

Jonna Harju-Panula

Toteutettavuus selvitys aloittavalle entisöintiyritykselle

Opinnäytetyö

kevät 2011

Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalalan yksikkö

Pienen ja keskisuuren yritystoiminnan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Yritystoiminnan kehittäminen



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalalan yksikkö

Koulutusohjelma: Pienen ja keskisuuren yritystoiminnan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Yritystoiminnan kehittäminen

Tekijä: Jonna Harju-Panula

Työn nimi: Toteutettavuusselvitys aloittavalle entisöintiyritykselle

Ohjaaja: Tero Turunen

Vuosi: 2011

Sivumäärä: 44

Liitteiden lukumäärä: 1

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli löytää vastaus siihen, millaiset olisivat uuden perustettavan entisöintiyrityksen mahdollisuudet toimia Etelä-Pohjanmaalla. Tavoitteena oli saada ajankohtaista ja luotettavaa tietoa Etelä-Pohjanmaalla toimivien entisöintiyritysten toimintaympäristöstä ja markkina-alueesta.

Vastausta tutkimusongelmaan etsittiin teemahaastattelun avulla. Teemahaastattelun kohteiksi valittiin Etelä-Pohjanmaalla toimivia entisöintiyrityksiä ja entisöintialan koulutuksen tarjoaja. Teemahaastattelu muodostui neljästä teemasta. Nämä neljä teemaa olivat taustatiedot, asiakkaat, kilpailutilanne, sekä entisöintiala tänään ja tulevaisuudessa.

Teemahaastattelujen avulla saatiin paljon arvokasta tietoa entisöintialasta Etelä-Pohjanmaalla. Haastatteluista saatujen tulosten ja työn teoriaosuudessa käsitellyn materiaalin perusteella entisöintialalla on töitä tulevaisuudessakin. Tulosten perusteella Etelä-Pohjanmaalla voidaan katsoa olevan vielä tilaa ja toimintamahdollisuuksia uudelle entisöintialan yritykselle.

Avainsanat: teemahaastattelut, yrittäjyys, entistäminen

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Business School
Degree programme: SME Business Management
Specialisation: Development of entrepreneurship

Author: Jonna Harju-Panula

Title of thesis: Feasibility account for a new restoration business

Supervisor: Tero Turunen

Year: 2011 Number of pages: 44 Number of appendices: 1

The aim of the present thesis was to examine the possibilities and profitability to establish a new restoration business in Southern Ostrobothnia.

A theme interview was used as the research method. Four restoration businesses and one education organizer were selected as the target group for the interview. The idea was to receive justifiable qualitative information. The interviews were constructed by specific themes which were guiding the conversation. These themes relate to background information, customers, the competitive situation, restoration today and in the future.

The results of the interviews were analyzed. The results prove that it is possible to establish a new restoration business to Southern Ostrobothnia.

Keywords: theme interview, entrepreneurship, restoration

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ	4
Kuvio ja taulukkoluetelo.....	6
1 JOHDANTO	7
2 KÄSITYÖ AMMATTINA	9
2.1 Käsityörittäjäys	9
2.1.1 Käsityöyritysten tuotteet.....	10
2.1.2 Käsityöyritysten markkinat ja markkinointi.....	12
2.2 Huonekaluentisöinti.....	13
3 TOTEUTETTAVUUSSELVITYS	16
3.1 Mahdollisesti perustettavan mikroyrityksen toteutettavuusselvitys.....	16
3.2 Tiedonhankintakohteet.....	17
3.2.1 Entisöintiyritykset	17
3.2.2 Entisöintialan koulutuksen tarjoajat.....	19
3.3 Tiedonhankintamenetelmä.....	20
3.3.1 Aineistonkeruumenetelmä.....	21
3.3.2 Tutkimushaastattelulaji.....	22
3.4 Teemahaastattelurunko	23
3.4.1 Entisöintiyritykset	24
3.4.2 Entisöintialan koulutuksen tarjoaja.....	26
4 TULOKSET	28
4.1 Teemahaastattelun toteutuminen.....	28
4.1.1 Entisöintiyritykset	28
4.1.2 Entisöintialan koulutuksen tarjoaja.....	30
4.2 Haastattelumateriaalin purku ja tulokset	32
4.2.1 Entisöintiyritysten asiakkaat.....	33
4.2.2 Entisöintialan kilpailutilanne	34

