

LAPPEENRANTA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
Northern Dimension Research Centre
Publication 55

Jari Jumpponen, Markku Ikävalko, Boris Karandassov

VENÄLÄISVETOINEN YRITTÄJYYS SUOMESSA

Lappeenranta University of Technology
Northern Dimension Research Centre
P.O.Box 20, FIN-53851 Lappeenranta, Finland
Telephone: +358-5-621 11
Telefax: +358-5-621 7199
URL: www.lut.fi/nordi

Lappeenranta 2009

ISBN 978-952-214-731-8 (paperback)
ISBN 978-952-214-732-5 (PDF)
ISSN 1459-6679

Venäläisvetoinen yrittäjyys Suomessa

Jari Jumpponen

Markku Ikävalko

Boris Karandassov

Sisällysluettelo

1	Johdanto	3
2	Etninen yrittäjyys tutkimuskohteena	5
3	Kyselyaineisto – kysymysmerkkejä ja vastauksia?	10
4	Tulokset – venäläisvetoiset yritykset Suomessa.....	13
5	Johtopäätökset.....	17
	Lähteet	19
	LIITE 1 Case: venäläisyritys Suomessa	21

Esipuhe

Pohjoisen ulottuvuuden tutkimuskeskus (Northern Dimension Research Centre, NORDI) on Lappeenrannan teknillisen yliopiston instituutti, joka koordinoi yliopiston Venäjään liittyvää tutkimusta ja toimintaa. NORDI on korkeatasoinen monitieteinen tutkimusinstituutti, jonka tutkimustoiminnan painopisteenä ovat Venäjän ja Itämeren alueen teknis-taloudelliset kysymykset. NORDI:n osaamisalat Venäjä-EU-tutkimuksessa ovat talous ja liiketoiminta, innovaatiot, energia ja logistiikka. NORDI:n julkaisusarjalla pyritään vastaamaan elinkeinoelämän ja julkisen sektorin tietotarpeisiin.

Tässä tutkimuksessa käsitellään Suomessa toimivia venäläisyrityksiä. Venäläisyrityksissä on tulosten perusteella havaittavissa ominaispiirteitä, jotka erottavat ne kotimaisesta yritystoiminnasta. Samalla kuitenkin venäläisyriytysten piirteet eivät ole yhteneviä muualla maailmassa havaittujen etnisten yritysten ominaisuuksien kanssa. Toisin kuin etniset yritykset yleensä, venäläiset yritykset eivät ole syntyneet julkisen tuen avustuksella, eivätkä ne toimi matalan kannattavuuden aloilla. Venäläisen yritystoiminnan rooli on merkittävä Suomen ja Venäjän välisessä kaupassa, ja samalla se tuo lisämausteensa suomalaiseen pienyrityskenttään. Tutkimustuloksia on esitetty elokuussa 2007 Bergenissä pidetyssä ”The 19th Scandinavian Academy of Management Meeting” –konferenssissa.

Haluamme kiittää tutkimukseen osallistuneita Suomen venäläisvetoisten yritysten edustajia, jotka mahdollistivat tämän tutkimuksen empiirisen osion toteutuksen.

Lappeenrannassa helmikuussa 2009

Projektipäällikkö Jari Jumpponen
Pohjoisen ulottuvuuden tutkimuskeskus
Lappeenrannan teknillinen yliopisto

Lehtori Markku Ikävalko
Kauppätieteellinen tiedekunta
Lappeenrannan teknillinen yliopisto

Tutkijakoulutettava Boris Karandassov
Pohjoisen ulottuvuuden tutkimuskeskus
Lappeenrannan teknillinen yliopisto

Avainsanat: *etninen yrittäjyys, maahanmuuttajayrittäjyys, venäläinen yritystoiminta Suomessa.*

1 Johdanto

Venäläinen yrittäjyys on nuori ilmiö – perestroika mahdollisti pienimuotoisen yritystoiminnan 1980-luvun puolivälissä, mutta varsinaisesti vasta Neuvostoliiton hajottua 1991 yrityksen omistaminen ja siten yritystoiminta tuli mahdolliseksi.

Suomella ja Venäjällä sanotaan usein olevan eroistaan huolimatta paljon yhteistä. Molemmat maat sijaitsevat pohjoisessa ja jakavat pitkän yhteisen maarajan, joka tätä nykyä on myös pisin Euroopan Unionin ja Venäjän raja. Suomen ja Venäjän väliset kauppasuhteet ovat aina olleet vilkkaat – huolimatta siitä, että Neuvostoliiton aikana maiden talousjärjestelmät erosivat toisistaan. On huomattava, että läntisistä markkinatalousmaista vain Suomi kävi merkittävässä määrin bilateraali pohjaista ulkomaankauppaa sosialistisen suunnitelmatalousmahdin kanssa.

Venäjän maantieteellinen läheisyys ja kasvavat markkinat ovat yhä edelleen tärkeimpiä syitä suomalaisyritysten Venäjä-toiminnoille. Vuorovaikutus rajan yli ei kuitenkaan ole yksipuolista, vaan maantieteellisen läheisyyden vuoksi myös venäläisyritysten voisi olettaa pitävän Suomea luonnollisena vaihtoehtona kansainvälistymiselleen. Maantieteellinen läheisyys tarjoaa kiinnostavan lähtökohdan Suomessa toimivan venäläistaustaisen etnisen yrittäjyyden tutkimiselle.

Etnistä yrittäjyyttä on aiemmissa tutkimuksissa käsitelty yhtäältä makrotason ilmiönä, mutta myös yksilölähtöisesti. Etnisen yrittäjyyden tutkimus on lisääntynyt sitä mukaa, kun ilmiön globaali merkittävyys on kasvanut. Tutkimuksissa on keskitytty mm. yrittäjyyteen johtaneisiin syihin, etnistä yrittäjyyttä määritteleviin ominaisuuksiin ja yrittäjyyttä edistävän politiikan merkitykseen. Verrattaessa etnisiä yrityksiä valtaväestön yrityksiin on havaittu eroavaisuuksia paitsi yritysten toimintatavoissa, myös niiden käytössä olevissa resursseissa.

Kansainvälisissä tutkimuksissa etnisillä yrityksillä on todettu olevan vaikutuksensa niin kokonaisuun kansantalouksiin, toimialoihin kuin alueellisestikin. Tutkimukset osoittavat, että toimiva etnisten vähemmistöjen yrityskanta on useasta syystä toivottava. Yritystoiminta edistää vähemmistöjen työllisyyttä, tuo etniset ryhmät lähemmäksi valtaväestöä ja edesauttaa etnisten yhteisöjen taloudellista kehitystä.

Venäläisten maahanmuuttajien yrittäjyyttä Suomessa voidaan pitää uutena ilmiönä. Suomessa asui Tilastokeskuksen (2006) mukaan vuoden 2005 lopussa 114.000 ulkomaalaista, joista

venäjää äidinkielenään puhuvia oli 40.000. Ulkomaalaisten osuus Suomen väestöstä on vain 2,2%, joka on yksi EU-maiden pienimmistä luvuista (Tilastokeskus 2006). Uuteen asuinmaahan integroituminen on harvoin helppoa maahanmuuttajalle. Suomeen 1990-luvun alkupuolella muuttaneista venäläisistä yli kaksi kolmesta oli työttömiä vuonna 1995. Kymmenen vuotta myöhemmin heidän työllisyystilanteensa oli kohentunut huomattavasti työttömyysasteen ollessa 27%, joka tosin oli kaksinkertainen koko väestön työttömyyslukuihin nähden (Nieminen 2006).

