kautta hän on lisäksi saanut muutamia naisyrittäjätuttuja samalta toimialalta, joiden kanssa he keskustelevat yrittäjyyteen liittyvistä asioista, auttavat toisiaan, lisäävät toistensa näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa ja suosittelevat toistensa palveluita asiakkaille, mutta he eivät ole koskaan tavanneet vaan suhde perustuu ainoastaan sosiaalisessa mediassa tapahtuvaan viestintään.

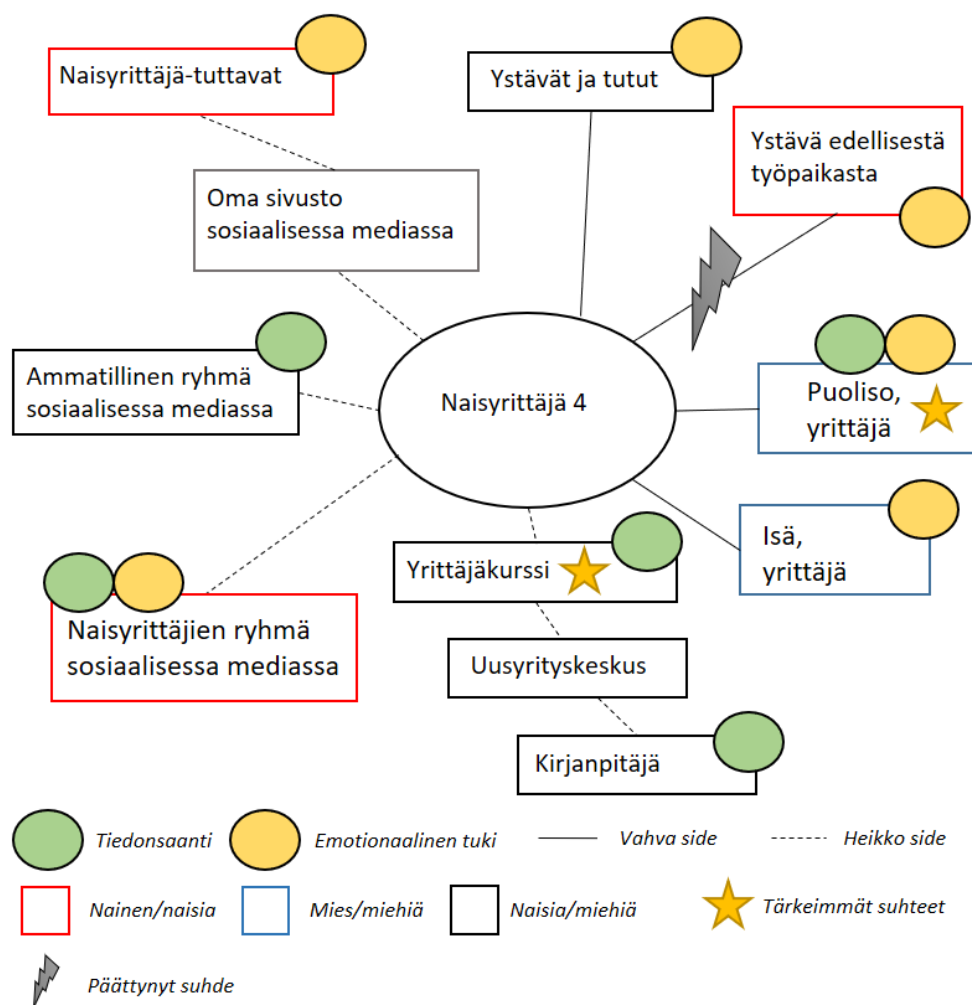
”...joskus on ollut ihan sellaisiakin caseja, että yksi digimarkkinoinnin alalla työskentelevä yrittäjä kysyi multa, että mitä mieltä olet tästä tai mitä tekisit tässä tilanteessa. Ja siis ihmisten kanssa, joita sä et ole koskaan tavannut muuta kuin sosiaalisessa mediassa.”

Hän näkee positiivisena asiana verkostoitumisen saman alan yrittäjien kanssa kilpailuasetelmanäkökulman sijaan.

”Se on aika vanhentunut käsitys, että vaikka olis samalla alalla, niin olis kilpailija, vaan päinvastoin, että mitä enemmän luo verkostoja saman alan ihmisiin, niin sitä enemmän onnistuu saamaan näkyvyyttä.”

Kaikki sosiaalisessa mediassa syntyneet uudet kontaktit olivat naisia. Hänen kokee, että verkostoituminen naisyrittäjien kanssa tarjoaa mahdollisuuden vertaistukeen, jollaista hän ei koe naisen ja miehen välisessä ammatillisessa suhteessa.

”Vertaistukea on helpompi hakea nainen naiselta (...), mutta sitten ammatillisissa asioissa, sillä sukupuolella ei ole mitään väliä. En oikein tiedä miksi, mutta musta tuntuu, että toinen nainen ymmärtää toista naista paremmin just tällaisissa, kun pitää jotain asiaa purnata tai sellaista.”



Kuvio 14. Naisyrittäjä 4 suhdeverkosto.

Tärkeimmät suhteet

Verkoston tärkeimpinä suhteina hän kokee puolisonsa tuen ja yrittäjäkurssin hyödyllisyyden tiedon lähteenä. Hän toteaa ylipäätään emotionaalisen tuen tulevan verkoston vahvoilta siteiltä ja tiedon heikoilta siteiltä tai tuntemattomilta.

”Tuki ehkä tulee enemmänkin silleen läheisiltä ihmisiltä ja tietoa voi saada sitten sellaisilta ei niin läheisiltä.”

Hän ei osannut arvioida sosiaalisen pääoman merkitystä yrityksen käynnistysvaiheessa, mutta kertoi, että ei olisi aloittanut yritystoimintaa, jos hän olisi ollut yksin. Yrittäjänä toimivan puolison merkitys oli todella suuri.

Hän ei koe kohdanneen haasteita muuta kuin sellaisissa asioissa, jotka on oppinut kantapään kautta, kuten ilmaista työtä haluavien kohtelevinen. Hän kuitenkin kokee ongelmatilanteiden olleen sellaisia, että on niissä tarvinnut ja saanut enemmän tukea kuin tietoa, ja tuen hän on saanut lähinnä puolisoltaan, jolle on helppo keskustella kotona asioista.

Hän näkee yksittäisten suhteiden olevan laajaa suhdeverkostoa tärkeämpi aloittavalle yrittäjälle. Suhdeverkostoa hän on tietoisesti kasvattanut sekä kontaktien että asiakkaiden osalta lähinnä vain sosiaalisessa mediassa naisyrittäjien ryhmän sekä omien sivustojensa kautta. Hän ei koe myöskään, että hänen suhdeverkostonsa olisi puuttunut mitään muuta kuin asiakkaat.

”No ainoastaan, jos olisi ollut jotain sellaisia valmiita asiakkuuksia... Tai että jos olisi ollut sellaisia kontakteja, joista olisi muodostunut asiakassuhde, joka olisi ollut mulle selkeästi helpottava asia, koska mulla oli sellainen tilanne, ettei mulla ollut mitään valmiina.”

6.2 Tapausten vertailu

Seuraavaksi vertaillaan edellä läpikäytyjen neljän naisyrittäjän sosiaalista pääomaa yrityksen käynnistysvaiheessa toisiinsa sekä tulkitaan eroja ja yhtäläisyyksiä heidän verkostoissaan. Tekstissä käytetään haastateltavista lyhennettä N=naisyrittäjä.

6.2.1 Tausta

Haastateltujen yrittäjien taustatiedot ovat esitely kunkin tapauksen ohessa sekä ne koottu taulukkoon 3 sivulla 51. Sukupuolinäkökulmasta yrittäjyyttä tarkastellessa taustatiedoista korostuu mielenkiintoisena tekijänä naisyrittäjän perheellisyys. Sen vuoksi koen merkitykselliseksi tarkastella hieman myös sitä tässä yrittäjien tapausten vertailussa.

Lapsettomuuden nähtiin vaikuttavan positiivisesti yrittäjäksi ryhtymiseen niiden haastateltujen yrittäjien osalta, kenellä ei ollut lapsia, sillä ajatus perheen ja yrittäjyyden yhdistämisestä heidän tapauksissaan koettiin haastavaksi yhdistelmäksi. Molemmat lapsettomat haastateltavat kokivat, että yrittäjyys, ainakaan siinä laajuudessa, ei olisi ollut mahdollisuus heille, mikäli heillä olisi ollut vastuu myös lapsista huolehtimisesta. Syyksi tähän mainittiin tulojen epävarmuus ja työnteon vapaus. He eivät nähneet perheellisyyden olevan yrittäjyyden este, mutta he itse eivät olisi omista lähtökohdistaan lähteneet yrittäjiksi, mikäli heillä olisi ollut lapsia vastuullaan.

Lapsettomat naisyrittäjät näkivät perheellisyyden vaikutuksen heikentävänä todennäköisyyteen ryhtyä yrittäjäksi, mutta ne haastateltavat, kenellä on lapsia, kokivat perheellisyyden positiivisina tai neutraaleina yrittäjäksi ryhtymisen näkökulmasta. Toisella perheellisistä haastateltavista on pieni lapsi, jonka hän näki positiivisena asiana yrittäjyyden kannalta, sillä hän kokee antavansa hyvän esimerkin lapselleen yrittäjyytensä kautta rohkeudella ja tekemällä mitä hän itse haluaa. Lisäksi hän kokee saavansa energiaa lapseltaan työntekoon yrittäjänä. Toisella perheellisistä haastateltavista on teini-ikäiset lapset, joiden merkitystä hän ei korostanut yrittäjyyden puolesta eikä vastaan.

