

# Yhteiskunnallinen yrittäjyys luovien toimialojen yrittäjyyden näkökulmasta

---

Case: ArtShortCut Oy, Remake EkoDesign Ay ja Copperfield Oy

Pro gradu –tutkielma

Riikka Polso

Sibelius-Akatemia

Taidehallinto

Syksy 2010



SIBELIUS-AKATEMIA

PL 86  
00251 HELSINKI  
p. 020 75390

**TIIVISTELMÄ**  
x Tutkielma  
 Kirjallinen työ

**Työn nimi**

Yhteiskunnallinen yrittäjyys luovien toimialojen yrittäjyyden näkökulmasta  
Case: ArtShortCut Oy, Remake EkoDesign Ay ja Copperfield Oy

**Sivumäärä**

70+liite 2 sivua

**Laatijan nimi**

Polso Riikka Johanna

**Lukukausi**

Syys 2010

**Koulutusohjelma**

Taidehallinnon maisteriohjelma

**Suuntautumisvaihtoehto****Tiivistelmä**

Tutkielman tehtävänä on selvittää laadullisin menetelmin mitä yhteiskunnallinen yrittäjyys tarkoittaa luovilla toimialoilla, millaisia ovat yhteiskunnalliset yritykset luovilla toimialoilla ja millaisia mahdollisuuksia yhteiskunnallinen yrittäminen voi tuoda luovien toimialojen yrittäjyydelle Suomessa.

Yhteiskunnallisena yrittäjyytenä pidetään yritystoimintaa, joka ratkaisee yhteiskunnallisia tai ympäristöllisiä ongelmia liiketoiminnan keinoilla. Tarkoitus on avata tarkemmin käsitteen historiaa ja nykytilaa sekä yhteiskunnallisen yrityksen ja yhteiskunnallisen yrittäjän piirteitä. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden teemaa tarkastellaan erityisesti luovien toimialojen näkökulmasta, mikä muodostaa tämän tutkielmani toisen tärkeän viitekehysten.

Pääasiallisena tutkimusmetodina käytetään case-tutkimusta, jonka tarkoituksena on luoda syvempi ymmärrys luovien toimialojen yhteiskunnalliseen yrittämiseen. Luovien toimialojen yhteiskunnalliset case-yritykset ovat elämyksien tuottamiseen ja taiteilijamanagerointiin erikoistunut ArtShortCut Oy, Suomen ensimmäinen eko-ompeleminen nimikkeen alla toimiva Remake EkoDesign Ay sekä taidegraafikko Kirsi Neuvosen taiteilijatyötä hallinnoiva Copperfield Oy. Case-yritysten tiedonkeruumenetelmänä käytetään haastattelua.

Tutkimuksen perusteella on havaittavissa, että luovien toimialojen yrittäjillä on tarve ilmentää arvojaan ja taiteellista vapautta yritystoiminnan kautta. Siksi he ovat valinneet toimintamallikseen yhteiskunnallisen yrityksen periaatteet, jotka mahdollistavat aidosti arvo-perusteisen liiketoiminnan. Toisaalta yhteiskunnallinen yrittäminen koetaan reilumpana toimintamallina, koska yhteiskunnallisen yrityksen voitonjako on rajoitettua. Yhteiskunnalliset yritykset luovilla toimialoilla toimivat niin, että luovuus, luovat ja taiteelliset menetelmät ovat työkaluja yhteiskunnallisten ongelmien tai haasteiden ratkaisuksi tai niin, että ratkaistaan luovien alojen sisäisiä ongelmia ja haasteita. Yhteiskunnallinen yrittäjyys on väylä uuden sukupolven yrittäjille, jotka eivät samaistu niin sanottuihin perinteisiin yrittäjyysmalleihin.

Tavoitteena on esitellä tutkielman myötä luoville toimialoille vaihtoehtoinen tapa harjoittaa yritystoimintaa. Tutkielmassa pohditaan myös, mitä toimenpiteitä tulisi tehdä, jotta yhteiskunnallisen yrittäjyyden käsite ja toimintamalli olisivat laajemmin tunnettuja.

**Hakusanat**

yhteiskunnallinen yrittäjyys, yhteiskunnallinen yritys, yhteiskunnallinen yrittäjä, luovat toimialat, yrittäjyys luovilla toimialoilla

## Sisällysluettelo

1 JOHDANTO .....	5
1.1 Tutkimuksen taustaa.....	5
1.2 Tutkimuksen tavoite ja toteutus .....	7
1.3 Tutkielman rakenne.....	8
2 YHTEISKUNNALLINEN YRITTÄMINEN JA YRITTÄJYYS LUOVILLA TOIMIALOILLA.....	10
2.1 Yhteiskunnallinen yrittäjyys .....	12
2.1.1 Yhteiskunnallinen yritys.....	15
2.1.2 Yhteiskunnallinen yrittäjä .....	19
2.1.3 Neljäs sektori .....	21
2.1.4 Sosiaalinen yritys.....	22
2.2 Yrittäjyys luovilla toimialoilla .....	24
2.2.1 Luovat toimialat.....	25
2.2.2 Luovien toimialojen yritystoiminta .....	26
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	30
3.1 Case-tutkimus.....	30
3.2 Haastattelujen toteutus .....	32
3.3 Sisällönanalyysi tutkimusmetodina.....	33
3.4 Tutkielman luotettavuus.....	34
4 AINEISTON ANALYSOINTI JA TUTKIMUSTULOKSET .....	35
4.1 Case-yritykset.....	35
4.1.1 ArtShortCut Oy .....	35
4.1.2 Copperfield Oy .....	37
4.1.3 Remake EkoDesign Ay .....	38
4.2 Keskeiset tulokset.....	40
4.2.1 Yrittäjyys luovilla toimialoilla on haastavaa .....	40
4.2.2 Luovien alojen toimijat vierastavat perinteisiä yrittäjyysmalleja.....	41
4.2.3 Yhteiskunnallinen yrittäjyys perustuu arvoille, ei ahneudelle.....	42
4.2.4 Luovuus ja yhteiskunnallinen missio sulautuvat toisiinsa.....	45

4.2.5 Taide, talous ja etiikka eivät poissulje toisiaan .....	46
4.2.6 Yhteiskunnallinen yrittäjyys luo uuden toimintamallin luoville toimialoille.....	47
4.2.7 Yhteiskunnallisen yrityksen aseman vahvistaminen .....	48
4.2.8 Uhkana yhteiskunnallisen yrityksen toimintamallin vastustaminen .....	50
4.2.9 Yhteiskunnallinen yritys viralliseksi yritysmuodoksi Suomessa .....	51
4.3 Case-yritysten tulevaisuuden näkymät.....	53
5 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	54
5.1 Yhteiskunnallinen yrittäjyys luovilla toimialoilla.....	54
5.1.1 Yhteiskunnalliset yritykset luovilla toimialoilla .....	56
5.1.2 Yhteiskunnallisen yrittäjyyden mahdollisuudet luovien toimialojen yrittäjyydelle Suomessa .....	57
5.2 Yhteenveto .....	59
6 POHDINTA .....	61
LÄHTEET .....	64
LIITE .....	71
Liite 1: Haastattelukysymykset	

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen taustaa

Suomessa on puhuttu niin sanotun neljännen sektorin mairinnoususta. Neljännen sektorin käsitteellä viitataan uudenlaisiin yrityksiin, joilla on sosiaalisia investointeja, korkea sosiaalinen pääoma sekä erityisesti sosiaalinen, mutta myös taloudellinen tavoite. Näiden yritysten alkulähde on käsitteessä *social enterprise* tai *social entrepreneurship*. Suomeen omakuttiin suppeampi tulkinta sosiaalisen pääoman yrityksistä 2000-luvun alussa ja laadittiin laki sosiaalisista yrityksistä (2004), jolla tarkoitetaan yksinkertaisuudessaan yrityksiä, jotka työllistävät ja integroivat pitkäaikaistyöttömiä sekä vajaakuntoisia takaisin työelämään.

Tulen myöhemmin tutkielmassani osoittamaan, että sosiaalisten yritysten lakiin kirjattu tulkinta on aivan liian suppea kattamaan alleen yhteiskunnallisen yrityksen merkityksen. Yhteiskunnallisilla yrityksillä tarkoitetaan pääsääntöisesti Karjalaisen ja Syrjäsen (2009) mukaan yrityksiä, joiden päämäärä liittyy yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun. Yhteiskunnallisella yrityksellä on yhteiskunnallinen tavoite ja tavoitteen painoarvo on bisneksen rinnalla suuri, vaikkakin yhteiskunnalliset yritykset ovat kilpailukykyisiä yrityksiä. On tärkeää huomioida, että yhteiskunnallisesta näkökulmastaan huolimatta yhteiskunnalliset yritykset ovat elinvoimaisia ja kilpailukykyisiä kuin muutkin yritykset. Yhteiskunnallisten yritysten arvopohja ei siis sulje näitä tavallisia liiketoiminnan ominaisuuksia pois. (Karjalainen & Syrjänen 2009, 4.)

Itseäni yhteiskunnallinen yrittäjyys kiinnostaa luovien toimialojen yrittäjyyden näkökulmasta. Tämän tutkielman tarkoitus on selvittää laadullisin menetelmin mitä yhteiskunnallinen yrittäjyys tarkoittaa luovilla toimialoilla, millaisia ovat yhteiskunnalliset yritykset luovilla toimialoilla ja millaisia mahdollisuuksia yhteiskunnallinen yrittäminen voi tuoda luovien toimialojen yrittäjyydelle Suomessa. Luovilla toimialoilla viitataan Kauppa- ja teollisuusministeriön luovien toimialojen määritelmään (2007), johon katsotaan kuuluvaksi animaatiotuotanto, arkkitehtipalvelut, elokuva- ja tv-tuotanto, kuvataide ja taidegalleriat, käsityöt, liikunta- ja elämyspalvelut, mainonta ja markkinointiviestintä, muotoilupalvelut, musiikki ja ohjelmapalvelut, peliala, radio- ja äänituotanto, taide- ja antiikkikauppa, tanssi ja teatteri sekä viestintäala.

Olen havainnut monia yhtymäkohtia yhteiskunnallisen yrittämisen ja luovien toimialojen yrittäjyyden välillä, minkä vuoksi oletan, että moni kulttuuriyritys Suomessa toimii tiedostamattaan yhteiskunnallisen yrityksen toimintaperiaatteilla. Oletan, että samankaltaisuudet näiden yrittämisen muotojen välillä näkyvät erityisesti taloudellisen voitontavoittelun sekä voiton käsittelyn osalta. Samoin oletan, että yrittäjien työmotivaatiossa sekä yhteiskunnallisessa vaikuttamisessa on yhteneväisyyksiä. Taide, elättääkseen tekijänsä, usein vaatii yhteiskunnallisia vaikutuksia. Väitän, että kulttuuri, eettinen ulottuvuus ja talous sopivat hyvin yhteen ja tämä koostumus luo edellytykset menestyvälle ja yhteiskunnallisesti merkittävälle liiketoiminnalle.

Tuon tutkielmassani esiin erilaisia luovien alojen yhteiskunnallisia yrityksiä maailmalta ja pohdin esimerkkien kautta mitä luovien toimialojen yhteiskunnalliset vaikutukset voisivat tarkoittaa Suomessa. Erityisesti haluan tuoda esiin, millainen on yhteiskunnallisen yrityksen tapa toimia ja mitä muutoksia yhteiskunnallisen yrittämisen sekä neljännen sektorin tunnustaminen Suomessa edellyttäisi. Jos yhteiskunnallinen yrittäminen tulee Suomeen jäädäkseen, tarvitsee se myös kehittyäkseen yrittäjiä ja suomalaista yhteiskuntaa hyödyttäviä muutoksia ja uudistuksia. Ensimmäisen askeleen toivon kuitenkin otettavan siihen suuntaan, että luoville ihmisille (luovien alojen parissa työskenteleville ja erityisesti taiteilijoille) syntyy luontevampi väylä yrittäjyyteen, joka mahdollistaa täysipainoisen yritystoiminnan luovuudesta ja eettisistä periaatteista tinkimättä.

Yhteiskunnallista yrittäjyyttä luovien toimialojen näkökulmasta ei ole juurikaan tutkittu. Siksipä tämän tutkielman teoria koostuu pääasiassa yhteiskunnallisen yrittäjyyden käsitteen avaamisesta. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden teema on pilkottu osiin, joissa käsitellään yhteiskunnallista yritystä ja yrittäjää historian kautta nykypäivään. Alussa mainitsemani neljä sektoria käsittelen tiiviisti sekä alleviivaan vielä sosiaalisen ja yhteiskunnallisen yrityksen eroavaisuutta. Lopuksi käsittelen luovien toimialojen yrittäjyyttä sekä käyn läpi luovien toimialojen käsitteen määrittelyn ongelmaa.

Teoriaosuuden pääpaino on selkeästi yhteiskunnallisen yrittäjyyden ja sen mukana tulleiden ilmiöiden käsittelyssä, koska oletan niiden olevan tutkielman pääasialliselle kohderyhmälle (luovien alojen toimijoille) vielä vieraita. Oletan myös, että luovien toimialojen yritystoiminnan pääpiirteet ovat ainakin käsitteellisesti tutumpia. Kuitenkin tutkielman

kontekstina ovat luovat toimialat. Kuten mainittu, tutkielmani tärkein tavoite on raottaa uusia toimintatapoja luovien alojen yksilöiden yrittäjyyskäsitteisiin.

Käytän tutkielmani kirjallisina lähteinä ensisijaisesti Internetissä julkaistuja dokumentteja. Syy runsaaseen sähköiseen materiaaliin johtuu yhteiskunnallista yrittäjyyttä koskevan (tuoreen) tiedon saatavuudesta. Suomessa yhteiskunnallista yrittäjyyttä ei toistaiseksi ole tutkittu. Kuitenkin selvityksiä yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä löytyy: Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM) on selvästi ottanut tavoitteekseen saada yhteiskunnallisen yrityksen käsitteen tunnustetuksi myös Suomessa. Esimerkkinä hyödyllisistä TEM:n selvityksistä ovat muun muassa *Sosiaaliset ja yhteiskunnalliset yritykset uuden talouden edelläkävijöitä?* (Pöyhönen, Hänninen, Merenmies, Lilja, Kostilainen & Mankki 2010) sekä *Yhteiskunnallinen yritys – ratkaisu 2000-luvun haasteisiin* (Bland 2010). Molemmissa yhteiskunnallisen yrittämisen teemaa käsitellään monipuolisemmin ja eri maiden esimerkkejä vertaillaan toisiinsa laaja-alaisemmin kuin tässä tutkielmassa, jonka fokus on luovissa toimialoissa.

## 1.2 Tutkimuksen tavoite ja toteutus

Tutkimusongelmani rajautuu siis kysymykseen mitä yhteiskunnallinen yrittäjyys tarkoittaa luovilla aloilla. Tutkimusongelman alle nousseet osaongelmat ovat millaisia yhteiskunnalliset yritykset ovat luovilla toimialoilla ja millaisia mahdollisuuksia yhteiskunnallinen yrittäjyys voisi luoda luovien toimialojen yrittäjyydelle Suomessa. Lähestyn tutkimusaiheeni tarkastelemalla kolmea case-yritystä. Kaikki case-yritykset toimivat luovilla toimialoilla. Yrityksiä yhdistää myös yhteiskunnallinen näkökulma, jota he harjoittavat liiketoimissaan, sekä tietoisuus yhteiskunnallisen yrityksen käsitteestä. Case-yritykset ovat Copperfield Oy, Remake EkoDesign Ay ja ArtShortCut Oy. Case-yrityksiä käsittelen julkisesti saatavilla olevien tietojen ja dokumenttien avulla. Syvemmin yhteiskunnallisen yrittäjyyden ja luovien alojen yritystoiminnan teemaa käsitellään aineiston analyysissä, jossa pääasiallisena lähteenäni ovat kyseisten case-yritysten edustajien haastattelut (toteutettu kesällä 2010).

Tutkielma on toteutettu case-tutkimuksen menetelmillä käyttäen tiedonkeruun menetelmänä haastattelua, ja haastattelun analyysin apuna on käytetty sisällönanalyysitekniikkaa. Yrittäjien antamien haastattelujen täydentäjinä toimivat muut Internet-dokumentit. Haastat-

teluaineistosta muodostui yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä luovilla toimialoilla mielenkiintoinen kuvaus, jossa käsitellään muun muassa taiteilijaidentiteettiä, arvopohjan merkitystä luovilla toimialoilla ja motiiveja yrittäjyyteen. Haastattelujen aineisto kurotaan yhteen teorian kanssa johtopäätöksissä, joista olen pyrkinyt antamaan myös aineksia laajemmalle tulevaisuuden kehitysnäkökulmille.

Tärkeimpiä tulevaisuuden teemoja tulevat olemaan, milloin yhteiskunnallisen yrittäjyyden toimintamalli virallistetaan Suomessa ja millaiset raamit yhteiskunnallisille yrityksille annetaan. Tämä tulee varmasti vaikuttamaan siihen, minkälaisia luovien toimialojen yhteiskunnallisia yrityksiä Suomeen perustetaan ja millaisen vastaanoton yhteiskunnallinen yrittäjyys saa luovilla toimialoilla. Tutkielman tavoitteena on, että luovien toimialojen asenteissa yrittäjyyttä kohtaan tapahtuu muutos ja yrittäjyyttä voitaisiin jatkossa käsitellä arvopohjaisen toiminnan ja yhteiskunnallisesti merkittävän mission sekä liiketoiminnan voittojen vaihtoehtoisilla investointiperiaatteilla.

### **1.3 Tutkielman rakenne**

Luvussa 2 käsittelen yhteiskunnallista yrittäjyyttä ja luovien toimialojen yrittäjyyttä. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden teeman alla ovat yhteiskunnallisen yrityksen ja yhteiskunnallisen yrittäjän määrittelyt. Lisäksi yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen liittyy niin sanottu neljäs sektori ja Suomessa tunnettu sosiaalisen yrittäjyyden muoto. Teoreettisen viitekehyksen tarkoituksena on välittää lukijalle ymmärrys mitä tarkoitetaan, kun puhutaan yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä, miksi yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä keskustellessa viitataan myös neljänteen sektoriin ja miksi Suomessa tunnettu sosiaalinen yritys ei ole synonyymi yhteiskunnalliselle yrittäjyydelle. Toinen teema rakentuu luovien toimialojen yrittäjyyden ympärille sekä luovien toimialojen käsitteen avaamiseen.

Luvussa 3 käyn läpi tutkimuksen toteutusprosessin ja siihen liittyvät metodologiset valinnat. Neljännessä luvussa käsittelen case-yritykset ja varsinaisen empiirisen aineiston, josta olen muodostanut alaluvuittain saatuja tuloksia. Luvussa 5 vastaan asettamiini tutkimuskysymyksiin sekä pohdin erityisesti yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen liittyviä lähitulevaisuuden kysymyksiä. Lopuksi päätän tutkielmani yleiseen pohdintaan, jossa arvioin tutkimuk-



sen onnistumista ja luotettavuutta sekä nostan esille jatkotutkimusaiheen. Pohdinnan teemoiksi nousevat myös julkisten palveluiden yksityistäminen, kolmannen sektorin tulevaisuus ja yhteiskunnallisen yrittäjyyden käsitteen suomalainen määritelmä sekä yhteiskunnallisen yrittäjyyden vastaanotto luovilla toimialoilla.

## **2 YHTEISKUNNALLINEN YRITTÄMINEN JA YRITTÄJYYS LUOVILLA TOIMIALOILLA**

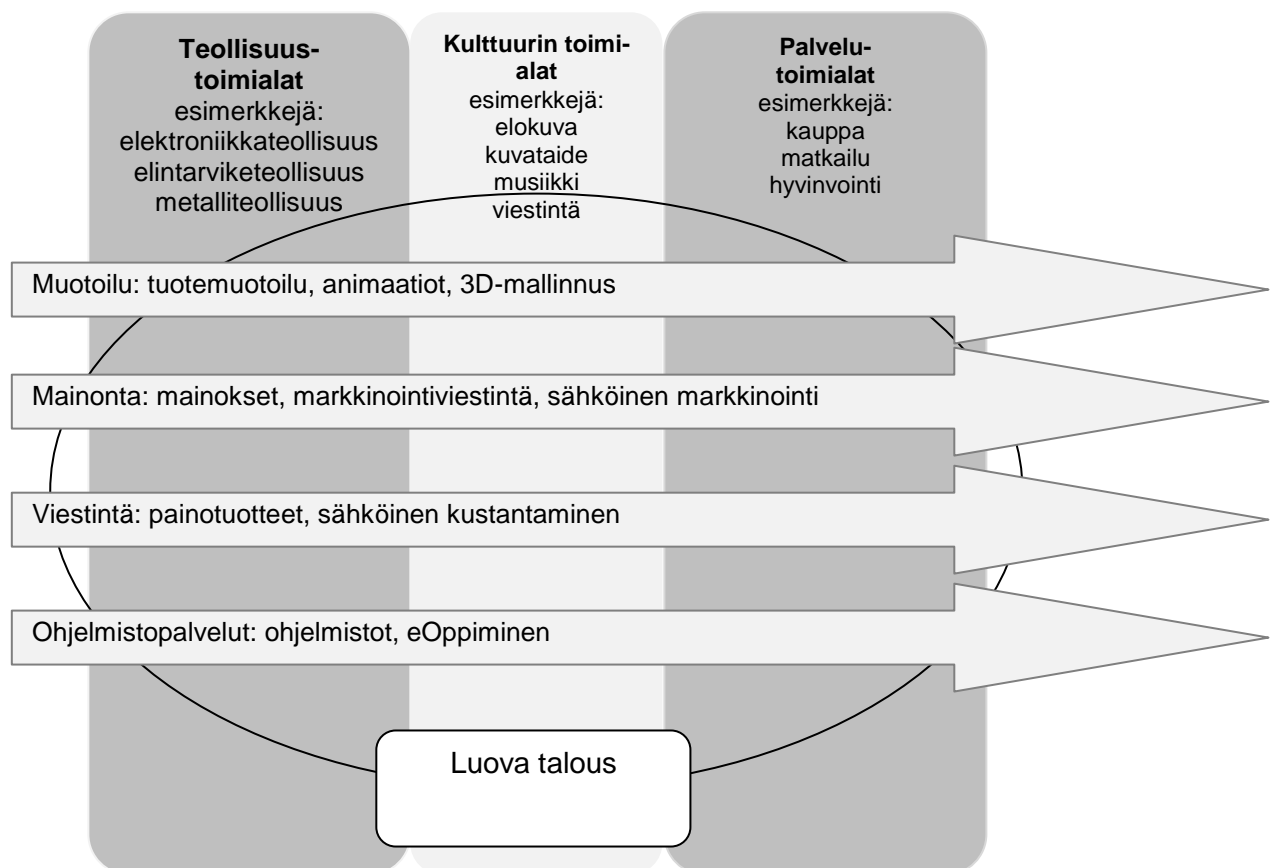
Yrittäjien katsotaan olevan avainasemassa yhteisöjen muodostamisessa ja talouden kehittämisessä. Yrittäjät ansaitsevat palkkionsa siitä, että johtavat projektejaan jatkuvassa epävarmuudessa, markkinatalouden lainalaisuuksien vallitessa. (Legge & Hindle 2004, 32.) Yrittäjyys (entrepreneurship) voidaan käsittää suppeasti uuden liiketoiminnan aloittamisena tai laajimmillaan käsitteellä voidaan viitata esimerkiksi yksilön tiettyihin ominaisuuksiin, innovatiivisuuteen, aloitteellisuuteen tai vaikkapa ajattelutapaan (esimerkiksi yksilötasolla ns. sisäinen yrittäjyys) (Lowe & Marriot 2006, 10-11). Nykyään yrittäjyys käsitetään enemmän yrittäjyys- ja liiketoimintamahdollisuuksien havaitsemisena ja niiden toteuttamisena (Shane 2003, 251). Yrittäjyys-käsite on silti haasteellinen, eikä runsaasta tutkimuksesta huolimatta yrittäjyydelle ole yhtenäistä määritelmää (mm. Aldrich & Martinez 2002; Gartner 1990; Huuskonen 1992; Kyrö 1998) vaan se on sidoksissa aikaansa ja vallitseviin olosuhteisiin.