Yrittäjyyttä esiintyy eniten sellaisten maahanmuuttajien tapauksessa, jotka ovat kotoisin pk-yritysvaltaisista maista. Suomeen muuttaneista yrittäjähenkisiä ovat mm. turkkilaiset (37% maahanmuuttajista yrittäjiä), thaimaalaiset (20%), irakilaiset ja iranilaiset (16%) sekä kiinalaiset, saksalaiset ja vietnamilaiset (yli 10%). Sitä vastoin vain 5% venäläistyövoimasta on yrittäjiä (Nieminen 2006).

Maahanmuuttajayrittäjät toimivat pääosin palvelusektorilla. Yli neljännes maahanmuuttajayrityksistä toimii tukku- ja vähittäiskaupassa. Maahanmuuttajilla on runsaasti yritystoimintaa myös kiinteistöalalla sekä hotelli- ja ravintolatoiminnassa. Joka kymmenes hotelli- ja ravintola-alan yritys Suomessa on maahanmuuttajavetoinen, mutta liikevaihdossa mitaten näiden osuus koko sektorista on vain 5% (Lith 2006). Tässä suhteessa Suomesta saadut tulokset ovat yhteneviä yleismaailmallisten havaintojen kanssa – maahanmuuttajien yritystoiminta on yleensä matalakatteista liiketoimintaa.

Tässä tutkimuksessa pyrimme hahmottamaan Suomessa toimivan venäläisen yrittäjyyden ominaispiirteitä sekä kansallisesti että toimialoittain tarkasteltuna. Aineistomme kattaa 62 venäläisomisteisen yrityksen vastaukset. Tutkimuksen luvussa 2 tarkastellaan aiempien tutkimusten pohjalta havaittuja maahanmuuttajayrittäjyyden globaaleja ominaispiirteitä. Luvussa 3 keskitytään tätä tutkimusta varten kerätyn aineiston esittelyyn, luku 4 sisältää tulosten analysoinnin ja luku 5 yhteenvedon tutkimuksesta.

2 Etninen yrittäjyys tutkimuskohteena

Etnistä yrittäjyyttä on tutkittu suhteellisen paljon johtuen sen merkityksestä ja erottuvuudesta yhteiskunnassa, mutta ilmiön tarkempi määrittely on jäänyt vähäiseksi. Tutkittavaa ilmiötä on voitu kuvailla kohdeilmiön ja ympäristön avulla empiirisesti ilman viittauksia aikaisempaan tutkimukseen. Zhou (2004) on määritellyt etnisen yrittäjyyden sosiaalisena ilmiönä, jossa sama kulttuuriperintö tai alkuperä määrittää yritysten omistajia ja johtajia. Lisäksi tämän kulttuurisen alkuperän pitää jossain määrin erota kohdemaan kulttuurista tarkasteltaessa vaikkapa yksilön käyttäytymistä, sosiaalisia suhteita ja taloudellista vaihdantaa. Waldinger, Aldrich ja Ward (1990) puolestaan määrittelevät etnisen yrittäjyyden “yhteisen etnisen taustan tai maahanmuuttajakokemuksia omaavien ihmisten väliseksi vuorovaikutukseksi ja suhteiksi”. Tässä määritelmässä korostuu nimenomaan ilmiön etninen, ei niinkään yrittäjämäinen ulottuvuus.

Etnistä yrittäjyyttä on tutkittu myös makrotaloustason ilmiönä. Välimiesteoria (middleman theory) ja saareketeoria (ethnic enclave theory) pyrkivät selittämään, miksi nimenomaan tietyt etniset ryhmät päätyvät toisia enemmän luomaan yritystoimintaa. Kummatkin lähestymistavat pohjautuvat pitkälti maahanmuuton taustatekijöihin ja vaikeuksiin uuteen yhteiskuntaan integroitua – tällöin itsensä työllistäminen tarjoaa keinon taloudellisten tavoitteiden saavuttamiseksi (Greene 1997). Välimiesteoria selittää etnistä yrittäjyyttä taloudellisen eliitin ja suurien etnisten massojen välillä tapahtuvana liiketoimintana. Saareketeorian lähtökohtana on puolestaan etninen ryhmittymä ja sen muodostama taloudellinen alue. Molempien teorioiden perusteena on maassa oleva etninen ryhmittymä joka on sekä etnisen yrittäjyyden resurssi- että mahdollisuusperusta.

Yrittäjäksi päätymistä käsittelevä tutkimus on paljolti keskittynyt yrittäjän henkilökohtaisen profiilin analysointiin. Tutkimusten sosiologisiin komponentteihin on sisällytetty koulutuksen ja ammatillisen osaamistason lisäksi aiemman liiketoimintakokemuksen, yrittäjämäisen asenteen ja yrittäjämotivaation tekijöitä (Lerner ja Hendeles 1996). Erään teorian mukaan yritystoimintaan ajavat puutteet ja epäkohdat, kuten köyhyys, työttömyys, ja englannin (vieraan) kielen taitamattomuus. Nämä ajavat etnisiä ryhmiä työllistymään yrittäjyyden kautta. Fairlie ja Meyer (1996) sitä vastoin havaitsivat, että miespuolisilla maahanmuuttajilla yrittäjyyttä esiintyi enemmän englannin kielen taidon noustessa. Koulutustason merkitys maahanmuuttajayrittäjyydessä ei suinkaan ole yksioikoinen. Aloilla joilla ei perinteisesti vaadita erityiskoulutusta, yrittäjän korkea koulutustaso voi jopa haitata menestyksestä yritystoimintaa. Näin voi käydä, mikäli omistaja on ajautunut harjoittamaan liiketoimintaa,

joka ei hänen omasta mielestään vastaa koulutusta ja jota kohtaan hän ei tunne erityistä omistautumista (Bager ja Rezaei 2000).

Shanen (1996) mukaan eräs selitys maahanmuuttajien ryhtymiseksi yrittäjiksi valtaväestöä hanakammin on immigraatiosta nouseva tietoisuus sosiaalisista suhteista. Koska koko suku ei voi muuttaa, täytyy maahanmuuttajien luoda korvaavia ”sukulaisuussuhteita”, minkä katsotaan rohkaisevan aktiiviseen verkostoitumiseen. Verkostosuhteet puolestaan ovat tärkeitä yritystoiminnassa (Aldrich ja Zimmer 1986 via Shane 1996). Etninen yrittäjyys ja perheyrittäjyys kulkevat usein käsi kädessä. Esimerkiksi Tanskassa suurin osa maahanmuuttajien yrityksistä on perheiden omistuksessa. Toiminta on stabiilia – yritykset harvoin kasvavat, niissä tapahtuu vähän uudelleenjärjestelyjä ja ne vaihtavat harvoin toimintamuotoa tai sijaintiaan (Bager ja Rezaei 2000).