6.2.2 Yrittäjäksi ryhtyminen

Yrittäjäksi ryhtymisen motiivit

Yrittäjäksi ryhtymisen motiivit olivat saman henkisiä kolmen haastateltavan osalta, jotka kertoivat ryhtyneensä yrittäjäksi ns. yrittäjyyteen vetävien tekijöiden vuoksi, vaikka kaikilla heistä oli myös jonkinlainen työttömyys tai sen uhka taustalla. Kaikilla yrittäjäksi vetävien tekijöiden vuoksi ryhtyneistä yhteiseksi syyksi nousi itsenäisyys. Toisena keskeisenä tekijänä esille nousi myös itsensä toteuttamiseen liittyneet tekijät. Ainoastaan ensimmäinen haastateltavista kertoi ryhtyneensä yrittäjäksi vain työttömyyden ja vaikean työllistymisen vuoksi.

N2 ryhtyi yrittäjäksi muista haastatelluista poiketen selkeästi eniten liikeideavetoisesti, mutta taustalla oli myös itsenäisyyteen ja omaan muutoksen tarpeeseen liittyviä tekijöitä sekä suotuisat olosuhteet ryhtyä yrittäjäksi. N3 ja N4 ryhtyivät yrittäjiksi pääosin itsenäisyyden lisäksi yrittäjän vapautteen liittyvien asioiden pohjalta, mutta N3 koki myös pystyvänsä toteuttamaan lapsuuden haavettaan yrittäjyyden kautta. Haastateltavien yrittäjyysmotiivit ovat koottu taulukkoon 4.

<p>Naisyrittäjä 1 Työttömyys</p>	<p>Naisyrittäjä 2 Muutoksen tarve Halu toteuttaa liikeidea Itsenäisyys Puolison esimerkki ja kannustus Hyvä taloudellinen tilanne</p>
<p>Naisyrittäjä 3 Itsenäisyys Halu tehdä sitä, mistä tykkää Luovuus Lapsuuden haaveen toteuttaminen</p>	<p>Naisyrittäjä 4 Vapaus ajallisesti ja sijainnillisesti Itsenäisyys Tietämys siitä, että soveltuu yrittäjäksi</p>

Taulukko 5. Yrittäjyysmotiivit.

Sosiaalisen pääoman vaikutus yrittäjäksi ryhtymiseen

Sosiaalisen pääoman osalta yrittäjäksi ryhtymiseen nähtiin vaikuttavan eniten vahvat siteet lähipiirin keskuudessa. Erityisesti yrittäjätaustaiset lähipiirissä olevat henkilöt nousivat esille tuloksissa. Puolilla haastateltavista puoliso toimii yrittäjänä ja myös puolilla haastateltavista on isät, joilla on yrittäjätausta. Mikäli ystävä mainittiin merkityksellisenä päätökseen ryhtyä yrittäjäksi, olivat ystävät yrittäjätaustaisia. Tämän tutkimuksen mukaan lähipiirissä olevat yrittäjätaustaiset henkilöt voidaan siis nähdä positiivisesti vaikuttavan yrittäjäksi ryhtymiseen.

Puolisolla nähtiin olevan kaikista voimakkain vaikutus yrittäjäksi ryhtymiseen. Kaikki haastateltavista mainitsivat puolison roolin tärkeänä yrittäjäksi ryhtymisessä, riippumatta oliko puoliso yrittäjätaustainen tai ei. Lisäksi kaksi haastateltavaa, kenen isällä oli yrittäjätaustaa, mainitsivat isän esimerkin omaisen roolin tärkeäksi päätöksessä ryhtyä yrittäjäksi. Äitien roolia päätöksessä ryhtyä yrittäjäksi kukaan ei maininnut.

Lähipiirin ulkoisista suhteista puolet haastatelluista kokivat lisäksi yrittäjyyteen liittyvien koulutusten opiskelijaryhmien olleen keskeisessä roolissa yrittäjäksi ryhtymisessä. Opiskelijaryhmien tuki perustuu pitkälti vertaistukeen ja samaistumiseen, sillä ryhmissä olleet henkilöt olivat kaikki samankaltaisissa elämäntilanteissa. Suhdeverkoston osapuolet, joilla on ollut merkitystä yrittäjäksi ryhtymiseen, on kuvattu taulukossa 5.

Tutkimuksessa ei noussut esiin tiedon saantiin liittyviä asioita, kun puhuttiin sosiaalisen pääoman vaikutuksesta päätökseen ryhtyä yrittäjäksi. Käynnistyspäätökseen vaikuttaneilta merkittäviltä henkilöiltä saatiin pääosin vain emotionaalista tukea, vaikka myös substanssi- ja/tai yrittäjyysosaamista olisi ollut saatavilla.

<p>Naisyrittäjä 1 Työllistymiskoulutuksen ryhmä (tuki) Puoliso (tuki) Sisko (apu päätöksenteossa) TE-toimiston yrittäjäkurssi (viimeisteli päätöksen)</p>	<p>Naisyrittäjä 2 Puoliso, yrittäjä (esimerkki, tuki) Innovaatiokoulutusohjelman ryhmä (tsemppaus ja myönteisyys) Apu kontakteista sosiaalisen median kautta (liikeidean testaus) Ystävä teknologiayrittäjyyskoulutusohjelmasta</p>
<p>Naisyrittäjä 3 Puoliso (tuki) Isä, yrittäjätausta Ystävä edellisestä työpaikasta, yrittäjä (innosti yrittäjyyteen)</p>	<p>Naisyrittäjä 4 Puoliso, yrittäjä (tuki) Isä, yrittäjä (esimerkki)</p>

Taulukko 6. Merkityksellisimmät suhteet yrityksen käynnistämässä.

Tutkimuksen mukaan sosiaalisella pääomalla on todella suuri merkitys yrittäjäksi ryhtymiselle. Haastateltavat kokivat, että ilman heidän verkostoissaan olleita tärkeitä suhteita he eivät olisi todennäköisesti lähteneet lainkaan yrittäjiksi. Kolmella haastateltavista verkosto vaikutti erityisesti juuri nimenomaan päätöksen tekemiseen yrittäjäksi ryhtymisestä, mutta N2 korosti enemmän verkostoa liikeidean kehittämisen etenemisen kannalta kuin yrittäjäksi ryhtymisen päätöksenteon näkökulmasta.

Yksi haastateltavista pohti, että olisi saattanut lähteä rauhallisemmalla tahdilla yrittäjäksi, mutta palasi kuitenkin ajatukseen siitä, että ehkä hän ei olisi edes keksinyt koko yrittäjyysvaihtoehtoa, ellei entinen työkaveri olisi siihen innostanut. Suhdeverkoston vaikutusta yrittäjäksi ryhtymiseen haastateltavien kesken on kuvattu taulukossa 6.

<p>Naisyrittäjä 1</p> <p>”Tuskin olisin ryhtynyt.”</p> <p>”En usko, että olisin yksin pystynyt tekemään sitä päätöstä.”</p>	<p>Naisyrittäjä 2</p> <p>”Ilman verkostoja en olisi päässyt mihinkään.”</p>
<p>Naisyrittäjä 3</p> <p>”Olin varmaan lähtenyt yrittäjäksi, mutta en tiedä, olisinko lähtenyt päätoimisesti yrittäjäksi. Olin ehkä tehnyt jonkun sivutoimisen (...) mutta ei näin nopealla aikataululla”</p> <p>”Mutta sitten taas, jos tätä työkaveria ei olisi ollut, niin olisinko keksinyt koko yrittäjyyttä?”</p>	<p>Naisyrittäjä 4</p> <p>”Jos mä olisin ollut sinkku, niin mä uskoisin, että en olisi ryhtynyt, että kyllä sillä on tosi iso merkitys. (...) Mies on ollut tosi paljon mun tukena”</p>

Taulukko 7. Suhdeverkoston merkitys yrittäjäksi ryhtymiseen.

6.2.3 Verkosto

Verkostojen analysointia varten yrittäjien verkostokarttojen suhteet ja verkostot ovat jaettu viiteen kategoriaan: henkilökohtaiset suhteet, ammatilliset suhteet, koulutukseen liittyvät suhteet, sosiaalinen media ja yrittäjyyttä tukevat julkiset palvelut. Henkilökohtaiset suhteet käsittävät perheenjäsenet ja ystävät. Ammatilliset suhteet sisältävät entiset työkaverit ja muut yritysmaailmasta saadut kontaktit. Koulutukseen liittyvät suhteet sisältävät erilaisten koulutusohjelmien ja kurssien sekä koulutuksen ylipäätään, että siihen liittyneen opiskelijaryhmän. Julkiset palvelut sisältävät erilaiset organisaatiot, jotka tarjoavat palveluita yrittäjille. Sosiaalinen media pitää sisällään erilaiset sivustot, ryhmät ja kontaktit sosiaalisen median välityksellä. Jotkin suhteet ja verkostot kuuluvat osittain useaan eri kategoriaan.

Henkilökohtaisista suhteista kaikki mainitsivat puolisonsa, ja N2, N3 ja N4 pitivät puolisoaan yhtenä merkittävimmistä henkilöistä koko verkostossaan yritystä käynnistäessä huolimatta siitä, oliko puolisoilla yrittäjätaustaa vai ei. Kahden naisyrittäjän puoliset toimivat yrittäjinä, jolla oli merkittävä vaikutus naisten yrittäjäksi ryhtymiseen. Kahden naisyrittäjän perheessä oli yrittäjätaustaa, sillä molempien isät olivat toimineet yrittäjinä. Isät nähtiin kannustavina sekä esimerkillisinä henkilöinä yrittäjyyteen nähden, mutta he eivät olleet merkittävässä roolissa tiedonsaantiin liittyen. Puolisoita ja yrittäjäisejä lukuun ottamatta perheen ja ei-ammattillisen ystäväverkoston merkitystä ei korostanut kukaan haastatelluista yrittäjistä.

Kaikilla haastatelluilla oli heidän aiemmista työpaikoistaan joku merkittävä naishenkilö, jolla oli erityisen tärkeä rooli yrityksen käynnistysvaiheessa. Kolmella heistä oli yksi erityisen merkittävä naishenkilö edellisestä työpaikasta. Neljännellä (N2) oli useita eri henkilöitä aiemmista työpaikoista ollut kriittisessä roolissa liikeidean eteenpäin viemisessä.