Tässä tutkielmassa yrittäjyydellä tarkoitetaan uusien liiketoimintamallien havaitsemista ja hyödyntämistä sekä avataan myös yrittäjänä toimimista erilaisissa toimintaympäristöissä. Tutkielmani teoreettinen viitekehys koostuu pääasiassa yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä sekä luovien toimialojen yrittäjyys käsitteistä.

Yhteiskunnallista yrittäjyyttä käsitellessäni keskityn pääosin lähteisiin, teorioihin ja esimerkkeihin, jotka ovat Isosta-Britanniasta, Hollannista ja Ruotsista, koska Suomessa yhteiskunnallista yrittäjyyttä ei ole vielä kattavasti tutkittu. Luovien toimialojen yrittäjyyttä taas lähestyn enimmäkseen suomalaisesta näkökulmasta, koska kulttuuriyrittäjyys ja luovat toimialat ovat Suomessakin tunnustettuja ja tutkittuja toimialoja. Molempien (yhteiskunnallisen ja luovien toimialojen) yrittäjyys – käsitteiden kohdalla pyrin hahmottamaan millaista yrittäminen on, millaisten prosessien kautta yrittäjäksi päädytään, millaisia yrittäjät ovat, miten toimintamuodot ovat kehittyneet ja missä tilassa ne ovat tällä hetkellä.

Lopuksi käsittelen yrittäjyyttä ja sen mahdollisuuksia Suomessa luovien toimialojen näkökulmasta. Luovan toimialan määritelmä vaihtelee kansainvälisesti, joten päädyin tutkielmassani Kauppa- ja teollisuusministeriön muodostamaan yhteenvedon vuodelta 2007. Kyseinen yhteenvedo luovista toimialoista pohjautuu silloisen Opetusministeriön (nykyisin

Opetus- ja kulttuuriministeriö) sekä kansainväliseen luovien toimialojen määritelmien vertailuun, jotka on sovellettu Suomen olosuhteisiin. Luoviin toimialoihin KTM:n yhteenvedon (2007) mukaan kuuluvat animaatiotuotanto, arkkitehtipalvelut, elokuva- ja tv-tuotanto, kuvataide ja taidegalleriat, käsityö, liikunta- ja elämyspalvelut, mainonta ja markkinointiviestintä, muotoilupalvelut, musiikki ja ohjelmalvelut, peliala, radio- ja äänituotanto, taide- ja antiikkikauppa, tanssi ja teatteri sekä viestintäala. Alla olevassa matriisimallissa havainnollistetaan, miten luovien alojen liiketoiminta on merkittävä osa sekä teollisuutta palvelutoimialoja, jotka yhdessä muodostavat luovan talouden kentän Suomessa.



Kuva 1. Luovat toimialat, matriisimalli (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007, 21).

Luovien toimialojen absoluuttinen määrittely ei ole yksinkertaista. Rajauksissa on otettava huomioon useita tekijöitä, myös Kauppa- ja teollisuusministeriön määrittely on toistaiseksi avoin, sillä luovat alat muuttuvat ja kehittyvät koko ajan. Tuon esille luovien toimialojen määritelmän ongelmallisuutta lisää luvussa 2.2 *Yrittäjyys luovilla toimialoilla*, jossa myös avaan luovien toimialojen yrittäjyyden muita käsitteitä. Tämän tutkielman pääasiallinen tutkimusongelma ei kuitenkaan ole luovien toimialojen määrittelyssä, joten näen hyväksyt-

täväksi nojautua KTM:n yhteenvedoon, joka on tutkielmaani nähden tarpeeksi kattava. Viittaa yllä olevaan määritelmään jatkossa aina, kun käytän käsitettä luovat toimialat.

## 2.1 Yhteiskunnallinen yrittäjyys

Yhteiskunnallinen yritys (*social enterprise, social venture*) ei ole maailmalla uusi ilmiö. Yhteiskunnallinen yrittäjyys on ollut käytännön tason harjoittamisen ja akateemisen tutkimuksen kohteena pääasiassa USA:ssa. Euroopassa yhteiskunnallinen yrittäjyys nousi pinnalle muun muassa Isossa-Britanniassa ja Italiassa 1990-luvulla, jolloin ryhdyttiin keskustelemaan laajemmin sosiaalisesta taloudesta. (Varbanova 2009, 3.) Yhteiskunnallisia yrityksiä alettiin ottaa tosissaan, koska yritykset olivat taloudellisesti menestyviä ja yhteiskunnalliseen muutokseen panostavia yrityksiä. Yhteiskunnallisen yrityksen tarkoituksena ei ollut yrityksen pääoman kasvattaminen vaan yhteiskunnallisen arvon nostattaminen. (Grenier 2006, 174.)

Englannin kielessä yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä käytetään pääasiassa termiä *social entrepreneurship*. Sanalla *social* tässä yhteydessä viitataan suomeksi laajempaan käsitteeseen kuin *sosiaalinen*, eli *yhteiskuntaan*. Yhteiskunnallinen yrittäjyys yhdistää yhteiskunnallisen mission ja liiketoiminnan. Yhteiskunnallinen yrittäminen ei siis tarkoita pelkästään hyväntekeväisyystyötä tai yhteiskunta-aktivismia, vaan käsitteen kokonaisuuteen kuuluu selkeästi liiketoiminta ja markkinatalouden alaisuudessa toimiminen. (Ziegler 2009, 9.) Yhteiskunnallista yrittäjyyttä voidaan kuvailla myös hybridimäisenä liiketoimintana, joka tavoittelee yhteiskunnallista muutosta liiketoiminnan avulla. Yhteiskunnallisessa yrityksessä pyritään näkemään mahdollisuudet ja luomaan innovatiivisia tapoja toteuttaa pysyvä yhteiskunnallinen muutos. (Young 2008, 175; Perrini & Vurro 2006, 72.)

Yhteiskunnallisen yrittämisen jouduttamista 1990-luvulla Isossa-Britanniassa edisti silloinen hallitus kiristämällä apurahojen jakoa ja yksityistämällä julkisia palveluita. Myös demografisilla muutoksilla oli osuutta asiaan muun muassa väestön ikääntymisellä sekä terveydellä ja hyvinvoinnilla. Yhteiskunnallisten ongelmien ja haasteiden ratkaisuksi Ison-Britannian hallitus ryhtyi tukemaan yhteiskunnallisia yrityksiä julkisten palveluiden tuottajina. (Doherty, Foster, Mason, Meehan, Meehan, Rotheroe & Royce 2009, 13). Vuonna

2000 yhteiskunnalliset yritykset saivat myös huomiota Ison-Britannian ”työ- ja elinkeinoministeriön” eli The Department of Trade and Industry’n (DTI) selvityksessä. DTI valmisti raportin yhteiskunnallisista yrityksistä *Social enterprise: a strategy for success*, jonka tarkoituksena oli ottaa selvää muun muassa yhteiskunnallisen yrittämisen kasvun esteistä ja niiden ylittämistä (Doherty ym. 2009, 14). DTI määrittelee yhteiskunnallisen yrittämisen seuraavasti:

*Yhteiskunnallinen yrittäjäyys on liiketoimintaa, jolla on yhteiskunnalliset tavoitteet. Yhteiskunnallisen yrityksen liiketoiminnan ylijäämä sijoitetaan pääsääntöisesti liiketoiminnan kehittämiseen tai yhteisölle. Yhteiskunnallisen yrityksen tarkoituksena ei ole maksimoida voittoa yhtiön osakkaille tai omistajille. (DTI 2002, 7.)*

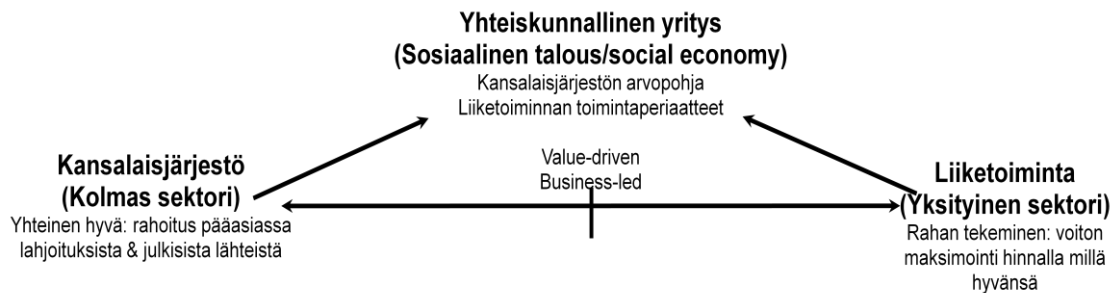
Isossa-Britanniassa yhteiskunnallisen yrityksen eräs tärkeimpiä määritelmiä yhteiskunnallisen tavoitteen lisäksi on siis se, miten yritysten tuottamaa voittoa käsitellään. Yhteiskunnallisella yrittämisellä on monia muotoja ja niitä ovat esimerkiksi liiketoimintaa harjoittavat hyväntekeväisyysorganisaatiot (charity that trades), rahastot (trusts), yhteisöedun yritykset (community interest company, CIC), yritykset, joiden omistus perustuu rajoitettuun takaukseen (company limited by guarantee) tai osakkeiden rajoitettuun omistukseen (company limited by shares), yhteisöä hyödyttävät yhdistykset (community benefit society), demokraattisen taloudellisen yhdistyksen mallit (industrial and provident society, IPS) ja vapaaehtoisuuteen perustuvat, yhteisen tarkoituksen vuoksi toimivat seurakuntat tai yhdistykset (unincorporated association). Tämä määritelmä ei silti ole täydellinen ja joissakin tapauksissa on katsottu, että yhteiskunnallisen yrittäjäyden määrittelee yrityksen yhteiskunnallinen tarkoitus, eikä sen laissa määritelty toimintamuoto. (Doherty ym. 2009, 3,34.)

Yhteiskunnallisen yrityksen hallinnoinnissa kulminoituvat yhteiskunnallinen missio sekä raha. Voidaan siis sanoa, että liiketoiminta on yksi tärkeä tekijä, joka erottaa yhteiskunnallisen yrityksen voittoa tavoittelemattomista yrityksistä ja muista toimintamuodoista. Yhteiskunnallisen yrityksen strategiassa yhteiskunnallinen missio on tärkeä: yhteiskunnallisen mission takana seisotaan ja sitä tavoitellaan (Doherty ym. 2009, 64). Ison-Britannian toimintamalleissa painotetaan omistuksen ja päätöksenteon hajautumista mahdollisimman suurelle joukolle. Yhteisöllisyyden ja yritysjohtamisen välillä vallitsee tasapaino. Johtaminen on läpinäkyvää ja avointa sekä vastuullista kaikille sidosryhmille. Yhteiskunnallinen

yritys on yhtä paljon vastuussa asettamiensa arvopäämäärien toteutumisesta kuin taloudellisesta tuloksesta. (Lilja & Mankki 2010, 29.)

Yhteiskunnallisten yritysten vahva asema ja menestyminen Isossa-Britanniassa johtuu siitä, että kilpailu yhteiskunnallisille yrityksille myönnettyistä apurahoista on johtanut pitkälle vietyyn ja ammattimaiseen strategiseen liiketoiminnan suunnitteluun ja johtamiseen. Ison-Britannian hallitus on määritellyt yhteiskunnalliset yritykset tärkeiksi tekijöiksi pitämään yllä maan talous- ja sosiaalipolitiikkaa. Tämän mallin mukainen kehitys yritysvoittoiseen palveluiden tuottamiseen on johtanut siihen, että kolmas sektori (niin sanottu yhdistyssektori) saa entistä vähemmän julkista tukea Isossa-Britanniassa. (Doherty ym. 2009, 14, 54.)

Yhteiskunnallisen yrityksen sijoittumista voidaan Hub Helsingin toimitusjohtaja Anne Raudaskosken mukaan kuvailla seuraavalla kuviolla (kuva 2). Janan vasemmassa päässä ovat kansalaisaktivismi, kansalaisjärjestöt, hyväntekeväisyys ja arvopohja. Janan oikeassa päässä ovat puolestaan liiketoiminta, raha ja markkinatalous. Janalla voidaan esittää erilaisen toimintamallien sijoittumista. Esimerkiksi yleishyödylliset yhdistykset, jotka ovat voittoa tavoittelemattomia sijoittuvat janan vasempaan päähän, kun taas tavalliset voittoa tavoittelevat ja yrityksen omistajia taloudellisesti hyödyttävät yritykset taas sijoittuvat janan oikeaan päähän. Yhteiskunnallinen yritys sijoittuu janan keskelle. Sijoittuminen keskelle tarkoittaa, että yhteiskunnallisella yrityksellä on vahva arvopohja ja liiketoiminta nähdään rahantekokoneistona arvopohjan toteuttamiseksi. Siksi mahdollinen voitto investoidaan esimerkiksi takaisin liiketoimintaan. Yhteiskunnallinen yritys toimii liiketalouden ehdoilla, mutta ikään kuin kansalaisjärjestön arvopohjalla.



Kuva 2. Yhteiskunnallisen yrityksen sijoittuminen arvopohjan ja liiketoiminnan välimaastossa (Raudaskoski 2010).

### 2.1.1 Yhteiskunnallinen yritys

Ehkä tunnetuin yhteiskunnallinen yritys on Bill Draytonin vuonna 1978 perustama yhteiskunnallisten yritysten verkosto. Yrityksen nimi on Ashoka: Innovators for the public. Yritys toimii Aasiassa, Afrikassa, Amerikoissa ja Keski-Euroopassa. Ashoka antaa suoraa rahallista tukea ja avustuksia, analysoi yhteiskunnallisten yritysten strategioita sekä antaa yritysneuvontaa. (Bornstein 2004, 11.) Ashoka on siis yhteiskunnallisten yritysten tukiverkosto, joka toimii myös itse yhteiskunnallisen yrityksen periaatteilla.

Myös muualla maailmassa on perustettu yhteiskunnallisten yritysten tueksi säätiöitä ja järjestöjä, joiden tarkoituksena on levittää tietoisuutta yhteiskunnallisista yrityksistä. Esimerkiksi Hollannissa toimii Stichting Sociaal Ondernemerschap (SSO), joka on säätiö yhteiskunnallisia yrityksiä varten. SSO perustuu ajatukselle, että pelkällä rahan lahjoittamisella ei ratkaista yhteiskunnallisia ongelmia. Sen sijaan yhteiskunnalliset yritykset löytävät tuottoisia, innovatiivisia ja kestäviä ratkaisuja sosiaalisille ongelmille maailmanlaajuisesti käyttäen hyväkseen liiketoiminnan metodiikkaa. Yhteiskunnalliset yritykset tuottavat molempia: sosiaalista ja taloudellista voittoa. SSO:n tarkoituksena on tukea yrityksiä kaikissa vaiheissa, sekä johtamisessa ja kansainvälisessä verkostoitumisessa yhteiskunnallisten yritysten kesken sekä mahdollisten rahoittajien keskuudessa. SSO vaatii tuettavilta yhteiskun-

nallisilta yrityksiltä osallisuutta yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemiseen. (SSO - Stichting Sociaal Ondernemerschap 2010a.)

SSO:n määriteltämän mukaan yhteiskunnallisilla yrityksillä on tavoitteena vaikuttaa sosiaalisiin rakenteisiin ja ympäristöllisiin kysymyksiin. Yhteiskunnalliselle yritykselle tärkeintä on tuottaa arvoa sosiaalisesti tai ympäristöllisesti, vaikkakin arvopohjasta huolimatta yhteiskunnalliset yritykset ovat taloudellisesti kestäviä ja kaupallisesti elinvoimaisia. (SSO - Stichting Sociaal Ondernemerschap 2010b.)

Esimerkiksi The Beach on luovien innovaatioiden verkosto-organisaatio Amsterdamissa. The Beachin idea on lähtenyt perustajiensa halusta luoda kestäviä ja yhteiskunnallisesti vastuuntuntoisia konsepteja. The Beach toimii projektiluonteisesti ja pyrkii kullakin projektillaan luomaan ratkaisuja yhteiskunnallisiin ongelmiin tai haasteisiin. Esimerkiksi yrityksen hanke Visual Screener perustui WHO:n tilastoon, jonka mukaan yli 150 miljoonaa ihmistä maailmassa kärsii masennuksesta, ja että mielenterveysongelmat lisääntyvät erityisesti ihmisten keskuudessa, jotka ovat lukutaidottomia. Visual Screener kokosi yhteen joukon luovia ammattilaisia, joiden tarkoituksena oli luoda visuaalisia näyttöjä, jotka sisältävät verbalisoituja ja visualisoituja kyselykaavakkeita. Visual Screener – konseptin tarkoituksena on tunnistaa mielialoja, alkoholiperusteisia ongelmia ja mitata ahdistuneisuuden tasoja sekä ohjata ongelmien ratkaisuihin. Toisessa projektissa Pal West Fashion design project Länsi-Amsterdamin teini-ikäiset haastettiin luomaan oma muotimerkkinsä. Puolen vuoden aikana heitä ohjasivat ja tukivat nuoret muotisuunnittelijat ja muodin ammattilaiset. Tarkoituksena oli antaa nuorille kokemuksia yrittäjämäisestä toiminnasta muodin parissa ja tietenkin kasvaa ihmisinä. (Varbanova 2009, 10-11.)

Ruotsissa The Knowledge Foundation (KK-stiftelsen, högskolornas forskningsfinansier, KK-säätiö) käyttää yhteiskunnallisesta yrityksestä määritelmää *samhälls entreprenörerna* (englanniksi *societal entrepreneurship*). Termiä käytetään, koska sanalla *social* on suppeampi merkitys (vrt. sosiaalinen). Sanalla *societal* puolestaan on laajempi merkitys, ja pääsyy käyttää termiä *societal* johtuu Eva Moen (KK-säätiön johtajan) mukaan siitä, että Ruotsissa sana *sosiaalinen* keskittyy pääasiassa ongelmiin, eikä mahdollisuuksiin. Yhteiskunnallinen yrittäminen puolestaan merkitsee laajemmin innovatiivisia aloitteita yhteisen hyvän vuoksi. (Varbanova 2009, 8.)



Yhteiskunnalliset yritykset Ruotsissa tähtäävät parantamaan ja paikkaamaan yhteiskunnan rakennetta. Tarkoituksena on keksiä uusia ratkaisuja, jotka luovat taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestävästä yhteisön. Ruotsissa KK-säätiö edistää yhteiskunnallisen yrittämisen tutkimusta ja kehittämistä. Säätiö ei kuitenkaan rahoita konkreettisesti yhteiskunnallisia yrityksiä tai heidän projektejaan, vaan säätiö pyrkii vahvistamaan yritysten ammattitaitoa yhteiskunnallisina vaikuttajina. (KK-stiftelsen 2010.)

Hyvänä esimerkkinä ruotsalaisesta luoviin toimialoihin lukeutuvasta yrityksestä on Cirkus Cirkör. Cirkus Cirkör on ruotsalainen yhteiskunnallinen yritys, joka aloitti toimintansa Tukholmassa 1995. Sirkuksen ideana oli muuttaa maailmaa nykysirkuksen avulla. Cirkus Cirkörin eräs tärkeimmistä tehtävistä on turvata nykysirkuksen asema taiteenlajina. Cirkör suorittaa missiotaan kolmella tavalla lasten ja nuorten ohjelmien, esityksien ja taidekasvatuksellisten avulla. Yleisöllä on mahdollisuus osallistua sirkukseen useilla tavoilla. Nykysirkus taiteenlajina on mahdollistanut Cirkus Cirkörille useita tapoja vaikuttaa. (Cirkus Cirkör 2010.) Cirkörin toiminta antaa hyvän kuvan siitä, mitä yksinkertaisuudessaan yhteiskunnallinen yrittäminen voisi olla luovilla toimialoilla.

Yhteiskunnallisten yritysten menestymiseen vaikuttavat monet seikat. Yhteiskunnalliset yritykset toimivat kuten tavallisetkin kasvuyritykset, eikä yhteiskunnallisen yrityksen perustamisen motiivi tule pelkästään yrittäjän omista lähtökohdista. Yhteiskunnallisen yrityksen palveluille ja tuotteille on luonnollisesti myös kysyntää; ihmiset haluavat tehdä ostopäätöksensä yrityksen puolesta, jolla on Youngin (2008, 177) kuvailun mukaan ”warm glow”, eli lämmin hehku: läpinäkyvät, pehmeät tai yhteiskunnalliset arvot. Näin asiakas kokee saavansa takuun ostonsa positiivisista vaikutuksista.

Toinen näkökulma yhteiskunnallisten yritysten kysyntään tulee yrityskentältä yhteistyön merkeissä. Myös toiset perinteisellä tavalla kaupalliset yritykset haluavat näyttäytyä parempina ja yhteiskuntavastuullisimpina tehdessään yhteistyötä yhteiskunnallisen yrityksen kanssa. Kolmanneksi tärkeä hyötynäkökulma tulee julkishallinnolta: yhteiskunnalliset yritykset ovat tehokkaita tuottamaan julkisia palveluita. Julkishallinto joutunee tulevaisuudessaakin supistamaan palveluntuotantoaan, jota yhteiskunnalliset yritykset ovat hyviä paikkaamaan. (Young 2008, 178, 188.) Joissakin tapauksissa yhteiskunnallisen yrityksen menestyminen voi johtua siitä, miten riippuvaisia yritykset ovat tuista ja avustuksista; mitä

itsenäisempi yritys on, sitä paremmat selviytymismahdollisuudet sillä on (Ytshaki, Lerner & Sharir 2008, 255).

Yhteiskunnallisilla yrityksillä on tärkeä rooli kansantaloudellisesti monissa maissa. Yhteiskunnallisten yritysten vaikutukset yhteiskuntaan ovat myös merkittäviä. Yhteiskunnallisen yrityksen tulosta voidaan mitata molemmin taloudellisten ja yhteiskunnallisten vaikutusten mukaan (Suomen Lontoon instituutti 2010). Yhteiskunnallisen yrityksen hallinnoinnissa pitäisi minimoida yrityksen epäonnistuminen ja mahdollistaa omavaraisuus säännöllisellä ja pysyvällä kaupankäynnillä. Vastuullisuuden ja sisäisen demokratian lisäksi on tärkeää säilyttää taloudellinen tehokkuus, mutta myös pohtia miten yhteiskunnallisia hyötyjä tuotetaan ja miten ne mitataan. (Doherty ym. 2009, 212-213.)