Etninen yrittäjyys ei kuitenkaan aina toteudu ennustetusti tai aikaisempien tutkimuksien mukaisesti. Entisen Neuvostoliiton alueelta 1990-luvun alussa sankoin joukoin Israeliin siirtyneiden juutalaistaustaisten maahanmuuttajien tapauksessa puhuttiin jopa ylikoulutuneen työvoiman tarjonnasta. Israeliin muuttaneiden on havaittu kuitenkin melko vähäisessä määrin ryhtyneen yrittäjiksi, ja vaikka Venäjää on perinteisesti pidetty korkean koulutustason maana – korkea koulutustaso ei kompensoinut kokemattomuutta yritystoiminnassa. Israeliin muuttaneista Neuvostoliiton kansalaisista 32,4 prosenttia ilmoitti halukkuutensa yrittäjyyteen, mutta vain 6,9 prosentin kohdalla tämä toteutui. Huolimatta siitä, että taustalla vaikuttavat 1) maahan muuttaneiden huonompi asema ja syrjintä 2) jossain määrin aikaisempi yrittäjyyskokemus ja yrittäjyysarvot ja 3) etnisten resurssien kasaantuminen, niin silti nämä aikaisemmin tärkeäksi todetut asiat eivät johtaneet normaalia suurempaan yrittäjäpopulaatioon. (Lerner ja Hendeles 1996)

Monet vähemmistöryhmiä edustavat yrittäjät ovat aloittaneet uransa ilman erityisosaamista tai yrityksen perustamiseen tarvittavaa pääomaa. He saapuvat maahan uuteen maahan vieraina, mutta ajan kuluessa raivaavat tiensä yrittäjäksi käyttäen omintakeisia strategioita. (Boissevain et al. 1990). Marger (2001) luonnehtii maahanmuuttajien yrittäjäksi ryhtymistä ajautumiseksi, jossa paikalliseen yhteiskuntaan saavuttuaan nämä vähitellen keräävät yritystoimintaan tarvittavia rahallisia, tiedollisia ja taidollisia resursseja. Samaistumisprosessilla on merkittävä vaikutus itsensä työllistämisen mahdollisuuksiin. Niinpä mm. Yhdysvalloissa on todettu, että maassa kauemmin asuneilla maahanmuuttajilla on korkeampi todennäköisyys päätyä yrittäjiksi (Borjas 1986).

Kulttuuritekijät vaikuttavat maahanmuuttajayritysten tapauksessa vahvasti siihen, millä alalla nämä toimivat ja miten yritykset rakentavat niin paikalliset kuin kansainvälisetkin suhteensa toisiin yrityksiin ja muihin sidosryhmiin. Lisäksi kulttuuritekijöiden katsotaan vaikuttavan henkilöstövalintoihin ja johtamiskäytäntöihin (Bager ja Rezaei 2000). Kulttuurin erityispiirteet eivät sinänsä Frederkingin (2004) mukaan vaikuta taloudelliseen toimintaan niin paljon kuin epämuodollisten rakenteiden sopiminen kansallisten instituutioiden rakenteisiin. Maahanmuuttajan kulttuurin roolin muokkautumiseen joko liiketoiminnan kilpailuvaltiksi, rasitteeksi tai epäolennaiseksi piirteeksi, vaikuttavat suuresti maahantulopolitiikan rajoitteet ja kannusteet sekä maahanmuuttajien kohtelu saapuessaan kohdemaahan (Frederking 2004). Jokaisen maahanmuuttajaryhmän oma historia vaikuttaa siihen kuinka he sopeutuvat uuden ympäristön järjestelmiin. Kohdemaan organisaatiot ja sosiaaliset verkostot puolestaan vaikuttavat siihen kuinka pystytään luomaan suhteet maahanmuuttajiin.

Joskus markkinoiden rakenteet (opportunity structures) suosivat tiettyjä etnisiä markkinoita palvelevia yrityksiä, joskus taas etnisen yrityksen vahvuus on erityisesti laajempien markkinoiden palvelemisessa. (Aldrich ja Waldinger 1990). Nämä niin sanotut mahdollisuuksien rakenteet sisältävät myös liiketoimintamahdollisuuksien saavuttamisen, ja toisinpäin, alalle tuleminen esteet. Tutkimusten mukaan tähän vaikuttavat sekä alalla vallitseva kilpailu että valtiiovallan toimenpiteet (Aldrich ja Waldinger 1990). Yhdysvalloissa monet maahanmuuttajat työllistyvät perustamalla tietyille kuluttajaryhmälle suunnatun kaupan tai ravintolan (Borjas 1986). Pääoman puute ajaa pienimuotoiseen mutta työvoimavaltaiseen palveluliiketoimintaan tai harjoittamaan matalan jalostusasteen tuotantoa (Kloosterman, van der Leun ja Rath 1999). Valmistustoimintaa pidetään välttämättömänä pohjana riippumattoman taloudellisen yhteisön syntymiselle, olkoonkin että tuotantoyksiköt voivat sijaita vaatimattomissa sivukujien verstaissa tai isoissa varastotiloissa (Wilson ja Martin 1982 via Boissevain et al. 1990). Koska maahanmuuttajayrityksille rahoituksen hankkiminen on haastavaa, toiminta keskittyy pääosin työvoimavaltaiseen massatuotantoon, jossa kilpailu on kovaa. Näillä sektoreilla kilpaillaan ennen kaikkea hinnalla, koska lisäarvon hakeminen tuotekehittelyä tai jatkojalostamisen kautta on vähäistä.

Yritystoiminnan ulottuvuuksista riski ja innovointi ovat vahvasti läsnä etnisissä yrityksissä. Sen sijaan että yritykset keskittyisivät luomaan uusia tuotteita, toimintatapoja tai järjestelmiä, ne pikemminkin matkivat toisten vakiintuneita toimintoja (Aldrich ja Auster 1986 via Aldrich ja Waldinger 1990). Erityisesti vähittäiskaupassa ja palvelualoilla yksinkertainen imitointi on tavallista. Silti riskit ovat korkeat suurimmassa osassa liiketoimintaa, riippumatta siitä onko toiminta innovatiivista. (Aldrich ja Auster 1986 via Aldrich ja Waldinger 1990)

Tutkimuksissa on havaittu, että maahanmuuttajayritykset kykenevät murtautumaan työvoimaintensiivisestä, matalan jalostusaseen lokerostaan tietyin edellytyksin. Läpilyöville yrityksille on tunnusomaista laaja osaamisprofiili, hyvät suhteet valtaväestöön ja muihin etnisiin ryhmiin, tarvittavat rahalliset resurssit (jotka usein ovat peräisin perhepiiristä) sekä kansainväliset liikesuhteet. Näillä yrityksillä on eväät liiketoiminnan kasvattamiseen ja monipuoliseen kehittämiseen – läpilyöntiin harmaasta yritysmassasta (Bager ja Rezaei 2000).

Sosiaaliset verkostot muodostuvat, kun eri ihmisryhmät linkittyvät mm. ammatillisesti, etnisesti ja sukulaissuhtein. Liiketoiminnassa verkostot ovat tärkeitä, koska ne ovat keinoja niukkojen resurssien, kuten pääoman ja tiedon, hankkimiseen (Portes 1995). Maahanmuuttajayrittäjien väliset yhdyssiteet sosiaalisissa verkostoissa ovat arvossaan yritystoiminnan perustamisvaiheessa tarvittavan tiedon saamisessa (Aldrich ja Zimmer 1986 via Boissevain et al. 1990). Tämän lisäksi on havaittu, että yrittäjät tukeutuvat informaatioon, joka tulee etnisten yhteisöjen muodostamien epäsuorien yhteyksien kautta. Laajat verkostot ja niiden monipuoliset resurssit ovat olennainen osa menestyksestä yritystoimintaa. Samalla menestyvät yrittäjät käyttävät paljon aikaansa verkostojensa rakentamiseen, testaamiseen ja erityisesti niiden palvelemiseen (Boissevain et al. 1990). Palvelunäkökulma jää usein huomiotta verkostoista puhuttaessa – verkostot koetaan ennen kaikkea keinoksi päästä käyttämään resursseja, mutta itse asiassa verkostojen tehokas hyödyntäminen tarkoittaa paitsi verkstoresurssien käyttämistä, myös niiden kartuttamista.