Koulutukseen liittyvistä suhteista nousi esille sekä koulutuksesta saatu oppi sekä ryhmän kanssa verkostoituminen. N1 ja N2 vahvistivat osaamista käyden erilaisia koulutusohjelmia yrittäjyyteensä liittyen. N1 oli käynyt työllistymiskoulutusohjelman, yrittäjäkurssin, jossa luotiin liiketoimintasuunnitelma, sekä hän jatkoi yrittäjäosaamisensa kehittämistä vielä yrittäjän ammattitutkintoon. N2 oli käynyt yliopistotasoisin innovaatiokoulutusohjelman liikeidean eteenpäin viemiseksi sekä osallistunut yrityshautomotoimintaan. Myös N4 kävi yrittäjyyskurssin ennen yritystoiminnan aloittamista. He kaikki mainitsivat koulutusohjelmiansa olleen tiedonlähteenä yritystoiminnan aloitusvaiheessa.

N1 ja N2 kokivat opiskeluryhmien tarjoavan heille vertaistukea yrityksen käynnistykseen liittyen. N1 kasvatti suhdeverkostoaan muita selkeästi eniten verkostoitumalla koulutusohjelmissa mukana olleiden jäsenten kanssa ja ylläpiti yhteyttä heihin. Myös N4 kävi perinteisen yrittäjäkurssin, mutta ei verkostoitunut tai saanut vertaistukea ryhmän jäsenten kesken. N3 käynyt mitään koulutusjaksoa yrittäjyyteen liittyen, eikä hän ole kokenut tarvetta sellaiselle. Kaikki haastateltavat olivat jollain tavalla olleet yhteydessä julkisiin yrittäjille tarkoitettuihin palveluihin.

Pääosin niiden kautta saatiin tietoa yritystoimintaan liittyen, mutta jotkin kokivat saavansa myös emotionaalista tukea.

N1, N3 ja N4 oli verkostoitunut erityisesti sosiaalisen median sivustojen tai ryhmien kautta uusiin ihmisiin. He myös mainitsivat sosiaalisessa mediassa toimivan naisyrittäjien ryhmän merkittävänä tiedon sekä vertaistuen lähteenä. Sosiaalisen median välityksellä tavoitetaan ennalta tuntemattomia ihmisiä ja heihin syntyneet kontaktit olivat tyypillisesti jääneet ainoastaan sosiaaliseen mediaan eikä näitä ihmisiä ole tavattu kasvotusten. Verkostoituminen muiden yrittäjien, erityisesti naispuolisten yrittäjien, kanssa korostui selkeästi näiden kolmen haastateltavan kohdalla. N2 oli vahvimmin liikkeellä liikeidea edellä eikä niinkään kasvattanut verkostoaan muista yrittäjistä samalla tavalla kuin kolme muuta haastateltavaa. N2 oli haastatelluista eniten verkostoitunut sosiaalisen median ulkopuolella.

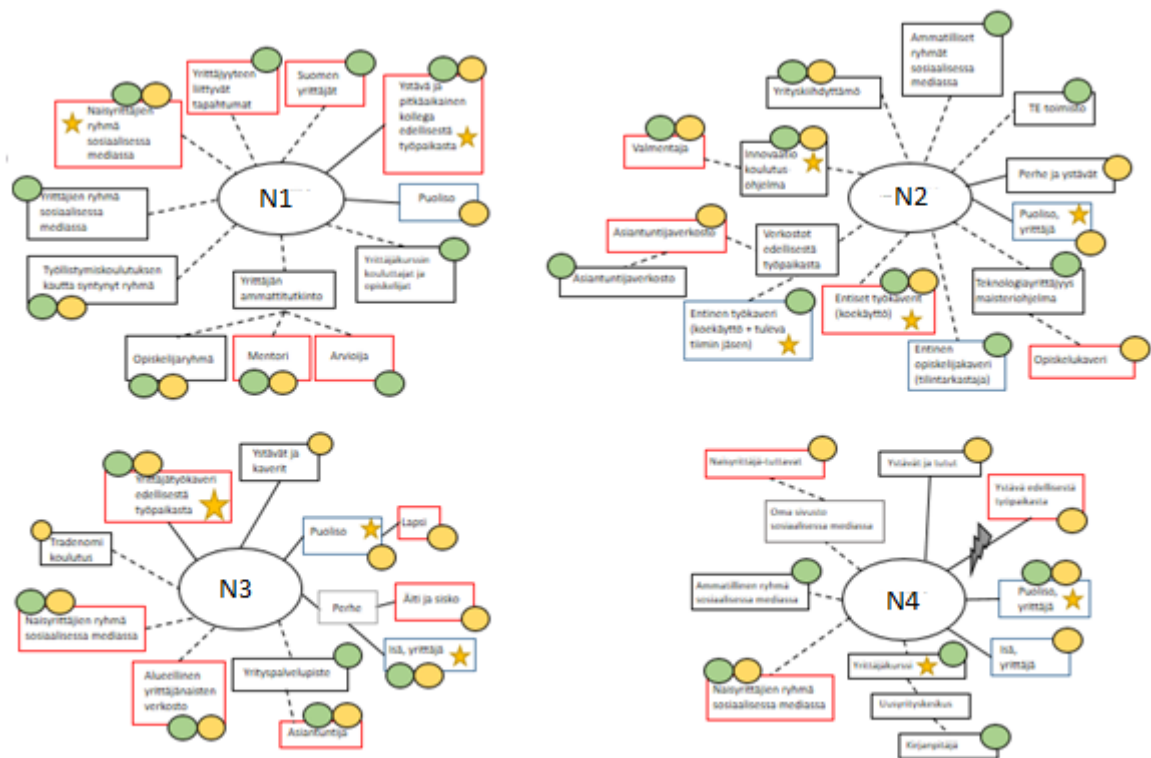
Sukupuolella nähtiin olevan merkitystä etenkin emotionaalisen tuen osalta, sillä tutkimuksen tuloksissa korostui emotionaalisen tuen saanti erityisesti naisilta. Osa haastateltavista koki pystyvänsä helpommin jakamaan asioita naispuolisten yrittäjien kuin miespuolisten yrittäjien kanssa, vaikka heistä suurin osa sai merkittävimmän emotionaalisen tukensa miespuoliselta puolisoiltaan.

Verkoston rakenne

Verkoston rakenteen osalta haastatellut yrittäjät voidaan jakaa karkeasti kahteen osaan, sillä kahdella ensimmäisellä haastateltavalla oli selkeästi laajempi suhdeverkosto ja selkeästi enemmän ammatillisia suhteita kuin kahdella jälkimmäisellä (kuvio 15). Laajan suhdeverkoston ja paljon ammatillisia suhteita omaavat kaksi naisyrittäjää hakivat aktiivisesti palautetta ja arviota yritystoiminnastaan niin verkoston heikoilta kuin vahvoilta siteiltä.

Kaksi jälkimmäistä haastateltavaa eivät hakeneet aktiivisesti palautetta tuotteistaan suhdeverkostolta sekä heidän suhdeverkostonsa muodostui pääosin perheenjäsenistä, naispuolisista ystävistä sekä sosiaalisen median ryhmistä. Yritystoiminnan käynnistyttyä he kuitenkin alkoivat tietoisesti verkostoitua

sosiaalisen median välityksellä. Kahdella jälkimmäisellä oli halu saada emotionaalista tukea erityisesti naispuolisilta henkilöiltä ja erityisesti yrittäjätaustaisilta naisilta. He ovat myös nuorempia kuin kaksi ensimmäistä haastateltavaa sekä heidän yrittäjyyttään edeltänyt työkokemus oli vähäisempää. Lisäksi heidän työhistoriansa sisälsi enemmän lyhytkestoisia työsuhteita sekä heidän asemansa aiemmissa työpaikoissa oli matalampi.



Kuvio 15. Haastateltujen naisyrittäjien verkostokartat.

Heidän liiketoimintansa erosi myös kahdesta ensimmäisestä haastateltavasta siten, että tekivät töitä yksin kotoa käsin. He olivat myös selkeästi vähemmän kiinnostuneita kouluttautumaan liikeideaansa tai yrittäjyyteen liittyen, toisin kuin kaksi ensimmäistä haastateltavaa, jotka olivat osallistuneet erilaisiin ohjelmiin liikeideaansa ja yrittäjyytensä edistämiseksi. Lisäksi kaksi jälkimmäistä haastateltavaa pitivät verkoston tärkeitä vahvoja siteitä ehdottomasti tärkeämpinä kuin laajaa verkostoa, kun taas kaksi ensimmäistä haastateltavaa näkivät yksittäisten kriittisten suhteiden ja laajan verkoston olevan molempien todella tärkeitä, vaikka molemmat silti kallistuivat pohdinnan jälkeen kriittisten yksittäisten

vahvojen suhteiden puolelle. Kahden ensimmäisen ja kahden jälkimmäisen haastateltavan verkostojen voidaan nähdä olevan varsin erilaiset johtuen paitsi aiemmasta työhistoriasta saatujen kontaktien, mutta ennen kaikkea oman aktiivisuuteensa vuoksi. Vertailu on esitetty taulukossa 7.

<p>Naisyrittäjä 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vahvoja siteitä puoliso ja ystävä aiemmasta työpaikasta • Laajahko ammatillinen verkosto • Aktiivinen heikkojen siteiden hyödyntäminen • Ammatillisia suhteita • Haki aktiivisesti palautetta ja arviointia heikoilta ja vahvoilta siteiltä • Verkostoituminen samassa elämäntilanteessa olevien kanssa, aktiivinen yhteydenpito 	<p>Naisyrittäjä 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vahvoja siteitä puoliso • Laajahko ammatillinen verkosto • Aktiivinen heikkojen siteiden hyödyntäminen • Ammatillisia suhteita • Haki aktiivisesti palautetta ja arviointia suhdeverkon heikoilta ja vahvoilta siteiltä. • Verkostoitui muiden yrittäjien kanssa, ei aktiivista yhteydenpitoa
<p>Naisyrittäjä 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vahvoja siteitä puoliso, isä ja yrittäjätaustainen ystävä • Suhdeverkosto suppea • Ei heikkoja siteitä tai ammatillista verkostoa • Ei aktiivisesti hakenut palautetta tai arviointia verkostoltaan • Verkostoituminen muiden yrittäjien kanssa pääosin sosiaalisessa mediassa • Halu saada tukea naisilta, erityisesti yrittäjätaustaisilta 	<p>Naisyrittäjä 4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vahvoja siteitä puoliso ja isä • Suhdeverkosto suppea • Ei heikkoja siteitä tai ammatillista verkostoa • Ei aktiivisesti hakenut palautetta tai arviointia verkostoltaan • Verkostoituminen muiden yrittäjien kanssa pääosin sosiaalisessa mediassa • Halu saada tukea naisilta, erityisesti yrittäjätaustaisilta

Taulukko 8. Verkostojen ja niiden hyödyntämisen vertailu.