Suomeen perustettiin toukokuussa 2009 yhteiskunnallisten yritysten tukijärjestö Suomen yhteiskunnalliset yrittäjät ry (SYY). SYY:n tehtävänä on erilaisten palveluiden tuottamisen ohella toimia yhteiskunnallisten yritysten verkostona sekä tiedotuskanavana. SYY:n yksi tärkeimmistä tavoitteista on saada vuoteen 2012 mennessä yhteiskunnallinen yrittäjyys tunnustetuksi omaksi sektorikseen Suomessa. (Suomen yhteiskunnalliset yrittäjät ry 2010; Suomi 2009, 14.) Suomen Lontoon instituutin selvityksestä (2009) käy ilmi, että Suomesta löytyy pieni joukko potentiaalisia yrityksiä (kyselyyn vastanneista 4 %), jotka voitaisiin tietyillä mittapuilla, esimerkiksi yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisemisen tai liikevoiton investoinnilla liiketoimintaan, luokitella yhteiskunnallisiksi yrityksiksi. Kyseiset yritykset toimivat pääasiassa osakeyhtiömuotoisesti palvelualoilla sekä maantieteellisesti Pirkanmaalla ja pääkaupunkiseudulla. (Karjalainen & Syrjänen 2009, 9.)

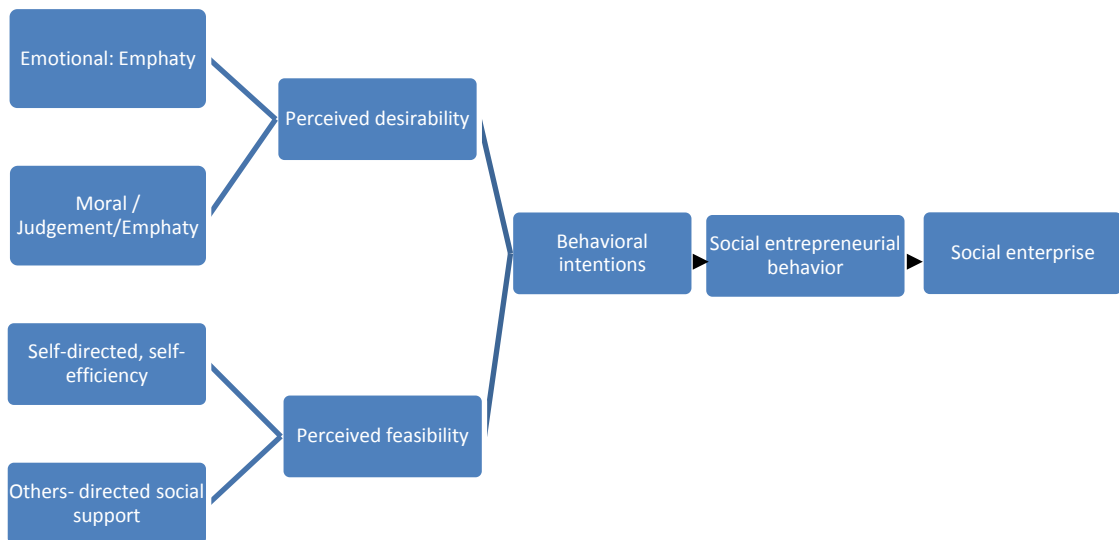
Yhteiskunnallinen yritys käsitteenä on uusi, mutta sen toimintamalli perustuu enemmän yrittäjän henkilökohtaisiin ominaisuuksiin ja arvoihin. Siksi yhteiskunnallisia yrityksiä voidaan määritellä löytyvän myös Suomesta. Työ- ja elinkeinoministeriön yhteenvedossa (2010) summataan yhteiskunnallisen yrityksen ominaispiirteitä. Yhteenvedossa painotetaan, että yhteiskunnallisella yrityksellä on selkeä yhteiskunnallinen tavoite ja sen vaikutavuutta voidaan mitata. Toinen näkökanta on, että yhteiskunnallinen yritys toimii markkinoilla, eli yrityksen liikevaihto tulee yritystoiminnasta. Yrityksen liikevoitto käytetään yhteiskunnallisten päämäärien saavuttamiseksi ja lopuksi todetaan, että yhteiskunnallisella yrityksellä on juridiset muodot ja organisaatio rakenteet, jotka mahdollistavat yrityksen yhteiskunnalliset tavoitteet. (Bland 2010.)

### 2.1.2 Yhteiskunnallinen yrittäjä

Yhteiskunnallinen yrittäjä (*social entrepreneur*) on henkilö, joka yhteiskunnallisen ongelman tunnistessa pyrkii edistämään kyseisen ongelman ratkaisua yrittäjyyden keinoin (Suomen Lontoon instituutti 2010). Yhteiskunnallisilla yrittäjillä väitetään olevan positiivinen vaikutus yhteiskuntaan, koska ongelmien ratkaisu vaatii usein uusia innovaatioita ja liiketoimintamalleja (Varbanova 2009, 3). Yhteiskunnalliset yrittäjät tekevät uusilla liiketoimillaan merkittävää työtä yhteisöissään ratkaistakseen monimutkaisia ja pitkittyneitä sosiaalisia ongelmia (Zahra, Gedajlovic, Neubaum & Shulman 2009, 519).

Illouz (2006, 107) perustelee yhteiskunnallisen yrittäjyyden syntyä vahvalla empatiakyvyn vaikutuksella. Empatiakyky, ihmissläheisyys ja vahvat arvot vaikuttavat siihen, että yhteiskunnallisten yritysten ydin on henkilöstön ja asiakkaiden arvostuksessa. Ihmisten humanit ominaisuudet luovat perustan pehmeille arvoille ja ihmisten todellisille kyvyille. (Bornstein 2004, 206.) Arvopohjan ja empatian lisäksi yhteiskunnallinen yrittäjä tarvitsee myös taitoja liiketoiminnan suunnitteluun ja pyörittämiseen. Yhteiskunnallinen yrittäjä onkin monella tapaa samanlainen kuin kuka tahansa voittoa tavoitteleva yrittäjä; myös yhteiskunnalliselta yrittäjältä vaaditaan riskinottokykyä, proaktiivisuutta ja itsenäisyyttä (Zahra, Gedajlovic, Neubaum & Shulman 2009, 529).

Yhteiskunnallisen yrityksen syntymistä voidaan myös kuvata seuraavalla kuviolla, johon on tiivistetty kognitiivis-emotionaaliset vaikutukset sekä sisäiset että ulkoiset mahdollistajat, joista muodostuu lopulta yhteiskunnallisesti yrittäjämäistä toimintaa, joka taas voi johtaa yhteiskunnallisen yrityksen perustamiseen (Mair & Noboa 2006, 126).



Kuva 3. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden aikomuksen muodostuminen (Mair & Noboa 2006, 126).

Esimerkiksi Huuskonen (1992, 190) on väitöskirjassaan luonut teoreettisen viitekehyksen ja prosessimallin yrittäjäksi ryhtymisestä. Prosessissa vaikuttavat yleiset taustatekijät (esimerkiksi työkokemus, aikaisempi yrittäjäkokemus), henkilötekijät (yleinen persoonallisuus, riskisuuntautuneisuus, autonomian- ja vallanhalu) ja henkilön objektiivinen todellisuus (työtilanne, sosiaalinen marginaalisuus, yksittäiset tapahtumat, ympäristön yrittäjämyönteisyys). Nämä johtavat havainnointiin ja tulkintaan, jossa vaikuttajina ovat muun muassa subjektiivinen todellisuus, tieto päämääristä, tilanteista ja keinoista. Toimintavaihtoehtojen punninta joko johtaa yrittäjyysintention ja sitoutumisen kautta yrittäjyyteen tai luopumiseen yrittäjyydestä. Mairin ja Noboan mallissa henkilötekijöissä korostetaan empatiakykyä ja moraalialia yhteiskunnallisen yrittäjyyden käyttäytymisen ja toiminnan syntymiseen.

Mikä motivoi yhteiskunnallista yrittäjää tai mikä ylipäättään saa ihmisen lähtemään yhteiskunnalliseksi yrittäjäksi? Parker (2008, 206, 214) listaa, että yhteiskunnallisella yrittäjällä voi olla tarve tehdä hyvityksiä yhteiskunnalle omilla toimillaan, toisekseen yhteiskunnallinen yrittäjyys voi olla unelmien ja omien visioiden toteuttamisen tapa tai kaiken kaikkiaan yhteiskunnallisella yrittäjällä on korkea yhteiskunnallinen motivaatio. Tutkimuksessa *A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges* havaittiin kolme erilaista yhteiskunnallisen yrittäjän tyyppiä, jotka ovat yhteiskunnallinen harras-

taja (social bricoleur), yhteiskunnallinen rakentaja (social constructionist) ja yhteiskunnallinen suunnittelija (social engineer). Yhteiskunnalliset harrastelijat toimivat paikallisella tasolla ja tekevät työtä pienen yhteisönsä hyväksi. Yhteiskunnalliset rakentajat taas pyrkivät vaikuttamaan laajemmalla skaalalla ja tähtäävät innovaatioihin, joille on tilausta markkinoilla. Yhteiskunnalliset suunnittelijat puolestaan tunnistavat ongelmia sosiaalisissa rakenteissa ja tarjoavat näille ongelmille innovatiivisia ratkaisuja, toisin sanoen suunnittelijoiden ratkaisut eivät pohjautu vanhoihin toimintamalleihin. (Zahra, Gedajlovic, Neubaum & Shulman 2009, 519.)

Menestyvältä yhteiskunnalliselta yrittäjältä vaaditaan paljon. Yrittäjät ovat erittäin itsetietoisia ja heillä on vahva eettinen impulssi. Yrittäjällä täytyy olla vakaa tahto jakaa yrityksen tuotot ja pyrkimys pois perinteisistä liiketoimintarakenteista. Kärsivällisyyttä yhteiskunnallisen yrityksen pyörittämiseen tarvitaan, koska toiminnan vaikutukset yhteisöissä tai yhteiskunnassa saattavat tulla esille (usein) viiveellä. (Bornstein 2004, 233, 235, 237-238.)

### **2.1.3 Neljäs sektori**

Yhteiskunnallisen yrittäjyyden tunnustaminen ja vakiintuminen voi johtaa neljännen sektorin syntymiseen. Olemme tottuneet ajattelemaan yhteiskunnan palvelurakenteita eri sektorien kautta. Näitä ovat julkinen sektori, yksityinen sektori ja kolmas sektori. Julkisella sektorilla ymmärrämme valtion julkiset palvelut, yksityisellä sektorilla yksityiset yritykset ja kolmas sektori on ollut Suomessa erityisesti tunnettu ei-kaupallisesta yhdistystoiminnasta, joka toimii osin julkisin varoin.

Neljännellä sektorilla tarkoitetaan organisaatioita, joilla on sosiaalisia investointeja, korkea sosiaalinen pääoma sekä erityisesti sosiaalinen, mutta myös taloudellinen tavoite. Yritystoiminnan uudet yhteiskunnalliset toimintamallit muodostavat talouselämän niin sanottu neljännen sektorin. Neljäs sektori siis koostuu organisaatioista, joilla on yhteiskunnallinen tai sosiaalinen tarkoitus, jota tavoitellaan liiketoiminnan keinoin. Nämä organisaatiot ovat sekoittaneet liiketoimintamalleissaan ominaisuuksia kahdesta tai useammasta sektorista ja siksi niiden sijoittaminen jollekin tietylle, esimerkiksi kolmannelle sektorille on kiistanalaista. Sijoitteluongelman vuoksi neljättä sektoria luonnehditaan näiden yhteiskunnallisten tavoitteiden ja liiketoimintamallien yhdistelmien sektoriksi. (The Fourth Sector 2010.)

#### 2.1.4 Sosiaalinen yritys

Yhteiskunnallinen yrittäjyys on Suomessa käsitteenä tuore. Suomessa tunnetaan yhteiskunnallista yrittäjyyttä muistuttavan sosiaalisen yrityksen (social firm) tarkoitus. Sosiaalisen yrittämisen alkulähteet ovat yhteiskunnallisessa yrittämisessä (social enterprise, social entrepreneurship), mutta Suomessa laissa määritelty sosiaalinen yrittäminen on tiukkaan rajattu toimintamuoto. Sosiaalinen yritys on ennen kaikkea väline heikossa työmarkkina-asemissa oleville työllistyä (Saikkonen 2006, 130). Tarkemmin ilmaistuna sosiaalisen yrityksen työntekijöistä vähintään kolmekymmentä prosenttia on vajaakuntoisia tai pitkäaikaistyöttömiä, niin että yrityksessä on vähintään yksi vajaakuntoinen. Sosiaalisista yrityksistä hyödytään niin, että pitkäaikaistyöttömän integrointi takaisin työelämään toimii syrjäytymisen ennaltaehkäisyä. (Laaksonen 2007, 8-9.)

Sosiaaliset yritykset ovat yrityksiä, joiden toiminta tapahtuu normaalin talouselämän puitteissa. Sosiaaliset yritykset voivat saada tukea yrityksen perustamiseen ja itse toimintaan (esimerkiksi palkkatukien muodossa). (Arajärvi 2008, 9.) Sosiaalisen yrityksen asema ei poikkea muiden yritysten asemasta samassa toimintaympäristössä. Sosiaalinen yritys pyrkii toimimaan niin, että yrityksen selviytyminen markkinoilla vallitsevassa kilpailussa on turvattua. (Karhu, Pajari & Salmi 2007, 3.) Suomessa yritys on sosiaalinen yritys vasta kun se on merkitty sosiaalisten yritysten rekisteriin. Laki ei sisällä rajoitteita sosiaalisen yrityksen toiminnan tarkoituksesta tai varallisuuden jakamisesta eikä omistajuudesta. (Saikkonen 2006, 132, 135.)

Suomessa sosiaalista yrittämistä on pidetty uutena tapana toteuttaa yhteiskuntavastuuta yritystoiminnassa (Pöyhönen & Karhu 2008, 100). Yhteiskuntavastuu on sosiaalisen yrityksen tärkein arvo. Arvo toteutuu elinkeinonharjoittamisen rinnalla työllisyyteen liittyvää vastuuta paljon laajemmin kuin säännökset tai sopimukset edellyttävät. Yritys ei saa menettellä elinkeinotoimintaa harjoittaessaan sopimattomasti. (Hanikka, Korpela, Mähönen & Nyman 2007, 9.)

Yhtäläisyyksistä huolimatta, yhteiskunnallinen yrittäjyys on silti oma luokkansa verrattuna sosiaaliseen yritykseen. Yhteiskunnallinen yrittäminen ja sosiaalinen yrittäminen eivät ole synonyymejä toisilleen vaan yhteiskunnallista yrittäjyyttä voidaan pitää niin sanottuna saateenvarjoterminä, ja sosiaalinen yritys on vain yksi yhteiskunnallisen yrittäjyyden muoto

(Raudaskoski 2010). Ero yhteiskunnalliseen yrittämiseen ilmenee niin, että yhteiskunnallisen yrityksen olemassaolo perustuu selkeälle, yhteiskunnallisesti tärkeälle tavoitteelle ja arvoille. Arvopohja ohjaa toimintaa ja liiketoiminnan toteuttaminen on vain väline arvojen saavuttamiseksi. Toiseksi yhteiskunnallinen yritys käsittelee yrityksen voittoa rajoitetusti; mahdollinen voitto käytetään yrityksen arvojen saavuttamiseksi eikä sitä jaeta yrityksen omistajille. Yhteiskuntavastuu (jota painotetaan sosiaalisessa yrittämisessä) on eri asia kuin yhteiskunnallinen yritys. Yritysten yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan, että yritys on taloudellisesti, laillisesti, eettisesti ja filantrooppisesti vastuunalainen (Crane & Matten 2007, 49-50). Yhteiskuntavastuuta voi silti harjoittaa mikä yritys tahansa, vaikka heidän tavoitteensa ovatkin kovan bisneksen tavoittelussa ja rahassa.

## 2.2 Yrittäjyys luovilla toimialoilla

Taiteilijat ja luovien alojen ammattilaiset katsovat aina tavallisten käytäntöjen yli, he luovat ja toimivat, käyttävät mielikuvistaan tehdäkseen jotain uutta. Yrittäjät ovat niitä, jotka eivät pelkästään keksi ja toteuta innovatiivisia ideoita, vaan saavat ne myös menestymään taloudellisesti. (Varbanova 2009, 7.)

Luovilla toimialoilla työskenteleminen tarkoittaa yksilön kannalta usein luovuutta tai luovaa toimintaa. Luovien alojen yritykset tuottavat merkityssisältöjä. Kuten yhteiskunnalliselta yritykseltä, myös luovien toimialojen yrityksiltä odotetaan tiettyjen yrittäjyyden lainalaisuuksien alla toimimista. Tämä siis tarkoittaa, että yrityksellä on liikeidea ja tietty toimintatapa. Luovien toimialojen yrityksissä voidaan nähdä erilaisia kehittämistarpeita, riippuen yritysten kokoluokasta. Kaivo-oja (2003) on sitä mieltä, luovien toimialojen yritystoiminnan kehittäminen edellyttää toimintaympäristöjä, jotka ruokkivat luovan ihmisen mahdollisuuksia luoda uusia innovaatioita. Innovaatioiden merkitys liittyy siihen, että niiden avulla tyydytetään yksittäisiä inhimillisiä ja yhteisiä tarpeita. Innovaatioiden syntyminen on perinteisesti ollut yritystoiminnan keskiössä ja yritykset syntyvät osittain innovatiivisesta toiminnasta. Innovaatiolla tarkoitetaan myös toimintaa, joka aiheuttaa muutoksia aikaisempiin toimintamalleihin. Huomioitavaa kuitenkin on, että innovaatioiden usein katsotaan kuuluvaksi luoviin yksilöihin. (Kaivo-oja 2003, 30-34.)

Luovien toimialojen yritystoiminnassa ei ole kyse marginaalisesta ilmiöstä, eikä kyse ole julkisella rahoituksella mahdollistetusta toiminnasta. Luovien toimialojen yrittäjyydestä puhuttaessa voidaan luonnehtia yrittäjyyttä merkittäväksi ja kuten yllä mainittu, innovaatiotoimintaan liittyväksi. Luovien toimialojen sisällä on silti ristiriitaisia ajatuksia, jotka syntyvät liiketoiminnasta ja markkinataloudesta: liiketoiminnan yhdistäminen luovaan tai kulttuuriseen kontekstiin ei ole ollut yksinkertaista. Luovien alojen suhtautumista liiketoimintaan ja teollisuuteen voidaan lähteä purkamaan siitä, miten käsite luovat toimialat on syntynyt. Seuraavaksi tarkempi katsaus, mitä kaikkea käsite luovat toimialat ja luovien toimialojen yrittäjyys pitävät sisällään.



### 2.2.1 Luovat toimialat

Kuten jo teoriaosuuden johdannossa mainitsin, luovan toimialan määrittely on moninaista. Luovat toimialat (*creative industry*, joka voidaan suomeksi kääntää luova teollisuus tai luova toimiala) on kulttuuritoimialan rinnakkaiskäsite, joka käytännön luokituksissa lähe-  
nee usein rajaukseltaan tekijänoikeusteollisuuden käsitettä (Leikola & Leroux 2006, 13). Luovilla toimialoilla luodaan, tuotetaan, levitetään tai käytetään aineistoja niin, että tuot-  
teet ovat tekijänoikeudenalaisia tai nauttivat tekijänoikeutta lähellä olevia oikeuksia (Ope-  
tusministeriö 2006a, 12).

Isossa-Britanniassa 1990-luvun lopulla luotiin luovien alojen käsite (*creative industries*), jolloin luovat toimialat nostettiin maassa uudeksi kulttuurin talouden käsitteeksi. Luovat toimialat pitävät sisällään Ison-Britannian määritelmän mukaan mainonnan, arkkitehtuurin, taiteen ja antiikkimarkkinoiden, käsityön, muotoilun, muodin, elokuvan ja videon, interak-  
tiivisen vapaa-ajanohjelmistoteollisuuden, musiikin, esittävien taiteiden, kustannustoimin-  
nan, ohjelmistoteollisuuden ja tietokonepalveluiden sekä television ja radion alat. Ison-  
Britannian luovien toimialojen määritelmä on johdettu tekijänoikeusalojen määritelmästä. Käsitteen määrittelyn yhtenä ongelmana voidaan nähdä sen poliittinen tarkoituksenmukai-  
suus, jossa luovuus koskee lähinnä tekijänoikeusaloja. (Opetusministeriö 2006a, 17.)  
Kauppa- ja teollisuusministeriön luovien toimialojen määrittelyssä (2007) on huomioitu myös erillisinä animaatiotuotanto sekä liikunta- ja elämyspalvelut.

Luovien toimialojen yrittäjyydessä pyritään soveltamaan liike-elämän tuotteistamis- ja markkinointimalleja luovalle toimialalle. Kulttuurin ja luovien alojen yritystoiminnan ke-  
hittäminen aloitettiin Suomessa 1990-luvulla. Luovien toimialojen yrittäjyyden esiin nousu johti kulttuuripolitiikan käännteeseen, missä siirryttiin hyvinvointivaltiollisesta kulttuuripo-  
litiikasta markkinatalouden kulttuuripoliittiseen puhetapaan sekä yrittäjyyden korostumi-  
seen koko yhteiskunnassa (Suutari 2007, 15-16). Opetusministeriön alaisena toimi muun  
muassa kulttuuriteollisuustyöryhmä. Luovista aloista ryhdyttiin keskustelemaan laajemmin  
Wileniuksen Luovaan talouteen –teoksen ansiosta, missä luovuutta tarkastellaan luovien  
toimialojen esiinmarssina. Kainulainen (2005, 36) taas listasi luovien toimialojen käsitteitä  
ja käsitteli erityisesti kulttuuriteollisuutta, jonka lähikäsitteiksi hän on luetellut vapaa-ajan  
teollisuuden (*leisure industry*), informaatioteollisuuden (*information industry*), viihdeteol-  
lisuuden (*entertainment industry*), luovan teollisuuden (*creative industry*) ja mediateolli-

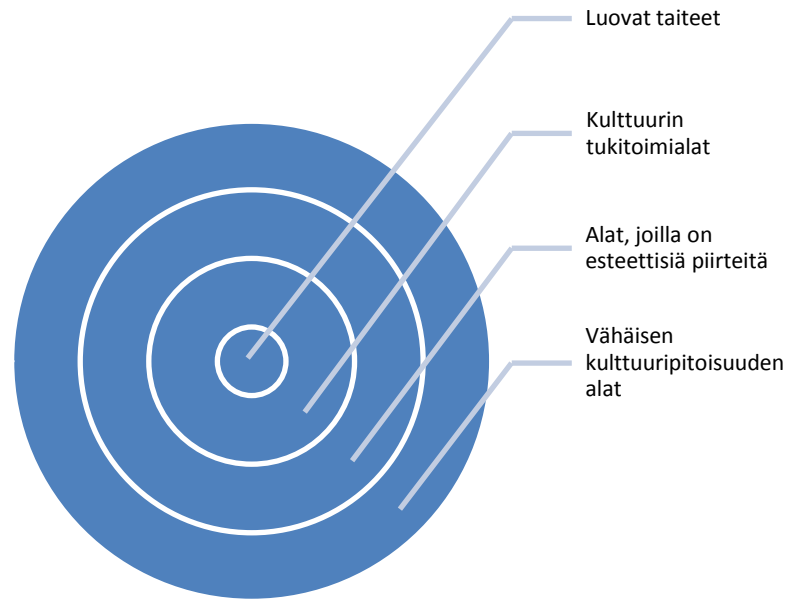
suuden (media industry) sekä pohti elämysteollisuuden käsitettä (upplevelse industry). (Opetusministeriö 2006b, 9.)

