

Östen Wahlbeck

Turkkilaiset maahanmuuttajat yrittäjinä Suomessa Paikallinen ja transnationaali sosiaalinen pääoma

Johdanto¹

Suuri osa Suomen turkkilaisista maahanmuuttajista on itsenäisiä ammatinharjoittajia pikaruoka- ja ravintola-alalla. Turkkilaiset toimivat erityisen aktiivisesti kebab-yrityksissä. Tässä artikkelissa tarkastellaan mistä turkkilaisten yrittäjien suuri määrä johtuu ja miksi he ovat keskittyneet nimenomaan tälle liiketoiminnan alueelle. Yksi keskeinen selitys itsenäiselle yritystoiminnalle on epäilemättä se, että Suomeen saapuneiden maahanmuuttajien on vaikea löytää työtä. Itsenäinen yritystoiminta on kuitenkin yleistä ainoastaan tietyn kansallisuuden tai etnisen taustan omaavilla maahanmuuttajilla, ja turkkilaiset ovat hyvä esimerkki tästä. Selitystä voi tämän takia helposti lähteä etsimään kulttuurista: kebab on alunperin turkkilainen ruokalaji ja turkkilaiseen kulttuuriin ehkä kuuluu yrittäjyys. Turkkilaisten maahanmuuttajien voidaan ajatella tuovan mukanaan oman turkkilaisen kulttuurinsa, mikä selittäisi juuri kyseisen liiketoiminnan valinnan. Tässä artikkelissa kokonaiskuva osoittautuu monimutkaisemmaksi kuin mitä pelkät kulttuuriset tai ”etniset” selitykset antavat ymmärtää. Keskittämällä huomio sosiaalisen pääoman ilmenemismuotoihin on mahdollista saada tarkempi kuva siitä, miten maahanmuuttajayrittäjät toimivat sosiaalisessa kontekstissa, joka on yhtä aikaa paikallinen ja transnationaali.²

Aiemmat etnisiä liikeyrityksiä käsitelleet tutkimukset (Light & Gold 2000; Rath 2000; Kloosterman & Rath 2003) ovat osoittaneet etnisten ryhmien sisäisten resurssien ja siteiden suuren merkityksen yritysten perustamiselle. Lisäksi viimeaikaisessa transnationalismia koskeneessa keskustelussa on käynyt ilmi, että maahanmuuttajaryhmien sosiaalinen pääoma ei välttämättä ole paikkaan sidottu (Faist 2000). Maahanmuuttajayrittäjät voivat käyttää hyväkseen sekä maahanmuuttajan lähtö- että tulomaassa olevia resursseja. Transnationaa-

lit etniset siteet voivat olla hyödyllisiä taloudellisen, sosiaalisen ja inhimillisen pääoman lähteitä maahanmuuttajayrittäjille.

Huomion keskittäminen etnisiin siteisiin voi kuitenkin vaikeuttaa kokonaiskuvan saamista maahanmuuttajien yrittäjyyden dynamiikasta. Maahanmuuttajayrittäjien hyväksikäyttämä sosiaalinen pääoma ei välttämättä liity etniseen taustaan. Turkkiilaisten yrittäjien Suomessa hyödyntämät sosiaaliset ja taloudelliset suhteet ylittävät perinteiset etniset rajat erityisesti turkkilaisten miesten ja suomalaisten naisten välisissä avioliitoissa. Turkkiilaisten yrittäjien käyttämä sosiaalinen pääoma perustuu molemminpuoliseen luottamukseen ja vastavuoroisuuteen, joita voidaan ylläpitää sekä perinteisten etnisten rajojen sisällä että niiden yli. Korostamalla pelkästään kulttuuria tai etnisyyttä maahanmuuttajien yrittäjyyttä tutkittaessa saatetaan jopa häivyttää asioita niiden selittämisen asemasta.

Artikkelissa esitettävät tulokset perustuvat turkkilaisten yrittäjien ja heidän turkkilaisten työntekijöidensä haastatteluihin Suomessa. Turkkiilaiset maahanmuuttajat valittiin tapaustutkimuksen kohteeksi, koska heidän joukossaan on hyvin paljon itsenäisiä elinkeinonharjoittajia. Esimerkiksi Annika Forsanderin (2002) tutkimuksessa, joka perustui vuosina 1989-1993 Suomeen saapuneisiin työkäisiin maahanmuuttajiin, kaikkiaan 22 prosenttia Turkin kansalaisista toimi yrittäjänä vuonna 1997. Näistä 92 prosenttia toimi ravintola-alalla (Forsander 2002, 169–170). Turkkiilaiset yrittäjät olivat huomattava ryhmä myös Helsingin alueen maahanmuuttajayrittäjiä koskeneessa tutkimuksessa (Joronen, Salmenkangas & Ali 2000, 47; Joronen 2002, 141) sekä Turun alueen maahanmuuttajien työllisyyttä selvittävässä raportissa (Koistinen 1997, 57–59).

Etniset yritykset

Suuri määrä turkkilaisia muutti siirtotyöläisiksi Eurooppaan 1960- ja 1970-luvuilla. 1990-luvulla Länsi-Euroopassa eli jopa 3,5 miljoonaa turkkilaista, Saksassa heitä oli noin 2 miljoonaa (vrt. Abadan-Unat 1995). Ruotsissa ja Saksassa turkkilaiset siirtotyöläiset työskentelivät 1960- ja 1970-luvuilla tehtaissa ja julkisella sektorilla. Vasta kun työttömyysaste näillä aloilla nousi, turkkilaiset alkoivat siirtyä yrittäjiksi. Ruotsissa ja Saksassa turkkilaisten yritysten syntymistä auttoi olemassa oleva suuri turkkilaisyhteisö, jota palvelemaan useat turkkilaiset liikeyritykset alunperin perustettiin (Hjarnø 1988; Abadan-Unat 1997; Pripp 2001). Suomen tilanne on ollut monilta osin hyvin erilainen kuin niissä Länsi-Euroopan maissa, jotka ovat vastaanottaneet Suomea enemmän maahanmuuttajia.

Etniset liikeyritykset ovat olleet yhteiskuntatieteilijöiden suuri kiinnostuksen kohde, ja maahanmuuttajayrityksistä on runsaasti kirjallisuutta. Suurta osaa kansainvälisestä keskustelusta on vaikea soveltaa Suomen erityislaatuiseen tilanteeseen. Yleinen sosiaalisen pääoman ja sosiaalisten verkostojen hyväksikäyttöä käsittelevä teoreettinen kirjallisuus (esim. Portes 1995) on kuitenkin selvästi merkityksellistä Suomenkin kannalta. Tämän on todennut myös Tuula Joronen kollegoineen (Joronen et al. 2000; Joronen 2002). Heidän tutkimus

maahanmuuttajien yrityksistä Helsingin seudulla on ensimmäinen laaja-alainen tutkimus maahanmuuttajien yritystoiminnasta Suomessa.

Aiempi tutkimus viittaa siihen, että maahanmuuttajien etniset siteet tarjoavat voimavaroja, joita maahanmuuttajayrittäjät voivat käyttää hyväkseen perustessaan yrityksiä. Kyseiset etniset siteet eivät välttämättä ole paikallisia. Etniset liikeyritykset voivat usein turvautua transnationaalien verkostojen kautta saataviin voimavaroihin. Sosiaalinen pääoma on ensisijaisesti paikallinen voimavara, mutta mikäli maahanmuuttoprosessiin liittyy transnationaaleja verkostoja ja ketjuuntunutta maahanmuuttoa, sosiaalisen pääoman siirrettävyys lisääntyy (Faist 2000). Viimeaikainen keskustelu transnationaalista muuttoliikkeestä ja transnationalismista auttaa ymmärtämään paremmin maahanmuuttajien yritystoimintaa.