6.2.4 Tärkeimmät suhteet

Tutkimuksen mukaan verkoston tärkeimmiksi suhteiksi nousevat lähipiirissä olevista vahvoista siteistä puoliset sekä ystäviksi lukeutuvat naispuoliset entiset työkaverit aiemmista työpaikoista (taulukko 8). Verkostosta korostuu myös vertaistukea, tietoa ja samaistumisen mahdollisuutta tarjoavat yrittäjyyteen liittyvät koulutusohjelmat.

Kuten päätökseen yrityksen käynnistyksestä, myös yrityksen koko käynnistysvaiheen verkostoon vaikuttavat erityisesti yrittäjätaustaiset henkilöt. Yrittäjätaustaiset henkilöt ovat joko vahvoja siteitä lähiverkostosta tai yrittäjätaustaisia uusia kontakteja esimerkiksi yrittäjyysohjelmien tai sosiaalisen median ryhmien kautta.

<p>Naisyrittäjä 1 Ystävä edellisestä työpaikasta Naisyrittäjien ryhmä sosiaalisessa mediassa</p>	<p>Naisyrittäjä 2 Innovaatiokoulutusohjelma Entiset työkaverit, jotka ottivat tuotteen koekäyttöön Puoliso (yrittäjä)</p>
<p>Naisyrittäjä 3 Ystävä edellisestä työpaikasta (yrittäjä) Isä (yrittäjätaustaa) Puoliso</p>	<p>Naisyrittäjä 4 Puoliso (yrittäjä) Yrittäjäkurssi</p>

Taulukko 9. Tärkeimmät suhteet yrityksen käynnistysvaiheessa.

Tutkimuksen mukaan verkosto on ollut erittäin merkittävässä roolissa yrityksen käynnistämisenä. Kaikki haastateltavista pitivät verkostoa erittäin merkittävänä ja etenkin emotionaalisen tuen saanti verkostolta oli merkittävää, mutta verkoston kautta tiedon saanti ei saanut samanlaista painoarvoa. Tutkimuksen mukaan voidaan tulkita naisyrittäjien arvostavan yrityksen käynnistysvaiheessa emotionaalista tukea huomattavasti enemmän verrattuna konkreettiseen tiedonsaantiin.

Verkoston rooli nähdään tärkeäksi myös erilaisten haasteiden selättämisessä yrityksen käynnistysvaiheessa (taulukko 9). Haastateltavat eivät juuri osanneet mainita yksittäisiä esimerkkejä haasteista, joita he ovat kohdanneet vaan kysymys on ollut lähinnä pienemmistä yksittäisistä asioista. Yksi haastateltavista kertoi ulkoistavansa laskutuksen kyseisiä palveluita tarjoavalle yrittäjäystävälleen, että hänen työnsä perintään liittyvissä asioissa helpottuu.

Jälleen puolison antama tuki nousee keskeiseksi tekijäksi myös haasteisiin liittyvissä tilanteissa. Yksi haastateltavista korostaa verkoston roolia ennaltaehkäisevässä roolissa omaa epävarmuutta kohtaan. Verkoston merkitys myös haasteisiin liittyvissä asioissa on pääosin emotionaaliseen tukeen, kuten keskusteluun tai kannustamiseen, viittaavaa. Yksi haastateltavista mainitsee yrittäjien palveluihin liittyvän tiedollisen avun.

<p>Naisyrittäjä 1</p> <p>Verkostot olleet tärkeitä, ei erittelyä Yrittäjien palveluista saatu apu</p>	<p>Naisyrittäjä 2</p> <p>Tuki ollut ennaltaehkäisevää</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puolison tuki (pärjääkö?) - Pilottiasiakkaat (onko idea ihan hölmö?) - Innovaatiokurssin ryhmän tuki (mahdanko pystyä?)
<p>Naisyrittäjä 3</p> <p>Entinen työkaveri (yrittäjä), puoliso ja isä (yrittäjätausta) ja äiti olleet apuna. Laskujen kanssa ongelmia, jonka vuoksi ulkoistaa laskutuksen yrittäjäkaverilleen.</p>	<p>Naisyrittäjä 4</p> <p>Ei koe erityisiä haasteita. Miehen kanssa keskustelu kotona asioista.</p>

Taulukko 10. Suhdeverkoston merkitys yrittäjyyden haasteissa.

Kaikki tutkimukseen osallistuneet naisyrittäjät painottivat tärkeimmän sosiaalisen pääoman syntyvän yksittäisten kriittisten suhteiden eli vahvojen siteiden merkitystä laajaa suhdeverkostoa eli pääosin suuren määrän heikkoja siteitä sisältävän verkoston merkitystä enemmän (taulukko 10). N3 ja N4 olivat pelkästään vahvojen siteiden merkityksen kannalla. N1 ja N2 antoivat selkeästi enemmän merkitystä myös laajalle verkostolle, mutta kallistuivat kuitenkin yksittäisten tärkeiden vahvojen siteiden merkityksen puolelle.

<p>Naisyrittäjä 1 Merkitys yksittäisillä suhteilla 60% ja laajalla verkostolla 40%.</p>	<p>Naisyrittäjä 2 Molemmat todella tärkeitä, mutta kallistuminen kuitenkin yksittäisten laadukkaiden ja merkityksellisten suhteiden puolelle.</p>
<p>Naisyrittäjä 3 Yksittäiset suhteet olivat tärkeämpiä</p>	<p>Naisyrittäjä 4 Yksittäiset suhteet tärkeämpiä</p>

Taulukko 11. Suhdeverkoston laajuuden ja kriittisten suhteiden merkityksen vertailu.

Verkostojen kautta uusien kontaktien saavuttaminen jakautui tämän tutkimuksen mukaan puoliksi sosiaalisen median ja entisten työkavereiden kautta saavutettaviksi (taulukko 11). N1 ja N4 kokivat saavansa uusia kontakteja pääosin sosiaalisen median verkostojen toimiessa linkkinä. Molemmat painottivat myös asiakkaiden saantia sitä kautta. N2 ja N3 mainitsivat entiset työkaverit tärkeimpinä linkkeinä uusiin kontakteihin. Toisella heistä yksi yksittäinen yrittäjäystävä oli alussa ainut linkki kaikkiin uusiin kontakteihin.

Naisyrittäjä 1 Sosiaalisen median verkostojen kautta yhteistyökumppaneita, asiakkaita ja ystäviä	Naisyrittäjä 2 Entisen työkaverin avulla saatiin rakennettua tiimi liikeidean ympärille. Ystävä asiantuntijaverkostosta kutsui toiseen asiantuntijaverkostoon
Naisyrittäjä 3 Alussa kaikki kontaktit ja asiakkaat tuli entisen työkaverin kautta	Naisyrittäjä 4 Sosiaalisen median verkostojen kautta kontakteja ja asiakkaita

Taulukko 12. Uusien kontaktien saavuttaminen verkoston kautta.

Tämän tutkimuksen mukaan naisyrittäjien suhdeverkosto on tyypillisesti yritystä käynnistäessä melko pieni, mutta kasvaa pian yrittäjäksi ryhtymisen myötä merkittävästi (taulukko 12). Kukaan ei kokenut suhdeverkoston rakentamisen olevan työlästä, mutta omaa aktiivisuutta korostettiin verkoston rakentamisessa ja ylläpitämisessä. Yrittäjän sosiaalisen pääoman lisääntymisen nähdään tapahtuvan pääosin siis vasta yrityksen käynnistyttyä.

Naisyrittäjä 1 Pieni aloittaessa, kasvanut yrittäjyyden myötä	Naisyrittäjä 2 Osa oli ennalta ja lisää tuli yrittäjyyden myötä
Naisyrittäjä 3 Pieni aloittaessa, kasvanut yrittäjyyden myötä	Naisyrittäjä 4 Pieni alussa, kasvanut yrittäjyyden myötä (pääosin sosiaalisen median kautta)

Taulukko 13. Suhdeverkoston muuttuminen yrittäjyyden myötä.

Haastattelun loppuksi haastateltavilta kysyttiin heidän verkostonsa puutteita yrityksen käynnistysvaiheessa. Puolet haastateltavista kokivat, että heillä on ollut verkostossaan kaikki, mitä he ovat tarvinneet. He kokevat saavansa kaiken tarvittavan nykyisen verkoston kautta ja tarvittavan tiedon löytyvän myös internetin kautta.

Vain yksi haastateltavista koki, että verkostosta puuttui jokin keskeinen tiedon ja/tai tuen lähde, sillä N2 olisi kaivannut naispuolista kokenutta start-up-kokemuksen omaavaa mentoria äidilliseen rooliin tukemaan niin tiedollisesti kuin emotionaalisesti häntä yrityksen ja liikeidean parissa. Lisäksi N4 mainitsi, että yritystoiminnan alkutaipale olisi ollut helpompaa, mikäli hänellä olisi ollut valmiiksi asiakkaita tai edes kontakteja, joiden kautta olisi voinut saavuttaa asiakkaita.