### **2.2.2 Luovien toimialojen yritystoiminta**

Yrittäjyys voi olla luoville ihmisille ainoa mahdollisuus harjoittaa luovaa toimintaa suuremmissa mittakaavassa, ottaen huomioon, että vakituisten työpaikkojen osuus markkinoilla on vähenemässä (Österåker 2009, 6.) Kulttuuriteollisuuden kentällä yrittäjä joutuu toimimaan rajapintana yhteiskunnan, valtion, markkinavoimien sekä taiteellisen tai kulttuurisen tuotantoprosessin välissä (Auvinen 2003, 57.)

Luovan toimialan sisältö on pitkälti sama kuin kulttuuriteollisuuden. Kulttuuriteollisuus – termi vakiintui 2000-luvulla. Monissa yhteyksissä käytetään myös termiä kulttuuriyrittäjyys. Kulttuuriteollisuus on koettu ongelmallisena, koska se on herättänyt kulttuurikentän toimijoissa negatiivisia mielleyhtymiä. (Opetusministeriö 2006b, 9.) Kulttuuriteollisuuden sanotaan standardoivan tuotteensa ja näin kulttuurista tulee kulutushyödyke (Leikola & Leroux 2006, 13). Kulttuuriteollisuuden negatiivinen kaiku juontaa juurensa 1900-luvun puoleen väliin, jolloin Adornon kritiikki leimasi kaiken kulttuuriteollisuuden massojen viihteeksi. Myös kulttuuriyrittäjyys koetaan ongelmallisena terminä kuten kulttuuriteollisuus (Opetusministeriö 2006b, 9). Esimerkiksi taidekentällä edelleen vierastetaan kaupallisuutta, koska sen pelätään tekevän sisällön arveluttavaksi (Sjöberg 2010, 12). Rahaa ja vaurauden tavoittelua pidetään yleisesti kyseenalaisena toimintana. Kulttuuri halutaan pitää kenttänä, johon markkinatalouden lait eivät vaikuta. Markkinoinnin toimintamallien katsotaan yleisesti olevan ristiriidassa kulttuuristen arvojen kanssa. (Hoivala 2003, 73.)

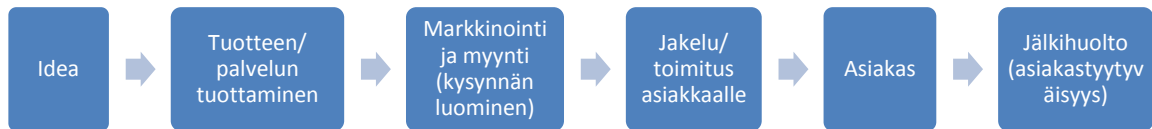
Luovien toimialojen yritystoimintaa voidaan tarkastella pitoisuusnäkökulmasta. Kuvassa 4 on Kainulaisen näkemys kulttuurialojen pitoisuusajattelusta. Kainulainen on Thorsbya ja Alasta soveltaen jakanut luovien alojen yritystoiminnan kahtia niin, että lähimpänä luovaa ydintä ovat muun muassa elokuvataide, televisio- ja radiotoiminta sekä kustannustoiminta. Seuraavana ulkokehällä ovat muun muassa muoti- ja mainosteollisuus sekä arkkitehtuuri. Ulkokehällä ovat toimialat, joilla hyödynnetään luovien alojen yritysten palveluita. (Kainulainen 2005, 38-40.)



Kuva 4. Kulttuurialojen kulttuuripitoisuus Thorbya (2001) ja Alasta (2004) soveltaen (Kainulainen 2005, 38).

Luovien alojen yritystoiminta on heterogeenistä: osa yrityksistä on pieniä, mutta alalla on myös suuria konserneja. Yritystoiminta luovilla aloilla on samankaltaista muihin aloihin verrattuna. Yrityksellä pitää olla liikeidea, markkinointi ja myynti, logistiikka, hinnoittelu ja asiakkaat kunnossa, jotta edellytykset menestymiseen toteutuisivat. Menestyvä liiketoiminta vaatii toimivan tuotteen tai palvelun, työtä sekä myyntiä. (Opetusministeriö 2006b, 17.) Myyntiä voidaankin pitää yhtenä luovien toimialojen haasteena, kun myytävät tuotteet tai palvelut ovat usein ideoiden tasolla (esimerkiksi tuotettavat elokuvat tai näyttelyt) (Peltomäki 2003, 92).

Toinen haaste on, että luovien toimialojen tuotteen tai palvelun luominen ei aina lähde asiakkaan tarpeista. Tuote tai palvelu saattaa syntyä taiteellisen idean pohjalta (ks. kuva 5). (Opetusministeriö 2006b, 17.) Luovassa työssä syntyvä tuote tai palvelu perustuu pikemminkin tekijän omaan henkilökohtaiseen tyyliin, lahjakkuuteen tai tunteeseen kuin asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin (Österåker 2009, 18). On kuitenkin mahdollista, että myöhemmin taiteellisen idean pohjalta lähtöisin olevat tuotteet voivat muokkautua asiakkaiden tarpeiden mukaan (Opetusministeriö 2006b, 17).



Kuva 5. Ideaan perustuva arvoketju (Opetusministeriö 2006b, 17).

Liiketoiminnan suunnittelu perustuu arvoketjulle. Arvoketju auttaa suunnittelemaan yrityksen liiketoimintamalli joustavaksi. Luovien toimialojen yritysten yksinkertaistetussa arvoketjumallissa (kuva 6) on havainnollistettu miten tuotteisiin liittyy myös tekijänoikeusky-symyksiä. Luovien toimialojen perusominaisuuksiin kuuluvat luovuus, yksilöllisyys ja kustakin tuotteesta syntyy erilliset tekijänoikeudet. (Noronen 2003, 62, 67.)



Kuva 6. Luovan toimialan yrityksen yksinkertaistettu arvoketju (Noronen 2003, 62).

Opetusministeriön selvityksessä *Luovien alojen yritystoiminnan kehittäminen* (2006) väite-tään, että luovien alojen yritysten kasvumahdollisuudet perustuvat yksin yrittämisen sijaan verkostoitumiseen. Kun yritys on pieni, kasvu koetaan riskiksi ja osa yrittäjistä haluaa pitää liiketoimintansa pienenä, jolloin sitä on helpompaa hallita. Pienimuotoinen yritystoiminta saatetaan kokea kasvuyrittäjyyttä sujuvammaksi ja helpommaksi. Luovien alojen yrityksis-sä voi olla myös yrittäjiä, jotka satsaavat mahdollisen voiton yritystoiminnan kehittämiseen tai esimerkiksi omaan henkiseen kasvuunsa. Henkilökohtainen luova panos on luovien alojen yrittäjillä tärkeää (Opetusministeriö 2006b, 19.) Luovilla aloilla korostetaan myös kulttuurivientiä. Viennillä käsitetään kaikkien eri liiketoiminnan ulottuvuuksien ja prosessin kansainvälistymistä, ei vain lopputuotteiden ja myytävien tai lisensoitavien hyödykkeiden ja oikeuksien siirtymistä rajan yli (Leikola & Leroux 2006, 16).

Yritystaloudessa menestyksen käsitettä pidetään synonyyminä kasvulle. Kasvua vuorostaan mitataan työntekijämäärän tai liikevaihdon kasvulla. Kulttuuriyrittäjyydessä nämä ovat harvoin tärkeitä tekijöitä. Menestymistä mitataan esimerkiksi onnena; miten hyvin luovaa työtä pystytään levittämään ja mahdollisuutena omistautua asioille, joista eniten pitää (Österåker 2009, 11.) Ennen kaikkea luovan toimijan ammatinvalintaan vaikuttavat luovuus, toisena henkilökohtainen kehitys ja kolmantena työn hauskuus (Jansson & Powell 2008, 16).

### **3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää kvalitatiivisin menetelmin, mitä yhteiskunnallinen yrittäjyys tarkoittaa luovilla toimialoilla, millaisia yhteiskunnalliset yritykset ovat luovilla toimialoilla ja millaisia mahdollisuuksia yhteiskunnallinen yrittäminen voi luoda luovien toimialojen yrittäjyydelle Suomessa. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoitus on kuvailla tutkittavaa ilmiötä kokonaisvaltaisesti, mutta samalla on hyväksyttävä, ettei ilmiön kuvailuun ole mahdollista saavuttaa täydellistä objektiivisuutta (Hirsjärvi 2007, 157). Valitsin tutkimuksen toteutustavaksi case-tutkimuksen lähestymistavan, jonka mahdollistamana tuon esille kolme tapausta suomalaisista yhteiskunnallisista yrityksistä, jotka toimivat myös luovilla toimialoilla. Case-tutkimus (suomeksi tapaustutkimus) on mielestäni tutkielman luonteeseen soveltuva, sillä sen ansiosta kykenen selventämään yritysten toimintaa kokonaisvaltaisemmin.

Koska pelkkä kirjallinen materiaali, mikä yrityksistä oli saatavilla (lähinnä Internet-sivustot ja lehtiartikkelit), ei käsitellyt suoranaisesti yritysten yhteiskunnallista yrittäjyyttä, katsoin tarpeelliseksi toteuttaa kunkin tapauksen kohdalla haastattelun. Haastattelut suoritettiin kesän 2010 aikana. Haastatteluilla keräsin tämän tutkielman pääasiallisen aineiston case-yrityksistä. Tutkielmani aineistoa puolestaan analysoin sisällönanalyysin avulla. Sisällönanalyysi on niin sanotusti perusanalyysimenetelmä, jonka avulla aineistoa voidaan jäsentämään luokittelun, eri teemojen tai tyyppittelyn kautta (Tuomi & Sarajärvi 2002, 93, 95.)

#### **3.1 Case-tutkimus**

Tutkielman case-yrityksiä yhdistäviä tekijöitä ovat toiminta luovalla toimialalla sekä toiminta yhteiskunnallisina yrityksinä tai jonkin yhteiskunnallisen mission hyväksi. Muuten tutkielmassani käsittelem yritysistä itsenäisinä ja ainutlaatuisina tapauksina. Tämä myös vaikuttaa tapausten tuottamaan tutkimusaineistoon, joka antaa varsin subjektiivisen näkemyksen toiminnasta yhteiskunnallisina yrittäjinä sekä kulttuurin ja taiteen tekijöinä. Subjektiivisella näkemyksellä tarkoitan, että tämä case-tutkimus ei ole kaikkien luovan alan yritysten toimivan yhteiskunnallisina yrityksinä samalla tavalla, vaan tarkoituksena on tuottaa kerätyn aineiston pohjalta yhteiskunnallista yrittäjyyttä luovilla toimialoilla edistävää tietoa ja mahdollistaa kenties uusien toimintamallien syntyä.

Valitsin tutkimukseeni case-tyylisen lähestymistavan, koska case-tutkimuksen avulla voidaan tuottaa syvällisempi ymmärrys kunkin tapauksen toimintaan. Case-tutkimus usein tarkoittaa, mitä vähemmän tapauksia tarkastellaan, sitä syvällisempää tutkimuksen tuottama tieto on. Tapausten avulla rajataan tutkittava ilmiö tai aihe koskettamaan tutkittavaa kohdetta. (Gerring 2007, 19-20.) Rajausta on siis toteutettu valitsemalla tutkielman tapauksiksi yrityksiä, jotka a) toimivat luovalla toimialalla sekä b) toteuttavat tietoisesti yhteiskunnallista missiota. Hyväksyin tutkielmaani kahdenlaisia yhteiskunnallisia kulttuuriyrityksiä: niitä, jotka olivat tietoisesti perustaneet yhteiskunnallisen yrityksen ja myös niitä, jotka vasta nyt pohtivat miten voivat tuoda yhteiskunnallisen yrityksen toimintaperiaatteita näkyvämmäksi omassa yrityksessään; toisin sanoen yhteiskunnallisen yrittäjyyden –termin tiedostavia luovan toimialan yrityksiä. Hain case-yrityksiä pääasiassa SYY:n verkostoista sekä Jyväskylässä toimivasta Hubista. Yritysten haku oli erittäin haastavaa ja näistä kolmesta case-yrityksestä vain yksi ilmoittautui minulle SYY:n Internet-sivuilla olleen ilmoituksen perusteella. Kaksi muuta tapausta olivat minulle jo ennestään tuttuja. Erityisesti Remake EkoDesign on esitetty julkisuudessa useasti yhteiskunnallisen yrittämisen suomalaisena malliesimerkkinä.

Aineistoa tapaustutkimuksessa voidaan kerätä dokumenteista, arkistomateriaalista, fyysisistä teoksista tai haastatteluilla, havainnoimalla ja osallistuvalla havainnoinnilla (Yin 1994, 78). Valitsin tutkimukseni pääasialliseksi aineistolähteeksi haastattelut, koska halusin haastatteluiden avulla tutustua paremmin yrityksiin sekä yrittäjiin ja näin ollen tuottaa aineistoa, joka kertoo yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä luovilla aloilla yrittäjän näkökulmasta. Haastatteluita käytetään usein tapaustutkimuksen aineistona, koska haastattelujen avulla voidaan saada syvempi (tosin subjektiivinen) näkökulma tutkittavaan tapaukseen (Yin 1994, 84). Haastatteluaineiston tukena tutkielmassa ovat case-yrityksistä saamani kirjalliset dokumentit. Kirjallisilla dokumenteilla tarkoitan erilaisia lähteitä, jotka vaihtelevat tapauksittain Internet-sivustoista lehtiartikkeleihin. Dokumentteja tuon esille ja käytän tutkimusaineiston analyysin tukena luvussa 4.

### 3.2 Haastattelujen toteutus

Tässä tutkielmassa haastattelu on mielestäni tarpeeksi joustava tapa kerätä aineistoa case-yrityksistä. Haastattelua käytettäessä hyväksytään vastaajien subjektiivinen näkemys tapahtuneisiin asioihin ja heille annetaan mahdollisuus tuoda asiat esille vapaasti. Haastattelutilanteessa voidaan myös tehdä tarkentavia kysymyksiä ja syventää saatavia tietoja. (Hirsjärvi 2004, 194.) Haastattelut kestivät noin tunnista kahteen tuntiin ja ne taltioitiin äänittämällä. Litteroinnin jälkeen laadin haastatteluaineistosta tiivistelmät, joissa toin esiin haastatteluaineiston painokkaimmat kommentit. Lähetin tiivistelmät sähköpostitse haastatelluille yrittäjille, joille näin soin vielä mahdollisuuden kommentoida tai selventää näkemyksiään. Tällä menettelyllä pyrin myös luotettavamman aineiston muodostumiseen.

Valmistauduin haastattelutilanteisiin yhteiskunnallisen yrittämisen ja luovien toimialojen yrittäjyyden teoriaan perehtymisen lisäksi tekemällä pienimuotoista taustatutkimusta kaikista case-yrityksistä. Materiaalina käytin esimerkiksi saatavilla olevia lehtiartikkeleita ja Internet-lähteitä. Taustan kartoittaminen auttoi myös haastattelukysymysten laatimisessa. Haastattelujen runkona käytin puolistrukturoitua haastattelulomaketta (liite 1), joka on kaikille haastateltaville yrittäjille sama, poikkeuksena haastattelulomakkeen osio II, jossa päädyin kahteen eri versioon (riippuen siitä oliko yrittäjä jo tietoisesti yhteiskunnallinen yrittäjä, vai kenties vasta pohtimassa yhteiskunnallisen yrittäjyyden toimintaperiaatteiden lisäämistä omaan yritystoimintaansa). Puolistrukturoidulla haastattelulla tarkoitetaan, että kysymysten muoto ja esittämisjärjestys on osittain määrätty (Hirsjärvi 2004, 197). Hirsjärvi ja Hurme (2000) käyttävät myös puolistrukturoidusta haastattelusta termiä teemahaastattelu. Teemahaastattelua he käyttävät siksi, että haastattelu jäsennetään eri teemojen kautta (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47). Näin myös tässä tutkielmassa laadin haastattelurungon, joka on jaoteltu kolmeen osioon eli teemaan. Ensimmäisessä osiossa kysytään yrittäjän sekä yrityksen perustietoja, toisessa pureudutaan yhteiskunnallisen yrityksen teemaan ja kolmannessa yhteiskunnallisen yrittäjyyden tulevaisuuteen. Vaikka haastatelluille oli valmisteltu runko, tiedostin tutkijana interaktion mahdollisuuden (ks. Alasuutari 2007, 142) ja vapauden kuljettaa haastattelua yrittäjiltä tulleiden kommenttien tai ajatusten avittamina uusille urille. Haastattelut suoritettiin yksilöhaastatteluina.

Haastatteluiden tuottamaan aineistoon on osattava suhtautua myös kriittisesti; Hirsjärven (2004, 195) mukaan haastateltavat saattavat pyrkiä muokkaamaan heistä muodostuvaa



mielikuvaa suotuisemmaksi mitä he todellisuudessa ovat. Ongelmaksi esimerkiksi juuri yritysjohtajien haastatteluissa voi muodostua haastateltavien pyrkimys antaa positiivisempi mielikuva yritystoimistaan. Oli siis olennaista tutkijana valmistautua toimimaan haastattelutilanteessa niin, että kerätyllä haastatteluaineistolla päästään mahdollisimman lähelle totuutta. Tosin ennen haastatteluja pyrin kunkin haastateltavan kanssa pääsemään yhteisymmärrykseen, ettei tarkoitukseni ole tuoda tässä tutkielmassa esille asioita, jotka voisivat esimerkiksi olla haitaksi liiketoiminnalle, vaan tehdä selvyttä ilmiöstä nimeltä yhteiskunnallinen yrittäjyys ja mitä se tarkoittaa luovien toimialojen kontekstissa.

### **3.3 Sisällönanalyysi tutkimusmetodina**

Keräämäni aineisto on analysoitu sisällönanalyysin avulla. Sisällönanalyysi on tutkielmasani aineistolähtöinen, eli induktiivinen. Pelkistin aineiston ryhmiin, joissa on myös ylä- ja alakategorioita. Aineiston tärkeimpänä ryhmittelyapuna toimivat haastattelurungon kysymykset ja teemat. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi on kolmivaiheinen prosessi, jossa ensimmäiseksi aineisto pelkistetään (kaikki epäolennainen karsitaan pois) ja toiseksi aineisto ryhmitellään (klusteroidaan) ja aineistosta etsitään samankaltaisuuksia tai eroavaisuuksia. Viimein sisällönanalyysissä päästään muodostamaan teoreettisia käsityksiä. Sisällönanalyysi perustuu siihen, että empirian kautta edetään kohti käsitteellisempää näkemystä tutkittavasta aiheesta sekä tutkijalle on ominaista pyrkimys ymmärtämään aihetta tutkittavien näkökulmasta (Tuomi & Sarajärvi 2002, 110-115).

Ryhmittelyä ja pelkistämistä Tuomi ja Sarajärvi (2002) pitävät yhdysvaltalaiseen perinteesseen kuuluvana sisällönanalyysin tapana. Tätä tapaa määrittelee paremmin Kyngäksen ja Vanhasen (1999) sisällönanalyysin tulkinta, joka lähtee liikkeelle aineistossa esille tuoduista alkuperäisilmaisuista ja niiden pelkistämisestä. Kyseistä sisällönanalyysia tehdessä aineistolta kysytään tutkimusongelman mukaisia kysymyksiä; näin siis osoitetaan mistä aineistossa ollaan oikeasti kiinnostuneita ja lauseita voidaan pelkistää yksittäisiksi ilmauksiksi. Ryhmät (tai kategoriat ja luokat) voidaan myös otsikoida niiden sisältöä kuvaileviksi. Otsikointi on tavallisesti sisällönanalyysin kriittisin vaihe, koska tuolloin tutkija tekee tulkintoja ja valinnoillaan erittelee eri ilmaisuja eri ryhmien alaisiksi. Analyysi jatkuu niin, että samansisältöisiä alakategorioita yhdistellään toisiinsa ja muodostetaan yläkategorioita.

Lopulta myös yläkategoriat yhdistetään kaikkia kuvaaviksi kategorioiksi. Tällä menettelyllä lopulta vastataan tutkielman tutkimuskysymyksiin. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 102-103.)

Kyngäksen ja Vanhasen (1999) mukaan sisällönanalyysillä tutkija voi analysoida aineistoa systemaattisesti ja objektiivisesti. Sisällönanalyysi on kuitenkin saanut osakseen kritiikkiä, koska sen tuottaman analyysin on tulkittu olevan sinällään keskeneräinen: Tutkija voi kuvailla sisällönanalyysiä tarkasti ja nähdä pelkästään järjestetyn aineiston tutkimuksen tuloksena (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105). Siispä sisällönanalyysin onnistumisen kannalta tämän tutkimuksen yhtenä oleellisena osana ovat johtopäätökset, joihin sisällönanalyysin avittamina päästään.

### **3.4 Tutkielman luotettavuus**

Tutkielman pätevyys eli validiteetti tarkoittaa luotettavuutta. Luotettavuus kuvaa miten tutkija on pystynyt tavoittamaan tutkittavan todellisuuden, eli tutkimus mittaa tarkoitettua mittauskohdetta kattavasti ja tehokkaasti. (Metsämuuronen 2000, 50.) Tavoitteena on tulosten sovellettavuus ympäröivään todellisuuteen. Kuten mainittu aiemmin, laadullisessa tutkimuksessa korostuu subjektiivisuus, mikä tietysti rajoittaa tulosten siirrettävyyttä toisiin olosuhteisiin. Tutkimustuloksissa keskeistä on sidonnaisuus tutkimukseen osallistuvien yrittäjien ainutkertaiseen kokemukseen. Reliabiliteetilla eli täsmällisyydellä tarkoitetaan, että mittarin tulee tuottaa samanlaisissa mittaustilanteissa samanlaisia tuloksia eli mittauksen tulee olla toistettavissa (Metsämuuronen 2000, 52).

Tutkielman aineiston monipuolisuudella pyrin lisäämään tutkimustulosten luotettavuutta. Lähestyn tutkimuskohdetta eri näkökulmista, vaikka kyseessä on case-tutkimus. Haastattelujen yhdistäminen muihin lähteisiin sekä haastateltavilta saatu hyväksyntä haastattelujen tiivistelmiin lisää luotettavuutta saamiini johtopäätöksiin. Luotettavuudella tarkoitan tutkimustulosten ja todellisuuden vastaavuutta. Tämän case-tutkimuksen itsetarkoitus ei kuitenkaan ole tulosten yleistäminen.