Monissa transnationalismia koskevissa puheenvuoroissa on kuitenkin korostettu, että transnationaalit siteet ja verkostot eivät ole paikasta riippumattomia (*de-territorialised*), vaan ne liittyvät ja ovat aina vahvasti kiinnittyneet tiettyihin paikkoihin ja valtioihin (esim. Guarnizo & Smith 1998; Portes, Guarnizo & Landolt 1999; Faist 2000). Joidenkin tutkijoiden mielestä on jopa niin, että transnationalismi voidaan nähdä pelkästään yhtenä assimilaation muotona, jossa maahanmuuttajat samanaikaisesti assimiloituvat ja transnationalisoituvat (Kivisto 2001; 2003; Joppke & Morawska 2003). Maahanmuuttajien liiketoiminnassaan käyttämistä transnationaaleista verkostoista huolimatta ei pidä unohtaa paikallisia rakenteita ja rajoituksia. Voidaksemme täysin ymmärtää maahanmuuttajien liiketoimintaa Suomessa, meidän on otettava huomioon sekä transnationaalit siteet että se, miten ne ovat juurtuneet paikallisiin sosiaalisiin konteksteihin ja rakenteisiin. Suomessa maahanmuuttajien työttömyysaste on korkea, ja he kokevat syrjintää ja jäävät työmarkkinoiden ulkopuolelle (vrt. Valtonen 2001; Forsander 2002). Tämän rakenteellisen taustan valossa on oleellista tutkia niitä syitä, jotka selittävät turkkilaisten maahanmuuttajien itsenäisen ammatinharjoittamisen yleisyyttä.

Keskeisenä taloussosiologian tutkimuksen lähtökohtana on ymmärtää, että talous on uppoutunut (*embedded*) sosiaaliseen yhteyteensä. Yritysten ja yrittäjien ”uppoutuneisuuden” tutkiminen on ollut siten tärkeä maahanmuuttajien liikeyritysten tutkimisessa (vrt. Portes 1995; Rath 2000). Sosiaalinen uppoutuneisuus (*social embeddedness*) on kuitenkin pikemminkin ohjelmallinen kuin analyttinen termi. Nykyisessä taloussosiologiassa on todettu käyttökelpoisemmiksi sosiaalisen pääoman käsite, ja sen ilmenemismuotoja kuvaavat käsitteet, kuten *luottamus* ja *vastavuoroisuus* (Portes & Sensenbrenner 1993). Sosiaalisen pääoman tutkimisessa keskeisiä ovat taustalla vaikuttavat sosiaaliset suhteet, jotka saavat liiketoiminnan pyörimään. Kuten Jan Nederveen Pieterse (2003) esittää, saattaa kuitenkin olla harhaanjohtavaa olettaa sosiaalisen pääoman perustuvan etnisyyteen. Hän kritisoi vakuuttavasti ”etnisen talouden” käsitettä ja väittää maahanmuuttajien liikeyritysten nojautuvan aina myös kulttuurirajat ylittäviin suhteisiin. Kulttuuriin sidottu sosiaalinen pääoma toimii ja voi toimia pitempiä aikaa ainoastaan osana kulttuurirajat ylittävää sosiaalis-

ta pääomaa (Nederveen Pieterse 2003, 40).

Monimutkaisempi aihe on se, että etnisyys käsitettynä sosiaalisesti määriteltynä kategoriana, saattaa suurelta osin olla taloudellisten rakenteiden tuottamaa. Ei siis ole kyse vain siitä, kuinka etnisyys vaikuttaa taloudelliseen toimintaan, vaan myös siitä, kuinka etnisyys sinänsä on taloudellisen toiminnan tulosta. Esimerkiksi etnisten liikeyritysten osalta etniset identiteetit ja rajat voivat muodostua ja kehittyä työntekijöiden ja asiakkaiden tiskin yli tapahtuvissa kohtaamisissa (vrt. Parker 2000; Pripp 2001).

Maahanmuuttajayrityksiä koskevissa tutkimuksissa etnisten siteiden ja kulttuuristen piirteiden avulla usein selitetään, miten ja miksi jonkin tietyn etnisen ryhmän edustajat ryhtyvät yrittäjiksi. Etnisyyteen ja kulttuuriin keskittyvät selitykset voivat kuitenkin kätkeä muita tärkeitä tekijöitä ja antaa yksinkertaistetun ja essentialistisen kuvan tarkasteltavasta ryhmästä. Maahanmuuttajien yrittäjyys ei koskaan ole suora perintö lähtömaan kulttuurista (vrt. Werbner 1999). Kulttuuriset selitykset voivat peittää rakenteellisia tekijöitä, kuten työttömyyttä ja syrjintää, jotka pakottavat maahanmuuttajia ryhtymään itsenäisiksi yrittäjiksi. Voidaksemme täysin ymmärtää syitä, jotka ovat johtaneet turkkilaisten maahanmuuttajien yrittäjyyteen Suomessa, tarvitaan analyysia heidän samanaikaisesti transnationaaliseen ja paikalliseen sosiaalisesta kontekstistaan. On myös hyödyllistä tutkia, miten luottamus ja vastavuoroisuus sosiaalisen pääoman ilmenemismuotoina toimivat tässä kontekstissa.

Menetelmät ja aineisto

Tämä artikkeli perustuu tutkimukseen turkkilaisista maahanmuuttajayrittäjistä. Tutkimusta varten vuosina 2001-2002 haastateltiin 27 turkkilaista yrittäjää ja 11 turkkilaisessa yrityksessä työskentelevää turkkilaista työntekijää. Suurimman osan haastatteluista teki turkkilainen tutkimusassistentti turkin kielellä. Haastattelut perustuvat puolistrukturoituihin haastatteluihin, jotka myöhemmin käännettiin suomeksi ja kirjoitettiin puhtaaksi analysointia varten.

Kaikki haastateltavat olivat Turkin kansalaisia tai syntyneet Turkissa. Tässä artikkelissa haastateltavia ja heidän yrityksään on kutsuttu turkkilaisiksi puhtaasti käytännön syistä, haastateltavien joukossa oli myös kurdeja ja muita Turkin vähemmistöihin kuuluvia henkilöitä.³ Ylivoimaisesti suurin osa Suomen turkkilaisista yrittäjistä on miehiä. Haastatteluista vain kolme oli naisia, ja heistä yhtä voidaan pitää itsenäisenä yrittäjänä. Artikkelissa turkkilaisilla yrittäjillä viitataan siten pääasiassa miespuolisiin yrittäjiin.

Haastattelututkimus keskittyi Varsinais-Suomeen, jossa haastateltiin 21 turkkilaista yrittäjää ja turkkilaisten yritysten 10 turkkilaista työntekijää syksyllä 2001. Kyseiset yrittäjät edustivat noin 80 prosenttia alueen turkkilaisista yrittäjistä. Lisäksi keväällä 2002 tehtiin seitsemän haastattelua Helsingissä. Näin tarkasteltiin sekä pääkaupunkiseutua, jossa on suuri turkkilaisten maahanmuuttajien keskittymä että turkkilaisten yritysten alueellista levittäytyneisyyttä. Haastatteluja on täydennetty tutkimalla kaupparekisteristä saatavilla olevaa tietoa kaikista Suomessa toimivista turkkilaisten omistamista yrityksistä.