7 Pohdinta

Tässä luvussa tutkimuksen tuloksia peilataan aikaisempien tutkimusten tuloksiin, jotka ovat koottu luvussa 4.5. Aiempien tutkimusten tulokset käydään läpi kohta kohdalta pohtien ja analysoiden, tukevatko tämän tutkimuksen tulokset aikaisempia tutkimuksia, ja jos, niin miltä osin. Taulukkoon 14 on koottu johtopäätökset, tukevatko tämän tutkimuksen tulokset aiempien tutkimuksia.

Tutkimuksen tulokset tukevat vahvasti Vuković et al (2017) sekä Davidssonin ja Honigin (2003) tutkimustuloksia, että lähipiirissä olevilla yrittäjillä on vaikutusta päätökseen ryhtyä yrittäjäksi sekä lähipiirissä olevat yrittäjät toimivat roolimalleina aloittaville yrittäjille. Lähipiirissä olevat yrittäjät toimivat myös tämän tutkimuksen mukaan roolimalleina ja emotionaalisena tukena. Yrittäjätaustaiset ystävät sekä puoliso toimivat myös tiedonsaantikanavana, mutta yrittäjävanhempien rooli nähdään olevan vähemmän tiedonsaantiin perustuva.

Klyver et al (2017) sekä Sharafizad ja Coetzer (2017) tutkimusten mukaan naisten yrittäjyysmotivaatioilla on vaikutusta yrityksen strategisiin ja operatiivisiin toimiin, kuten suhdeverkostoon ja sosiaalisen pääoman kasvattamiseen. Tässä tutkimuksessa yrittäjyysmotivaatioon liittyvät merkittävät erot olivat siinä, että N1 oli ainut haastateltava, joka kertoi ryhtyneensä yrittäjäksi pakotetusta syystä, mutta muut kertoivat yrittäjyysmotivaation olleen yrittäjyyteen vetävien tekijöiden summa, vaikkakin heillä oli kaikilla jonkin asteinen työttömyys tai sen uhka taustalla. N1 verkostoituminen ei kuitenkaan eronnut juurikaan N2 haastateltavan verkostoitumisesta, vaikka yrittäjyysmotivaatiot olivat hyvin erilaiset.

Sharafizad ja Coetzer (2016) mukaan esikäynnistysvaiheessa yrittäjän nähdään luottavan hyvin pieneen lähipiiriinsä ja käyvän keskustelua heidän kanssaan ja saavan heiltä kaiken tarvittavan tuen yrityksen käynnistämiseen, mutta tämän tutkimuksen puolelta haastateltavista haki aktiivisesti kommentteja liikeideaansa ja tuotteisiinsa liittyen laajasta verkostostaan esikäynnistysvaiheessa. Erityisesti yksi haastateltavista oli todella avoin keskustelemaan liikeideastaan ja saamaan siitä kommentteja mahdollisimman monelta ihmiseltä.

Tutkimukseni tukee Zalesna (2012) tutkimusta siitä, että yrittäjän lähiverkostolla on erittäin tärkeä rooli yrityksen käynnistysvaiheessa. Etenkin päätöksessä ryhtyä yrittäjäksi lähiverkosto oli erittäin keskeisessä roolissa, mutta myös myöhemmässä vaiheessa lähiverkostolta, etenkin puolisolta ja aiemmissa työpaikoissa tutustutuilta läheisiltä ystäviltä saatu emotionaalinen tuki oli merkittävää.

Suhdeverkoston sukupuolijakauman osalta tämä tutkimus tukee aiempia tutkimuksia (Aldrich et al. 1989, Cromie & Birley, 1992, Klyver & Terjesen, 2007), sillä naisyrittäjien suhdeverkosto pitää sisällään enemmän naispuolisia kuin miespuolisia jäseniä, sillä jopa kolmella neljästä haastateltavasta suhdeverkoston ainoat miespuoliset jäsenet olivat perheenjäseniä.

Hisrich ja Brush (1986), Aldrich et al (1996), Renzulli (1998), Greve ja Salaff (2003), Robinson ja Stubberud (2009) sekä Paoloni ja Dumay (2014) tutkimusten mukaan naisyrittäjien suhdeverkosto sisältää pääosin ystäviä ja sukulaisia ammattilaisten ja asiantuntijoiden sijaan. Tämän tutkimuksen mukaan naisyrittäjien suhdeverkoston jakautui melko lailla kahteen osaan ammattilaisten ja asiantuntijoiden määrän mukaan. Kahden haastateltavan, jotka olivat myös vanhempia ja heillä oli enemmän työkokemusta kuin kahdella muulla haastateltavalla, suhdeverkostossa oli selkeästi enemmän ammattilaisia ja asiantuntijoita kuin kahden nuoremman ja vähemmän työkokemusta omaavan haastateltavan suhdeverkostossa. Nuorempien haastateltavien suhdeverkot olivat muutenkin suppeampia kuin vanhempien haastateltavien, sekä heidän suhdeverkostoonsa kuuluivat heidän vanhempansa, toisin kuin vanhempien haastateltavien. Täten tämän tutkimuksen perusteella voidaan siis tulkita, että vanhempien ja kokeneempien naisyrittäjien suhdeverkosto sisältää enemmän ammattilaisia sekä asiantuntijoita, kun taas nuorempien sekä vähemmän työkokemusta omaavien naisyrittäjien suhdeverkosto on suppeampi ja sisältää enemmän sukulaissuhteita.

Klyver et al (2011) mukaan naisyrittäjät saavat tukea enemmän verkostonsa naisilta kuin miehiltä, mutta tämän tutkimuksen mukaan merkittävin tuki saatiin pääosin omalta puolisolta, jotka olivat miespuolisia. Muutoin emotionaalista tukea saatiin

naisilta, sillä tutkittavien naisyrittäjien suhdeverkosto sisälsi puolison lisäksi lähes pelkästään naisia.

Sharafizad ja Coetzer (2016) sekä Paoloni ja Dumay (2014) tutkimusten mukaan naisyrittäjille on ominaisia sellaiset suhteet, jotka tarjoavat sekä käytännöllistä, että psykologista tukea eli sama suhde tarjoaa niin tiedonsaantia, emotionaalista tukea kuin ystävyttäkin. Tutkimukseni tukee aiempien tutkimuksen tuloksia siten, että myös tässä tutkimuksessa voitiin havaita naisyrittäjien suhdeverkostoissa olevan tämän kaltaisia suhteita. Kaikkien haastateltujen naisten suhdeverkostossa oli aiemmista työpaikoista naispuoleisia ystäviä ja nämä suhteet pitivät sisällään niin ammatillista opastusta, emotionaalista kannustusta, että ystävyyttä.

Tämän tutkimuksen mukaan yhtä lukuun ottamatta kaikki haastatellut naisyrittäjät mainitsivat puolisonsa tärkeimmäksi emotionaalisen tuen lähteeksi, joten tämä tutkimus ei vahvista Klyver et al (2011) tutkimuksen tuloksia siitä, että emotionaalinen tuki saataisiin yrityksen käynnistysvaiheessa mieluummin muilta kuin perheenjäseniltä tai puolisoilta. Tutkimukseni mukaan emotionaalista tukea haetaan perhesuhteiden lisäksi opiskelu- ja työverkostoista, etenkin vertaistukea samanlaisessa tilanteessa olevilta, sekä jonkin verran myös täysin tuntemattomilta ihmisiltä, pääosin sosiaalisen median välityksellä.

Puolien haastateltavien iseillä oli yrittäjätaustaa, jonka naisyrittäjät kokivat merkittäväksi yrittäjyytensä kannalta. He kokivat saavansa iseiltään pääosin emotionaalista tukea, roolimallin sekä tietoa joihinkin yksittäisiin asioihin liittyen. Laspita et al (2012) ja Edelman et al (2016) tutkimusten mukaan, mikäli yrittäjän vanhemmat ovat myös olleet yrittäjiä, pystyvät toisen sukupolven yrittäjät hyötymään yrittäjätaustaisista vanhempien tarjoaman tiedon ja tuen lisäksi myös yrittäjävanhempien sosiaalisesta pääomasta. Tutkimukseni haastateltavat eivät kuitenkaan hyötäneet yrittäjäisiensä sosiaalisesta pääomastansa omassa yrityksen käynnistysvaiheessa.

Päätös ryhtyä yrittäjäksi		
Lähipiirissä olevilla yrittäjillä on vaikutusta päätökseen ryhtyä yrittäjäksi sekä lähipiirissä olevat yrittäjät toimivat roolimalleina aloittaville yrittäjille	Vuković et al (2017) Davidsson & Honig (2003)	Kyllä
Naisten yrittäjyysmotivaatioilla on vaikutusta yrityksen strategisiin ja operatiivisiin toimiin, kuten suhdeverkostoon ja sosiaalisen pääoman kasvattamiseen	Klyver et al (2017) Sharafizad ja Coetzer (2017)	Ei
Esikäynnistysvaiheessa yrittäjän nähdään luottavan hyvin pieneen lähipiiriinsä ja käyvän keskusteluja heidän kanssaan ja saavan heiltä kaiken tarvittavan tuen yrityksen käynnistämiseen	Sharafizad ja Coetzer (2016)	Ei
Verkosto		
Yrittäjän lähiverkostolla on erittäin tärkeä rooli yrityksen käynnistysvaiheessa	Zalesna (2012)	Kyllä
Naisyrittäjien suhdeverkosto pitää sisällään enemmän naispuolisia kuin miespuolisia jäseniä	Aldrich et al (1989) Cromie & Birley (1992) Klyver & Terjesen (2007)	Kyllä
Naisyrittäjien suhdeverkosto sisältää pääosin ystäviä ja sukulaisia ammattilaisten ja asiantuntijoiden sijaan	Hisrich & Brush (1986) Aldrich et al (1996) Renzulli (1998) Greve & Salaff (2003) Robinson & Stubberud (2009) Paoloni & Dumay (2014)	Kyllä/Ei
Naisyrittäjät saavat tukea enemmän verkostonsa naisilta kuin miehiltä	Klyver et al (2011)	Kyllä/Ei