## 4 AINEISTON ANALYSOINTI JA TUTKIMUSTULOKSET

Olen poiminut haastatteluaineistosta esille erilaisten teemojen avulla tärkeiksi koettuja asioita. Ryhmittelyn avulla olen nostanut ylös johtoajatuksia, joilla olen taas puolestaan kyennyt tiivistetyksi tuomaan esille tärkeimpiä teemoja. Tuon haastatteluaineiston tuloksia esille jo luvussa 4.1, jossa esittelen case-yritykset.

### 4.1 Case-yritykset

Case-yritykset toimivat luovilla aloilla ja ilmentävät yhteiskunnallisia arvojaan yrittäjyyden kautta. Yritykset ovat silti toisistaan erilaisia yritysrakenteeltaan, myös alaltaan. Yrityksistä ArtShortCut on erikoistunut kuvataidemaailman managerointiin, Copperfield puolestaan hallinnoi taidegraafikko Kirsi Neuvosen taiteilijatyötä ja taas Remake tuottaa eko-ompelempalveluita.

#### 4.1.1 ArtShortCut Oy

ArtShortCut (ASC) on elämyksien tuottamiseen ja taiteilijamanagerointiin erikoistunut yritys. ASC:n pyrkimyksenä on saattaa yksilöitä yhteen visuaalisen taiteen kanssa sekä madaltaa kynnystä taidekokemuksiin ja -ostoihin. ASC on kehittänyt ajatusta siitä, miten taidemarkkinat eivät ole vain tuotemyyntiä vaan palveluntarjontaa, jonka kehittäminen edellyttää ammattitaitoa ja kokemusta sekä ymmärrystä niin liiketoiminnan kuin luovan työn parista. ASC koostuu asiantuntijatiimistä jolla on laaja yhteistyöverkosto. Tällä hetkellä yrittäjinä toimivat Kira Sjöberg ja Johanna Wartio-McEvoy. (ArtShortCut 2010.) Haastattelun tähän tutkielmaan antoi Kira Sjöberg.

ASC on yhteiskunnallinen yritys joka pyrkii voittoa tavoittelevalla liiketoiminnalla edistämään luovan yrittäjyyden toimintaedellytyksiä. Yrityksen ytimessä on ajatus siitä, että taide, kriittinen ajattelu ja yhteiskunnallinen toiminta muodostavat hyvän elämän perustan. ASC:n arvot ovat oikeudenmukaisuus, läpinäkyvyys, itsenäisyys, yrittäjähenkisyys ja ajatus: ”We do it with style”. (ArtShortCut 2010.)

Kira Sjöbergin opiskelutausta (valtiotieteellinen lähestyminen taidehistoriaan) on johtanut kulttuurin tuottamisen pariin. Sjöberg on työskennellyt Italiassa ja Isossa-Britanniassa kuvataiteen parissa niin kaupallisella kuin non-profit –puolellakin. Kuvataiteen parissa työskentely on johtanut taiteilijoiden managerointiin ja tapahtumien tuottamiseen. Luovat toimialat ja yritystoiminta mahdollistivat Sjöbergille työn, joka on mielekäs ja joka kohtaa hänen oman arvopohjansa.

Sjöbergin yrityksen lähtökohtana on ollut selkeä tarve ArtShortCutin kaltaiselle yritystoiminnalle. Sjöbergin yritystoiminta tähtää taiteilijoiden työn helpottamiseen. ArtShortCutin perustaminen on pohjautunut taidemaailmassa tehtyyn oivallukseen ja liiketoimintamallin havaitsemiseen.

*Toimin pitkään Christie´sin taidehuutokaupassa ja siellä ollessani usein ystävien kanssa jutellessa tuli esille se, miksi kuvataide on niin elitististä; sitä on vaikea lähestyä, eikä taide ole tavallisen ihmisen tavalliseen elinympäristöön kuuluva asia vaan se on jotenkin museoihin ja hyvin vahvasti liitetty valkoisiin gallerioihin. – Kira Sjöberg*

Ongelmana oli, että taidemaailmassa on paljon kuvataiteilijoita, jotka eivät pääse maailman markkinoilla. Sjöberg kuvailee, miten taidemarkkinat edustavat vain jäävuorenhuippua kaikista taiteilijoista. ArtShortCut syntyi niin sanotuksi oikotieksi taiteeseen palvelemaan niin taiteilijoita kuin taiteen ostajia; oikotie taiteeseen helpottaa taiteilijan ja asiakkaan kohtaamista. Yrityksen tarkoitus on myös kehittää taiteilijan ammattitaitoa: mahdollistamalla erilaisia toimintamalleja, uusia käytäntöjä ja uusia asiakkaita. Vaikka yritykselle oli selvä markkinarako olemassa, on Sjöbergia myös motivoinut halu ja kiinnostus yrittäjyyteen. Halu toimia yritysmuotoisesti luovalla toimialalla on johtanut siihen, että ArtShortCut on toiminut myös välillä vapaaehtoisperiaatteella. Ajatus mahdollistaa toimintatapoja yrityksen asiakkaina oleville taiteilijoille on tärkeämpi kuin yrityksen tuottama voitto.

#### 4.1.2 Copperfield Oy

Taidegraafikko Kirsi Neuvonen on valmistunut taidegraafikoksi ja ammatin seurauksena perustanut yrityksen, joka nykyään toimii nimellä Copperfield Oy. Yrittäjyyden päämotiiveina ovat olleet yrittäjyyden hyödyt ammatinharjoittamisen hallinnoinnin helpotuksena sekä toimeentulon takaaminen. Neuvonen on opiskellut myöhemmin urallaan yrittämisen ja johtamisen opintoja.

*Olen valmistunut tähän ammattiin, mulla ei muuta ammattia ole ollut ja mun on pitänyt rakentaa työura ja kaikki asiat sen ympärille niin, että pystyn elämään tällä työllä. –Kirsi Neuvonen*

Copperfield Oy on perustettu lokakuussa 2006 ja sen toimipiste sijaitsee Jyväskylässä, missä yrityksellä on oma pajagalleria. Yritys hallinnoi Kirsi Neuvosen luovan työn kautta muodostuvaa toimintaa kuten työnantajaroolia, yhteistyökettua, alihankintaverkostoa sekä näyttelytoimintaa ja teosvälityskauppaa sekä vientiä. Neuvonen tuottaa teokset ja vastaa lähes poikkeuksetta niiden esittämisestä aiheutuneista kuluista. Taiteilijan asiakas on yhtäläisesti taiteen kokija tai taiteen ostaja. Taiteilijan asiakas on myös näyttelyn tilaaja, galleria tai museo. Neuvosen toiminta-ajatus perustuu sille, että taiteen tekeminen tai sen kokeminen vaikuttavat sekä ajattelemisen että tekemisen taitoihin. (Copperfield Oy 2010a.)

Yrityksen missiona on taikoa tyhjistä paperista arvopaperia, joka kestää aikaa, katseita ja tunteita, joka kuvastaa hyvin taiteellista prosessia ja taiteilijan työtä. Yrityksen visio on kiivetä Aristotelen majakalle tähtystämään 360 astetta, minkä Neuvonen avaa tarkoittavan pyrkimyksenä jokaisen näyttelyn ja teoksen kohdalla sen hetkiseen täydellisyyteen niillä taidoilla ja tiedoilla, joita taiteilijalla on käytettävissä. Copperfield Oy:n arvot perustuvat taiteilijan perustehtävän toteuttamisen näkökulmaan, joka Neuvosen mielestä kulminoituu arvostukseen (luovantyön perusedellytykset), luovuuteen ja vapauteen, rakentavaan tyytyväisyyteen (kokeilunhalun kunnioittaminen), vastuullisuuteen ja uusiutumiseen sekä luottamukseen (luotettava yhteistyöverkosto ja taloudellinen itsenäisyys). (Copperfield Oy 2010b.)

Kirsi Neuvosen motiivit yrittäjyyteen liittyvät ammatin hallinnoimiseen: Yrittäjyys mahdollistaa työn, joka tuo toimeentulon sekä juridisia oikeuksia, jotka pienentävät taloudelli-

sia riskejä. Esimerkiksi toimiminen muiden yritysmuotoisten toimijoiden kanssa on vaikuttanut yrityksen perustamiseen. Neuvonen kuvailee miten taiteilijana toimii alkutuottajana ja miten moni muu toimija taidemaailmassa elää alkutuottajan työpanostuksesta, mistä koituu taloudellisia riskejä, mikäli taiteilija ei toimi yrityksen kautta. Yritys toimii juridisena yksikkönä.

Yrittäjyydellä on myös taiteilijan henkisen jaksamisen kannalta merkityksellinen rooli, joten Neuvonen kuvailee yrittäjyyden tuovan ammatinharjoittamiseen tietyn turvan ja lisäävän riippumattomuutta muiden (esimerkiksi jälleenmyyjien) toimista. Yrittäjänä Neuvonen kuvailee olevan helpompi myös kääntyä asiantuntijoiden puoleen, jotka neuvovat yritystoiminnassa.

#### **4.1.3 Remake EkoDesign Ay**

Remake EkoDesign Ay rekisteröitiin lokakuussa 2007. Yritys tuottaa asiakkaiden tarpeisiin sovitettuja ekologisia vaatetusratkaisuja. Remake tuottaa eko-ompelimo palveluita, joilla taas tuodaan vaihtelua vaatemarkkinoille luomalla uudenlaista toimintamallia, joka mahdollistaa asiakkaan vaikuttamisen oman vaatteensa syntymäprosessiin. Remaken antina voidaankin pitää asiakkaan spontaania innostusta omaa vaatettaan kohtaan. Remakessa uskotaan, että tunneside vaatteeseen vaikuttaa siihen, että vaate on mieluinen ja vaatemuotoilusta muodostuu prosessin kautta jokaisen oikeudeksi. Yrityksessä tavoitellaan, että hinnat pysyvät edullisina ekologisuudesta ja uniikkituotteiden muotoilusta huolimatta. Avoimen yhtiön perustamisen takana ovat yrittäjät Mirjami Malleus-Lementtinen ja Pia Leikas. (Remake 2010a.) Haastattelun tähän tutkielmaan antoi Mirjami Malleus-Lementtinen.

Remaken arvoja ovat rehellisyys, avoimuus, luottamus, itsetietoisuus, rajojen rikkominen, innovatiivisuus, uudelleenoivaltaminen, eettisyys, ekologisuus ja kestävä kehitys. Remaken arvot ovat jatkumossa toisiinsa nähden. Arvot muodostavat prosessin, joka näkyy sekä henkilökohtaisella tasolla, että yrityksen toiminnassa. (Remake 2010b.)

Mirjami Malleus-Lementtinen kokee, että elämässään on aina toiminut luovilla toimialoilla. Luovat toimialat ovat vaikuttaneet Malleus-Lementtiseen niin, että hän on aina halunnut luoda ja olla taiteilija. Luovuuden tavoittelu johti lopulta pukuompeelijan ammattiin.

Mirjami Malleus-Lementtinen kuvailee miten on yhtiökumppaninsa kanssa saanut isoäideiltään tietyn kasvatuksen kierrätykseen ja sitä kautta tekstiilien uusiokäyttö on ollut läsnä koko elämän. Malleus-Lementtisen yrityksen Remake Ay:n perustamisajatus lähti liikkeelle sisäisestä oivalluksesta.

*Itsetutkiskelun ja pohdinnan tuloksena olen oppinut kuuntelemaan itseäni ja siitä oikeastaan Remake lähti. Olin nukuttamassa tyttärtäni, kun pääni sisäinen dialogi sai minut kaivamaan kaapista vanhan mallinuken esille, enkä todellakaan tiennyt mihin kaikki johtaisi. Otin hattuhyllyltä isoäitini vanhan kaulahuivin, jota aloin muotoilemaan sitä mallinuken päälle ja lopputuloksena oli lyhythihainen makee liivijakku. Oivalsin, että tässä on nyt jotain ja ajatus firmasta tuli mieleen: Nyt jos ei koskaan. Saman tien otin yhteyttä Piaan ja kerroin, että meidän täytyy perustaa yritys, mihin Pia vastasi: ”Okei!”. Se oli sillä selvä. –Mirjami Malleus-Lementtinen*

Yrityksen perustamisesta lähtien molemmille yrittäjille oli selvää, että yritystoiminta perustuu vahvaan arvopohjaan. Remaken kantavana ajatuksena oli halu ratkaista tekstiilijäteongelma ja parantaa tekstiilialan heikkoa tilannetta Suomessa. Remake on skaalautuva yritys, joten yritykselle asetettua haastetta voidaan lähteä ratkaisemaan monesta eri näkökulmasta. Remaken vaikuttavuus tekstiilijäteongelmaan on mitattavissa tekstiilialan mittareilla.

## 4.2 Keskeiset tulokset

Haastatteluaineiston kantava teema on yhteiskunnallisen yrittämisen määritelmä luovien toimialojen näkökulmasta; miten haastateltavat ymmärtävät käsitteen merkityksen, yhteiskunnallisen yrittäjyyden mahdollisia etuja ja haittoja, arvioita siitä, miten luovuuden sekä yhteiskunnallisen mission yhteensovittaminen onnistuu (tai ei onnistu) sekä miten taiteen, talouden ja etiikan yhteensovittaminen heidän mielestään onnistuu yhteiskunnallisessa yrittäjyydessä luovilla toimialoilla. Toiseksi tuloksissa pohditaan yhteiskunnallisen yrittäjyyden mahdollisuuksia ja mitä yhteiskunnallinen yrittäjyyden virallistaminen voisi merkitä luovilla toimialoilla. Aluksi kuitenkin aineisto kuvailee luovien toimialojen ajatuksia yrittäjyydestä ja luovien alojen asenteista niin sanottuun perusyrittäjyyteen.

### 4.2.1 Yrittäjyys luovilla toimialoilla on haastavaa

Taiteen ja kulttuurinparissa toimivien ihmisten ei koeta automaattisesti perustavan yrityksiä tai käyttäytyvän yrittäjämäisesti. Yrittäjyys koetaan ominaisuutena, joka pitää hallita joko koulutuksen tai pidemmän kokemuksen perusteella. Neuvonen korostaa, että yrittäjyyteen täytyy hankkia työkaluja ja taitoja, ennen kuin yrittäjyyden tai liiketalouden osaluheen kykenee hallitsemaan. Yritystoiminnan vaikeudella tarkoitetaan suhtautumista yrittäjyyteen, joka muodostuu monista tekijöistä, kuten verotuksesta. Verotuslainsäädäntö ja arvonnlisävero erityisesti koetaan kohtuuttomina. Suomen lainsäädäntö on Malleus-Lementtisen mielestä laadittu niin, ettei se ainakaan houkuttele ryhtymään yrittäjäksi. Heikoimmassa asemassa nähdään yksittäiset ihmiset, jotka kokevat yrittäjyyden liian isona riskinä vaikka Malleus-Lementtinen kokee, että moni ala olisi täynnä innokkaita ihmisiä, jotka haluaisivat työllistää itsensä yrittäjyydellä, mutta heidän intonsa lopahtaa byrokratiin.

Sjöberg kokee että yritystoiminta etenkin kulttuuriyrittäjyydessä on vaikeaa. Yrittäjyys luovilla toimialoilla mahdollistaa oman ammattitaidon hyödyntämisen, mutta perinteiset yrittäjyysmallit voivat ideologisesti sotia yrittäjää vastaan:

*Luovuus ja taiteellisuus ovat vielä enemmän intohimoasioita ja näiden kahden yhdistäminen malliksi, jossa tavoite ei välttämättä ole aina niissä numeroissa*



*että viivan alle jää mahdollisimman suuri määrä rahaa, vaan se tavoite voi olla toiminnan tai niissä intohimoisissa arjen jokapäiväisissä asioissa, joita ei välttämättä perinteisessä yrittäjyysasenteessa ymmärretä. –Kira Sjöberg*

#### **4.2.2 Luovien alojen toimijat vierastavat perinteisiä yrittäjyysmalleja**

Neuvonen on aloittanut yritysmaailman toimintansa jo 1980-luvulla, jolloin Suomessa oli harvinaista, että kuvataiteilija ryhtyy yrittäjäksi. Hän on siis case-yrittäjistä eniten joutunut tekemään töitä, että yrittäjyyttä ryhdyttäisiin pohtimaan vakavasti otettavana toimintamuotona luovien toimialojen keskuudessa. Neuvonen on havainnut suurimmaksi esteeksi sen, että yrittäjyys nähdään vapauden myymisenä; vapauden menettämisenä, koska silloin taiteilija on yrittäjänä myös muilla tavoilla velvollinen hoitamaan vastuunsa (esimerkiksi yrityksen rakenteelliset velvoitteet). Yrittäjyydessä eniten kasvuyrittäjyys koetaan ongelmallisena ja sen yhteen liittäminen kulttuurin kanssa koetaan vaikeaksi.

Neuvonen kokee, että on tehnyt paljon töitä oman identiteettinsä muokkaukseen, jota hän kuvailee prosessimaisena toimintana. Taiteilijakoulutuksessa hän ei saanut yrittäjyyskasvatusta vaan on luonut sen muuta kautta. Neuvonen kuvailee, että taiteilijan työn rahoitusta on pidetty enemmän taiteilija-mesenaatti-sponsori-apurahat –mallina, johon ei kuulu varsinaisesti käsitystä asiakkuudesta. Yrityksen perustaminen koetaankin ongelmallisena, koska yrityksen perustamisvaiheessa ei välttämättä ole tietoa asiakasryhmistä. Toinen ongelma on, että yrittäjyyden pelätään estävän apurahojen saannin. On siis helpompaa toimia esimerkiksi yleishyödyllisten yhdistysten kautta eikä yksityisen sektorin kautta.

Sjöberg pitää erityisen kiistanalaisena taiteen ja kaupallisuuden vastakkain asetelmaa. Taiteilijat nähdään ja koetaan yhteiskunnallisina vaikuttajina, ei yrittäjinä. Yrittäjyys mielletään ”riistokapitalistisena” ja samoin nähdään yrittäjänä toimivat henkilöt. Toisaalta Sjöbergin mielestä on ongelmallista se, että Suomessa kannatetaan enemmän niin sanottua korporatiivista yrittäjyysmallia, jota vaaditaan esimerkiksi yritysrahoituksessa.

Taiteilijat koetaan persoonaltaan idealistisina henkilöinä, joille on luontaista hahmottaa yhteiskunnallisia ongelmia ja etsiä niihin ratkaisuja. Vähintäänkin taide koetaan elementti-

nä, jolla voidaan osoittaa ja tuoda esille yhteiskunnan heikkouksia. Yhteiskunnalla on tietty velvoite tuoda esille taiteilijoiden tuottama informaatio, tapahtui se sitten julkisissa tai yksityisissä ympäristöissä. Taiteilija tekee työssään esteettisiä valintoja ja ongelmaksi voi muodostua oman työnsä rahoittaminen.

Neuvosen henkilökohtaisen kokemuksen mukaan kuvataidemaailmassa jotkut ottavat esimerkiksi uusia toimintamalleja ja asioita nopeammin vastaan kuin toiset. Uusiin toimintamallien vastustaminen saattaa johtua siitä, että taiteilijat eivät osaa mieltää taiteilijaidentiteettiään monialaisena osaajana (esimerkiksi yrittäjänä), eikä sitä lähdetä koulutuksessaan käsittelemään esimerkiksi taiteilijaidentiteetin muutoksena. Yrittäjäyysvaatimukset (tai vaatimukset kaupalliseen toimintaan yleensä) koetaan ulkoa päin ohjatuiksi. Silloin taiteilija ei osaa prosessoida oman identiteettinsä skaalautumista erillisinä osioina. Neuvonen korostaa, että taiteilijaidentiteetin muokkauksen olisi muututtava.

Vaikka taiteilijat ovatkin kriittisiä, eivätkä lähde mukaan epämiellyttäväksi koettuihin toimintamalleihin (niin sanotut perusyrittäjäyys ja korporatiivinen yrittäjäyys), eivät he kuitenkaan ole kyenneet tekemään muutoksia vallitseviin rakenteisiin. Sjöberg kritisoikin sitä, etteivät taiteilijat ole vielä ratkaisseet aloillaan vallitsevia ongelmia. Jonkinlainen tuudittautuminen apurahoilla elämiseen on ongelmallista eikä vie alaa eteenpäin rakenteellisesti.

Yleinen mielipide oli, että taiteilijat Suomessa eivät välttämättä ole kovin rahallisen voitontahakuisia ihmisiä. Taiteilijauran valintaan ei vaikuta se mitä alalta tienaa, vaan tärkeintä on oma henkilökohtainen intohimo, luovuus sekä taidot ja kyvyt. Tärkeintä on, että pärjää, tulee toimeen ja on tyytyväinen, että saa tehdä sitä mitä haluaa.

#### **4.2.3 Yhteiskunnallinen yrittäjäyys perustuu arvoille, ei ahneudelle**

Haastateltavat kertoivat omin sanoin mitä yhteiskunnallinen yrittäminen heille merkitsee. Aineistosta kävi ilmi, että yhteiskunnallinen yrittäjäyys ymmärretään toimintamallina, joka perustuu vahvasti yrittäjän itsensä luomalle arvopohjalle, jota yrityksen toiminnan tulisi ilmentää. Toinen teema kuvailee yhteiskunnallisen yrityksen suhdetta liikevoittoon, minkä voitontajako on usein rajoitettua, joko säännöillä tai pelkästään yrittäjän omalla halulla ka-

navoida mahdollinen voitto takaisin yrityksen toimintaan. Voitto siis investoidaan eri tavalla kuin perinteisissä yrityksissä.

Yhteiskunnallisella yrittäjyydellä on vahvoja piirteitä, jotka syntyvät yrittäjän henkilökohtaisista arvoista. Kirsi Neuvonen näkee yhteiskunnallisen vaikuttamisen ja tekemisen osana taiteilijan ammatti-identiteettiä. Yhteinen hyvä on ollut Neuvosen tavoitteena läpi uran. Konkreettisesti tämä on näkynyt osallistumisena yhteisöllisiin projekteihin, joiden tarkoituksena on yhteiskunnallinen vaikuttaminen taiteen keinoin. Yritystoiminnan kannalta edellä mainitun kaltaiset projektit voivat esimerkiksi houkutella uusia yleisöjä. Vaikuttajana oleminen vaatii taiteilijalta kykyä olla asioiden alullepanijana, mitä Neuvonen on uralleen usein tehnytkin (muun muassa liiketoimintaosaamisen koulutusohjelman luominen Jyväskylän ammattikorkeakoulun koulutustarjontaan ja valtakunnallisen Taikalamppu -verkoston saaminen Jyväskylään). Neuvonen kokee, että taiteella on yhteiskunnallinen rooli ja taiteella voi vaikuttaa asioihin sekä ihmisiin:

*Taiteilija on visuaalisen muistin tallentaja ja taiteella on yhteiskunnallinen rooli ylläpitää totuutta. Mutta siinä on sellainen sisäänrakennettuna, että tehdään historiallisena jatkumona yhteiskunnallista yhteistä hyvää. –Kirsi Neuvonen*

Mirjami Malleus-Lementtisen näkökulmasta yhteiskunnallinen yrittäminen kumpuaa yrittäjästä itsestään ja hänen luomastaan liiketoimintamallista. Yhteiskunnallisena yrittäjänä toimiminen on vaikeaa, mikäli yrittäjä ei voi toimia arvopohjansa mukaisesti. Malleus-Lementtinen korostaa yhteiskunnallisen yrittäjyyden olevan lähtöisin yhteiskunnallisesta yrittäjästä, jonka toimintoja arvopohja ohjaa. Yhteiskunnallinen yrittäminen vaatii myös sitkeyttä toimia yrityksen arvojen mukaisesti. Hän pitää tärkeänä yhteiskunnallisen yrityksen ominaisuuksia, joka perustuu yrittäjästä itsestään kumpuavalle toimintamallille. Ominaisuuksilla Malleus-Lementtinen tarkoittaa, että yrittäjällä täytyy olla ”tietynlainen tietoisuus”, jotta hän kykenisi toimimaan asioiden hyväksi. Yhteiskunnallinen yrittäjyys on jatkumo yrittäjän arvoille ja halulle toimia oikein. Malleus-Lementtinen huomauttaa, että Remake oli ehditty perustaa ennen kuin yhteiskunnallisen yrityksen –käsite oli tullut yrittäjille tutuksi. Remaken arvot olivat jo perustamishetkellä selkeästi esillä, toisin sanoen yhteiskunnallinen yrittäjyys oli sisäsyntyistä.