Turkkilainen väestö Suomessa

Turkkilaisen maahanmuuton historia Suomessa eroaa olennaisesti muista Euroopan maista. Suomessa ei ole koskaan koettu yhtä laajaa maahanmuuttoa Turkista kuin muissa Länsi-Euroopan maissa. Suomen maahanmuuttolainsäädännön ja -käytäntöjen vuoksi ketjuuntunut maahanmuutto on ollut vaikeaa. Turkista on tullut vain muutamia turvapaikanhakijoita, ja harva heistä on saanut poliittisen turvapaikan (vrt. Wahlbeck 1999). Turkkilaiset, kuten muutkin maahanmuuttajaryhmät, ovat muuttaneet Suomeen pääasiassa 1980-luvun lopusta lähtien.

Tilastokeskuksen (2003) mukaan Suomessa asui 31.12.2001 vakinaisesti kaikkiaan 1 981 *Turkin kansalaista*. Silmiinpistävää on, että miehiä on huomattavasti enemmän kuin naisia (1 474 miestä ja 507 naista). Virallisten tilastojen mukaan Suomessa vakinaisesti asuvia *Turkissa syntyneitä* henkilöitä oli 2 382, joista 1 838 oli miehiä ja 544 naisia. Luvut osoittavat useiden Turkissa syntyneiden saaneen Suomen kansalaisuuden. Kaikkiaan 1 298 Turkissa syntynyttä henkilöä asui Uudenmaan maakunnassa (54 %) ja 162 Varsinais-Suomessa (7 %).⁴

Esitetyt luvut heijastavat turkkilaisten maahanmuuton liittyvän pääosin turkkilaisten miesten ja suomalaisten naisten välisiin avioliittoihin. Vuonna 2001 näitä avioliittoja oli rekisteröity 719 (Tilastokeskus 2003). Yli puolet turkkilaisista naimisissa olevista miehistä on naimisissa suomalaisen naisen kanssa, sen sijaan suomalaisten miesten ja turkkilaisten naisten väliset avioliitot ovat harvinaisia (Ylänkö 2000, 189).⁵ Maahanmuuttajien ja suomalaisten välisillä avioliitoilla on ollut suuri merkitys turkkilaisille liikeyrityksille Suomessa.

Turkkilaiset liikeyritykset Suomessa

Suomen kaupparekisteristä löytyy yksityiskohtaista tietoa turkkilaisista liikeyrityksistä⁶. Yrittäjän etu- ja sukunimen perusteella syksyllä 2001 tehdyn kartoituksen mukaan turkkilaisten omistuksessa olevia yrityksiä oli 250–300. Määrä on erittäin suuri, kun otetaan huomioon, kuinka vähän turkkilaisia Suomessa on. Kaupparekisterin tiedot osoittavat, että turkkilaisten yritysten selvä enemmistö toimii palvelualalla, pääasiassa ravintola- ja pikaruokasektorilla. Sekä tekemäni kenttätyö että kaupparekisteristä saadut tiedot osoittavat, että pääasiallinen liiketoiminta kohdistuu kebabien ja pizzojen myyntiin. Vaikka suurin osa turkkilaisista liikeyrityksistä on pieniä palvelualan yrityksiä, mukana on myös tuonti- ja vientialan yhtiöitä. Turkkilaiset yhtiöt ovat usein pienikokoisia, eikä niillä yleensä ole vakituisia palkattuja työntekijöitä. Yritysten maantieteellinen jakauma on yllättävän laaja – turkkilaisia yrityksiä on pieniläkin paikkakunnilla ympäri Suomea.

Transnationaalit suhteet

Haastatelluilla maahanmuuttajilla oli suuri määrä erilaisia transnationaaleja yhteyksiä ja suhteita. Suurin osa turkkilaisista maahanmuuttajista on saapu-

nut Suomeen vasta joitakin vuosia sitten ja he pitävät edelleen yhteyttä Turkissa ja muissa maissa asuviin sukulaisiinsa ja ystäviinsä. Osa haastatelluista kertoo käyvänsä Turkissa säännöllisesti, kaikki yrittävät käydä siellä ainakin kerran vuodessa, vaikka tästä saattaa aiheutua suuria ongelmia heidän yritystoimintansa hoitamiseksi. Muissa maissa (kuin Suomessa) asuvien turkkilaisten tapaan haastateltuja voidaan nimittää transnationaalien perheiden jäseniksi samaan perheyhteisöön kuuluvien henkilöiden asuessa eri puolilla maailmaa (vrt. Bryceson & Vuorela 2002). Suomessa toimivien turkkilaisten yrittäjien transnationaalit sosiaaliset suhteet ovat usein laajoja ja kauas ulottuvia.

Voidaan myös katsoa, että Suomessa asuvilla turkkilaisilla maahanmuuttajilla on symbolisia transnationaaleja siteitä (vrt. Faist 2000, 102). Maahanmuuttajat voidaan nähdä osana laajempia kuvitteellisia yhteisöjä, jotka pysyvät koossa yhteisen etnisen identiteetin tai poliittisen vakaumuksen avulla. Symboliset siteet ovat erityisen voimakkaita pakolaisilla, jotka säilyttävät usein vahvan poliittisen suuntautuneisuuden lähtö- tai kotimaataan kohtaan (vrt. Wahlbeck 1999; Povrzanovic 2001; Al-Ali & Koser 2002). On kuitenkin syytä muistaa, etteivät vahvat transnationaalit siteet sinänsä välttämättä yhdistä etnistä ryhmää kokonaisuudessaan, sillä poliittiset erimielisyydet ovat pikemminkin sääntö kuin poikkeus pakolaisryhmissä (Wahlbeck 2002). Myös Suomen turkkilaista yhteisöä jakavat erilaiset etniset identiteetit ja poliittiset mielipiteet.

Suomen turkkilaisilla yrittäjillä on myös taloudellisia transnationaalisia suhteita. Tutkimustulokseni osoittavat kuitenkin, että vaikka yrittäjillä onkin paljon yhteyksiä Turkissa ja Euroopassa toimiviin turkkilaisiin yrittäjiin, menestykselliset liiketoimet muissa maissa toimivien turkkilaisten yritysten kanssa ovat yllättävän harvinaisia. Monet yrittäjät ovat harjoittaneet vientiä tai tuontia, mutta vain harvat yritykset ovat saaneet vahvan jalansijan Suomen markkinoilla. Siten vain pienellä osalla haastatelluista oli kansainvälistä liiketoimintaa. Tyypillinen turkkilainen kebabravintola ostaa kaikki tarvitsemansa tarvikkeet ja ruokatavarat suomalaisista tukkukaupoista.

Kuten esimerkiksi Thomas Faist (2000, 216) tuo esille, Euroopassa toimivilla turkkilaisilla yrittäjillä on käytössään halvan ja kuuliaisien työvoiman varanto Turkissa. Kun kebab-liiketoiminta 1980-luvun lopulla laajeni Suomessa, osa yrittäjistä kutsui sukulaisiaan töihin ravintoloihinsa. 1990-luvun lama kasvatti kuitenkin työttömyyttä erityisesti maahanmuuttajien keskuudessa, minkä seurauksena työvoimaa on ollut runsaasti saatavilla myös Suomesta. Useimmat turkkilaisten hoitamat yritykset ovat kuitenkin pieniä, eikä palkattujen työntekijöiden tarve ole suuri.