Tärkeimmät suhteet		
Naisyrittäjille on ominaisia sellaiset suhteet, jotka tarjoavat sekä käytännöllistä että psykologista tukea, eli tiedonsaantia, emotionaalista tukea kuin ystävyyttä	Paoloni & Dumay (2014) Sharafizad & Coetzer (2016)	Kyllä
Emotionaalinen tuki saadaan yrityksen käynnistysvaiheessa mieluummin muilta kuin perheenjäseniltä tai puolisolta	Klyver et al (2011)	Ei
Mikäli yrittäjän vanhemmat ovat myös olleet yrittäjiä, toisen sukupolven yrittäjät pystyvät hyötymään yrittäjätaustaisista vanhempien tarjoaman tiedon ja tuen lisäksi myös yrittäjävanhempien sosiaalisesta pääomasta	Laspita et al (2012) Edelman et al (2016)	Ei

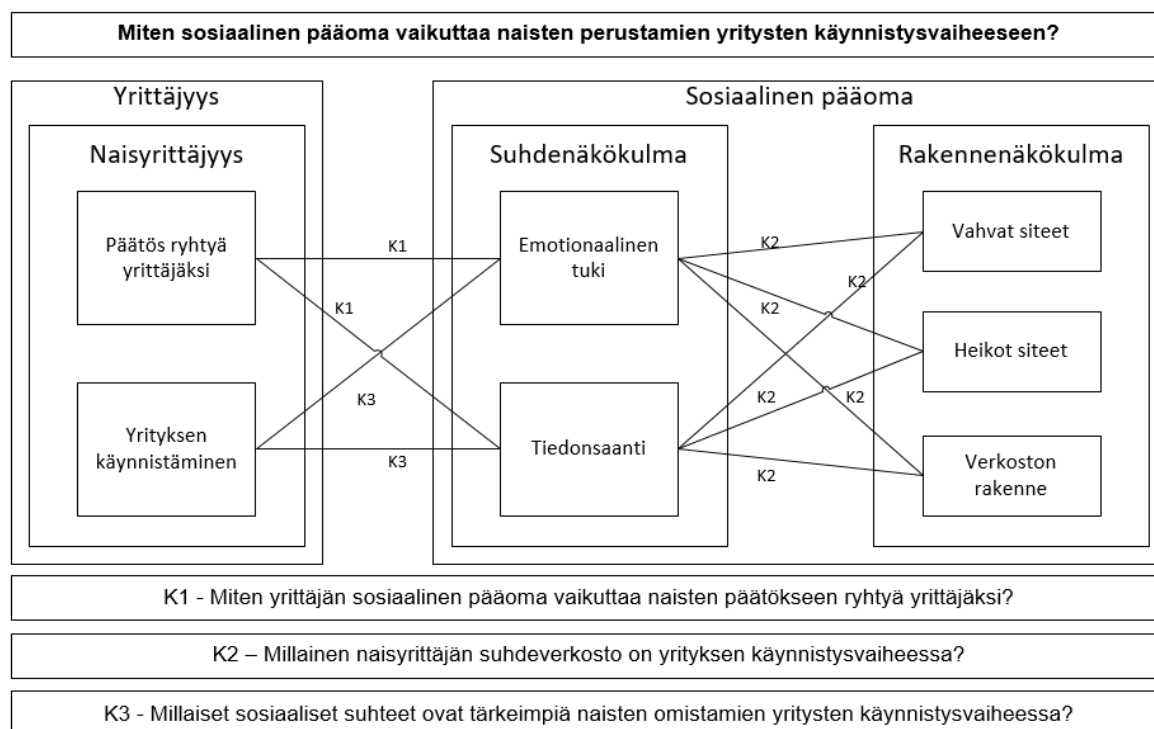
Taulukko 14. Tutkimuksen tulosten yhteneväisyys aiempien tutkimusten kanssa.

8 Johtopäätökset

Tässä kappaleessa tehdään yhteenveto ja vastataan tutkimuskysymyksiin tehdyn tutkimuksen perusteella. Lisäksi käsitellään tutkimuksen vaikutuksia ja rajoituksia sekä tehdään jatkotutkimusehdotuksia aiheeseen liittyen.

8.1 Tutkimuksen yhteenveto

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia, miten sosiaalinen pääoma vaikuttaa naisten perustamien yritysten käynnistysvaiheeseen. Päättökäytännöstä tukivat kolme alakysymystä, joilla haluttiin selvittää, miten sosiaalinen pääoma vaikuttaa naisten päätökseen ryhtyä yrittäjäksi, millainen naisyrittäjän suhdeverkosto on yrityksen käynnistysvaiheessa sekä millaiset sosiaaliset suhteet ovat tärkeimpiä naisten omistamien yritysten käynnistysvaiheessa. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys (kuviokuva 16) havainnollistaa tutkimuskysymysten linkittymisen tässä työssä käsiteltyihin eri aihepiireihin ja käsitteisiin.



Kuvio 16. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja tutkimuskysymykset.

Sosiaalinen pääoma voidaan nähdä vaikuttavan naisten päätökseen ryhtyä yrittäjäksi hyvin voimakkaasti. Erityisesti yrittäjän lähipiirillä on erittäin voimakas merkitys naisten yrittäjäksi ryhtymiseen. Merkityksellisimmässä rooleissa naisten yrittäjäksi ryhtymiseen voidaan nähdä olevan puolisoilla sekä yrittäjätaustaisilla henkilöillä. Puolisoiden merkitys voidaan nähdä olevan erittäin suuri, riippumatta siitä, onko puoliso itse yrittäjätaustainen vai ei. Puolisoiden rooli voidaan nähdä kaikista vahvinta emotionaalista tukea tarjoavana.

Yrittäjätaustaisten vanhempien voidaan nähdä positiivisesti vaikuttavan naisten päätökseen ryhtyä yrittäjäksi. Yrittäjätaustaisten vanhempien rooli voidaan nähdä kuitenkin olevan pääosin esimerkin omainen kuin että heiltä saataisiin tietoa tai vahvaa keskustelullista tukea yrittäjyyteen liittyen.

Puolisolta saadun vahvan emotionaalisen tuen sekä perheen sisäisten yrittäjäesikuvien lisäksi naisyrittäjät hakevat tyypillisesti myös vertaistukea. Lähipiirissä olevat yrittäjätaustaiset ystävät voidaan nähdä myös positiivisesti vaikuttavan päätökseen ryhtyä yrittäjäksi. Myös erilaisilla yrittäjyysorientoituneilla koulutusohjelmilla voidaan nähdä olevan merkitystä yrittäjäksi ryhtymiseen tiedonsaannin lisäksi juuri vertaistuen ja yrittäjämäisen ja siihen kannustavan ilmapiirin syntymisen näkökulmasta.

Sosiaalisen pääoman vaikutus naisten päätökseen ryhtyä yrittäjäksi koostuu tämän tutkimuksen mukaan pääosin lähiverkoston vahvojen siteiden tarjoamasta emotionaalisesta tuesta. Lähipiirin ulkopuolisista suhteista merkityksellisiä ovat olleet ainoastaan vertaistukea tarjoavat henkilöt tai ryhmät. Pääsyllä yrittäjyyteen tai toimialaan liittyviin tietoresursseihin ei nähdä olevan vaikutusta naisten päätökseen ryhtyä yrittäjäksi, vaan naisten päätökseen nähdään vaikuttavan ainoastaan vahva emotionaalinen tuki sekä yrittäjätaustaiset ihmiset, joihin samaistua.

Tutkimuksen toinen alakysymys käsitteli naisyrittäjän suhdeverkoston ominaisuuksia yrityksen käynnistysvaiheessa. Tämän tutkimuksen empiirisen osion pohjalta voidaan tunnistaa kahden eri tyyppisiä suhdeverkostoja naisten yrityksen käynnistysvaiheessa. Kahden ensimmäisen haastateltavan suhdeverkosto oli huomattavasti laajempi kuin kahden jälkimmäisen. Laajuus ilmeni heikkojen ammatillisten siteiden määrässä ja niiden hyödyntämisessä. Kahden jälkimmäisen yrittäjän suhdeverkosto sisälsi lähinnä vain lähipiirin vahvat siteet sekä sosiaalisen median kautta suhteiden luominen ennalta tuntemattomien ihmisten, pääosin yrittäjien, kanssa. Syyksi tähän eroon voidaan nähdä mm. ikä, työkokemus sekä oma aktiivisuus itsensä ja oman liikeidean kehittämiseen. Yrittäjyysmotivaation työntävien ja vetävien voimien välillä ei sen sijaan nähty vaikuttavan suhdeverkoston rakenteeseen tai laajuuteen.

Tämän tutkimuksen pohjalta naisyrittäjien tärkeimmät suhteen liittyivät pääosin emotionaalisen tuen saantiin. Tärkeimmät lähteet emotionaaliselle tuelle voidaan nähdä olevan puolison tarjoaman vahvan emotionaalisen tuen lisäksi vertaistuen saanti ihmisiltä, jotka ovat tai ovat olleet samassa elämäntilanteessa. Tällaisia henkilöitä pystytään tavoittamaan olemassa olevan lähipiirin lisäksi myös yrittäjyyteen liittyvistä koulutuksista tai sosiaalisen median välityksellä. Tärkeässä roolissa voidaan nähdä myös olevan naispuolisten ammatillisten ystävien, joiden kanssa on tutustuttu aiemmassa työpaikassa. Yrittäjätaustaisten henkilöiden roolin voidaan nähdä olevan yksi merkittävimmistä kaiken vahvaisissa suhteissa. Yrittäjätaustaisten henkilöiden merkitystä suhdeverkostossa on tutkittu myös aiemmin (Vuković et al, 2017; Davidsson & Honig, 2003), ja tämä tutkimus tukee niiden tutkimuksen tuloksia. Yrittäjätaustaisten henkilöiden rooli voidaan nähdä olevan ennen kaikkea esikuvallinen, mutta myös tietoa ja emotionaalista tukea tarjoava.