*Remakessa on ollut jo alun perin sisäänrakennettuna yhteiskunnallinen näkökulma. Ainoastaan saimme ulkoa päin kuulla tästä määritelmästä. –Mirjami Malleus-Lementtinen*

Kira Sjöbergin näkemys yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä on, että yhteiskunnallinen yrittäjyys luo uusia toimintamalleja, on läpinäkyvää ja arvopohjaista yritystoimintaa. Sjöberg kuvailee, miten corporate social responsibility –ajatusmaailma ja nonprofit toimintamallit ovat vaikuttaneet hänen yrittäjäpersoonansa muotoutumiseen. Näiden kahden toimintamallin tuloksena on syntynyt ajatus yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä. Sjöberg näkee yhteiskunnallisen yrittäjyyden toimintamallien uudistajana, ei rahantekokoneistona. Sjöbergin näkemys on, että yhteiskunnallisella yrittäjyydellä parannetaan tai kehitetään toimintoja ja rakennetaan uusia toimintamalleja.

Yhteiskunnallista yrittämistä Sjöberg kuvailee ei-autoritääriseksi työympäristöksi, jossa samalla tavalla ajattelevat ihmiset toimivat yhteisten tavoitteiden vuoksi. Yrityksen sisällä toimii avoin dialogi, joka tekee yritystoiminnasta hyvin avointa ja läpinäkyvää. Sjöberg uskoo, että avoin toimintamalli houkuttelee yrityksiä ja yhteisöjä yhteistyöhön ja saamaan aikaan muutoksia yhteiskunnassa.

Malleus-Lementtinen huomauttaa, että arvopohjaan uskomisen ei tarkoita, että liiketoimintaa hoidettaisiin laiminlyöden, vaan eri tavalla. Kun yrittäjän etiikka on kohdallaan, hänellä on mahdollisuus toimia yhteiskunnallisena yrittäjänä ja talous tulee ilmentämään eettisiä periaatteita. Omassa liiketoiminnassaan yhteiskunnallisen yrityksen piirteiksi Malleus-Lementtinen nostaa rajoitetun voitonjaonperiaatteen. Remake on avoin yhtiö, mikä tarkoittaa että yhtiömiehet ovat tasapuolisesti vastuussa yrityksestä. Remaken yhtiökirjaan on asetettu rajoitus mahdollisen liikevoiton nostamisesta. Tärkeintä on, että yhtiön voitot suuntautuvat ensisijaisesti takaisin yhtiön toimintaan.

Sjöbergille on tärkeää että, yrittämisellä yrittäjä tulee toimeen ja voi maksaa palkkaa työntekijöilleen. Ennen kaikkea yhteiskunnallinen yritys on työpaikka, jossa vahvan arvopohjan omaava ihminen voi olla töissä. Sjöberg painottaa, miten rahallinen menestys ei toimi hänelle henkilökohtaisena motiivinaan, vaan mahdollisuus tehdä työtä, jota haluaa tehdä. Näin ollen yhteiskunnallisen yrityksen voitto kanavoituu takaisin yritystoimintaan, eikä yrityksen pyrkimys ole päästä suuriin voittoihin. Arvokas työ toimii osana työntekijöiden

motivointia. Sjöberg käyttää termiä sosiaalinen investointi, jolla hän tarkoittaa asiakkaiden ja kuluttajien hyötyvän yhteiskunnallisesta yrityksestä muillakin arvoilla kuin rahallisin periaattein. Sjöberg myös edellyttää mahdollisilta työntekijöiltään samanlaisia arvolatauksia, jotka eivät liity ensisijaisesti rahalliseen hyötyyn. Tämä ei tarkoita sitä, että työntekijöille ei maksettaisi palkkaa vaan sitä miten ihmiset hyötyisivät työstään myös muilla arvoilla.

*Kumpi on parempaa yhteiskunnassa kaikille, se että sulla on hirveän hyvä yritys, joka jopa tuottaa jotain, mutta ne osingot eivät ole miljoonia tietyille ihmisille vaan että siinä yrityksessä on kiva toimintaympäristö ja ihmiset viihtyvät ja jäävät plussalle jne? –Kira Sjöberg*

#### **4.2.4 Luovuus ja yhteiskunnallinen missio sulautuvat toisiinsa**

Yhteiskunnallinen mission nähdään olevan taiteessa sisäänrakennettuna. Ensinnäkin siksi, että taiteilija koetaan jo sinällään yhteiskunnallisena vaikuttajana. Toiseksi luovilla toimialoilla toimivat ihmiset saattavat vierastaa perinteisiä yritysmalleja.

Taiteilijalle on luontevaa tuottaa yhteiskunnallisesti merkittäviä sisältöjä ja taiteilijapersoonissa on havaittavissa idealismeihin perustuvia ajatusmalleja. Yhteiskunnallinen yritys on toimintamalli, jossa taiteilija tai luova persoona kokee voivansa toimia.

*Ne (taiteilijat) ymmärtää tuskan kauneuden. Mutta silloin kun ymmärrät tuskan kauneuden, niin samalla ymmärrät mistä se johtuu ja kykenet paremmin tuntemaan, että jotain erhattä tapahtuu sun ympärillä ja silloin syntyy helpommin palava halu ilmaista jollain tavalla: ”Hei, miks tää ei toimi?” Ja herättää kysymyksen: ”Voinko tehdä asialle jotain?” –Mirjami Malleus-Lementtinen*

Neuvosen mielestä yhteensovittaminen sopii hyvin tiedostaen. Taiteilijan ajatusmaailmaan ja koulutusjärjestelmään on rakennettu perinteinen ajatusmalli siitä, että taiteilijana oleminen on myös yhteiskunnallisena vaikuttajana olemista. Omassa työssään Neuvonen pohtii, että yhteiskunnallisissa projekteissa mukana oleminen riippuu paljolti aikatauluista ja re-

sursseista. Luovat alat olisivat Neuvosen mielestä erittäin sopivia yhteiskunnalliseen yrittämiseen, erityisesti luovien toimialojen ja sosiaalialan yhteisprojektit. Sjöberg tuo esiin myös luovien alojen pienyrittäjien näkökulman; ihmiset haluavat tehdä sitä missä ovat hyviä, mitä osaavat ja mistä nauttivat. Motivaationa eivät välttämättä toimi kasvuyrittäjämallit. Sjöberg on kohdannut työssään paljon taiteilijoita ja saanut vahvan käsityksen, että taiteilijat vieroksuvat yritysmalleja, joiden lähtökohtana ovat kasvu ja taloudellinen voitto. Yhteiskunnallisessa yrittäjyydessä lähtökohdat voivat olla aivan toisenlaisissa tavoitteissa.

Malleus-Lementtisen mielestä luovien alojen tulisi toimia enemmän yhteiskunnallisina vaikuttajina. Taide yksin ei hänen mielestään ratkaise ongelmia. Sjöbergin haastattelusta kumpuaa sama ajatus, että taidetta ja kulttuuria voitaisiin hyödyntää laajemmin arvojen tavoittamiseksi. Neuvonen kokee kuitenkin vaarana sen, että taiteilijoiden pyyteettömyyttä käytetään hyväksi niin, että heidän käyttämäänsä työpanosta ei palkita oikeudenmukaisesti. Taiteilijoiden heikompi asema yritysmaailmassa johtuu Neuvosen mukaan siitä, että taiteilijan koulutukseen ei kuulu taloushallinnon tai taloussuunnittelun koulutusta.

#### **4.2.5 Taide, talous ja etiikka eivät poissulje toisiaan**

Yhtälönä taide, talous ja etiikka ei herätä erityisiä ristiriitoja. Kaiken kaikkiaan mitään yhtälöstä ei pidetty toisia poissulkevin ominaisuuksina. Neuvonen piti ajatuksesta, että taiteilija säilyttäisi taiteilijavapautensa ja arvonsa, mutta voisi silti elättää itsensä ammatillaan.

*On hirveän tärkeä asia, että taiteilija voi toimia oman etiikkansa rajoissa ja minun mielestä yhteiskunnallinen yrittäminen antaisi siihen mahdollisuuden, että silloin ei tarvitsisi tuntea että se olisi taiteestaan pois. – Kirsi Neuvonen*

Malleus-Lementtinen korostaa, että etiikka on yrittäjässä itsessään ja talous ilmentää yrittäjän arvoja. Sjöberg pitää myös taidetta, taloutta ja etiikkaa hyvänä yhdistelmänä, jonka toimivuus riippuu tekijästä. Sjöbergin mukaan taideoilla vallalla oleva talouden kritiikki johtuneekin usein siitä, että talous käsitetään suppeasta näkökulmasta, jota hallitsee niin sanottu riistokapitalismin leima.

#### 4.2.6 Yhteiskunnallinen yrittäjyys luo uuden toimintamallin luoville toimialoille

Yhteiskunnallinen yrittäjyys mahdollistaa uusien toimintamallien syntymisen. Yhteiskunnallinen yrittäminen eroaa selkeästi vanhoista yrittäjyysmalleista ja –ajattelusta. Neuvonen pitää tärkeänä, että luoville aloille syntyy yrittäjyysmalli, joka on taiteilijoille perinteisiä yrittäjämuotoja helpommin lähestyttävä.

*Voidaan pelata yhteisillä käsitteillä, sekä taiteilijat että yrityssektori. Tällainen voittoa tavoittelematon, hyväksyttävä toimintaperiaate ja että se on yritysmuotoista, eikä laiteta sitä kasvuyritykseksi tai tulosvaadetta yhteiskunnan puolelta. –Kirsi Neuvonen*

Tässä myös Neuvonen kokee erittäin tarpeelliseksi muodostaa luoville aloille yhteisön tai verkoston, joiden avulla taiteilijat myös yksityissektorilla voivat menestyä.

Toinen näkökulma uuden toimintamallin syntymiseen on se, että yrittäjä ja työntekijät voivat olla ylpeitä omasta liiketoiminnastaan. Yhteiskunnallinen yrittäjyys on toimintamalli, jossa yrittäjä voi toteuttaa arvojaan tinkimättä. Yhteiskunnallinen yrittäminen tuo tunteen oikeudenmukaisesta liiketoiminnasta:

*Näen myös etuna, että voin suoraselkäisenä seisoa yritykseni takana tai sivulla sanoa: ”Tässä se on ja näin tää tapahtuu.” –Mirjami Malleus-Lementtinen*

*Että mun on hyvä olla, kun teen niin asioita, että mulle ei tule oloa, että olen riistokapitalistinen yritys tai vastaava, vaan olen hyvin vahvasti sellainen, joka katsoo ja pyrkii toteuttamaan asioita, jotka ovat oikeudenmukaisia ja tärkeitä. Totta kai sellainen luo imagoa, jos puhutaan liiketaloudellisesti ja se luo brändiä, mutta henkilökohtaisesti se luo yrityksen, jossa mä haluan olla töissä. –Kira Sjöberg*

Sjöbergin sitaatin viimeisestä lauseesta voi päätellä, että yhteiskunnallisen yrittäjyyden toimintamalli myös luo positiivisemmän julkisuuskuvan yritykselle. Yhteiskunnallinen yrittäjyys on saanut Suomessa jo osakseen kritiikkiä (esimerkiksi Helsingin yrittäjien artikkeli Yhteiskunnallista yrittäjyyttä ajetaan liialla innolla 15.3.2010), mikä saattaa vain

edesauttaa ja korostaa yhteiskunnallisen yrittäjyyden eroa positiivisessa mielessä perinteiseen yrittäjyyskäsitteeseen.

Remaken kohdalla työn tarkoituksen (arvot, yhteiskunnalliset haasteet) esille tuominen on tuonut paljon hyvää palautetta. Remake on saanut myös paljon mediajulkisuutta yhteiskunnallisen yrittämisen teemalla ja herättänyt huomiota laajemmalla skaalalla, mitä varsinaisen liiketoiminta sekä tuotettava palvelu ja tuotteet. Sjöberg myös tunnistaa, että yhteiskunnallisella yrittämisellä on mahdollisesti lisäarvoa näkyvyyden ja markkinoinnin kannalta.

#### **4.2.7 Yhteiskunnallisen yrityksen aseman vahvistaminen**

Yleisesti yhteiskunnallinen yrittäjyys koetaan tulevaisuuden toimintamallina, joka mahdollistaa luoville toimialoille ja luoville ihmisille enemmän mahdollisuuksia toimia yrittäjinä. Tavoitteeksi nousi, että yhteiskunnallinen yritys on tunnustettu toimintamuoto, jonka asema on vankka niin sanotun perusyrittäjyyden rinnalla. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden toimintamalli tulee saamaan osakseen laajaa kiinnostusta, koska uusi yrittäjäsukupolvi ei välttämättä ajattele asioita vanhempiensa mallien mukaisesti.

*Mielestäni yhteiskunnallisen yrittäjyyden pitäisi olla se tulevaisuuden juttu. Miten käyttää ideologiaa ja arvoja toimintamallien mukaan niin, että se on yhteiskunnalle hyödyksi eikä oman edun tavoittelun vuoksi. –Kira Sjöberg*

Luovien alojen arvioitiin kiinnostuvan yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä, jolloin uudet yritykset luovat uusia toimintoja, ratkaisevat ongelmia ja haasteita sekä luovat uusia työpaikkoja. Malleus-Lementtisen mukaan mahdollisuuksien määrä on rajaton. Tärkeintä on, että luovien alojen ihmiset voivat valita yrittäjyyden tinkimättä arvoistaan tai taiteilijavaupudestaan. Yhteiskunnallisen yrityksen toimintamalli tulee houkuttelemaan paljon yrittäjiä, jotka ovat ennen vierastaneet yrittäjyyskäsitteitä. Neuvonen kuvailee miten yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä puuttuu niin sanottu yrittäjyyden rasite, mikä puhuttelee eniten kulttuurialan toimijoita. Sjöberg toivoo, että yhteiskunnallisiksi yrittäjiksi lähtevät tulevai-



suudessa kulttuurialan ihmiset, jotka ovat jollain tasolla idealisteja ja kykenevät liiketoiminnallaan synnyttämään jotain yhteiskuntaa eteenpäin vieviä toimintoja.

Myös Malleus-Lementtinen uskoo, että yhteiskunnallinen yrittäjyys voisi kiinnostaa luovilla aloilla työskenteleviä ihmisiä, eikä tulevaisuuden suunnitelmia voi edes luovien alojen kohdalla arvailla. Luovien toimialojen ja yhteiskunnallisen yrittäjyyden kombinaatiosta voi syntyä mitä vain. Uudet liikeideat luovat työpaikkoja, kehittävät ja rakentavat toimintoja.

Neuvonen pitää yrittäjäksi lähtemistä yleensäkin rohkeana ratkaisuna ja toivoo, että luoville toimialoille saataisiin enemmän yrittäjiä. Neuvonen pitää tärkeänä, että yhteiskunnallisen yrityksen toimintarakenne olisi joustava ja ajaisi yrittäjiä toimimaan yhdessä. Yhteiskunnallinen yrittäjyys voisi myös toimia eräänlaisena tulkkina yrittäjyydelle ja luovien alojen toimijoille.

*Mielestäni yhteiskunnallinen yrittäjyys olisi käsitteellisesti vapaa foorumi, josta pystyisi lähtemään. Ikään kuin välimuoto, kun puhutaan, että on niitä jotka kääntävät asioita yrittäjäkielelle, on managerointia ja ihmisiä julkisyhteisöissä ja viranomaisia (ELY-keskukset jne.), eli löytyisi ihmisiä jotka puhuu molempia kieliä. Yhteiskunnallinen yrittäjyys on palikka joka puuttuu välistä, joka kääntää molempien puheet. –  
Kirsi Neuvonen*

Yhteiskunnallisen yrittäjyyden aseman vahvistaminen vaikuttaisi suoraan yritystoimintaan ja sen kehittämiseen. Esimerkiksi Malleus-Lementtinen kuvaili, kuinka heillä oli yrittäjyyden alkutaipaleella vaikeuksia saada asiakkaat ymmärtämään Remaken arvot ja toimintaperiaatteet. Esimerkiksi sellainen toimintaperiaate, että ainoa yrityksen käyttömateriaali on kierrätysmateriaali. Asiakkaille yhteiskunnallisen yrityksen toimintaperiaatteet voivat olla vieraita, joten ne on osattava perustella. Tiedon levitys ja aseman lujittaminen voivat myös hälventää kritiikkiä tahoilta, jotka kokevat yhteiskunnallisen yrittäjyyden uhkana olemassa oleville rakenteille.

#### 4.2.8 Uhkana yhteiskunnallisen yrityksen toimintamallin vastustaminen

Suurin uhka yhteiskunnalliselle yrittäjyydelle on ulkoapäin tulevat uhkatekijät, joita ovat ymmärtämättömyys ja yhteiskunnallisen yrittäjyyden suoranainen vastustaminen. Nämä vaikuttavat niin, että yhteiskunnallisilla yrityksillä ei ole sijaa tulevaisuuden Suomessa muiden yrittäjyysmallien rinnalla. Uhkatekijänä koetaan, että yhteiskunnallisen yrittäjyyden toimintaperiaatteita ei omaksuta eikä uusia yhteiskunnallisia yrityksiä synny:

*Heti kun Suomessa tehdään jotain uutta, niin sehän hylätään huonona toimintamallina. Piste. Ja ehkä kymmenen vuoden kuluttua todetaankin, että se olikin tosi hyvä juttu. -Kira Sjöberg*

*Ainoa on se, että jos vastarinta ideologiaa kohtaan kasvaa liian suureksi niin se hankaloittaa hyvin paljon sen asian tietoisuuden leviämistä ihmisissä ja saattaa vääristää ymmärrystä siitä mitä se oikeasti on. –Mirjami Malleus-Lementtinen*

Neuvonen toi esille miten yhdistyssektori mahdollisesti kokee yhteiskunnallisen yrittäjyyden uhkana. Yhdistyssektorilla yhteiskunnallinen yrittäjyys voi näyttäytyä toimintamallina, joka tulee korvaamaan osan yhdistyssektorin rakenteista. Yhdistyksissä toimiville henkilöille yrittäjyys voi olla hyvin vieras toimintaympäristö eikä liiketoimintaa haluta tai osata yhdistää aatteelliseen toiminnan rinnalle.

*Jos mä nyt kuuntelen mitä täällä tehdään: Jos perustetaan jotain uutta niin ei ole mitään muuta vaihtoehtoa kuin että perustetaan se yhdistys, aate. Ja usein siihen aatteeeseen ei käy se taloushallinnon pyörittäminen, mutta se on iso riski jos yhteisö hoitaa myös taloutta. –Kirsi Neuvonen*

Kun vastustus kohdistuu omaan yritystoimintaan, on yrittäjän mietittävä myös omaa jakamistaan. Sjöberg tuo esille huolensa siitä miten jaksaa pyörittää liiketoimintaa, jos jatkuvasti saa perustella ja selvittää omia toimintaperiaatteitaan.

#### 4.2.9 Yhteiskunnallinen yritys viralliseksi yritysmuodoksi Suomessa

Virallistamisesta koituisi, että yhteiskunnallisille yrityksille laadittaisiin selkeät raamit, joiden puitteissa on mahdollista toimia. Toiseksi yhteiskunnallisen yrityksen perustamiseksi olisi hyvä saada kannatusta myös yhteiskunnan puolelta.

Malleus-Lementtisen mukaan yhteiskunnallisten yritysten asemasta voitaisiin puhua konkreettisemmin, jos toimintamalli olisi esimerkiksi lainsäädännössä määritelty selkeästi ja omana eriteltyä osa-alueena yritystoiminnassa. Sjöberg toivoo, että hyväksyntä toisi yhteiskunnallisella ja henkisellä tasolla ymmärrystä mistä yhteiskunnallisessa yrittämisestä on kyse. Esimerkiksi niin, että yrittäjyys ei aina välttämättä tarkoita osinkomaailmaa ja muutamien etuoikeutettujen rikastumista sekä työntekijöiden riistämistä vaan yhteiskunnallinen yrittäminen on eri maailmansa. Neuvonen kaipaa pelisääntöjen lisäksi vielä yhteiskunnallisten yritysten verkostoja ja yhteistä tiedonjakoa. Virallistamisesta voisi koitua luovien alojen toimialojen liiketoimintasuunnitelmien entistä helpompi hyväksyminen ja verkostoitumista muiden yrittäjien kanssa.

*Aina puhutaan, ettei ELY-keskuksesta tai muualta taiteilijat saa tukea, koska heitä ei tunnusteta kasvuyrityksiksi: ”Miksi tänne tulet, koska tällä ei kuitenkaan tee rahaa?” Liiketoimintasuunnitelmat täytyy tehdä niin, että siellä on todella suuret kasvusuunnitelmat. Jos tähän saataisiin yhteiskunnallisen yrityksen liiketoimintasuunnitelma, jossa ei ole sitä kasvuvaadetta, että hyväksytään että joku voi toimia sillä minimillä, tulee sillä itse toimeen ja tuottaa ne asiat jotka on sovittu – olisi riittävää. –Kirsi Neuvonen*

Sjöberg kokee, että yhteiskunnallisen yrittäjyyden toimintamallin omaksuminen tarkoittaa myös luovilla toimialoilla uudenlaista suhtautumista yritystoimintaan. Sjöberg käyttääkin ilmaisua ”yrittäjyyden uudelleen brändäämistä” luovien toimialojen keskuudessa. Uudella suhtautumisella Sjöberg tarkoittaa, ettei yritystoiminta edellytä omista arvoistaan tai taiteilijaidentiteetistä luopumista. Sjöberg toivoi myös luovilta aloilta enemmän panostusta yhteiskunnallisen yrittäjyyden suuntaan:

*Hallinnon osalta pitää muuttua ja sitä muutostahan tehdään koko ajan. Opetus- ja kulttuuriministeriössä kovasti väännetään tällä hetkellä strategioita luovan talouden*

*kehittämiseksi. Toivottavasti ovat ottaneet huomioon yhteiskunnallisen yrittäjyyden mahdollisuutena. –Kira Sjöberg*

Toisaalta yhteiskunnalliset yritykset voisivat yrittäjyyden alkutaipaleella saada helpotuksia, esimerkiksi apurahoja (joita erityisesti luovien toimialojen organisaatiot ovat ”tottuneet” saamaan). Neuvonen pohtii olisiko mahdollista saada jonkinlaista helpotusta ja tukiportaita yhteiskunnallisen yrityksen perustamiseksi. Esimerkiksi niin, että yhteiskunnallisen yrityksen statuksella olisi oikeutettu hakemaan apurahaa tietyiltä tukiorganisaatioilta. Sjöbergin mielestä apurahojen säännöt tulisi laatia uudelleen ja muodostaa myös uudenlaisia rahoituskanavia. On tärkeää, että yrittäjä pääsee nopeasti kiinni yritystoiminnan pyörittämiseen ja ansaintalogiikan muodostamiseen. Luovien toimialojen yrittäjyydessä pitää ottaa huomioon alan tunteminen laajemmin ja erityisesti luovien toimialojen palvelurakenteet; yksi vuosi ei välttämättä riitä esimerkiksi vakituisen asiakaskunnan muodostamiseksi.