Feldmanin, Kobergin ja Deanin (1991) mukaan maahanmuuttajat päätyvät omistajiksi nimenomaan perustamalla uuden yrityksen – ei niinkään yrityskaupan kautta. Kansantalouden kannalta maahanmuuttajayrittäjyyden voidaan siis katsoa luovan uutta yritystoimintaa. Kloosterman, van der Leun ja Rath (1998) totesivat, että maahanmuuttajat perustavat yrityksensä toimialoille, joissa epämuodollinen tuotanto on mahdollista. Sukulaiset ja muut samanlaisen taustan omaavat ihmiset muodostavat verkoston, jota kautta tietoa, pääomaa ja työvoimaa on suhteellisen edullisesti saatavissa. Kun nämä sosiaaliset verkostot ovat keskeisessä asemassa, epämuodollinen tuotanto on usein tärkein maahanmuuttajien käytössä oleva ”köyhän miehen” strategia. (Kloosterman, van der Leun ja Rath, 1998)

Yrityksen omistajuuden saavuttamiseen vaikuttavat ulkomaalaisten saapumista ja yrityksen perustamisen mahdollisuuksia koskevat yhteiskunnan säännöt. Usein valtiot pyrkivät vaikuttamaan siihen kuinka maahanmuuttajat voivat perustaa yrityksiä. Monessa Euroopan valtiossa etninen ja maahanmuuttajien yrittäjyys on noussut juuri yhteiskunnan toimien vaikutuksesta. (Ram ja Smallbone 2003a via Sonfield 2005).

Valtioiden rajat ylittävät liikesuhteet ovat tyypillisiä useille maahanmuuttajayrityksille. Yritysjohtajilla on usein liikesuhteita entiseen kotimaahansa, mutta he voivat linkittyä myös muista maista tulevien maahanmuuttajayrittäjien kanssa. Heidän liiketoimintansa voi olla myös riittävän vahva kestääkseen laajentamista kansainvälisille markkinoille. (Bager ja Rezaei 2000) Etnisten ryhmien yrittäjyyteen vaikuttavat myös niin kutsutut alttiustekijät/taipumustekijät. Näitä ovat valikoiva maastamuutto, kulttuuri ja yksilöiden tavoitteet. Lisäksi tärkeitä taipumustekijöitä ovat resurssien liikuteltavuus, etniset sosiaaliset verkostot, organisoitumiskyky sekä hallitusten toimenpiteet, jotka rajoittavat tai helpottavat resurssien hankintaa. (Aldrich ja Waldinger 1990) Maahanmuuttajien yrittäjyys ilmenee siis hyvin eri muodoissa ja erilaisten sosio-ekonomisten prosessien tuloksena. Yrittäjyys voi tarjota maahanmuuttajalle mahdollisuuden sosiaalisen aseman nostamiseen, mutta se voi myös tarkoittaa uraa, joka ei tarjoa mahdollisuutta enää muuhun. (Barrett et al. 1996, 2001 via Kloosterman 2003)

Kansainvälisyys ja yritystoiminnan kasvu ovat havaintojen perusteella yhteydessä toisiinsa. Tutkimusten mukaan läheiset sosiaaliset suhteet ympäristöön, laaja osaamisprofiili, taloudelliset resurssit (monesti perheen kautta järjestyvät) ja usein vielä rajojen yli ulottuvat liiketoimintasuhteet ovat kaikkein vahvimmin vaikuttamassa yritysten kasvuun, uudelleenjärjestelyihin ja uusiin avauksiin. Rajat ylittävät liiketoimintasuhteet ovat etnisten yritysten yleisimpiä piirteitä. Useilla yrittäjillä on lisäksi liiketoimintaa emämaassaan ja mahdollisesti suhteita muissa maissa toimiviin maanmiehiin. Näiden syiden takia etniset yrittäjät ovat suhteellisesti valmiimpia laajentamaan liiketoimintaa muihinkin maihin. Kuitenkin esim. Tanskassa tämänkaltaista toimintaa on harvinaista, ja suurin osa rajan ylittävästä liiketoiminnasta on pienimuotoista yhden henkilön toimintaa kahden maan välillä. (Bager ja Rezaei 2000)

Suomesta saadut tulokset etnisestä yrittäjyydestä ovat yhteneviä kansainvälisen tutkimuksen kanssa monessa suhteessa. Suomessa on havaittu nk. pakkoyrittäjyyttä esimerkiksi työttömyyden tai työttömyyden uhkan takia. Venäjän osuuden kasvu Suomen ulkomaankaupassa näkyy myös maahanmuuttajien yrittäjyyttä kuvaavissa luvuissa. Venäjä on aika ajoin noussut Suomen suurimmaksi kauppakumppaniksi, ja venäläiset ovat suurin etninen ryhmä tärkeillä johtopaikoilla ulkomaankauppaa harjoittavissa yrityksissä. Suomen viranomaiset ovat kiinnostuneita vahvistamaan maahanmuuttajien yrittäjyyttä. Tämänkaltaisen yrittäjyyttä vahvistavan politiikan keinojen kehittämiseksi ilmiötä on tutkittava lisää.

3 Kyselyaineisto – kysymysmerkkejä ja vastauksia?

Verotietojen mukaan 30 suurimman venäläisjohtoisen yrityksen yhteenlaskettu liikevaihto oli vuonna 2006 noin viitisen miljardia euroa. Sadasta suurimmasta yrityksestä 75 ilmoitti tuloksensa olevan nollassa tai tappiollista. Joko siis venäläisyriyten toiminta Suomessa on huonosti kannattavaa, tai voitto raportoidaan jossain muualla (Ollus 2008). Suomen kansantalouden näkökulmasta suurimpien venäläisjohtoisten yritysten vaikutus on vähäinen.

Tämän selvityksen pääasiallisena lähteenä on hyödynnetty Patentti- ja rekisterihallituksen (PRH) yritystietokantaa. PRH:n tietojen mukaan Suomessa toimi vuoden 2004 lopussa 2.018 rekisteröityä venäläisvaikutteista osakeyhtiötä. Luku vastaa noin 1% kaikista Suomeen rekisteröityneistä yrityksistä. Venäläisvaikutus tarkoittaa tässä yhteydessä sitä, että Venäjän kansalainen toimii joko hallitustehtävissä, toimitus- tai varatoimitusjohtajana tai prokuran haltijana. Mainituissa yli 2.000 yrityksessä toimi yhteensä yli 3.000 venäläistä, näistä moni useamman kuin yhden yrityksen hallitustehtävissä. Vaikka PRH:n tiedot eivät kerro yritysten omistusrakenteesta, voidaan hallituspaikan päätellä kertovan myös tiiviistä yhteydestä omistajiin.

Ottaen huomioon, että Suomessa asui kyseisenä ajankohtana noin 40.000 venäjää äidinkielenään puhuvaa, ei yrittäjyyttä ja yrityksen omistamista voida pitää erityisen suosittuna venäläisvähemmistön keskuudessa. Maahanmuuttajayrittäjyyden käsite kattaa toki myös Suomen kansalaisuuden saaneet mutta etniseltä taustaltaan ulkomaiset kansalaiset, jotka eivät välttämättä näihin yrityslukuihin sisälly. Kaikesta huolimatta yritysten määrää voidaan pitää vaatimattomana.

Mainituista 2.018 venäläisvaikutteisesta osakeyhtiöstä liki joka toisessa, eli 1.079 yrityksessä venäjän kansalainen toimi joko toimitusjohtajana, hallituksen puheenjohtajana tai piti hallussaan molempia positioita. Näistä puolet jäi tavoittamatta johtuen siitä, että 313 oli lopettanut toimintansa ja 221 yrityksen yhteystietoja ei ollut saatavilla. Yrityksistä 553 yhteystiedot puhelinnumeroineen löytyivät. Tässä vaiheessa huomattiin joka viidennellä yrityksellä (108 yritystä 553:sta) olevan samat omistaja- ja/tai yhteystiedot. Näissä tapauksissa tutkimus kohdistui ainoastaan liiketoiminnoiltaan suurimpaan yritykseen. On kuitenkin merkillepantavaa, että portfolio- eli sarjayrittäjyys vaikuttaa olevan yleistä venäläisvetoisissa yrityksissä.