Näiden alakysymysten tukemana voidaan tulkita, että sosiaalisen pääoman vaikutus naisyrittäjien yrityksen käynnistysvaiheeseen on jossakin määrin merkittävä. Naisyrittäjien voidaan nähdä tarvitsevan ennen kaikkea emotionaalista tukea koko yrityksen käynnistysvaiheessa alkaen päätöksestä ryhtyä yrittäjäksi sekä varsinaisen yrityksen alkumetreillä. Tärkein emotionaalinen voidaan nähdä

saatavan puolison tuesta, vertaistukena samassa elämäntilanteessa olevilta henkilöiltä, pääosin naisilta, sekä lähipiirin yrittäjätaustaisten henkilöiden esikuvallinen rooli voidaan nähdä myös merkittävänä vaikuttajana. Sosiaalisen pääoman vaikutus yrityksen käynnistämävaiheeseen voidaan nähdä olevan erityisen voimakas päätöksessä ryhtyä yrittäjäksi, sillä tämän tutkimuksen mukaan ilman tiettyjä kriittisiä vahvoja siteitä heidän lähipiirissään he eivät olisi ryhtyneet yrittäjäksi.

Tutkimuksen mukaan naisyrittäjät näkevän yksittäisillä tärkeillä vahvoilla siteillä olevan tärkeämpi merkitys yrityksen käynnistysvaiheessa laajan suhdeverkoston sijaan. Tiedonsaantiin liittyvät asiat olivat naisille selkeästi vähemmän tärkeitä, mutta ei kuitenkaan merkityksettömiä. Tietoa saatiin osin yksittäisten yrittäjyyteen liittyvien toimijoiden tapaamisista sekä sosiaalisen median ja ystävien kautta. Pääsy merkittäviin tietoresursseihin verkoston kautta ei noussut tutkimuksessa naisyrittäjille merkitykselliseksi asiaksi.

8.2 Tutkimuksen vaikutukset ja rajoitukset

Tämä tutkimus auttoi hahmottamaan sosiaalisen pääoman merkitystä naisyrittäjille yrityksen käynnistysvaiheessa. Tutkimus tarjosi muutamia keskeisiä tekijöitä, jotka ovat edistäneet naisten yrittäjäksi ryhtymistä sekä yrityksen käynnistysvaihetta.

Keskeisimmässä roolissa ovat olleet naisyrittäjän lähipiirin vahvat siteet. Erityisesti puolisolta saatu tuki on ollut merkittävää. Puolison tarjoamaan tukeen ei kuitenkaan voi ulkopuoliset vaikuttaa. Tässä tutkimuksessa ei ollut haastateltavien puitteissa mahdollisuutta tutkia, mistä parisuhteettomat naisyrittäjät saavat tukensa ja onko puolisolta saadun tuen puute niin merkittävää, että se ehkäisisi jossain määrin parisuhteettomien naisten yrittäjäksi ryhtymistä.

Tämän tutkimuksen mukaan ryhmäytyminen muiden samassa elämäntilanteessa olevien kanssa nähtiin positiivisesti vaikuttavan naisyrittäjiin yrityksen käynnistysvaiheessa sekä vaikutti myös lopulliseen päätökseen perustaa yritys. Sen perusteella voidaan päätellä, että naisyrittäjille ja yrittäjyydestä kiinnostuneille

naisille pitäisi mahdollistaa matalan kynnyksen verkostoitumista ja vertaistukea muilta samassa tilanteessa olevilta.

Tutkimuksen mukaan naisyrittäjillä on halu verkostoitua pääosin muiden naisten kanssa, sillä haastateltavat kokivat mm. miesten vähättelevän heidän yritystoimintaansa ja osaamistaan, haasteen saada (perheen ulkopuolisilta) miehiltä emotionaalista tukea sekä miesten vähäisen osallistumisen mentoritoimintaan. Tiedonsaannin ja liiketoiminnan kehittymisen kannalta yrittäjän verkoston monimuotoisuudesta olisi hyötyä, jonka vuoksi miesten ja naisten välistä kuilua pitäisi saada kavennettua ja naisyrittäjien verkostoihin pitäisi saada enemmän miehiä.

Tutkimuksen rajoitteena on tapausten vähäinen määrä, sillä tutkimusta varten haastateltiin neljää naisyrittäjää, joka on hyvin pieni osuus kaikista Suomessa toimivista naisyrittäjistä. Lisäksi tässä tutkimuksessa tutkitut naisyrittäjät toimivat kaikki samalla toimialalla, digitaalisten palveluiden tarjoamisen parissa, ja asiakkaina toimivat pääosin toiset yritykset. Tutkittavien toimiessa samalla toimialalla tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää muille toimialoille, sillä esimerkiksi verkoston merkitys voi olla hyvin erilainen riippuen toimialasta tai siitä, myykö palveluita yrityksille vai kuluttajille.

Alan valinta digitaalisiin palveluihin voidaan nähdä kuitenkin hyvänä sen vuoksi, että se on melko sukupuolineutraali ala, koska alat ovat Suomessa varsin vahvasti jakautuneet nais- ja miesvaltaisiin aloihin. Selkeästi nais- tai miesvaltaisen toimialan valinta olisi voinut vaikuttaa tutkittavien suhdeverkoston sukupuolijakaumaan.

Aloittavan yrittäjän verkostoitumisaktiivisuuteen voi vaikuttaa myös yrittäjän persoonallisuus sekä erityisesti yrittäjän halukkuus yritystoiminnan laajentamisen. Tässä tutkimuksessa ei otettu näitä tekijöitä huomioon, mutta näiden tekijöiden huomioonottaminen olisi voinut tarjota tutkimukselle yksityiskohtaisempaa tietoa.

8.3 Jatkotutkimusehdotukset

Jatkotutkimuksena olisi mielenkiintoista tehdä tämä sama tutkimus sosiaalisen pääoman vaikutuksesta yrityksen käynnistysvaiheessa miesyrittäjille ja verrata tutkimuksen tuloksia sukupuolierojen näkökulmasta niin yrittäjäksi ryhtymisen, verkoston rakenteen ja sisällön sekä merkittävien suhteiden osalta.

Lisäksi tämän saman tutkimuksen toteuttaminen naisyrittäjille laajemmalla otoksella lisääisi tutkimuksen tulosten luotettavuutta. Myös vertailua eri toimialoilla yritystoiminnan aloittavien yrittäjien sosiaalisen pääoman välillä voisi tarjota lisää yksityiskohtaisempaa tietoa.

Mielenkiintoista olisi myös keskittyä vielä tarkemmin naisyrittäjien yrityksen käynnistämisen motiiveihin ja halukkuuteen yrityksen kehittämisestä ja kasvusta, että vaikuttaako se, ja jos, kuinka paljon, yrityksen käynnistysvaiheen sosiaaliseen pääomaan.

LÄHTEET

Adler, P. & Kwon, S.W. 2002. Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), pp. 17-40.

Aldrich, H. E & Cliff, J.E. 2003. The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), pp. 573-596.

Aldrich, H., Elam, A. & Reese, P. 1996. Strong Ties, Weak Ties, and Strangers: Do Women Business owners Differ From Men in Their Use of Networking to Obtain Assistance? In S. Birley & I. McMillan (ed.) *Entrepreneurship In a Global Context*, London: Routledge, pp. 1-25.

Aldrich, H., Reese, P. & Dubini, P. 1989. Women on the verge of a breakthrough: Networking among entrepreneurs in the US and Italy. *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 1 No. 4, pp. 339-56.

Baum, J. A. C. Calabrese, T. & Silverman, B.S. 2000. Don't go it alone: Alliance network composition and startups' performance in Canadian biotechnology. *Strategic Management Journal*, 21(3), pp. 267-294.

Boden, R. J. & Nucci, A. 2000. On the survival prospects of men's and women's new business ventures. *Journal of Business Venturing*, 15(4), pp. 347-362.

Bourdieu, P. 1985. The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*: 241-258. New York: Greenwood.

Brüderl, J. & Preisendörfer, P. 1998. Network support and the success of newly founded businesses. *Small Business Economics*, 10: 213–225.

Burt, R. S. 1992. *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Burt, R. S. 1997. The Contingent Value of Social Capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), pp. 339-365.

Burt, R. S. 2004. Structural Holes and Good Ideas. *American Journal of Sociology*, 110(2), pp. 349-399.

Churchill, N.C. & Lewis, V.L. 1983. The five stages of small business growth. *Harvard Business Review*, Vol 61, May – June, pp 30-50.

Coleman. J. S. 1988. Social capital in the creation of human capital, *American Journal of Sociology*. 94: pp. 95-120.

Coleman, J. S. 1990. *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Cromie, S. & Birley, S. 1992. Networking by female business owners in Northern Ireland. *Journal of Business Venturing*, Vol. 7 No. 3, pp. 237-51.

Davidsson, P. & B. Honig 2003. The Role of Social Capital and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* 6, 301–331.

Doug J. H. & Anderson C. A. R. 2012. Innovation in small business: comparing face-to-face with virtual networking. *Journal of Business Strategy*, 33 (5), 51 -58.

Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G. & Tsukanova, T. 2016. The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), pp. 428-448.

Eisenhardt, K. M. 1989. Building Theories from Case Study Research. *The Academy of Management Review*, 14(4), pp. 532-550.

Fornoni, M. Arribas, I. & Vila, J. 2012. An entrepreneur's social capital and performance. The role of access to information in the Argentinean case. *Journal of Organizational Change Management*, 25(5), pp. 682-698.

Gilad, B. & Devine, P. 1986. A Behavioral Model of Entrepreneurial Supply. *Journal of Small Business Management*, 24(4), p. 45.

Granovetter, M. 1973. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology* 78, 1360-1380.

Gratton, L. & Ghoshal, S. 2003. Managing Personal Human Capital: New Ethos for the 'Volunteer' Employee. *European Management Journal*, 21(1), pp. 1-10.

Greve, A. & Salaff, J.W. 2003. Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 28 No. 1, pp. 1-22.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.

Hisrich, R. & C. Brush. 1986. *The woman entrepreneur*. Lexington, MA: Lexington Books.

Inkpen, A. & Tsang, E. 2005. Social capital, networks, and knowledge transfer. *Academy Of Management Review*, 30(1), pp. 146-165.