Toisaalta Malleus-Lementtisen mielestä on tärkeää tukea perusyrittäjyyttä yleisesti. Esimerkiksi helpotukset verotuksessa tai apurahojen saannissa kuulostavat hienoilta eduilta, mutta eivät ole tasapuolisia. Malleus-Lementtinen kokee uhkana tiettyjen yrittämisen muotojen tukemisen, josta voi nousta eripuraa yrittäjien kesken. Tämä voisi myös koitua yleisesti yhteiskunnallisen yrittämisen vastustukseksi ja hän pelkääkin, että negatiiviset mielleyhtymät yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen voivat tarkoittaa pahimmassa tapauksessa koko toimintamallin ja –järjestelmän kaatumiseen.

Mieluummin Malleus-Lementtinen kokee, että yrittäjyyteen yleisesti pitäisi suhtautua esimerkiksi verotuksen suhteen suopeammin:

*Ehkä eniten perusyrittäjyyspuolella ihmiset kärsii yritystoimintaan koskevasta lain-säädännöstä ja sen tuomista lieveilmiöistä. Kun yhteiskunnallisella yrittäjyydellä on sisäänrakennettuna se oma syy sille minkä takia toimii, että he tavallaan sietää paremmin niitä kolhuja mitä tulee. –Mirjami Malleus-Lementtinen*

### **4.3 Case-yritysten tulevaisuuden näkymät**

Case-yritykset jatkavat yhteiskunnallisten haasteiden parissa. Remakella oli haastatteluhetkellä selkeä tarkoitus laajentua ja jatkaa laajemmin yhteiskunnallisten haasteiden parissa. Remake saa rinnalleen myös oman osuuskunnan, joka mahdollistaa uusien tekstiilialan ammattilaisten työllistämisen. Copperfieldin Kirsi Neuvonen jatkaa taiteilijana erilaisissa yhteisöllisissä projekteissa, joiden sisällöt ovat yhteiskunnallisiin haasteisiin tai ongelmiin keskittyviä. Hän myös toivoo, että tulevaisuuden asiakkaat olisivat valveutuneempia ja hän saisi asiakkailtaan taiteeseensa yhteiskunnallisia sisältöjä. ArtShortCutin Kira Sjöberg rakentaa ympärilleen yhteiskunnallisesti ajattelevien heimoa, jonka kanssa mahdollistaa ArtShortCutin toiminnan myös jatkossa.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Päämääränäni oli selvittää laadullisin menetelmin mitä yhteiskunnallinen yrittäjyys tarkoittaa luovilla toimialoilla, millaisia ovat luovien toimialojen yhteiskunnalliset yritykset ja millaisia mahdollisuuksia yhteiskunnallinen yrittäminen voi tuoda luovien toimialojen yrittäjyydelle Suomessa. Johtopäätöksissä tutkimukseni empiirisestä osiosta saatuja tuloksia tarkastelen teorian ja johdannossa esittämieni hypoteesien valossa.

### 5.1 Yhteiskunnallinen yrittäjyys luovilla toimialoilla

Tutkielmani case-yritykset edustavat suomalaisia luovan toimialan yrityksiä, joissa on yhteiskunnallisen yrityksen piirteitä. Yhteistä yrittäjille on myös, että kaikilla on vahva identiteetti, joka liittyy luovana persoonana olemiseen tai vahvaan haluun työskennellä luovien toimialojen parissa. Nämä motiivit ovat näissä kussakin tapauksessa johtaneet oman yritystoiminnan perustamiseen. Yrittäjyyteen päättymistä selittää veto- ja työntöhypoteesi, jonka avulla jäsennetään yritysten syntyyn vaikuttavien tekijöiden vaikutusta. Vetohypoteesin mukaan esimerkiksi pyrkimys toteuttaa oma unelma ohjaa myönteisenä motiivina yrittäjyyteen (tässä tapauksessa esimerkiksi halu toimia luovalla alalla). Yrittämisen mahdollisuudet tarjoavat keinon henkilökohtaisten tavoitteiden toteutumiseksi. Työntöhypoteesin mukaan taas työtytyttömyys, työttömyys, lyhyet työsuhteet tai muuttouhka ovat tekijöitä, jotka työntävät yksilöä yrittäjäksi. Toimeentulon saanti ja turvaaminen toimivat siis yrittäjyyden motiiveina. Useimmissa tapauksissa veto- ja työntövoimat vaikuttavat samanaikaisesti. (Gilad & Levine 1986, 46.)

Case-yritysten näkökulmasta yhteiskunnallinen yrittäjyys on toimintamalli, joka perustuu yrittäjän henkilökohtaiselle arvopohjalle, jota myös Bornstein (2004) korostaa. Luovan toimialan yrittäjän arvopohja puolestaan perustuu luovuuden ja taiteellisen vapauden vaalimiseen. Taiteilijaidentiteettiin on rakennettu tietynlaisena yhteiskunnallisena vaikuttaja toimiminen, mitä taiteilija ilmentää taiteellaan. Toisaalta luovan toimialan yrittäjän arvopohja voi olla missä tahansa ideologiassa, mutta liiketoiminnan pitäisi ilmentää näitä arvoja. Taide yksin ei ehkä toimi yhteiskunnallisen yrityksen ongelmien ratkaisuna, vaan taiteellinen sisältö on pikemminkin väline, jonka avulla yhteiskunnallisiin haasteisiin käydään kiinni. Esimerkiksi Remake EkoDesign Ay määrittelee haasteekseen tekstiilijäteongelman

sekä alan heikon työllistävyyden, minkä vuoksi muotoilualan keinoilla hyödynnetään vain kierrätettyjä tekstiilejä sekä Remake pyrkii osuuskunnallaan (Remade) työllistämään muotoilu- ja tekstiilialan ammattilaisia. Innovatiivista yhteiskunnallisista yrityksistä sanotaankin, että toiminta on peräisin yrityksen kohteen kuuntelusta ja tarkkailusta, jotta tarve yhteiskunnalliselle toiminnalle saadaan perustettua niin, että ratkaisut on räätälöity oikeille ihmisille ja tavoitteille (Bornstein 2004, 200-201, 203).

Case-yrittäjien määritelmä yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä on linjassa yhteiskunnallisen yrittäjyyden yleisen määritelmän kanssa. Case-yritysten määritelmässä yhteistä on ollut arvopohjaan perustuva yrittäjyys yhdistettynä liiketoimintaan niin, että yrityksen liikevoitto kanavoituu takaisin yritystoimintaan. Fokus yritystoiminnassa on yhteiskunnallisen mission toteuttamisessa, ei osinkojen jaossa. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden määritelmän katsotaan pohjaavan vahvimmin näihin kahteen ominaisuuteen: yhteiskunnalliseen missioon ja yrityksen rajoitettuun voitonjakoon, eikä niinkään toiminta- tai yritysmuotoihin, kuten Doherty ym. (2009, 34) toteavat.

Yhteiskunnallisten yrittäjyyden ja luovien toimialojen yrittäjyyden piirteissä on nähtävissä yhtäläisyyksiä, jos asiaa tarkastellaan taiteilijan identiteettinä yhteiskunnallisena vaikuttajana. Eettinen impulssi voi muodostua siitä näkökulmasta, että luovuus kanavoidaan ulos yhteiskunnallisena vaikutuksena. Esimerkiksi case- yritykset kokevat vahvasti yrittäjyyden keinona toteuttaa omia unelmiaan yhteiskunnan eteenpäin viemiseksi.

Yhteiskunnallinen yrittäjyys sopii luoville toimialoille, koska luovat alat saattavat kokea yrittäjyyden ongelmallisena. Liiketoiminnan harjoittaminen voi vaatia erityisosaamista, mihin kaikkia luoville aloille valmistuvia yksilöitä ei esimerkiksi kouluteta. Toisaalta koetaan, että yrittäjyys on tehty haasteelliseksi verotuksen ja lainsäädännön osalta eikä kaikille luoville toimialoille löydy yritysmalleja, jotka sopisivat taiteellisen vapauden ja arvomaailmojen toteutukseen. Luovien alojen (erityisesti taiteilijoiden) koetaan vierastavan yrittäjyyttä kasvuyrittäjyyden paineiden takia ja koska yrittäjyys on näyttäytynyt tähän mennessä vain niin sanotun riistokapitalismin näkökulmasta.

Luovien toimialojen ja yrittäjyyden välillä on nähtävissä ristiriitoja, jos yrittäjyys ymmärretään vain kasvuyrittäjyyden ja niin sanotun kovan bisneksen näkökulmasta. Case-yrittäjien näkökulmasta yhteiskunnallinen yrittäjyys mahdollistaa sitoutumisen arvopohjal-

le, eikä yrittäjyys perustu yrittäjän henkilökohtaisille motiiveille rikastua tai hyötyä muiden tekemästä työstä rahallisesti. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden aseman vahvistaminen saisi aikaan muutoksen myös luovien toimialojen yrittäjyysasenteissa, jos liiketoimintaa voitaisiin harjoittaa tinkimättä arvoista tai taiteellisesta vapaudesta.

### **5.1.1 Yhteiskunnalliset yritykset luovilla toimialoilla**

Luovien toimialojen yhteiskunnallisilla yrityksillä on vahva arvopohja ja rajoitetun voitonjaon periaatteet. Luovien toimialojen näkökulmasta yhteiskunnallinen yrittäminen koostuu luovuuden ja yhteiskunnallisen mission yhteensovittamisesta. Tämän case-tutkielman valossa voidaan nähdä luovien toimialojen yhteiskunnallisissa yrityksissä jako yrityksiin, joissa:

A. Luovuus, luovat ja taiteelliset menetelmät ovat työkaluja yhteiskunnallisten ongelmien tai haasteiden ratkaisuksi.

B. Toimitaan luovien alojen sisäisten ongelmien ja haasteiden ratkaisemisen hyväksi.

A-mallin mukaisesti Remake ja Copperfield tuottavat luovilla menetelmillä tuotteita tai palveluita (vaatteita, asusteita, taidegrafiikkaa) jonkin yhteiskunnallisen ongelman tai haasteen ratkaisemiseksi. Copperfieldin näkökulmasta myös taiteen sijoituspaikka voidaan nähdä yhteiskunnallisesti merkittävänä (esimerkiksi julkiset hoitolaitokset) ja erityisesti taidegraafikko Kirsi Neuvosen aktiivinen osallisuus erilaisissa yhteistyöprojekteissa, joissa on yhteiskunnallinen näkökulma. Remake taas toimii käsityön ja muotoilualan menetelmiä hyväksikäyttäen tekstiilijäteongelman ratkaisun hyväksi.

B-mallin mukaan toimivat ArtShortCut ja Remake. ArtShortCutin toimintamalli on syntynyt taiteilijoiden ja taiteen esilletuomisen hyväksi sekä parantamaan taiteilijoiden sekä taiteen yleisöjen kohtaamista. ArtShortCutin yhteiskunnalliseksi missioksi voidaan siis katsoa kuvataiteilijoiden työn helpottamisen sekä kuvataiteen yleisen edistämisen liiketoiminnan avulla. Remake puolestaan, tekstiilijäteongelman lisäksi, on huomionut tekstiilialan keh-



non työllisyystilanteen ja pyrkii parantamaan sitä esimerkiksi tutustuttamalla työharjoittelijoita yrittäjyyteen sekä Remade osuuskunnalla, jonka kautta alan ammattilaiset voivat harjoittaa omaa ammatiaan. Malliin voidaan katsoa myös pelkän taiteenlajin tai alan edistämisen (esimerkiksi Cirkus Cirkör ja nykysirkuksen edistäminen).

Yleistäen luovien toimialojen yhteiskunnalliset yritykset yhdistelevät molempia malleja, kuten on havaittavissa myös hollantilaisen The Beachin ja ruotsalaisen Cirkus Cirkörin kohdalla. Painotuksissa voi olla eroja, mutta tämän tutkielman osalta voidaan todeta a:n ja b:n kaltaisten mallien olemassaolo.

### **5.1.2 Yhteiskunnallisen yrittäjyyden mahdollisuudet luovien toimialojen yrittäjyydelle Suomessa**

Luovat toimialat tarvitsevat yrittäjyysmalleja, joiden ei katsota vahingoittavan ideologioita, arvoja tai taiteellista vapautta. On myös havaittavissa, että luovilla toimialoilla vierastetaan kasvuyrittäjyyden vaatimuksia. Mäkirintalan (2009) mukaan luovilla aloilla pidetään tärkeänä, että soveltava taidetaustainen osaaminen integroidaan orgaaniseksi osaksi suomalaista yhteiskuntaa ja sen kehitystä. Luovien toimialojen ei pidä olla omassa erillisessä marginaalissa, vaan sen tulisi integroitua strategisesti yhteiskunnalliseen valtavirtaan. Keskeistä on Suomeen soveltuvien omien mallien ja rakenteiden luominen. (Mäkirintala 2009, 47.)

Kasvua ja kansainvälistymistä on korostettu kulttuuriyrittäjyyden kohdalla erityisesti 2000-luvun luovassa taloudessa. Esimerkiksi Kauppa- ja teollisuusministeriön Luovien alojen kehittämisstrategiassa 2015 (2007, 14, 23) pidetään tärkeimpänä parantaa luovan alan yritysten kilpailukykyä ja kilpailukyvyn ylläpitämisen uskotaan johtavan kasvuun ja kansainvälisyyteen, jota strategiassa luonnehditaan merkittäväksi luovien alojen yritystoiminnalle. Strategiassa koetaan suoranaiseksi uhaksi, etteivät jotkut yritykset halua kasvaa. Olisi kuitenkin tärkeää hyväksyä, ettei kaikilla luovien toimialojen yrittäjillä ole luontaista intoa tai motivaatiota kasvaa pienyrittäjyydestä kansainväliseksi konserniksi. Usein itsensä työllistämisen, mielekkään työn tekeminen ja sen jakaminen samalla tavalla ajattelevien yksilöiden tai yhteistyökumppaneiden kanssa koetaan palkitsevammaksi. On ongelmallista odottaa, että suomalaiset pienyrittäjät olisivat vastuussa Suomen talouskasvusta, eivätkä kaikki

yrietykset voi toimia isojen pörssiyhtiöiden toimintaperiaatteilla. Kasvua tuskin luovilla toimialoilla koetaan uhkana, mutta siihen painostaminen kyllä, mikä käy käytännössä ilmi esimerkiksi ELY-keskusten suhtautumisesta taiteilijoiden tai luovien toimialojen liiketoimintasuunnitelmiin.

Yhteiskunnallinen yrittäjyys nähdään uutena toimintamallina, joka ratkaisisi osittain luovien toimialojen yrittäjyyden ongelman. Yhteiskunnallinen yrittäjyys nähdään uutena toimintamallina, jonka näkökulma liiketoimintaan poikkeaa niin sanotusta perusyrittäjyydestä. Luovien toimialojen näkökulmasta yhteiskunnallinen yrittäjyys on helpommin lähestyttävä väylä yrittäjyyteen, jossa yrittäjyyttä ei nähdä vain rahantekokoneistona. Bland (2010, 97) ehdottaakin, että yhteiskunnalliset yritykset voisivat taide- kulttuuri- ja vapaa-ajan sektorilla tarjota mahdollisuuden laajemmalle tuloperustalle ja uusille operointimalleille. Kun yrityksen tavoitteena on ihmisten ja ympäristön hyvinvoinnin lisääminen on Liljan ja Mankin (2010, 47) otaksunnan mukaan odotettavissa, että yhteiskunnallinen yrittäjyys houkuttelee uuden sukupolven yrittäjiä. Uuden sukupolven yrittäjät ovat avainasemassa pyrkimyksessä kohti sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestäväää yhteiskunnallista yrittäjyyttä.

Uuden toimintamallin omaksuminen vaatii kuitenkin, että yhteiskunnallinen yrittäjyys nähdään virallisena yrittäjyyden muotona, eikä sitä väheksytä muiden yritysten tai yhdistysten rinnalla. On myös pohdittava millaisia kannustimia yhteiskunnallisen yrityksen perustamiseen olisi saatavilla, jos yrityksen tarkoituksena on lisätä yhteiskunnan hyvinvointia ja oikeudenmukaisuutta. Erityisesti luovia toimialoja voi mietittyttää totuttujen tukijärjestelmien poisjäänti, mikäli siirrytään esimerkiksi yleishyödyllisestä yhdistystoiminnasta yleishyödylliseen yritystoimintaan. Bland (2010, 100) pohtii miten Suomessa yhteiskunnalliset yritykset saisivat yritysneuvontaa (esimerkiksi yleisellä tasolla ELY-keskuksista tai erityisneuvontaa Hub –yhteisöiltä) ja rahoitusta myös julkisilta tukijärjestelmiltä, kuten Tekesiltä, Sitralta Raha-automaattiyhdistykseltä ja millaisia lakimuutoksia täytyisi tehdä, jotta nämä organisaatiot voisivat tukea yhteiskunnallisia yrityksiä.

## 5.2 Yhteenveto

Luovien toimialojen yritystoiminnassa on jalansijaa yhteiskunnalliselle yrittäjyydelle. Luovien toimialojen yksilöissä on valtavasti potentiaalia perustaa uusia yhteiskunnallisia yrityksiä, jotka ratkaisevat yhteiskunnallisia haasteita luovilla aloilla tai laajempia yhteiskunnallisia ongelmia käyttäen hyväksi luovia ja taiteellisia menetelmiä. Luovien toimialojen on helppo omaksua yhteiskunnallisen yrityksen toimintaperiaatteet, koska useissa luovien alojen toimijoissa on jo sisäänrakennettuna yhteiskunnallisen yrittäjän mentaliteetti. Uuden sukupolven yrittäjät tarvitsevat vain rohkaisua toimimaan yrittäjinä. Myös yrittäjyys tarvitsee niin sanotun uudelleen brändäyksen: kaikki yrittäjyys ei tarkoita vain harvojen ja valittujen etuisuuksia ja massojen riistämistä. Lilja ja Mankki (2010, 47) ehdottavat, että yhteiskunnalliselle yrittäjyydelle luotaisiin innostava maine ja kehitettäisiin yhteiskunnallisten yrittäjien akatemia, jossa voisi saada yrittäjyydessä tarvittavat taidot.

Tämän hetkinen ongelma on, että Suomessa ei ole määritelty yhteiskunnallista yritystä. Periaatteessa kuka tahansa voi kutsua yritystään yhteiskunnalliseksi yritykseksi, se on siis vain omantunnon asia. TEM:n selvityksessä (Pöyhönen, Hänninen, Merenmies, Lilja, Kostilainen & Mankki 2010, 83) katsotaan, että Suomen Lontoon instituutin ja Suomen yhteiskunnallisten yrittäjien määritelmät perustuvat isobritannialaiseen yhteiskunnallisen yrityksen malliin sekä amerikkalaisiin esimerkkeihin. Selvityksessä katsotaan parhaaksi, että Suomen kaltaisessa hyvinvointivaltiossa on tarve muodostaa oma malli, joka poimii toimivia toimintatapoja ja muokkaa ne suomalaiseen yhteiskuntaan soveltuviksi.

Selvityksessä katsotaan, että tällä hetkellä Suomessa järjestöjen palveluntuotanto on potentiaalinen yhteiskunnallisen yrityssektorin toimintamuoto. Muita ovat esimerkiksi ekologisista lähtökohdista perustettu yritystoiminta, laajempia yhteiskunnallisia tavoitteita palvelevat osuuskunnat, lähipalveluyritykset sekä uusien yhteiskunnallisten yrittäjien innostus. (Pöyhönen, Hänninen, Merenmies, Lilja, Kostilainen & Mankki 2010, 83)

Tutkimukseni valossa olisi toivottavaa, että Suomen lakiin ei tehdä liian kapea-alaista tulkintaa tai määritelmää yhteiskunnallisista yrityksistä, kuten tehtiin aikoinaan sosiaalisen yrityksen kohdalla. Vaan tunnistetaan (kuten esimerkit maailmalta osoittavat), että yhteiskunnallisia yrityksiä toimii monenlaisissa toimintaympäristöissä ja yhteiskunnallista vaikuttavuutta voidaan katsoa monesta näkökulmasta. Voisi myös miettiä yhteiskunnallisten

yritysten perustamiseen kannustimia, koska lopulta pitkällä aikavälillä yhteiskunnallinen yrittäjyys tuottaa sosiaalisia ja taloudellisia hyötyjä yhteiskunnalle.

## 6 POHDINTA

Tutkielmani perustui kolmen case-yrittäjän näkökulmiin, jotka mielestäni onnistuivat kuvaamaan sopivissa määrin yhteiskunnallista yrittäjyyttä luovilla toimialoilla. Laajemmalla otannalla olisi voinut päästä toisenlaisiin tuloksiin, mutta toisaalta kolmen case-yrityksen avulla oli mahdollista tuottaa syvällisempää aineistoa. Case-yrittäjät saivat haastattelun jälkeen tutustua tiivistelmiin ja teksteihin, joissa olin tehnyt omia tulkintojani ja he myös korjasivat ja kommentoivat asioita, joita pitivät tärkeinä. Pidän aineistoa ja siitä tehtyjä tulkintoja näin ollen luotettavina.

Jatkossa olisi hyödyllistä teettää laajempi selvitys Suomen luovien toimialojen yhteiskunnallisista yrityksistä (vrt. Suomen Lontoon instituutin selvitys suomalaisista yhteiskunnallisista yrityksistä), missä kartoitetaan määrät, alat, yritysmuodot, sitoutuneisuus arvoihin tai yhteiskunnalliseen missioon sekä liikevoittojen investointeihin. Ennen selvitystä pitäisi kuitenkin olla selkeämpi, Suomessa yhteisesti hyväksytty standardi yhteiskunnallisen yrittäjyyden määritelmästä. Jatkotutkimuksen tarkoituksena olisi selvittää millainen rooli yhteiskunnallisen yrittäjyyden toimintamallilla on luovilla toimialoilla; kuinka laajasta ilmiöstä todellisuudessa on kyse?