Transnationaalit suhteet ilmenevät selvästi, kun tarkastelemme turkkilaisten yritysten historiaa Suomessa. Kebab-yritysten liikeidea on tuotu Suomeen Saksasta ja Ruotsista, joihin 1980-luvun alkupuolella perustettiin lukuisia kebab-yrityksiä. Yksi yrittäjyyden uranuurtajista oli aikaisemmin asunut Saksassa ja kävi siellä 1980-luvun keskivaiheilla tutustuakseen alaan ja ostaakseen asianmukaisia keittiölaitteita Saksan turkkilaisilta. Haastattelussa hän ja hänen suomalainen vaimonsa kertoivat, kuinka he perustivat yhden Suomen ensimmäisistä kebab-liikkeistä 1980-luvun keskivaiheilla:

H: Mistä saitte idean myydä juuri kebabaja?

Mies: Sekin oli niin että ei kukaan uskonut että kebab menee...

Vaimo: Kuulimme ystäviltä jotka olivat olleet esimerkiksi Ruotsissa. Sieltä saimme kuulla kebabista. Suomessa ei vielä ollut, mutta Euroopassa oli jo kebabaja.

H: Tuliko idea Saksasta?

Vaimo: Ajattelimme että jos kebab menee Saksassa ja Ruotsissa niin se menee varmaan Suomessakin. Silloin tuli paljon pizzerioita Suomeen, että etnisiä ravintoloita ja ruokia tuli Suomeen. (H34)

Edellä mainitut havainnot viittaavat siihen, että transnationaalit sosiaaliset, taloudelliset ja kulttuuriset suhteet mahdollistivat turkkilaisten kebab-yrittysten perustamisen. Tulokset osoittavat myös sen, että transnationalismin roolia tutkittaessa on aina otettava huomioon paikalliset olot ja niiden asettamat rakenteelliset rajoitukset. Tämä liittyy aiemmin mainittuihin näkökantoihin, joiden mukaan transnationaalit verkostot eivät ole paikasta riippumattomia, vaan ne liittyvät aina tiettyihin paikkoihin ja valtioihin ja ovat niihin tiukasti juurtuneita.

Kebab-yrittysten perustaminen Suomeen

Ensimmäiset turkkilaisten pikaruokapaikkojen uranuurtajat olivat turkkilaisia miehiä, jotka olivat asuneet Suomessa jo jonkin aikaa, olivat yleensä naimisissa suomalaisen kanssa ja puhuivat sujuvasti suomea. Toisin kuin muissa Euroopan maissa, Suomessa ei ole suurta turkkilaisten asiakkaiden joukkoa. Maahanmuuttajayrittäjien on täytynyt alusta alkaen kilpailla suomalaisten yritysten kanssa suomalaisista asiakkaista.

Turkkilaisten yrittäjien haastatteluiden mukaan ensimmäiset turkkilaisten omistamat kebab-yritykset perustettiin 1980-luvun puolivälissä (yksi ensimmäisistä turkkilaisen omistamista ravintoloista avattiin Karjaalle vuonna 1985). Ensimmäiset Suomessa mydyt kebabit tarjottiin kuitenkin suomalaisen omistamissa yrityksissä. Kebabit tulivat ensin Länsi-Suomeen, mikä tukee oletusta idean saapumisesta Ruotsista. Turkuun ensimmäinen kebab-paikka perustettiin vuonna 1985 suomalaisen yrittäjän voimin (Sundelin 2003, 10), Helsingin keskustan ensimmäisen kebab-ravintolan perusti suomalainen yrittäjä vuonna 1987 (Villanen 1999, 239).

Kebab-ravintoloiden perustaminen Suomeen tulee nähdä suhteessa yleisempään ruokakulttuurin muutokseen maassamme. 1980-luvulla Suomeen tuli monenlaisia etnisiä ruokalajeja ja ravintoloita. Pizzerioita seurasivat kebabliikkeet ja vielä ”eksoottisemmat” ravintolat (Karisto 1992; Villanen 1999). Perinteisiin suomalaisiin grillikioskeihin kebabit ilmestyivät vaihtoehtoiksi makkaroilille ja hampurilaisille. 1990-luvulla myös monet muut maahanmuuttajaryhmät alkoivat perustaa pizza- ja kebab-yrityksiä. Niinpä kebabien myynti Suomessa ei missään tapauksessa ole ominaista ainoastaan turkkilaisille, ja

vain pieni osa Suomen kebab-liikkeistä on turkkilaisten yrittäjien omistamia. Lisäksi nykyiset pikaruokapaikat myyvät samanaikaisesti niin pizzoja, keba-beja kuin muitakin pikaruokia, yrityksen omistajan etnisestä taustasta riip-pumatta. Pikaruokapaikat ovat selvästikin mukauttaneet tuotteensa Suomen markkinoille ja suomalaisia kuluttajia varten.

Kebab on alunperin turkkilainen ruokalaji, mutta Suomessa myytävät keba-bit muistuttavat ainoastaan etäisesti Turkissa tarjottavia *kebapeja*.⁷ Näin on-kin kyseenalaista, voidaanko kebab-liikkeitä yleisesti ottaen kutsua etnisiksi tai turkkilaisiksi. Turkkilaisten yritysten kulttuuria ei voida mitenkään katsoa Turkista tuoduksi konseptiksi. Päinvastoin kyseinen liiketoiminnan alue ja sen kaupalliset tuotteet vaikuttavat suurelta osin olevan hyvinkin suomalaisperäi-siä.

Ensimmäisten kebab-paikkojen perustamisen jälkeen pikaruokapaikoissa harjoitettu taloudellinen toiminta tuli nopeasti hyvin suosituksi turkkilaisten maahanmuuttajien keskuudessa. Työn oppii helposti ja toimipiste vaatii ai-noastaan pieniä taloudellisia investointeja. Keittiön laitteet eivät ole kalliita ja ravintolan voi perustaa hyvinkin pieniin tiloihin, jolloin vuokratulot ovat kohtuulliset. Kebab-yrittäjän suurin tarvittava panos on aika, ja sitä Suomeen muuttaneilla oli runsaasti 1990-luvulla maahanmuuttajien keskuudessa olleen korkean työttömyyden vuoksi. Kyseessä on myös yksi harvoista talouselämän aloista, joilla on mahdollista kilpailla suomalaisten yrittäjien kanssa, tosin te-kemällä pitempää työpäivää kuin he.

Pääasiallinen syy, miksi haastatellut olivat aloittaneet oman liikeyrityksen, olikin työttömyys. Yksikään haastatelluista ei ollut tullut Suomeen aikomukse-naan perustaa yritys. Suomeen muuttamiseen liittyi aina henkilökohtaisia syitä tai muutto juuri Suomeen johtui pelkistä yhteensattumista. Ajatus yrityksen perustamisesta syntyi yleensä vasta sitten, kun Suomessa oli eletty jo jonkin aikaa, eikä töitä ollut löytynyt. Kukaan haastatelluista ei ollut työskennellyt kebab-liikkeessä Turkissa ennen Suomeen tuloaan.

Suomalaisten tuki yrityksissä

Kebab- ja pizza-ruokapaikat muodostavat sopivan markkinaraon maahan-muuttajille, koska tarvittava alkupääoma ei ole merkittävä. Tästä huolimatta monien turkkilaisten maahanmuuttajien yleinen ongelma on ollut vaikeus saada pankkilainaa. Ruotsalaisissa tutkimuksissa (Berg 1994; Pripp 2001) on korostettu sitä, että turkkilaisilla maahanmuuttajilla on usein hyvät mahdolli-suudet lainata rahaa toisiltaan laajojen etnisten ja sosiaalisten verkostoidensa ansiosta. Näin on Suomessakin, mutta koska kebab-liiketoiminta ei välttämät-tä ole kovinkaan kannattavaa, maahanmuuttajien taloudelliset resurssit ovat yleensä suhteellisen rajalliset. Yrityksen perustamistilanteessa yrittäjän siteet ja yhteydet suomalaisiin voivat siksi muodostua ratkaisevaksi sosiaalseksi pääomaksi. Suomen tapauksessa on erityisesti korostettava suomalaisten puo-lisoiden osuutta yritysten perustamisessa. Varsinkin silloin, kun ensimmäiset kebab-yritykset perustettiin Suomeen, ja muita turkkilaisia yrittäjiä oli vähän,

suomalaisen vaimon tuki oli merkittävä.