Venäläisvetoisten yritysten toimitusjohtajia lähestyttiin ensin puhelinsoitolla ja lähettämällä tämän jälkeen kirjallinen kyselylomake joko faksilla, postitse tai sähköpostitse. Puhelinsoiton tarkoituksena oli motivoida venäläinen toimitusjohtaja tai hallituksen puheenjohtaja vastaamaan kyselyyn. Vastauksia kerättiin keväästä 2005 vuoden 2006 alkupuolelle saakka, jona aikana tavoitettiin kaikkiaan 396 yrityksen venäläisjohtajaa. Näistä 106 kieltäytyi osallistumasta kyselyyn. Kyselylomake lähetettiin 290 yritykselle, joista kahden muistutussoiton jälkeen saatiin 62 vastausta.

Pääsyyt alhaiseen vastauskäyttäytymiseen ovat yhteneviä aiempiin tutkimuksiin. Michailova ja Liuhto (1999) havaitsivat omissa tutkimuksissaan, etteivät ex-sosialistimaiden yritysjohtajat ja työntekijät ole tottuneita vastaamaan akateemisten tutkimuslaitosten kyselyihin. Yrityselämän ja tutkijoiden väliset yhteydet ovat vähäiset ja tutkimustradition puute aiheuttaa epäluuloisuutta ja haluttomuutta osallistua tutkimuksiin. Michailova ja Liuhto (1999) päättelivätkin, että aineiston kerääminen näissä maissa vaatii tavallista suurempia ponnisteluja. Meidän kyselymme tapauksessa lähestulkoon kaikki yritysjohtajat suhtautuivat aluksi epäillen vastaamiseen. Eräs yritysjohtajista ihmetteli *“Miksi minun täytyy vastata? Enhän minä tunne teitä!”* Joissain tapauksissa vastaajat kritisoivat kysymyksiä liian arkaluontoiseksi: *“Liikevaihto- ja tulostietoja annamme vain jos verottaja kysyy niitä.”* Useat tavoitetut venäläiset yritysjohtajat eivät kokeneet hyötyvänsä vastaamisesta sen paremmin yrityksensä kannalta kuin henkilökohtaisestikaan. Tutkimustulosten saaminen ei juurikaan kiinnostanut. Toiset puolestaan olisivat olleet valmiita vastaamaan, jos olisivat tulleet motivoituneiksi haluamallaan tavalla – *“Voin vastata mitä ikinä haluatte ja mihin tahansa kyselyihin, jos joku on valmis maksamaan siitä minulle. Onko teillä varaa siihen?”*

Useissa tapauksissa toimitusjohtajan tai hallituksen puheenjohtajan tavoittaminen puhelimitse osoittautui haastavaksi. Usein näiden kerrottiin olevan liikematkoilla Venäjällä tai eri puolilla Eurooppaa ja käyvän Suomessa sijaitsevassa toimistossaan vain harvakseltaan. Samalla tämä kertoo aiemmin maahanmuuttajayrittäjyyden yhteydessä yleisesti mainituista tiiviistä suhteista entiseen kotimaahan ja myös luoduista uusista kansainvälisistä suhteista.

Eräässä tapauksessa yrityksen puhelimeen vastannut paljasti muutaman minuutin keskustelun jälkeen, ettei hän itse asiassa työskennellyt yrityksessä. Hän vain sattumoisin oli käymässä firmassa, ja koska ketään ei ollut lähettyvillä puhelimen soidessa, hän päätti vastata puhelimeen.

Lisäksi ymmärtääksemme paremmin Suomen venäläisvetoisia yrityksiä itse yrittäjän näkökulmasta, vuoden 2004 lopulla haastattelimme kolmen venäläisvetoisen yrityksen

toimitusjohtajia. Yhden haastateltavan toimitusjohtajan anonyymi kertomus yrittäjätaipalestaan Suomessa on liitteenä (Liite 1).

4 Tulokset – venäläisvetoiset yritykset Suomessa

Suurin osa kyselyyn vastanneista 62 venäläisvetoisesta yrityksestä toimi tukku- ja vähittäiskaupassa (28 yritystä), näistä viisi puuntuonnissa ja –kaupassa sekä viisi autojen välitys- ja myyntitoiminnassa. Kuljetus-, huolinta- ja varastointipalveluita harjoitti yksitoista yritystä – näillä yhteys Suomen ja Venäjän väliseen ulkomaankauppaan, jälleenvientiin ja transitoiliikenteeseen oli selkeä. Yllättäin vain seitsemän vastannutta yritystä kertoi toimivansa hotelli- ja ravintolatoiminnassa – huolimatta siitä, että suurin osa Suomessa vierailevista ulkomaisista turisteista tulee nimenomaan Venäjältä. Tuotannollista toimintaa harjoittavia yrityksiä oli vastaajien joukossa kuusi, näistä suurimmat kaksi toimivat elintarvikevalmistuksessa yltäen 0,35 ja 0,6 miljoonan euron liikevaihtoihin. Kiinteistöjen ja toimitilojen välitykseen ja myyntiin erikoistuneita yrityksiä oli myös muutama.

Kuten aiemmin mainittiin, osalla yritysjohtajista on omistusta useammassa kuin yhdessä yrityksessä. Kolmannes vastaajista kertoi olevansa osakkaina useammassa yrityksessä – 22% kahdessa yrityksessä ja loput tätä useammassa. Portfolio- ja sarjayrittäjäisyys vaikuttaakin olevan venäläisvetoisten yritysten ominaispiirre Suomessa.

Vastanneiden yritysten liikevaihto oli pääosin vähäistä – yli puolella alle 0,5 miljoonaa euroa. Kuitenkin joka neljännellä vastaajalla liikevaihto ylitti miljoona euroa, ja suurimmalla vastaajayrityksellä se oli 70 miljoonaa euroa. Keskimäärin vastaajayritykset työllistivät 4,7 työntekijää – hieman vähemmän kuin suomalaisyritykset keskimäärin (5,6). 64% vastaajayrityksistä työllisti 1-3 työntekijää: 17% oli yhden miehen (tai naisen) yrityksiä, 21% kahden työntekijän ja 25% kolmen työntekijän firmoja. Työntekijämäärältään suurimmalla, kuljetusalan yrityksellä oli 30 työntekijää.

Vastausten perusteella Suomessa toimivilla venäläisyrityksillä on vahvat ja toimivat yhteydet Venäjälle. Joka neljäs vastaajista kertoi yrityksensä saavan Venäjältä tarvitsemiaan raaka-aineita, tarvikkeita tai tuotteita. Käytännössä raaka-ainetuonnissa oli kyse puun tuomisesta joko jatkojalostettavaksi Suomessa tai välitettäväksi edelleen. Rajan yli on liikennettä vilkkaasti myös toiseen suuntaan – 75% yrityksistä kertoi osan asiakkaistaan olevan Venäjällä, ja joka kolmannella yrityksellä venäläisasiakkaiden osuus koko asiakaskunnasta on 76-100%. Täytyy muistaa, että vain kuusi yritystä kertoi harjoittavansa valmistustoimintaa. Vaikuttaa siltä, että Venäjältä tuotuja raaka-aineita jalostetaan Suomessa vietäväksi jossain määrin takaisin, mutta Suomessa sijaitsevat venäläisyritykset ovat mukana lähinnä kuljetus- ja

välitystoiminnassa, eivät niinkään jalostustoiminnassa. Lisäksi venäläisyrietykset vastaavat muualta Euroopasta Suomen kautta välitettävien tuotteiden välivarastoinnista ja kuljetuksesta.