Tästä tutkielmasta itseäni jäi erityisesti askarruttamaan kolmijakoisen sektoriajattelun tulevaisuuden muutokset ja esimerkiksi kolmannen sektorin organisaatioiden tulevaisuus. Taideorganisaatiot usein valitsevat kolmannen sektorin toimintaympäristökseen. Tähän varmasti vaikuttavin syy on, että organisaation arvopohja ja yleishyödyllisyys katsotaan tärkeimmäksi toteuttavaa. Kolmannella sektorilla toimii paljon luovien alojen organisaatioita, joista osa elää voittoa tavoittelemattoman toimintamallin ja liiketoiminnan ristipaineessa. Monelta organisaatiolta vaaditaan niin sanotusti yrittäjämäistä toimintaa, tuloja ja tuloksia, vaikka voitontavoittelu ja voiton tuottaminen on kielletty. Monet luovien alojen yhdistykset elävät vuosi kerrallaan apurahojen turvin ja uuden toimikauden laajuutta määrittelee saatujen tukien määrä.

Yhteiskunnallinen yrittäjyys voisi osaltaan ratkaista joidenkin (esimerkiksi liiketoiminnaltaan suurituottoisten) yhdistysten ongelman ja antaa mahdollisuudet yleishyödylliseen, arvopohjaiseen toimintaan, missä myös voittoa liiketoiminta on suotavaa. Muutos edellyttää kuitenkin, että myös yhteiskunnalliset yritykset olisivat oikeutettuja joihinkin apura-

hajärjestelmiin (esimerkiksi RAY:n tukeen). Toisaalta täytyy myös pohtia, kauanko nykyinen julkinen tukijärjestelmä on olemassa ja millaisiin strategioihin luovien alojen täytyy tukeutua. Toisaalta yhteiskunnallisten yritysten perustaminen voidaan kokea uhkana kolmannelle sektorille, koska se voisi pidemmällä aikavälillä tarkoittaa osittaista poissiirtymistä järjestöjen tuottamista palveluista. Mielestäni yhteiskunnallinen yrittäjyys ei kuitenkaan ole uhka, päinvastoin se on mahdollisuus. Kolmannen sektorin tulee tarkkaan pohtia millainen palvelujen tuottaja se on tulevaisuudessa ja mihin toiminta tulee perustumaan (esimerkiksi harrastuksiin ja vapaaehtoistoimintaan).

On totuttu, että julkinen valta vastaa palveluista ja apuna ovat yritykset ja kolmas sektori. Julkisten palveluiden yksityistämässä on ollut nähtävissä painopisteen muutos yritysten suuntaan. Uskon, että julkisten palvelujen yksityistäminen tulee lisäämään kiinnostusta yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen ja yhteiskunnallisten yritysten määrä Suomessa tulee lisääntymään. Tällä hetkellä julkinen sektori on todella kiinnostunut yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä julkisten palvelujen tuottajana tulevaisuudessa (Raudaskoski 2010.) Mielestäni neljännen sektorin muodostaminen selventäisi yhteiskunnallisten yritysten positiota. Yhteiskunnallista yrittäjyyttä on vaikea kohdentaa selvästi millekään kolmesta ensimmäisestä.

Toinen pohdittava teema on yhteiskunnallisen yrittäjyyden käsite ja sen virallistaminen Suomessa. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden käsite ei ole synonyymi sosiaaliselle yrittäjyydelle. Yhteiskunnallinen yrittäjyys on merkitykseltään laajempi ja ennen kaikkea sitä voisi luonnehtia vaihtoehtoiseksi yrittäjyyden muodoksi. Yhteiskunnallinen yrittäjyys houkuttelee yrittäjiksi uuden sukupolven yrittäjiä, joita ohjaa vahva arvopohja. Toisaalta yhteiskunnallinen yrittäjyys tulee houkuttelemaan voittoa tavoittelevaa yritystoimintaa vierastavia tahoja. Yhteiskunnallinen yritys tulee varmasti olemaan myös työnantajana ja työpaikkana uudella tavalla houkutteleva työympäristö, joka voi vastata työelämän nykyvaatimuksiin. Yrityksen tulee osata palkita työntekijöitään myös muilla tavoilla kuin rahallisilla korvauksilla. Yhteiskunnallinen yrittäjyys heijastelee myös kuluttajiin, koska nykykuluttajat haluavat tehdä eettisempiä ja reilumpia valintoja.

Käsitteen virallistaminen voi tapahtua joko yleisellä tasolla: tunnistetaan, että yhteiskunnallinen yrittäminen tarkoittaa yritystoimintaa, jolla on yhteiskunnallinen päämäärä tai se voidaan määritellä myös erillisenä lakina. Raudaskoski (2010) epäilee, että liian tiukan lakimäärittelyn tuloksena (vrt. laki sosiaalisista yrityksistä) yhteiskunnallinen yrittäminen

voi marginalisoitua pieneksi yrittäjyyden muodoksi. Oleellista on, että yhteiskunnallinen yrittäminen olisi vartenotettava vaihtoehto kenelle tahansa sekä toimialarajaton. Siksi pä lakimääritelmään tulisi suhtautua tietyllä varauksella.

Uskoisin, että Suomessa ja luovilla toimialoilla erityisesti yhteiskunnallinen yrittäjyys johtaa asennemuutokseen yrittäjyyttä kohtaan, koska yritys toimiikin yhteiskunnan, eikä yrittäjän edun tavoittelemiseksi. Luovien toimialojen yrittäjyys ja yrittäjyyskasvatus tarvitsee mielestäni edelleen kehittämistä. Uhkana ei pidä kokea sitä, että luovien toimialojen yritykset ovat pieniä eikä yrittäjistä löydy kasvu- tai kansainvälistymistähtoa (vrt. Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015). Jatkossa tulisi tuoda enemmän esille vaihtoehtoisia yrittäjyyden toimintamalleja ja kannustaa omien arvojen toteuttamiseen liiketoiminnan keinoilla.

## LÄHTEET

Alasuutari, Pertti 2007. Laadullinen tutkimus (6. painos). Tampere: Vastapaino.

Aldrich, Howard E. & Martinez, Martha Argelia 2002. Many are Called, but Few are Chosen: An Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 25 (4), 41-56.

Arajärvi, Pentti 2008. Sosiaalisen yritystoiminnan haasteet ja mahdollisuudet. Teoksessa Pöyhönen Eveliina & Karhu Kari (toim.) *Sosiaaliset yritykset ja hyvinvointipalvelut*. Helsinki: Akidenssi Oy.

ArtShortCut 2010. Yrityksemme. Viitattu 24.10.2010.

<http://www.artshortcut.com/yrityksemme>

Auvinen, Tuomas 2003. Kulttuuria vai kulttuuriteollisuutta? Joko-tai vai sekä-että? Teoksessa Niinikoski Marja-Liisa & Sibelius Kaisa (toim.) *Kulttuuribisness*. Helsinki: WSOY, 50-60.

Bland, Jonathan 2010. Yhteiskunnallinen yritys – ratkaisu 2000 –luvun haasteisiin. Ison-Britannian malli ja sen kokemukset. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 22/2010.

Bornstein, David 2004. How to change the world. Social Entrepreneurs and the power of new ideas. Oxford: Oxford University press.

Cirkus Cirkör 2010. About Cirkör: goals and mission. Viitattu 21.6.2010.

<http://www.cirkor.se/cirkor.asp?lang=eng>

Copperfield Oy 2010a. Yrityksen tehtävä. Viitattu 21.10.2010.

<http://www.copperfield.fi/cf-tehtava.htm>

Copperfield Oy 2010b. Johtavat ajatukset. Viitattu 21.10.2010.

<http://www.copperfield.fi/cf-ajatukset.htm>



Doherty, Bob & Foster, George & Mason, Chris & Meehan, John & Meehan, Karon & Rotheroe, Neil & Royce, Maureen (toim.) 2009. Management for social enterprise. London: SAGE Publications Ltd.

Crane, Andrew & Matten, Dirk 2007. Business ethics. Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization. 2. painos. Oxford: Oxford University Press.

DTI 2002. Social enterprise: a strategy for success. PDF luettavissa:

[http://www.cabinetoffice.gov.uk/media/cabinetoffice/third\\_sector/assets/se\\_strategy\\_2002.pdf](http://www.cabinetoffice.gov.uk/media/cabinetoffice/third_sector/assets/se_strategy_2002.pdf)

Gartner, William B. 1990. What are we talking about when we talk about entrepreneurship? Journal of Business Venturing 5, 15-28.

Gerring, John 2007. Case Study Research: Principles and Practices. Cambridge: Cambridge University Press.

Gilad, Benjamin & Levine, Philip 1986. A behavioral model of entrepreneurial supply. Journal of Small Business Management 24:4, 45-53.

Grenier, Paola 2009. Social entrepreneurship in the UK: from rhetoric to reality? Teoksessa Ziegler Rafael (toim.) An introduction to social entrepreneurship. Voices, preconditions, contexts. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 174-206.

Hanikka, Kirsi & Korpela, Päivi & Mähönen, Arto & Nyman, Crister 2007. Yrityksen yhteiskuntavastuu ja sosiaalinen yritystoiminta. Kestävää työllisyyttä sosiaalisissa yrityksissä –projekti. Vates-säätiö.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, Sirkka 2004. Tutkimustyyppit ja aineistonkeruun perusmenetelmät. Teoksessa Sirkka Hirsjärvi, Pirkko Remes & Paula Sajavaara: Tutki ja kirjoita. 10., osin uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Hirsjärvi, Sirkka 2007. Metodologiset ja teoreettisen lähtökohdat. Teoksessa Hirsjärvi Sirkka, Remes Pirkko & Sajavaara Paula (toim.) Tutki ja kirjoita (13. painos). Helsinki: Tammi, 119-162.

Hoivala, Harri 2003. Kulttuurin markkinointi ja tuotteistaminen – kamppailu markkinoinnin oikeutuksesta. Teoksessa Niinikoski Marja-Liisa & Sibelius Kaisa (toim.) Kulttuuribusiness. Helsinki: WSOY, 73-83.

Huuskonen, Visa 1992 Yrittäjäksi ryhtyminen: teoreettinen viitekehys ja sen koettelu. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja A-2:1992.

Illouz, Eva 2006. The culture of management: self-interest, empathy and emotional control. Teoksessa Ziegler Rafael (toim.) An introduction to social entrepreneurship. Voices, pre-conditions, contexts. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 107-132.

Jansson, Johan & Powell, Dominic 2008. Leva på kultur. Preliminära resultat från en studie av kulturella näringar. CIND research paper 2008:1 PDF luettavissa:

<http://www.cind.uu.se/CIND%20Research%20Paper%20Series/CIND2008-1.pdf>

Kainulainen, Kimmo 2005. Kunta ja kulttuurin talous. Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. Tampere university press: Tampere.

Kaivo-oja, Jari 2003. Innovatiiviset toimintaympäristöt kulttuuryritysten menestymisen lähtökohtana. Teoksessa Niinikoski Marja-Liisa & Sibelius Kaisa (toim.) Kulttuuribusiness. Helsinki: WSOY, 30-49.

Karhu, Kari & Pajari, Sauli & Salmi, Raimo 2007. Sosiaalisen yrityksen liiketoiminta ja ansaintalogiikka – teoriaa ja käytännön sovelluksia sähkö- ja elektroniikka-alalta. Liiketoiminta & ansaintalogiikka -työryhmän raportti. Diakonia-ammattikorkeakoulu: Helsinki.

Karjalainen, Antti & Syrjänen, Elina 2009. Onko Suomessa yhteiskunnallisia yrityksiä? Suomen Lontoon instituutti. PDF luettavissa: <http://www.finnish-institute.org.uk/images/stories/pdf2009/yhteiskunnallinen%20yrittäjyys%20raportti.pdf>

Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007. Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015. Julkaisuja 10/2007.

KK-stiftelsen, 2010. Societal entrepreneurship. Viitattu 20.5.2010.  
<http://www.kks.se/templates/StandardPage.aspx?id=12615>

Kyngäs, Helvi & Vanhanen, Liisa 1999. Sisällön analyysi. Hoitotiede Vol. 11, no 1/1999, 3-12.

Kyrö, Paula 1998. Yrittäjyyden tarinaa kertomassa. Helsinki: WSOY.

Laaksonen, Harri 2007. Sosiaalinen yrittäjyys kolmannella sektorilla. Selvitys yritystoiminnan lähtökohdista Turun alueella. Helsinki: Vates-säätiö.

Legge, John & Hindle, Kevin 2004. Entrepreneurship. Context, vision and planning. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Leikola, Markus & Leroux, Päivikki 2006. Kulttuuriviennin liiketoimintamallit. Tekes.

Lilja, Inka & Mankki, Jussi 2010. Yhteiskunnallinen yritys - luova ja yhdistävä toimintatapa. Selvitys yhteiskunnallisesta yritystoiminnasta Suomessa ja sen mahdollisuuksista työllistää heikossa työmarkkina-asemassa olevia henkilöitä. Yhteinen yritys -hanke 15.6.2010.

Lowe, Robin & Marriot, Sue 2006. Enterprise: Entrepreneurship and innovation. Concepts, context and commercialization (1. painos). Oxford: Elsevier Ltd.

Mair, Johanna & Noboa, Ernesto 2006. Social Entrepreneurship: How Intentions to create a social venture are formed. Teoksessa Mair Johanna, Robinson Jeffrey & Hockerts Kai (toim.) Social entrepreneurship. Hampshire: Palgrave Macmillan, 121-136.

Metsämuuronen, Jari 2000. Metodologiset perusteet ihmistieteissä. Metodologia-sarja 1. Helsinki: Methelp.

Mäkirintala, Eija 2009. Taidetaustaisen osaamisen hyödyntäminen yritysten kilpailukyvyyn vahvistamisessa. Luovan Suomen julkaisuja 1. Luova Suomi / Cupore.

Noronen, Heini 2003. Liiketoiminnan suunnittelu luovilla toimialoilla. Teoksessa Niinikoski Marja-Liisa & Sibelius Kaisa (toim.) Kulttuuribisness. Helsinki: WSOY, 62-72.

Opetusministeriö 2006a. Kulttuurin arvo? Kulttuurin kansantaloudellisia vaikutuksia selvittäneen työryhmän raportti. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2006:35

Opetusministeriö 2006b. Luovien alojen yritystoiminnan kehittäminen. Verkostomainen toimintamalliselvitys. 2006:47.

Parker, Simon C. 2008. Social entrepreneurs: a neoclassical theory. Teoksessa Shockley Gordon, Frank Peter & Stough Roger (toim.) Non-market entrepreneurship: Interdisciplinary approaches. Cheltenham: Edward Elgar, 206-216.

Peltomäki, Mari 2003. Yritysmuotoisen toiminnan haasteet kulttuurin kentällä. Teoksessa Niinikoski Marja-Liisa & Sibelius Kaisa (toim.) Kulttuuribisness. Helsinki: WSOY, 92-101.

Perrini, Francesco & Vurro, Clodia 2006. Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice. Teoksessa Mair Johanna, Robinson Jeffrey & Hockerts Kai (toim.) Social entrepreneurship. Hampshire: Palgrave Macmillan, 57-86.

Pöyhönen, Eveliina & Hänninen, Esko & Merenmies, Jaana & Lilja, Inka & Kostilainen, Harri & Mankki, Jussi 2010. Sosiaaliset ja yhteiskunnalliset yritykset uuden talouden edelläkävijöitä? PDF luettavissa: [http://www.tem.fi/files/26291/YY-raportti\\_110210.pdf](http://www.tem.fi/files/26291/YY-raportti_110210.pdf)

Pöyhönen, Eveliina & Karhu, Kari 2008. Sosiaaliset yritykset ja hyvinvointipalvelut. Helsinki: Akidenssi Oy.

Raudaskoski, Anne 2010. Yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä. Email ripolso@siba.fi. 1.11.2010.

Remake 2010a. Yritys. Viitattu 24.10.2010. <http://www.remake.fi/suomeksi/ekodesign-2/yritys/>

Remake 2010b. Arvot. Viitattu 24.10.2010. <http://www.remake.fi/suomeksi/ekodesign-2/arvot-2/>

Saikkonen, Paavo 2006. Laki sosiaalisista yrityksistä. Teoksessa Grönberg Ville (toim.) Yhteisötalous ja sosiaalinen yrittäjyys. Stakes.

Shane, Scott 2003. A general theory of entrepreneurship. The individual-Opportunity nexus. Cheltenham: Edward Elgar.

Sjöberg, Kira 2010. Nykytaiteen markkinarakenne, ansaintalogiikka ja uudet liiketoimintamallit. Luovan Suomen julkaisuja 2. Luova Suomi / Cupore.

SSO - Stichting Sociaal Ondernemerschap 2010a. About SSO. Viitattu 26.7.2010. <http://www.sso.nl/Page/nctrue/sp15320/index.html>

SSO - Stichting Sociaal Ondernemerschap 2010b. What is social entrepreneurship? Viitattu 26.7.2010. <http://www.sso.nl/Page/nctrue/sp15322/index.html>

Suomen Lontoon instituutti 2010. Yhteiskunnallinen yrittäjyys. Viitattu 27.7.2010. <http://www.finnish-institute.org.uk/fi/yhteiskunta/yhteiskunnallinen-yrittajyys>

Suutari, Timo 2007. Kulttuuriyrittäjyyden kehittäminen luovien alojen klusteroituminen kulttuurikeskus Vanhassa Paukussa. Raportteja 22.

Suomen yhteiskunnalliset yrittäjät ry 2010. Tietoa meistä. Viitattu 21.10.2010. <http://syy.fi/tietoa-meista>

Suomi, Outi 2009. Suomen yhteiskunnalliset yritykset ry: Yhteiskunnallinen yrittäjyys – haasteet mahdollisuuksiksi. Powepoint-esitys 20.8.2009. SYY ry.

The Fourth Sector 2010. About the Fourth Sector: The Emerging Fourth Sector. Viitattu 11.6.2010. <http://www.fourthsector.net/learn/fourth-sector>

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli, 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Varbanova, Lidia 2009. Social Entrepreneurship. Lab for culture. PDF luettavissa: [http://live.labforculture.org/2009/10/socialentrepreneurship/files/Social\\_Entrepreneurship\\_EN.pdf](http://live.labforculture.org/2009/10/socialentrepreneurship/files/Social_Entrepreneurship_EN.pdf)

Yin, Robert K. 1994. Case study research: design and methods. Applied social research methods series v. 5. (2. painos). Thousand Oaks: Sage publications.

Young, Dennis 2008. A unified theory of social enterprise. Teoksessa Shockley Gordon, Frank Peter & Stough Roger (toim.) Non-market entrepreneurship: Interdisciplinary approaches. Cheltenham: Edward Elgar, 175-191.

Ytshaki, Ronit & Lerner, Miri & Sharir, Moshe 2008. What are social ventures? Toward a theoretical framework and empirical examination of successful social ventures. Teoksessa Shockley Gordon, Frank Peter & Stough Roger (toim.) Non-market entrepreneurship: Interdisciplinary approaches. Cheltenham: Edward Elgar, 217-242.

Zahra, Shaker A. & Gedajlovic, Eric & Neubaum Donald O. & Shulman, Joel M. 2009. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. Journal of Business Venturing 24 (2009), 519–532.

Ziegler, Rafael 2009. Introduction: voices, preconditions, context. Teoksessa Ziegler Rafael (toim.) An introduction to social entrepreneurship. Voices, preconditions, contexts. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 1-20.

Österåker, Maria 2009. Kulttuuriyrittäjyys teoriassa ja käytännössä - neljä opetusta. Juthbacka kulturcentrum. PDF luettavissa: <http://www.juthbacka.fi/images/artiklar/Raportti.pdf>

## **LIITE**

### Liite 1: Haastattelukysymykset

#### OSIO I

##### **Yrittäjän (yrittäjien) perustiedot:**

Kerro kuka olet?

Ammatti?

Millainen koulutustausta Sinulla on?

Kuinka kauan olet toiminut yrittäjänä?

Kauanko olet toiminut taiteen ja kulttuurin parissa?

##### **Yrityksen tiedot:**

Kerro vapaamuotoisesti yrityksesi historiasta nykypäivään.

- Milloin perustettu, mistä ajatus tuli, motiivi, mikä on yrityksen substanssiosaamista, milloin ajatus yhteiskunnallisesta yrittämisestä / vaikuttavuudesta astui kuvioihin jne.

Miksi yritys on perustettu?

- Yrittäjästä itsestään nousevat motiivit ? Vai

- Liiketoiminnasta nousevat motiivit?

Miksi perustit yhteiskunnallisen yrityksen?

#### OSIO II

##### **Vaihtoehto 1 – Yhteiskunnalliset yritykset**

Kerro omin sanoin, mitä yhteiskunnallinen yrittäjyys tarkoittaa ja miten se näkyy yritystoiminnassanne?

Miten kulttuurin / taiteen / luovuuden ja yhteiskunnallisen mission yhteensovittaminen on onnistunut?

Yhteiskunnallisen yrittämisen tuomat edut ja haitat?

Miten mielestäsi taide ja kulttuuri sopivat yhteiskunnalliseen yrittämiseen? Miten taide näkyy yhteiskunnallisessa yrittämisessä? Miten taidetta ja kulttuuria voitaisiin mielestäsi hyödyntää yhteiskunnallisessa yrittämisessä?

Mitä mieltä olet yhtälöstä ”taide – talous ja etiikka”?

##### **Vaihtoehto 2 – Yhteiskunnallisen yrittäjyyden kynnyksellä olevat yritykset**

Kerro omin sanoin, mitä yhteiskunnallinen yrittäjyys tarkoittaa ja mitä lisäarvoa tai mahdollisuuksia uskot sen tuovan yrityksesi?

Millaisena olet kokenut yritystoiminnan tähän asti? Onko toiminnassasi ollut yht. kun. yrittämisen piirteitä ja miten haluaisit niitä jatkossa jalostaa?

Miten luulet, että kulttuurin / taiteen / luovuuden ja yhteiskunnallisen mission yhteensovittaminen onnistuu?

Miten mielestäsi taide ja kulttuuri sopivat yhteiskunnalliseen yrittämiseen? Miten taide näkyy yhteiskunnallisessa yrittämisessä? Miten taidetta ja kulttuuria voitaisiin mielestäsi hyödyntää emt. yrittämisessä?

Mitä mieltä olet yhtälöstä ”taide – talous ja etiikka”?

### OSIO III

#### **Tulevaisuus:**

Millainen on mielestäsi yhteiskunnallisten yritysten sija Suomessa? Entä toimintaedellytykset?

Entä oman yritystoiminnan tulevaisuus?

Näetkö muutoksia, mahdollisuuksia tai uhkakuvia yhteiskunnallisen yrittäjyyden roolissa yleensä vai omassa liiketoiminnassa?

Miten koet, onko kulttuurialalla myös jatkossa mahdollisuuksia yhteiskunnallisen yrittämisen sektorilla?

Miten kulttuuriala / kulttuuriyrittäjyys voisi hyötyä yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä?

Mitä mielestäsi täytyisi tapahtua, jotta yhteiskunnallinen yrittäminen olisi helpompaa Suomessa?