Tämän tutkimuksen 27 yrittäjästä 20:llä oli tai oli aikaisemmin ollut suomalainen aviopuoliso. Suomalaiset vaimot olivat usein yrityksen perustamisvaiheessa avustaneet aviomiestään tai olivat taanneet pankkilainoja. He olivat usein myös auttaneet erilaisissa käännöstöissä. Joissakin tapauksissa suomalainen vaimo oli toiminut myös yhtiön edustajana ulospäin, jolloin oli vältetty yrityksen etninen syrjintä.

H: Mistä sait yrityksen aloittamiseen tarvittavaa käytännön apu?

Y: Tein sen verran kuin osasin. Taas vaimoni tässä asiassa auttaa. Hän hoitaa paperiasiat. Minä olen toimitusjohtaja ja hän on hallituksen puheenjohtaja. Hän hoitaa paperiasiat, minä hoidan työasioita. (H18)

Suomalaisten kanssa solmittujen avioliittojen suuri osuus ei ole ainoastaan turkkilaisten yrittäjien keskuudessa ilmenevä piirre. Joronen (2002, 152) toteaa monien maahanmuuttajayrittäjien Helsingissä olevan naimisissa suomalaisen kanssa. On mahdollista, että suomalaisten kanssa naimisissa olevat maahanmuuttajat ovat tyypillisemmin yrittäjiä kuin muiden ammattikuntien edustajia. Tämä voisikin olla tulevien vertailevien tutkimusten aiheena.

Suomalaisen vaimon lisäksi myös suomalainen kirjanpitäjä voi olla tärkeä resurssi maahanmuuttajayrittäjille. Turkkilaisten yritysten kirjanpidosta vastaavat lähes poikkeuksetta suomalaiset ammattikirjanpitäjät. Kirjanpitäjät avustavat usein muissakin byrokratiaan liittyvissä asioissa.

Kebab-yritysten vakiintuminen

Aiemmin saapuneiden maahanmuuttajien esimerkki on ratkaiseva myöhemmin saapuneiden turkkilaisten maahanmuuttajien kannalta. Useimmiten turkkilainen kebab-yrittäjä aloittaa uransa toimimalla työntekijänä toisen – yleensä turkkilaisen – maahanmuuttajan liikkeessä. Jonkin ajan kulutta hän avaa oman liikkeensä tai ostaa liikkeen, jossa aiemmin työskenteli. Palkatut työntekijät suostuvat usein työskentelemään hyvin pienellä palkalla, sillä he kokevat tarpeelliseksi oppia ala ja solmia tulevien liiketoimien kannalta hyödyllisiä suhteita. Seuraava haastattelu kuvaa hyvin, miten uudet turkkilaiset maahanmuuttajat vedetään mukaan pikaruoka-alalle oppimaan toimintatavat maanmiehitään:

H: Mistä sait idean perustaa yrityksen?

Y: Ei se ollut päällimmäisenä ajatuksena kuin tulin Suomeen. Alunperin oli aikomus tulla opiskelemaan. Mutta silloin kuin tulin Suomeen niin ravintola-ala, koko kebab-business kävi hyvin. Siitä sain idean. Mutta ei minulla ollut muuta vaihtoehtoa, olin työttömänä ja muuta työtä ei ollut. [---]

Y: Olin jonkin verran tutustunut kebab-ravintoloihin Suomessa sen jälkeen kuin tulin tänne, olin ollut auttamassa muutama kerta kebab-paikoissa, ja siitä tämä idea tuli. Alkuvaiheessa tämä oli uusi kiinnostava tuote ja ruokapaikkoja oli vähän ja tämä ala kävi hyvin Suomessa, siis toisin sanoen paremmin kuin työttömyyttä.

Jonkin verran olin töissä muissa turkkilaisissa paikoissa auttamassa vähän ennen kuin avasin oman liikkeen, joten minä olin tutustunut tähän alaan ennen kuin päätin itse yrittää.

H: Oliko yrityksen perustaminen jo mielessä kuin saavuit Suomeen?

Y: Ei ollenkaan, sain tämän idean vasta Suomessa (H32)

Etnisyys, kulttuuri ja sosiaalinen pääoma

Maahanmuuttajaryhmän kulttuuria pidetään ainakin julkisessa keskustelussa usein tärkeänä etnisten liikeyritysten perustamiselle. Tämä turkkilaisia yrittäjiä koskeva tutkimus viittaa kuitenkin siihen, että kyseessä olevilla maahanmuuttajilla ei yleensä ole muuta vaihtoehtoa kuin ryhtyä itsenäisiksi yrittäjiksi Suomessa. Kun maahanmuuttaja perustaa kebab-yrityksen Suomeen, ei olekaan ensisijaisesti kyse maahanmuuttajan kulttuurisesta taustasta, vaan selviytymisestä vaikeassa tilanteessa. Luonnollisesti turkkilaiset maahanmuuttajat käyttävät transnationaaleja suhteitaan ja kulttuuriaan apuna yritysten perustamisessa, mutta tällä toiminnalla on myös taustansa Suomen työmarkkinoilla, jotka ovat suurilta osin suljettu maahanmuuttajilta. Kulttuurin osuutta tulee tulkita vallitsevissa sosiaalisissa ja taloudellisissa oloissa, joissa yrittäjät elävät ja toimivat Suomessa. Saadaksemme selkeämmän kuvan kulttuurin ja etnisyyden merkityksestä on mielestäni hyödyllistä tarkastella kahden sosiaalisen pääoman ilmenemismuodon, *vastavuoroisuuden* ja *luottamuksen* toimintaa.

Vastavuoroisuus

Yksi mielenkiintoinen etnisten rajojen tulkintatapa on hyödyntää vastavuoroisuuden käsitettä, kuten antropologi Jenny B. White (1997) on tehnyt. Hänen mukaansa Saksassa asuvien turkkilaisten identiteettiä on vaikeaa kuvailla perinteisin etnisin tai kulttuurisin termein. Saksan nykyistä turkkilaista yhteisöä ei voida määritellä minkään kulttuuristen ominaisuuksien perusteella ja lähemmin tarkasteltuna yhteisön kulttuurinen yhtenäisyys onkin selvästi kuviteltua. ”Turkkilainen yhteisö” jakautuu lukuisiin alakategorioihin, joiden edut ja elämäntavat ovat toisinaan hyvinkin erilaisia: työläinen, opiskelija, islamisti, vasemmistolainen, kurdi, alevi, toinen ja kolmas sukupolvi, taide-eliitti jne. (White 1997, 755). White esittää, että turkkilainen yhteisö voitaisiin kulttuurin sijaan määritellä yhteisön ”prosessuaalisen identiteetin” avulla, joka puolestaan perustuu yleiseen vastavuoroisuuteen osallistumiseen: se joka on valmis antamaan aikaansa, huomiotaan, tietoaan ja apuaan, ja jonka ”ovi on aina auki”, jolta voi saada lainaa, on ”yksi meistä”, joko ”turkkilainen” tai

”kuin turkkilainen” (White 1997, 756). Whiten Berliinissä tekemän kenttätöön mukaan rahan lainaaminen oli tärkeä läheisen suhteen ja yhteisöllisyyden osoitus. Hänen mielestään rahasta on tullut vastavuoroisuuden ensisijainen väline. Siitä tulee samalla myös keskeinen metafora erotuttaessa saksalaisista (White 1997, 758).