Välityskaupan ja asiakassuhteiden lisäksi yrityksillä on muitakin yhteyksiä Venäjälle. Joka kuudes yritys kertoi saavansa rahoitusta Venäjältä ja joissain tapauksissa toiminta kokonaisuudessaan on rahoitettu Venäjältä. Viidenneksellä yrityksistä on konsultteja ja neuvonantajia Venäjällä, ja 15% vastaajista kertoi olevansa Venäjällä sijaitsevien yritysten alihankkijoita.

Tyypillinen venäläisyritystäjässä Suomessa on nelikymppinen, Venäjällä korkeakoulutuksensa saanut mies, joka on tullut yrittäjäksi nimenomaan perustamalla uuden yrityksen. Vastaajista puolet on iältään 35–49-vuotiaita (Taulukko 1).

Taulukko 1. Vastaajien ikä ja koulutustaso

		Lkm.	%
Ikä, vuosia	20 – 34	12	20,3
	35 – 49	30	50,8
	50 – 66	17	28,8
	YHTEENSÄ	59	100,0
Korkein hankittu tutkinto	Peruskoulu	15	24,6
	Ammatillinen	7	11,5
	Yliopisto	39	63,9
	YHTEENSÄ	61	100,0
Viimeisimmän tutkinnon suoritusmaa	Venäjä	45	73,8
	Suomi	12	19,7
	Muu	1	1,6
	Venäjä ja Suomi	3	4,9
	YHTEENSÄ	61	100,0

Yrittäjistä lähes kahdella kolmasosalla oli yliopistotason koulutus – luku on huomattavasti korkeampi kuin suomalaisyrittäjillä keskimäärin. Yritysjohdajat olivat tavallisesti hankkineet tutkinnon ennen Suomeen muuttamista (70% vastaajista), kun taas viidennes oli hankkinut tutkintonsa nimenomaan Suomesta.

Kuten muualla maailmassa tehdyissä tutkimuksissa on havaittu, päätyvät maahanmuuttajat tavallisesti yrittäjiksi nimenomaan perustamalla itse yrityksensä. Tämä näyttää olevan yleisin tapa myös tähän tutkimukseen vastanneiden venäläisyrittäjäjohtajien tapauksessa – 81% kertoi perustaneensa yrityksensä, ja vain 15% päätyneen johtajaksi yrityskaupan kautta (Taulukko 2).

Taulukko 2. Suomessa toimivien venäläisyrittäjien tie yritystoimintaan

		Lkm.	%
Tie yrittäjäksi	Perustaminen	38	80,9
	Yritysosto	7	14,9
	Ylennys	1	2,1
	Muu	1	2,1
	YHTEENSÄ	47	100,0
Osasi suomen kieltä ennen Suomeen muuttamista	Ei	28	59,6
	Kyllä	19	40,4
	YHTEENSÄ	47	100,0
Oli suunnitellut yritystoimintaa Suomessa ennen Suomeen muuttamista	Ei	37	78,7
	Kyllä	10	21,3
	YHTEENSÄ	47	100,0
Harjoittanut vientitoimintaa jo ennen Suomessa aloitettua yritystoimintaa	Ei	39	84,8
	Kyllä	7	15,2
	YHTEENSÄ	46	100,0
Aloittanut yritystoiminnan venäläisten asiakkaiden, tavaratoimittajien tai liikekumppanien auttamana	Ei	25	51,0
	Kyllä	24	49,0
	YHTEENSÄ	49	100,0

Noin 40% venäläistaustaisista yrittäjistä osasi suomen kieltä ennen Suomeen muuttoaan, mikä tarkoittanee heidän joukossaan olevan lähialueilta kotoisin olevia ns. paluumuuttajia. Viidennes vastaajista kertoi suunnitelleensa yritystoimintaa Suomessa jo ennen maahanmuuttoa. Suurimmalle osalle yritystoiminnan aloittaminen vaikuttaa siis olevan keino itsensä työllistämiseen, kuten muualta maailmasta saadut tulokset etnisestä yrittäjyydestä kertovat. Yrityksen perustamisvaiheessa puolet kertoi tukeutuneensa venäläisiin maahanmuuttajiin tai Venäjällä asuviin kollegoihinsa – tässäkin suhteessa siteet oman etnisen ryhmän sisällä vaikuttavat vahvoilta.

Vienti- ja tuontikokemusta ennen Suomeen muuttamista oli 15% vastaajista – kokemus on varmasti ollut hyödyksi huomioiden Suomen ja Venäjän väliset vilkkaat kauppasuhteet. Henkilökohtaisiin verkostoihin tukeutuminen on ominaista sekä maahanmuuttajayrittäjille että venäläisille yleisesti – eivätkä venäläiset maahanmuuttajayrittäjät tee tässä suhteessa poikkeusta. Lisäksi on muistettava maahanmuuttajien yleisesti uudessa toimintaympäristössä kohtaamansa vaikeudet: vieras kieli ja kulttuurierot eivät edesauta yritystoiminnan aloittamista. Siksi toisten maahanmuuttajien tuki on tarpeen, olkoonkin että Suomessa monet julkisorganisaatiot pyrkivät eri keinoin auttamaan perustamisvaiheessa olevien yritysten toimintaa. Venäläisyriyten tapauksessa on kuitenkin muistettava, ettei Venäjällä perinteisesti viranomaisten rooli ole ollut helpottaa yritystoimintaa, vaan pikemminkin päinvastoin. Näin ollen suomalaisen toimintaympäristöön kuuluva viranomaisten ja julkisorganisaatioiden aito auttamishalu voi olla tottumattomalle hämmentävää.

Vastaajilta tiedusteltiin myös heidän näkemyksiään eri viranomaistahojen tärkeydestä oman liiketoiminnan kannalta¹. Vastaajat arvioivat tullin toiminnalla olevan eniten merkitystä – toimivathan monet yrityksistä nimenomaan viennin ja tuonnin parissa. Suomen hallitus ja eri ministeriöt saivat myös korkeat arviot. Tältä osin pientenkin Suomessa toimivien venäläisvetoisten yritysten näkemyksen mukaan ylimmän valtiojohton rooli heidän liiketoiminnalleen nähdään merkittävänä. Sitä vastoin liiketoimintaa tukevat julkisorganisaatiot saivat melko vaatimattomat arviot, tai ne olivat vastaajille kokonaan tuntemattomia. Vastausten perusteella venäläisvetoiset yritykset kohtaavat Suomessa asioidessaan vaikeuksia ennen kaikkea maahanmuuttoviranomaisten ja rahoittajien kanssa. Useat vastaajat kertoivat vaikeuksistaan työluvan ja oleskeluluvan saamiseen liittyen ja hämmästelivät, että omasta yrityksestä huolimatta lupia ei ollut myönnetty. Ulkomaalaisviraston kerrottiin käsitelleen päätöksiä hitaasti, ja odotusajan haitanneen yritystoimintaa Suomessa. Eräs yrittäjä kertoi suunnittelevansa liiketoiminnan siirtämistä Suomesta Saksaan, jota hän piti vähemmän byrokraattisena toimintaympäristönä (ks. Liite 1).

Maahanmuuttajayrittäjille julkisorganisaatioiden yrittäjyyttä tukevat toimet ja hankkeet vaikuttivat jääneen suurelta osin tuntemattomiksi. Eräs vastaaja ehdottikin maahanmuuttajien aktiivisempaa mukaan ottamista julkisrahoitteisiin hankkeisiin.

¹ Vastaajia pyydettiin arvioimaan seuraavien tahojen merkitystä liiketoiminnalleen: oma lääni, maakuntaliitto, kaupunki, kehitysyhtiö; Alueen kauppakamari, TE-keskus; Lähinnä sijaitseva teknologiakeskus, yliopisto, ammattikorkeakoulu; Suomen hallitus, Suomen kauppa- ja teollisuus-, liikenne- ja viestintä- sekä ulkoasianministeriöt, Suomalais-venäläinen talouskomissio, Suomen tulli, Finpro, Finnvera, Tekes, Sitra, Suomalais-venäläinen kauppakamari.