4.2.3 Entisöintiala tänään ja tulevaisuudessa	36
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	38
LÄHTEET	42
LIITE	44

Kuvio ja taulukkoluetelo

KUVIO 1. Suomalaisen käsityötuotteen arvostus.....	11
KUVIO 2. Käsityötuotteen tulevaisuus.	11
KUVIO 3. Käsityöyritysten markkina-alueet.	12
KUVA 4. Renginkaappi vuodelta 1807, ennen kunnostusta ja kunnostuksen jälkeen.	14
KUVA 5. Vanha pesukomuutti, kunnostettu nykyaikaisia aineita käyttäen.....	14
KUVA 6. Vanha kaappi, jossa aika ja sen tuoma kulutus näkyvät	15
KUVIO 7. Kvantitatiivinen vs. Kvalitatiivinen.	21
KUVIO 8. Eri tutkimuslajien soveltuvuus suhteessa kysymysten avoimuuteen. ...	22

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on toteutettavuus selvitys mahdollisesti perustettavalle entisöintiyritykselle. Työn tavoitteena on löytää vastaus siihen, millaiset olisivat uuden perustettavan entisöintiyrityksen mahdollisuudet toimia Etelä-Pohjanmaalla. Työn tavoitteena on saada ajankohtaista ja luotettavaa tietoa Etelä-Pohjanmaalla toimivien entisöintiyritysten toimintaympäristöstä, sekä markkina-alueesta.

Tämän työn toimeksiantajana on eteläpohjalainen henkilö. Toimeksiantaja on koulutukseltaan artesaani, huonekalupuuseppä/entistäminen. Toimeksiantajalla on pitkä työkokemus puusepän-, sekä entisöijän työstä. Tällä hetkellä toimeksiantaja työskentelee muussa ammatissa. Entisöinti on kuitenkin pysynyt koko ajan harrastuksena. Toimeksiantajan tämänhetkinen elämäntilanne mahdollistaisi entisöintiyrityksen perustamisen, jonka johdosta entisöintialaa ja alalla toimimisen mahdollisuuksia on lähdetty tutkimaan tarkemmin.

Entisöintiyrittäjyydestä löytyy todella vähän kirjoitettua tietoa. Yleisesti entisöintiyrittäjyydestä löydetty kirjoitettu tieto käsittelee koko käsityörittäjäyttä. Käsityörittäjäisyys pitää sisällään paljon muutakin kuin vain huonekaluentisöinnin. Siihen katsotaan kuuluvan kaikki yritykset, jotka valmistavat tuotteita käsityönä tai käyttäät käsin ohjattavia koneita apunaan tuotteiden valmistuksessa (Lith 2005, 9-13). Entisöintiyrittäjyydestä haettava tarkempi tieto onkin näin ollen haettava itse entisöintialan ammattilaisilta.

Kolmannessa pääluvussa lukijalle selvennetään toteutettavuus selvitys käsitteenä. Käsitteen selventäminen auttaa lukijaa hahmottamaan mikä on työn tarkoitus, sekä mitkä ovat selvityksessä haettavat yrityksen perustamiseen olennaisesti vaikuttavat tekijät. Tässä yhteydessä lukija pääsee myös seuraamaan kohta kohdalta tiedonhankintakohteiden etsintää ja valintaa, sekä tiedonhankintamenetelmän valintaa. Myös tutkimuksessa käytetyt kysymykset aukeavat tässä luvussa lukijalle.