Tätä teoriaa vastavuoroisuudesta voi myös käyttää yleisemmin kuvaamaan etnisten rajojen luomista ja ylläpitoa. Teoriaa on mahdollista käyttää myös kuvattaessa Suomessa asuvien turkkilaisten etnisiä rajalinjoja. Turkkilaiset yrittäjät ovat talous- ja liikeasioissa läheisissä vastavuoroisissa suhteissa ihmisiin, joihin he *luottavat*. Henkilö, johon voi luottaa, on joko turkkilainen maanmies tai ”kuin turkkilainen”. Tavallaan etnisyys ja talous kietoutuvat näin toisiinsa ja kumpikin asia voi olla seurausta toisesta.

Luottamus

Luottamuksen merkitys etnisten likeyritysten menestykselle on todistettu monissa tutkimuksissa (Portes 1995; Light & Gold 2000). Luottamus on tärkeää, sillä se on sosiaalista pääomaa, jota vähemmistö- ja maahanmuuttajayhteisöt voivat käyttää kilpaillessaan enemmistön kanssa. Sosiaalinen pääoma on usein ainoa pääoman muoto, jota vähemmistö voi hyödyntää laajemmin kuin resurssija omaava enemmistö. Mark Granovetter (1995, 155) esittää katsauksessaan etnisten yritysten menestykseen vaikuttavista tekijöistä, että etnisten yritysten edut suhteessa toisiin yrityksiin näyttävät olevan vankimmillaan tilanteessa, jossa luottamus on keskeisin vaadittava resurssi ja sen puuttuminen johtaa ongelmiin yrityksen toiminnassa.

Haastateltavani antoivat paljon esimerkkejä, miksi suomalaiset eivät ole sopivia työntekijöitä. Yrittäjät tarvitsevat työntekijöitä, joihin he voivat luottaa myös siinä tapauksessa, että yritys ei menesty. Lisäksi työntekijältä odotetaan joustavuutta työajan ja palkan suhteen. Suomalaisen työntekijän ei yleensä katsottu olevan tarpeeksi joustava eikä valmis työskentelemään kebab-liikkeissä vallitsevissa työoloissa. Ellei turkkilaisia työntekijöitä ollut saatavissa, toiseksi paras vaihtoehto oli Lähi-idästä saapunut maahanmuuttaja.

H: Onko yrityksessä muita työntekijöitä?

Y: Yksi iranilainen, jonka ennestään tunsin. Hän on minun kaverini.

Hänet tunnen ja luotan häneen. (H18)

Joissain tapauksissa suomalaisiin voitiin kuitenkin luottaa liikekumppaneina. Avioliiton kautta syntyy tarvittava vastavuoroisuuden side ja suomalaiseen puolisoon tai puolison sukulaisiin voi luottaa yhtäläillä kuin turkkilaiseen yhteistyökumppaniin. Itse asiassa jotkut turkkilaiset yrittäjät olivat käyttäneet yritystensä perustamisessa yksityisiä lainoja, joita he olivat saaneet suomalaisilta vaimoiltaan ja sukulaisiltaan. Tämä oli luonut automaattisesti yhteisen sosiaalisen siteen. Yrittäjien vastavuoroiset siteet voivat siis ylittää etniset rajat.

H: Mistä sait idean perustaa yrityksen?

Y: Miten sanoisin sen. Ajattelin tulevaisuuttani, ja työnteosta pitävinä ihmisenä olen aina halunnut tehdä jotakin työtä. Kun vaimoni auttoi minua, niin minä hyödyntsin tilanteen. Vaimoni auttoi. (H18)

H: Miksi perustit yrityksen juuri [paikkakunnassa]?

Y: Koska anoppini ja entinen vaimoni olivat takaajia ja eivät antaneet minun perustaa minnekään muualle. He sanoivat, että jos perustat jonnekin muualle, niin emme tule takaajiksi. Pakottivat minut jäämään [paikkakunnan] lähetyville. (H20)

Etnisiin siteisiin liittyen voi myös todeta, että turkkilaisten maahanmuuttajien keskuudessa vallitsevaa solidaarisuutta ei pidä myöskään liioitella. Turkkilaiset yrittäjät voivat suhtautua toisiinsa kuin kilpailijoihin, eivätkä silloin voi täysin luottaa toisiinsa. Tämän lisäksi turkkilaisen yhteisön sisällä on monia poliittisia erimielisyyksiä ja jakolinjoja, joilla voi olla haitallinen vaikutus sosiaalisen pääoman kehittämiseen turkkilaisessa yhteisössä. Näin luottamusta ja vastavuoroisuutta ei välttämättä saavuteta turkkilaisten etnisten siteiden avulla.

Loppupäätelmät

Olen tässä artikkelissa kuvannut, miten turkkilaiset maahanmuuttajayrittäjät hyödyntävät sekä paikallista että transnationaalista sosiaalista pääomaa perustaessaan yrityksiä. Turkkilaiset yrittäjät hyödyntävät oman etnisen ryhmänsä sisäistä sosiaalista pääomaa Suomessa sekä transnationaaleissa yhteyksissä. Näiden suhteiden tarjoamat resurssit ovat kuitenkin usein rajallisia ja toisinaan on helpompi hyödyntää paikallisten suomalaisten suhteiden, esimerkiksi suomalaisten vaimojen kautta saavutettavaa sosiaalista pääomaa. Tässä mielessä turkkilaiset yrittäjät käyttävät kaikkea saatavana olevaa sosiaalista pääomaa likeyrityksensä menestymiseksi. Avain turkkilaisten yrittäjien suhteellisen hyvän menestymisen ymmärtämiseen piilee todennäköisesti heidän kyvyssään yhdistää saatavilla olevat suomalaiset ja turkkilaiset resurssit sekä paikalliset ja transnationaalit suhteet ja verkostot. Näin yrittäjät ovat samanaikaisesti osana sekä paikallista että transnationaalista sosiaalista kontekstia.

Voidaankin päätellä, että yleisesti maahanmuuttajien likeyrityksiin liitetyn etnisyyden korostamisen sijaan kyse on pikemminkin *luottamuksesta* ja *vastavuoroisuudesta*. Etnisyys korostuu, koska välttämätön luottamus ja vastavuoroisuus on helppo saavuttaa samaa kieltä puhuvien ja samat kokemukset jakavien sukulaisten ja ystävien kanssa. Tämä ei kuitenkaan sulje pois erilaisen kulttuurisen, kielellisen tai etnisen taustan omaavien henkilöiden välisen luottamuksen ja vastavuoroisuuden mahdollisuutta. On siis tärkeää kyseenalaistaa yksinkertaistetut selitykset siitä, miksi ja miten ”etnisiä yrityksiä” perustetaan. Yritykset nähdään usein suurelta osin yrittäjien kulttuurin seurauksena, jolloin kätketään muita tärkeitä tekijöitä ja annetaan yksinkertaistettu ja essentialisti-

nen kuva tarkasteltavana olevasta ryhmästä. Turkkiilaisten Suomen työmarkkinoilla kohtaamat rakenteelliset ongelmat jäävät piiloon ja maahanmuuttajaryhmän ongelmat selitetään kulttuurisin termein. Itsenäinen yrittäjyys on usein ainoa vaihtoehto työttömyydelle, eikä tätä rakenteellista tosiasiaa tule unohtaa, kun yritämme selvittää, miksi ja miten maahanmuuttajat ryhtyvät usein Suomessa yrittäjiksi.