5 Johtopäätökset

Yrittäjyys on perinteisesti nähty yhtenä ja usein ainoana vaihtoehtona maahanmuuttajan työllistymiseen. Tällöin yritystoiminta on luonteeltaan vähäistä pääomaa vaativaa, usein pienimuotoista palvelutoimintaa. Venäläiseen maahanmuuttajayrittäjyyteen Suomessa vaikuttaa vahvasti maiden väliset vilkkaat ulkomaankauppasuhteet – venäläisvetoista yritystoimintaa on syntynyt paljon logistiikan, välityskaupan ja huollinnan alalle. Vaikka venäläismatkailijat ovat suurin Suomessa vieraileva ulkomaalaisjoukko, ei tämän tutkimuksen vastausten perusteella majoitus- ja ravitsemustoimintaan ole merkittävästi syntynyt venäläisvetoisia yrityksiä.

Venäläisyrietykset muodostavat tällä hetkellä arviolta 1% Suomen yrityspopulaatiosta, mitä voidaan pitää vaatimattomana lukuna. Tulostietojen valossa liikevaihdoltaan suurimpien yritysten toiminta on juuri ja juuri kannattavaa, mikä voi toisaalta tarkoittaa voittojen kirjautumista muualle kuin Suomeen. Samalla on huomioitava, että suuri osa venäläisvetoisista yrityksistä on yrittäjien itsensä perustamia – lähes poikkeuksetta **toiminta on aloitettu ilman julkista tukea.** Venäläinen maahanmuuttajayrittäjyys Suomessa on siis ennen kaikkea uutta yritystoimintaa.

Maahanmuuttajayrittäjyydessä yhdistyy usein lähtö- ja kohdemaan kulttuurien ominaispiirteitä. Tässä tutkimuksessa lähtömaan liiketoimintaympäristö heijastuu vastaajien voimakkaana epäluulona julkisorganisaatioita kohtaan. Viranomaistahoa ei mielletä yritystoimintaa helpottavaksi vaan haittaavaksi tahoksi. Jopa tutkimuslaitosten haastattelupyynnöihin suhtaudutaan nihkeästi. Viranomaispakoisuuden huomioiden ei ole ihme, että **suuri osa julkisorganisaatioista jää Suomessa toimiville venäläisvetoisille yrityksille tuntemattomiksi.** Yrietykset pyrkivät tukeutumaan omiin sosiaalisiin verkostoihinsa, joihin lukeutuu sekä Suomessa että Venäjällä sijaitsevia toisia yrittäjiä ja sukulaisia. Joistain julkisorganisaatioista saadut kokemukset ruokkivat lähtökohtaisesti korkeaa epäluuloisuutta entisestään. Koska useille maahanmuuttajille ulkomaalaisvirasto pitkine käsittelyaikoineen tarjoaa ensikosketuksen uuteen toimintaympäristöön, leimautuu suomalainen toimintaympäristö helposti hitaaksi ja byrokraattiseksi. Maahanmuuttajayrittäjien kaikkialla maailmassa kokemat kielivaikeudet haittaavat asiointia myös Suomessa.

Venäjältä kotoisin olevien maahanmuuttajien ominaispiirteinä on pidetty korkeaa koulutustasoa, voimakkaita verkostoja maanmiesten kanssa ja melko vähäistä

yrittäjyyskokemusta. Yritystoiminnan harjoittaminen on Venäjällä ollut virallisesti mahdollista käytännössä vasta kahden vuosikymmenen verran. Tässä ajassa yritysperinteiden syntyminen ja toimintatapojen vakiintuminen on vaikeaa. Lisäksi Venäjä yhä edelleen on suuryritysvaltainen – pk-yritykset työllistävät vain viidenneksen työvoimasta. Korkean jalostusasteen yritystoiminta Venäjällä on harvinaista. Rikkaiden luonnonvarojen maassa kiusaus näiden hyödyntämiseen tuntuu olevan liki vastustamatonta. Korkea koulutustaso ei tarkoita ahkeraa panostamista tuotekehitykseen ja yrityksen kilpailukykyyn venäläisyrityksissä, sijaitsivatpa nämä sitten Venäjällä tai Suomessa. Ahkerassa käytössä olevat liikesuhteet rajan yli helpottavat vienti-, tuonti- ja välityskauppaa. Suhdeverkostot toisten venäläisten maahanmuuttajien kesken helpottavat puolestaan arkipäivän liiketoimintaa.

Maahanmuuttajayrittäjiin yhteyden saaminen ja heidän toimintansa tukeminen edellyttää **luottamuksellisten suhteiden rakentamista**, mikä tunnetusti on vaativaa. Luottamukselle on annettava kasvat – informaatiota on oltava tarjolla hyviksi koettujen, henkilökohtaisten kanavien kautta. Tällaisten informaatiokanavien rakentaminen ja käyttäminen vie aikaa ja edellyttää vaivannäköä.

Lähteet

- Aldrich, H.E. ja Waldinger, R. (1990) Ethnicity and Entrepreneurship. *Annual review of Sociology*, 16, s. 111-135.
- Bager, T. ja Rezaei, S. (2000) Immigrant businesses in Denmark: Captured in marginal business fields? 11th Nordic Conference, Aarhus, Denmark, June 18-20, s. 8-16.
- Boissevain, J., Blaschke, J., Grotenberg, H., Joseph, I., Light, I., Sway, M., Waldinger, R. ja Werbner, P. (1990) Ethnic Entrepreneurs and Ethnic Strategies. In: Waldinger, R., Aldrich, H., Ward, R. and Associates (eds). *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, London, Sage publications. S. 131-156. SAGE Series on Race and Ethnic Relations, 1.
- Borjas, G. J. (1986) The self-employment experience of immigrants, *Journal of Human Resources*, 21, 4, s. 485-506.
- Fairlie, R. W. ja Meyer, B. D. (1996) Ethnic and racial self-employment differences and possible explanations, *Journal of Human Resources*, 31, 4, s. 757-793.
- Feldman, H. D., Koebig, C. S. ja Dean, T. J. (1991) Minority Small Business Owners and Their Paths to Ownership, *Journal of Small Business Management*, 29, 4, s. 12-27.
- Frederking, L. C. (2004) A cross-national study of culture, organization and entrepreneurship in three neighbourhoods, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 16, No. 3, s. 197-215.
- Greene, P. G. (1997) A Resource-Based Approach to Ethnic Business Sponsorship: A Consideration of Ismaili-Pakistani Immigrants, *Journal of Small Business Management*, Oct 1997, 35, 4, s. 58-71.
- Kloosterman, R. C., van der Leun, J. P. ja Rath, J. (1998) Across the border; economic opportunities, social capital and informal business activities of immigrants, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 24, 2, s. 249-268.
- Kloosterman, R., van der Leun, J. ja Rath, J. (1999) Mixed embeddedness: (in)formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands *International Journal of Urban and Regional Research*, 23, 2, s. 253-267.
- Kloosterman, R. C. (2003) Creating opportunities. Policies aimed at increasing opening for immigrant entrepreneurs in the Netherlands *Entrepreneurship and Regional Development*, 15, 2, s. 167-181.
- Lerner, M. ja Hendeles, Y. (1996) New Entrepreneurs and Entrepreneurial Aspirations among Immigrants from the Former U.S.S.R. in Israel, *Journal of Business Research*, 36, 1, s. 59-65.
- Lith, P. (2006) Maahanmuuttajilla on yritystä, *Tilastokeskus, Tieto&trendit* 4, maaliskuu 2006, s. 34-39.
- Marger, M. N. (2001) Social and human capital in immigrant adaptation: the case of Canadian business immigrants, *Journal of Socio-Economics*, 30, 2, s. 169-170.