Kun oikeat tiedonhankintakohteet on löydetty ja tiedonhankintamenetelmä valittu, sekä kysymykset tiedonhankintakohteille mietitty on työssä aika siirtyä itse toteutukseen ja siitä saatuihin tuloksiin. Tulokset osiossa lukija voi tutustua tutkimuksen toteutumiseen. Tässä yhteydessä käydään läpi yksityiskohtaisemmin toteutuneen tutkimuksen tiedonhankintakohteet, sekä miten tutkimuksesta saatu tieto on koottu tutkimuksen tuloksiksi. Tutkimuksen tulokset esitellään aihealueittain valitun tutkimusmenetelmän mukaisesti.

Työn viimeisessä luvussa työn lukijalle ja toimeksiantajalle annetaan vastaus kysymykseen millaiset olisivat uuden perustettavan entisöintiyrityksen mahdollisuudet toimia Etelä-Pohjanmaalla. Lisäksi pohditaan millaista toiminnan tulisi olla ja mitä tulisi ottaa huomioon, että toiminta olisi kannattavaa. Vastaukset näihin toteutettavuusselvityksen olennaisimpiin kysymyksiin on rakennettu ja perusteltu tutkimuksen tulosten, sekä teoriaosuudesta saadun tiedon perusteella.

2 KÄSITYÖ AMMATTINA

2.1 Käsityöyrittäjäyys

Suomessa käsityöyritykseksi määritellään yritys, joka valmistaa tuotteita käsityönä tai käyttää käsin ohjattavia koneita apunaan tuotteiden valmistuksessa. Käsityöyrityksiksi luokitellaan myös yritykset, jotka korjaavat käsitöitä, kuten huonekaluentisöijät. Vuonna 2003 Suomessa toimi noin 9 400 käsityöyritystä, jotka valmistivat hyvin erilaisia tuotteita eri materiaaleista. Pääosalla käsityöyrittäjistä yritysmuotona oli toiminimi. Toiminimimuotoiset käsityöyritykset työllistivät usein vain yrittäjän itsensä. (Lith 2005, 9-13.) Keskimäärin käsityöyritykset työllistävät 2,1 kokoaikaista henkilöä yritystä kohden, yrittäjä mukaan luettuna (Käsi- ja taideteollisuusliitto ry 2001, 11).

Käsityöyritykset ovat pääasiassa alle 10 henkeä työllistäviä mikroyrityksiä. Käsityöalan mikroyrityksissä yrittäjä kokee olevansa oman ammattinsa edustaja, eikä niinkään käsityöyrittäjä. (Käsityöalan yritystoiminnan edistäminen-työryhmä 2006, 27.) Tätä näkemystä vahvistaa myös se, että käsityöyrittäjäyteen katsotaan kuuluvan paljon muutakin kuin vain tuotteen valmistus (Luutonen & Äyväri 2002, 11).

Käsityöyrittäjä on suunnittelija, tuotekehittäjä, valmistaja ja myyjä. Näitä ominaisuuksia, sekä ominaisuuksien tuomaa päätösvaltaa vapautta palkkatyö ei pysty tarjoamaan. Tästä johtuen moni käsityöläinen ryhtyy tai ajautuu yrittäjäksi. Yrittäjänä käsityöläisen ei tarvitse luopua omista ideoistaan. Käsityöyrittäjäyteen liitetäänkin monesti vapaus, itsenäisyys, laatu ja ainutlaatuinen osaaminen. (Luutonen & Äyväri 2002, 11–13, 16–17,24.)

Käsityöyrittäjiä yhdistää vahva usko omaan ammattitaitoon, sekä ideaan ja sen läpiviemiseen, aina yrityksen perustamisen tasolle saakka. Yritystoiminta vaatii kuitenkin paljon muutakin, kuten pitkäjänteisyyttä, joustavuutta, sekä ennen kaik-

kea hyvän liikeidean. Yritystoimintaa ei voi rakentaa pelkästään vahvan yrittäjäpersoonan pohjalta, vaan tarvitaan toimiva liikeidea. (Luutonen & Äyväri 2002, 24–25.)