Kulttuuriset tai ”etniset” selitykset voivat myös hämärtää sen tosiasian, että maahanmuuttajien työmarkkina-asema kertoo paljon suomalaisesta yhteiskunnasta ja hyvinvointivaltion muutoksista. Kuten Janus-lehdessä on aikaisemmin esitetty, maahanmuuttajat ”toimivat [...] työmarkkinoiden ilmapuntarina siten, että heidän työmarkkina-asemassaan tapahtuvat muutokset kertovat työmarkkinoilla tulossa olevista muutoksista” (Forsander 2003, 61).

Keskittyminen etnisyyteen tai kulttuuriin seikkoihin saattaa siis pikemminkin hämärtää kuin selittää asioita. Ei tietenkään voida väittää, etteikö etnisyyttä olisi olemassa. Etnisyys tai kulttuuri sinänsä eivät kuitenkaan riitä selittämään maahanmuuttajaryrittäjien sosiaalisen pääoman käytön dynamiikkaa. Pelkäämään se, että henkilöllä on ”etnisyys” tai ”kulttuuri” – kenelläpä ei olisi – ei selvästikään riitä, vaan ne on muutettava voimavaroiksi, joita voidaan menestyksellisesti hyödyntää liike-elämässä. Transnationaalit sosiaaliset siteet toimivat siltana, jonka avulla ideat ja voimavarat (sosiaalinen pääoma) voivat vapaasti siirtyä maasta toiseen. Toisin sanoen, transnationaalit siteet ovat vastavuoroisuuden ja luottamuksen näyttämöinä. Kuten useat kirjoittajat ovat todenneet, transnationaalit siteet eivät kuitenkaan ole paikasta riippumattomia, vaan ne liittyvät aina tiettyihin paikkoihin ja sosiaaliin konteksteihin. Tästä johtuen maahanmuuttajien yrityksiä tutkittaessa tulee tarkastella sekä paikallisia että transnationaaleja yhteyksiä, jotta voidaan ymmärtää, miten ja miksi yritykset on perustettu. Transnationaali tarkastelutapa on tärkeä, sillä sen avulla on helpompi havaita, kuinka maahanmuuttajaryrittäjien hyväksikäyttämä sosiaalinen pääoma liittyy samanaikaisesti sekä paikallisiin sosiaaliin konteksteihin että transnationaaliin sosiaaliin suhteisiin.

Viitteet

¹ Olen kiitollinen VTT Zeki Kütükille ja ”Beyond Marginalisation and Exclusion” -konsortion tutkijoille saamastani avusta tämän projektin eri vaiheissa. Olen kuitenkin yksin vastuussa esittämistäni väitteistä. Tutkimusprojektin tuloksia on myös esitetty artikkelissa: ”Turkish Immigrant Entrepreneurs in Finland” (Wahlbeck 2004).

² Käytän artikkelissa ”transnationaali” käännoksenä englanninkielisestä käsitteestä ”transnational”, koska tämä käytäntö on yleistymässä suomenkielisessä maahanmuuttotutkimuksessa (esim. Forsander 2001, 50–4). Toinen vaihtoehto olisi ollut ”ylikansallinen” (ks. Luova 2001, 291–2; Hautaniemi 2004, 166–71).

³ Suomessa on tietysti myös henkilöitä, jotka määrittelevät itsensä turkkilaisiksi, vaikka eivät olekaan Turkin kansalaisia tai syntyneet Turkissa (vrt. keskustelu turkinkielisistä henkilöistä alla). Lisäksi suuri osa Turkin kansalaisista tai Turkissa syntyneistä saattaa määritellä itsensä kurdeiksi (lisää kyseisistä ajoittain päällekkäisistä etnisistä identiteeteistä ja niitä koskevasta asianmukaisesta terminologiasta ks. Wahlbeck 1999). Minun on käytännön syistä ollut pakko käyttää lyhyttä ja helposti tunnistettavaa termiä, jolla voidaan kuvata miten tutkimus on rajattu. Tähän artikkeliin olen valinnut termin turkkilainen, sillä kaikki haastateltavani ovat ainakin voineet jossain määrin samaistua siihen.

⁴ Turkia puhuvan väestön määrä on vielä suurempi kuin Turkissa syntyneiden määrä. Kaikkiaan 2 651

henkilöä (1 894 miestä ja 757 naista) ilmoitti äidinkielekseen turkin vuoden 2001 lopussa, mikä on suuri määrä ottaen huomioon että Turkissa syntyneistä osa on virallisesti kurdinkielisiä. Erillisen väestökisterikeskuksesta tilatun tilaston mukaan 31.12.2002 Suomessa pysyvästi asuvia Turkissa syntyneitä virallisesti kurdinkielisiä henkilöitä oli 489. Virallisesti turkinkielisten osalta on mahdollista, että pieni määrä Suomen kansalaisia, jotka kuuluvat vanhaan tataarivähemmistöön ja puhuvat pohjoisturkkilaista murretta, on ilmoittanut äidinkielekseen turkin. Suomessa on ollut Venäjältä tullut tataarivähemmistö 1800-luvun alkupuolelta saakka. Tataarit muodostavat nykyään n. 1 000 hengen yhteisön, jolla on vain vähän yhteyksiä myöhemmin saapuneisiin turkkilaisiin. Sen lisäksi jotkut turkmeenit, jotka ovat muuttaneet esimerkiksi Iranista ja Irakista, ovat ilmoittaneet äidinkielekseen turkin.

⁵ Esimerkiksi vuoden 1997 lopussa kaikkiaan 60 prosenttia turkkilaisista naimisissa olevista miehistä Suomessa oli naimisissa suomalaisen naisen kanssa. Sen sijaan suomalaisten miesten ja turkkilaisien naisten väliset avioliitot ovat harvinaisia, ainoastaan 8 prosenttia naimisissa olevista turkkilaisista naisista Suomessa oli naimisissa suomalaisen miehen kanssa (Ylänkö 2000, 189). Valtaväestön kanssa solmittujen avioliittojen määrä Turkissa syntyneiden miesten keskuudessa on kiistatta suhteellisen suuri muihin Euroopan alkupuolella syntyneisiin miehiin verrattuna. Tulee kuitenkin huomata, että Suomessa suomalaisen kanssa naimisissa olevien maahanmuuttajien määrä on verrattain korkea. Vuonna 1997 noin puolet kaikista naimisissa olevista ulkomailla syntyneistä oli naimisissa suomalaisen kanssa (Ylänkö 2000).

⁶ Tämän artikkelin tiedot kerättiin kaupparekisteristä vuoden 2001 syksyllä.

⁷ Turkin kielessä oikea kirjoitusasu on ”kebab”. Suomessa sana kirjoitetaan lähes poikkeuksetta ”kebab”, myös turkkilaiset yrittäjät itse kirjoittavat sen niin. Olen tarkoituksella käyttänyt kirjoitusasua ”kebab” koostaakseni kyseisen liiketoiminnan alueen suomalaista luonnetta. Suomessa kebab on useimmiten tehty tavallisesta nautanlihasta. Lampaanlihaa käytetään harvoin, koska se on kalliimpaa. Turkkilaiset yrittäjät ostavat yleensä valmiita pakastettua kebab-lihaa suomalaisista tukkukaupoista. Liha on yleensä tuotettu Suomessa. Alan suurin tuottaja on turkkilaisen maahanmuuttajan omistama yritys Kokkolassa. Vuonna 1990 suuri suomalainen tukkuliike ehdotti kyseiselle yritykselle laajamittaisen valmiiden kebab-tuotteiden valmistuksen aloittamista (Granhölm 2003).