- Michailova, S. ja Liuhto, K. (1999) Organisation and management research in transition economies: towards improved research methodologies, CEES Working Paper No. 19, Center for East European Studies, *Copenhagen Business School*.
- Nieminen, M. (2006) Maahanmuutto korvaa työvoimavajetta, *Tilastokeskus, tieto&trendit* 8, elokuu 2006, s. 52–54.
- Ollus, S.-E. (2008) Venäläinen kapitalismi ja Suomi, *EVA-raportti*, Helsinki.
- Portes, A. (1995) Economic sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview. In: Portes A. (ed.) *The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*, New York, Russel Sage Foundation, s. 1-42.
- Shane, S. (1996) Explaining Variation in Rates of Entrepreneurship in the United States: 1899-1988, *Journal of Management*, 22, 5, s. 747-781.
- Sonfield, M. C. (2005) A new US definition of ‘Minority Business’: lessons from the first four years, *Entrepreneurship and Regional Development*, 17, 3, s. 223-235.
- Tilastokeskus. (2006) Suomi lukuina 2006. 41 s.
- Waldinger, R., Aldrich, H. ja Ward, R. (1990) Opportunities, Groups Characteristics, and Strategies. In: Waldinger, R. & Aldrich, H. & Ward, R. and Associates (eds.) *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, London, Sage publications. S. 13-48. SAGE Series on Race and Ethnic Relations, 1.
- Zhou, M. (2004) Revisiting Ethnic Entrepreneurship: Convergencies, Controversies, and Conceptual Advancements, *The International Migration Review*, 38, 3, s. 1040-1074.

LIITE 1 Case: venäläisyrittäjä Suomessa

Gennadi² jos kuka on korkeasti koulutettu – takana on loppututkinnot kolmesta korkeakoulusta. Kansainvälisestä kaupasta kokemusta on 30 vuoden verran; liki puolet elämästä. Ulkomaankomennuksia on ollut Aasiaan ja Afrikkaan. Suomi on tullut tutuksi jo 1970-luvulla clearing-kauppakuvioiden kautta. Neuvostoliiton hajottua öljytuotteiden ulkomaankauppa Suomen kanssa on jatkunut Pietarin kaupunginhallinnon alaisen organisaation palveluksessa.

Suuressa maassa ja suurissa liiketoimissa on puolensa; niitäkin joiden vuoksi hakeutua pois. Vuonna 1994 Gennadi ostaa talon ja asettuu Suomeen. Laakereille ei kuitenkaan auta viisikymppisen jäädä lepäämään, ja Gennadi perustaa Suomeen yrityksen. Venäjällä toki olisi vierailtava asiakkaiden ja yhteistyökumppanien luona tiheästikin, mutta pääkonttori olisi Suomessa.

Yrityksen liiketoimintaidea on yksinkertainen – välittää raakaöljyä Kotkan ja Haminan kautta edelleen Eurooppaan. Yhteistyökumppanina on suuren venäläisen öljy-yhtiön toimitusjohtaja, jonka kanssa toimitusketjut ja asiakassuhteet on rakennettu. Kohta perustamisen jälkeen yritys kokee takaiskun: venäläisen öljy-yhtiön toimitusjohtaja saa surmansa. Öljy-yhtiö on käynyt fuusioneuvotteluja – kovin panoksin.

Gennadi on ollut kovissa paikoissa ennenkin, eikä jää neuvottomaksi. Öljyntuonin tyssätessä yritys ryhtyy kuljettamaan puuta. Puupaneeleja viedään sekä Suomen että Viron kautta mm. Englantiin. Junanvaunuja valuu rajan yli kuitenkin turhan verkalleen, enimmilläänkin reilut 150 kuukaudessa. Katetta ei tunnu jäävän, ja jos jotain jäisikin, ottaisi valtio omansa. Suomi ei ole halvan työvoiman maa, eikä verotaakkakaan tunnu kevyeltä.

Kaiken lisäksi Ulkomaalaisvirasto ei myönnä oleskelulupaa ilman erityistä syytä. Gennadi ihmettelee, miksi perustettu yritys ja asuintalo eivät riitä tarpeeksi erityisiksi syiksi. Yritykseen palkataan suomalaista apu työvoimaa, mutta oleskelulupaa ei heru. Viisumienkin saamiseen menee aina oma aikansa.

Venäläinen puunhakuu yritys jatkaa edelleen hakkuita Venäjällä. Suomalaisyrittäjien osalta puun välityskaupasta päätetään siirtyä koneiden, laitteiden ja etenkin varaosien välittämiseen. Kauppaa käydään edelleen pääasiassa öljy-yhtiöiden kanssa, mutta kaupankäynnin suunta

² Nimi muutettu. Case perustuu yritysjohtajan haastatteluun.

muuttuu: varaosia välitetään Suomen kautta Venäjälle. Toimitusajat onnistutaan pitämään lyhyinä, eikä pieni konttori tarvitse isoja marginaaleja. Volyymit kasvavat, kun asiakkaiksi saadaan venäläisiä metalliteollisuuden yrityksiä, olutpanimoita ja jopa ydinvoimala. Asiakkaina olevat venäläisyrietykset suhtautuvat Gennadin yritykseen hyvin – ulkomailla toimiminen antaa sille selkeän etulyöntiaseman. Asiakkaita saadaan hankittua tarjouskilpailujen kautta, mutta osa hakeutuu itse asiakkaiksi. Hyvä maine tuntuu leviävän.

Gennadilla on edelleen puljaamista viisuminsa kanssa ja hän jättää suomalaisyrityksen hetkeksi liiketuttavansa vaimon huomaan 2000-luvun kynnyksellä. Itse hän keskittyy toimimaan Venäjällä puunhakkuun ja –viennin parissa, venäläisyrietyksensä laskuun. Aika venyy parin vuoden verran. Sinä aikana Gennadin hyväuskoisuus kostautuu. Liiketuttavan vaimo on käynyt kauppaa ahkerasti, mutta omaan laskuunsa ja ohi firman. Tilintarkastuksetkin ovat jääneet tekemättä, kirjanpitäjän mukaan suomalaistilitoimistot eivät ole halunneet olla tekemisissä venäläiseksi kokemansa yrityksen kanssa. Ilman tilintarkastajaa yritys ei ole saanut anottua arvonlisäveron palautuksia. Kirjanpitoa on aika ajoon uskottu suomalaisyrityksen hoitoon, mutta tämä ei ole hoitanut sinne toimitettujen kuittien arkistointia. Tästä seuraa kuusinumeroiset lisäverot.

Suomessa toimiminen osoittautuu kalliiksi muutoinkin kuin verojen takia. Asiakkaiden haluamien saksalaisten varaosien ostaminen on Suomesta käsin kallista. Asiakkaat tuntuvat saavan niitä itse edullisemmin suoraan Saksasta tilaamalla. Pitääkseen hintansa kilpailukykyisenä Gennadi päättää perustaa yrityksen Saksaan. Hän yllättyy: työ- ja oleskelulupa annetaan mukisematta saksalaisia työllistävälle ulkomaalaiselle.

Suomalaisyrietyksen pulmat jatkuvat, toiset neuvovat jopa firman lopettamista ja uuden avaamista. Gennadi ei kuitenkaan haluaisi sulkea yritystään, koska pelkää asiakkaiden reaktioita – nämä voisivat ajatella, ettei yrityksessä ole kaikki kunnossa. Asiakkaitaan yritys ei ole pettänyt, eikä tule pettämään.

Gennadi tuntuu tekevän töitä usein, itse asiassa likipitään aina. Päivät kuluvat toimistossa, illat kotitoimistossa.