Toimivan liikeidean lisäksi käsityöyrittäjät tarvitsevat ostokkyisiä asiakkaita. Tarjonta on kohdennettava massatuotteita valmistavia yrityksiä tarkemmin. Käsityöyrittäjät joutuvatkin käymään jatkuvaa ja vaativaa hintakilpailua. Käsityötuotteen hinta nousee monesti korkeaksi, koska Suomessa elinkustannukset ja työn hinta ovat korkeita. Suomessa arvostetaan käsitöitä kuitenkin entistä enemmän ja tiettyistä käsitöistä ollaan valmiita maksamaan enemmän. (Luutonen & Äyväri 2002, 24–25.)

Käsityön arvostuksen kohoaminen näkyy laajentuneissa antiikkimarkkinoissa. Ostajien suosiossa ovat erityisesti Suomalaiset talonpoikaishuonekalut, mutta myös muiden käsitöiden arvostus on noussut. Käsitöiden arvoa tuodaan nykyään esille runsaasti mm. messuilla, markkinoilla ja televisio-ohjelmissa. (Luutonen & Äyväri 2002, 57.)

Vaikka käsityön arvostus ja kysyntä ovat lisääntyneet viime vuosina, käsityöyritysten asiakkaista ei ole kuitenkaan juurikaan tietoa. Asiakaskunnan uskotaan vaihtelevan paikkakuntakohtaisesti, mutta myös yrittäjäkohtaisesti. Asiakkaat yleisesti ottaen löytävät käsityöyritykset messuilta, markkinoilta tai ystävien suosittelemana. (Luutonen & Äyväri 2002, 87–88.)

2.1.1 Käsityöyritysten tuotteet

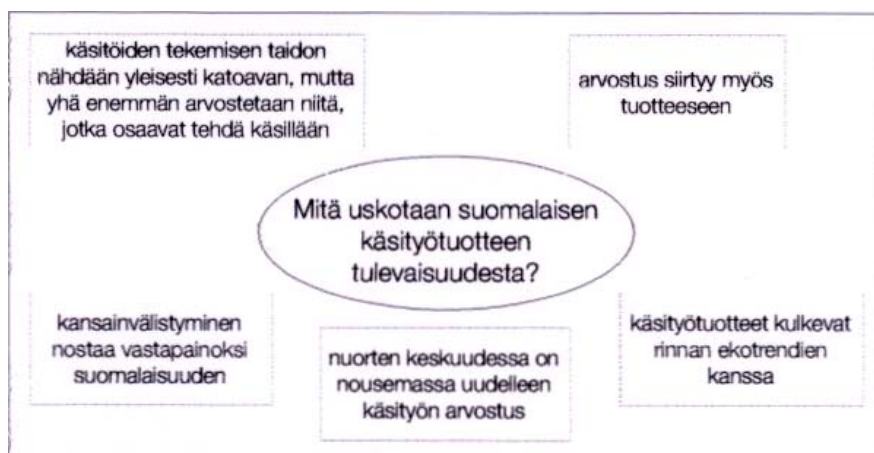
Käsityöyritysten tuotteet ovat pääasiassa yksittäiskappaleita. Tuotteet ovat monesti käyttöesineitä, kuten huonekaluja. Konkreettisten tuotteiden lisäksi käsityöyritysten tuotteet voivat olla myös käsityötuotteisiin liittyviä korjauspalveluja tai koulutuspalveluja. (Lith 2005, 9.)

Suomalaiset käsityötuotteet nähdään laadukkaina tuotteina. Laatu ei ole aina kuitenkaan itsestään selvä asia. Käsityö kuitenkin mahdollistaa tuotteiden korkean laadun. Laatu nähdäänkin suomalaisissa käsityöyrityksissä tärkeimpänä menestystekijänä. Käsityötuotteissa laatu muodostuu kestävyydestä, kotimaisuudesta, hyvistä materiaaleista ja itse työn laadusta. (Luutonen & Äyväri 2002, 86–87.)