Jenssen, J. I., & A. Greve. 2002. Does the Degree of Redundancy in Social Networks Influence the Success of Business Start-Ups?, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 8(5), 254–267.

Johannisson, B. 2000. Networking and entrepreneurial growth. Teoksessa Sexton, D. & Landström, H. *Handbook of Entrepreneurship*. pp. 368-386. London: Blackwell.

Jokivuori, P. & Alanen, A. 2005. *Sosiaalisen pääoman kentät*. Jyväskylä: Minerva.

Kajanoja, J. & Simpura, J. 2000. Sosiaalinen pääoma: Globaaleja ja paikallisia näkökulmia. Helsinki: Stakes.

Katz, J.A. & Williams, P.M. 1997. Gender self-employment and weak-tie networking through formal organizations: a secondary analysis approach. *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 9 No. 3, pp. 183-97.

Kim, S. 2014. The Impacts of Gender Differences in Social Capital on Microenterprise Business Start-Up. *Affilia-Journal Of Women And Social Work*, 29(4), pp. 404-417.

Klyver, K. & Terjesen, S. 2007. Entrepreneurial network composition: an analysis across venture development stage and gender. *Women in Management Review*, Vol. 22 No. 8, pp. 682-8.

Klyver, K., Evald, M.R. & Hindle, K. 2011. Social networks and new venture creation: the dark side of networks., in Hindle, K. and Klyver, K. (Eds), *Handbook of Research on New Venture Creation*, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 145-59.

Klyver, K., Honig, B. & Steffens, P. 2017. Social support timing and persistence in nascent entrepreneurship: Exploring when instrumental and emotional support is most effective. *Small Business Economics*, pp. 1-26.

Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S. & Patzelt, H. 2012. Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), pp. 414-435.

Liao, J. & Welsch, H. 2005. Roles of Social Capital in Venture Creation: Key Dimensions and Research Implications*. *Journal of Small Business Management*, 43(4), pp. 345-362.

Liao, J., Welsch, H & Tan, W-L. 2005. Venture gestation paths of nascent entrepreneurs: Exploring the temporal patterns. *Journal of High Technology Management Research*, 16(1), pp. 1-22.

Logrén, J. & Löfgren, J. 2005. Koukussa yrittäjyyteen: Suomalaisten ja venäläisten naisyrittäjien motiiveja ja haasteita. [Helsinki]: Helsinki School of Economics.

Lönnqvist, A., Kujansivu, P. & Antola, J. 2005. Aineettoman pääoman johtaminen. Oitmäki: JTO-palvelut.

McAdam, M. 2013. *Female entrepreneurship*. London: Routledge.

Nahapiet, J & Ghoshal, S. 1998. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), pp. 242-266.

Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä. 2005. Naisyrittäjäys: Nykytilanne ja toimenpide-ehdotuksia. Helsinki: Kauppa- ja teollisuusministeriö.

Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmä. 2010. MoniNainen ja uudistuva naisyrittäjäys: Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmän loppuraportti. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö.

Newbert, S. & Tornikoski, E. 2012. Supporter networks and network growth: A contingency model of organizational emergence. *Small Business Economics*, 39(1), pp. 141-159.

Newton, K. 2001. A Report Submitted to Small Business Policy Branch, Industry Canada.

Paoloni, P & Dumay, J. 2015. The relational capital of micro-enterprises run by women: The startup phase. *VINE*, 45(2), pp. 172-197.

Papulová, Z. & Mokroš. 2007. Importance of managerial skills and knowledge in management for small entrepreneurs. E-leader. Saatavilla: www.g-casa.com/PDF/Papulova-Mokros.pdf

Peña, I. 2002. Intellectual Capital and Business Start-up Success. *Journal of Intellectual Capital* 3(2), 180– 198.

Penrose, E. T. 1968. *The theory of the growth of the firm*. Repr. Oxford: Basil Blackwell.

Piacentini, M. 2013. Women Entrepreneurs in the OECD: KEY EVIDENCE AND POLICY CHALLENGES. *OECD Social, Employment, and Migration Working Papers*, 147, pp. 0_1-4,7-40

Putnam, R. D. 1995. Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1): 65-78.

Putnam, R. D. 2000. *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.

Renzulli, L. A. 1998. *Small Business Owners, their Networks, and the Process of Resource Acquisition*, Department of Sociology. University of North Carolina, Chapel Hill, NC.

Renzulli, L. A., Aldrich, H. & Moody, J. 2000. Family Matters: Gender, Networks, and Entrepreneurial Outcomes. *Social Forces*, 79(2), pp. 523-46.

Robinson, S. & Stubberud, H. 2009. Gender differences in successful business owners' network structures: A European study. *Allied Academies International Conference*. Academy for Studies in International Business. *Proceedings*, 9(1), pp. 29-34.

Roos, G. (2006). *Aineeton pääoma: Johdon käsikirja*. Helsinki: Edita.

Sharafizad, J. & Coetzer, A. 2016. Women business owners' start-up motivations and network content. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(2), pp. 590-610.

Sharafizad, J. & Coetzer, A. 2017. Women business owners' start-up motivations and network structure. *Journal of Management & Organization*, 23(2), pp. 206-223.

Sirec, K. & Mocnik, D. 2012. Gender specifics in entrepreneurs' personal characteristics*. *Journal for East European Management Studies*, 17(1), pp. 11-39.

Smeltzer, L.R. & Fann, G.L. 1989, Gender differences in external networks of small business owners/managers, *Journal of Small Business Management*, Vol. 27 No. 2, pp. 25-32.

Stake, R. E. 1995. *The art of case study research*. Thousand Oaks (CA): SAGE.

Stake, R. E. 2000. Case studies. Teoksessa Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. 2000. *Handbook of qualitative research*. 2nd ed. Thousand Oaks (CA): Sage. pp. 236-247.

Still, K., Huhtamäki, J. & Russell, M. 2013. *Relational Capital and Social Capital: One or two Fields of Research?*

Tilastokeskus. 2016a. Väestö pääasiallisen toiminnan, kansalaisuuden, ammattiaseman, sukupuolen, iän ja vuoden mukaan 2000-2016. Saatavilla: http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vrm__tyokay/statfin_tyokay_pxt_004.px

Tilastokeskus. 2016b. Työlliset alueen, toimialan (TOL 2008), ammattiaseman, iän, sukupuolen ja vuoden mukaan 2007-2016. Saatavilla: http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vrm__tyokay/statfin_tyokay_pxt_012.px

Tilastokeskus. 2016c. Yritykset toimialoittain ja henkilöstön suuruusluokittain. Saatavilla:

http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__yri__yrti/statfin_yrti_pxt_004.px.

Toivola, T. 2006. Verkostoituva yrittäjyys: Strategiana kumppanuus. Helsinki: Edita.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2001. Menestyvä yritys: Liiketoimintaosaamisen perusteet. 4., uud. p. Helsinki: Edita.

Vuković, K., Kedmenec, I., Postolov, K., Jovanovski, K. & Korent, D. (2017). The role of bonding and bridging cognitive social capital in shaping entrepreneurial intention in transition economies. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 22(1), pp. 1-33.

Watson, K. Hogarth-Scott, S. & Wilson, N. 1998. Small business start-ups: Success factors and support implications. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 4(3), pp. 217-238.

Woolcock, M. 1998. Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 27: 151-208.

Yin, R. K. 2014. *Case study research: Design and methods*. 5th edition. Los Angeles: SAGE.

Zalesna, A. 2012. Intellectual Capital and the SME Life Cycle Model: A Proposed Theoretical Link.

LIITE 1: Haastattelurunko

Taustatiedot:

Ikä: Perhe: Työkokemus: Koulutus:
Liikeidea:

Miten sosiaalinen pääoma vaikuttaa päätökseen ryhtyä yrittäjäksi?

- Miksi ryhdyit yrittäjäksi? Mikä oli ensisijainen motiivisi?
- Kuinka suuri vaikutus suhdeverkostolla oli yrittäjäksi ryhtymiseen? Ketkä ja miten?
- Kuinka tärkeässä roolissa suhdeverkostosi olivat yrityksen käynnistystä suunnitellessa? Miksi?

Millainen on naisyrittäjän suhdeverkosto yritystä käynnistäessä?

Tiedonsaanti ja emotionaalinen tuki

1. Keneltä/mistä sait tietoa yritystoimintasi käynnistysvaiheessa liiketoimintaan liittyvissä asioissa?
 2. Keneltä sait emotionaalista tukea yrityksen käynnistysvaiheessa?
- Mistä tunsit heidät / mitä kautta tutustuit heihin?
 - Olivatko he naisia vai miehiä?

Millaiset sosiaaliset suhteet ovat tärkeimpiä naisten omistamien yritysten käynnistysvaiheessa?

- Ketkä henkilöt ja/tai mitkä verkostot olivat merkittävimmät yrityksesi käynnistysvaiheen kannalta? Miksi?
- Kuinka tärkeänä pidit verkostolta saatuja tietoja ja emotionaalista tukea?
- Millaisia haasteita kohtasit yritystä käynnistäessä, joissa verkosto/suhteet auttoivat sinua eteenpäin? Oliko apu merkittävää?
- Kummalla oli enemmän merkitystä yritystoiminnan käynnistämisessä: suhdeverkostosi laajuudella vai kriittisillä yksittäisillä suhteilla? Miksi?
- Tavoititko suhdeverkostosi kautta uusia ihmisiä tai yhteisöjä, joiden kautta pääsit käsiksi sinulle tärkeisiin ihmisiin tai verkostoihin? Kenen tai minkä yhteisön kautta tavoitit uusia henkilöitä?
- Kuinka suuri osa yrityksesi käynnistämisen kannalta tärkeistä suhteista ja verkostoista olivat sinulla jo olemassa ennen yrityksen perustamista? Kuinka paljon jouduit tekemään töitä saavuttaaksesi uudet tarvitsemasi suhteet?
- Mainitsemiesi suhteiden lisäksi millaisista suhteista tai verkostoista olisi ollut hyötyä yrityksesi käynnistysvaiheessa? Koetko, että sinulla olisi ollut mahdollisuus saavuttaa sellaisia?