Kirjallisuus

- Abadan-Unat, Nermin (1995) Turkish Migration to Europe. Teoksessa Cohen, Robin (toim.) The Cambridge Survey of World Migration. Cambridge: Cambridge University Press, 279–284.
- Abadan-Unat, Nermin. (1997) Ethnic Business, Ethnic Communities, and Ethno-politics among Turks in Europe. Teoksessa Ucarer, Emek and Puchala, Donald (toim.) Immigration into Western Societies: Problems and Policies. London: Pinter, 229–251.
- Al-Ali, Nadje & Koser, Khalid. (toim.) (2002) New Approaches to Migration: Transnational Communities and the Transformation of Home. London: Routledge.
- Berg, Magnus (1994) Seldas andra bröllop. Göteborg: Etnologiska institutionen, Göteborgs universitet.
- Bryceson, Deborah & Vuorela, Ulla (toim.) (2002) The Transnational Family. London: Berg.
- Faist, Thomas (2000) The Volume and Dynamics of International Migration and Transnational Social Spaces. Oxford: Oxford University Press.
- Forsander, Annika (2001) Etnisten ryhmien kohtaaminen. Teoksessa Forsander, Annika et al. (toim.) Monietnisyyden yhteiskunta ja työ. Helsinki: Palmenia-kustannus, 31–56.
- Forsander, Annika (2002) Luottamuksen ehdot. Maahanmuuttajat 1990-luvun suomalaisilla työmarkkinoilla. Helsinki: Väestöliitto, Väestöntutkimuslaitos.
- Forsander, Annika (2003) Maahanmuuttajat ja työllistyminen – kenen ongelmia? Janus 11 (1), 58–65.
- Granhölm, Ole (2002) Ahmet störs på kebab. Österbotningens 3.8.2002. s. 4.
- Granovetter, Mark (1995) The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs. Teoksessa Portes, Alejandro (toim.) The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship. New York: Russell Sage, 128–165.
- Guarnizo, Luis Eduardo & Smith, Michael Peter (1998) The Locations of Transnationalism. Teoksessa Smith, Michael Peter & Guarnizo, Luis Eduardo (toim.) Transnationalism from Below. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers, 3–34.
- Hautaniemi, Petri (2004) Pojat! Somalipoikien kiistanalainen nuoruus Suomessa. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.
- Hjarnø, Jan (1988) Invandrerne fra Tyrkiet i Stockholm og København. Esbjerg: Sydjysk universitetsforlag.
- Joppke, Christian & Morawska, Ewa (toim.) (2003) Toward Assimilation and Citizenship: Immigrants in Liberal Nation-States. London: Palgrave Macmillan.
- Joronen, Tuula (2002) Immigrant Entrepreneurship in Finland in the 1990s. Teoksessa Forsander, Annika (toim.) Immigration and Economy in the Globalization Process: The Case of Finland. Helsinki: SIT-

- RA, 119–74. (<http://www.sitra.fi/Julkaisut/raportti20.pdf>, 1.7.2003).
- Joronen, Tuula; Salmenkangas, Mai & Ali, Abdullahi (2000) Maahanmuuttajien yrittäjyys Helsingin seudulla. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Karisto, Antti (1992) Maailmanruoan tulo, olo ja omaksuminen Helsingissä. Kvartti-lehti. 3/92, s. 23–39.
- Kivisto, Peter (2001) Theorizing Transnational Immigration: A Critical Review of Current Efforts. *Ethnic and Racial Studies*, 24 (4), 549–577.
- Kivisto, Peter (2003) Social Spaces, Transnational Immigrant Communities, and the Politics of Incorporation. *Ethnicities*, 3 (1), 5–28.
- Kloosterman, Robert & Rath, Jan (toim.) (2003) *Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalization*. Oxford: Berg.
- Koistinen, Leena (1997) Polkuja perille. Turun seudun maahanmuuttajien työvoimapolvelut ja työllistyminen 1994–1996 (Työhallinnon julkaisu 175). Helsinki: Työministeriö.
- Light, Ivan & Gold, Steven (2000) *Ethnic Economies*. San Diego: Academic Press.
- Luova, Outi (2001) Rahaa, valta ja vallankumous? Lähestymistapoja ylikansallisten etnisten yhteisöjen tutkimukseen esimerkkinä Kiinan korealainen vähemmistö. Teoksessa Katainen, Elina (toim.) *Ajan kohta 2001. Poliittisen historian vuosikirja*. Helsinki: Poliittinen historia, Helsingin ja Turun yliopisto, 291–306.
- Nederveen Pieterse, Jan (2003) Social Capital and Migration: Beyond Ethnic Economies. *Ethnicities*, 3 (1), 29–58.
- Parker, David (2000) The Chinese Takeaway and the Diasporic Habitus: Space, Time and Power Geometrics. Teoksessa Hesse, Barnor (toim.) *Un/Settled Multiculturalisms: Diaspora, Entanglements, 'Transruptions'*. London: Zed Books, 73–95.
- Portes, Alejandro. (toim.) (1995) *The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity and Entrepreneurship*. New York: Russell Sage.
- Portes, Alejandro; Guarnizo, Luis Eduardo & Landolt, Patricia (1999) The Study of Transnationalism: Pitfalls and Promise of an Emergent Research Field. *Ethnic and Racial Studies* 22 (2), 217–37.
- Portes, Alejandro & Sensenbrenner, Julia (1993) Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action. *American Journal of Sociology*, 98 (6), 1320–1350.
- Povrzanovic Frykman, Maja (toim.) (2001) *Beyond Integration: Challenges of Belonging in Diaspora and Exile*. Lund: Nordic Academic Press.
- Pripp, Oscar (2001) *Företagande i minoritet. Om etnicitet, strategier och resurser bland assyrier och syrianer i Södertälje*. Botkyrka: Mångkulturellt centrum.
- Rath, Jan (toim.) (2000) *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.
- Sundelin, Saku-Pekka (2003) Kebap valloitti Pohjolan vuosikymmenessä. *Turun Ylioppilaslehti*, nro 8, 25.04.2003. s. 10–11.
- Tilastokeskus (2003) *Ulkomaalaiset ja siirtolaisuus 2002*. Helsinki: Tilastokeskus.
- Valtonen, Kathleen (2001) Cracking Monopoly: Immigrants and Employment in Finland. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27 (3), 421–438.
- Villanen, Sampo (1999) Etnisyyden malleja globalisoituvassa kaupungissa. Helsingin etniset ravintolat. *Janus* 7 (3), 236–54.
- Wahlbeck, Östen (1999) *Kurdish Diasporas: A Comparative Study of Kurdish Refugee Communities*. London: Macmillan.
- Wahlbeck, Östen (2002) The Concept of Diaspora as an Analytical Tool in the Study of Refugee Communities. *Journal of Ethnic and Migration Studies* 28 (2), 221–238.
- Wahlbeck, Östen (2004) Turkish Immigrant Entrepreneurs in Finland: Local Embeddedness and Transnational Ties. Teoksessa Povrzanovic Frykman, Maja (toim.) *Transnational Spaces: Disciplinary Perspectives*. Malmö: Malmö University Press, 101–122.
- Werbner, Pnina (1999) What Colour 'Success'? Distorting Value in Studies of Ethnic Entrepreneurship. *Sociological Review* 47 (3), 548–579.
- White, Jenny B. (1997) Turks in the New Germany. *American Anthropologist* 99 (4): 754–69.
- Ylänkö, Maaria (2000) Measuring Acceptance? Inter-marriage Levels as an Indicator of Tolerance in the Finnish Context of Integration. *Yearbook of Population Research in Finland* 36, 179–197.