Suomalaiset kuluttajat arvostavat käsityötuotteissa mm. laatua, yksilöllisyyttä, esteettisyyttä ja luonnonmateriaalien käyttöä (KUVIO 1). Suomalaisten mielestä käsityötuotteet voivat olla osa perinnettä, joka tuodaan tähän aikaan. Käsityötuotteiden saatavuuteen tulisi kuitenkin vielä paljon panostaa, sillä asiakkaat eivät tiedä mistä käsityöyritykset löytyvät ja mistä heidän tuotteitaan on saatavilla. Käsityöyrittäjien tulisi panostaa myös ekologisuuden esilletuomiseen entistä enemmän, sillä sen arvostus lisääntyy vuosi vuodelta (KUVIO 2). (Luutonen & Äyväri 2002, 91.)



KUVIO 1. Suomalaisen käsityötuotteen arvostus. (Luutonen & Äyväri 2002, 240.)

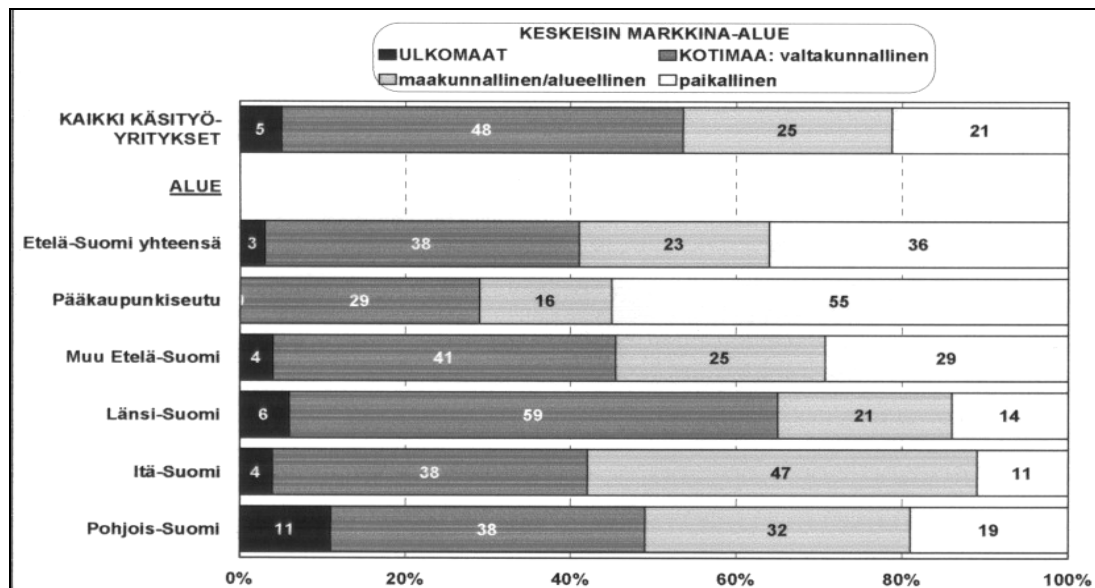


KUVIO 2. Käsityötuotteen tulevaisuus. (Luutonen & Äyväri 2002, 95.)

2.1.2 Käsityöyritysten markkinat ja markkinointi

Käsityöyritysten markkinat sijaitsevat pääasiassa kotimaassa. Kotimaassa markkinat jakautuvat paikallisiin -, maakunnallisiin - ja valtakunnallisiin markkina-alueisiin. Markkina-alueitaan paikallisena pitää 20 %, maakunnallisena 28 % ja valtakunnallisena 51 % käsityöryrittäjistä. Vientitoimintaa harjoittaa vain 1 % käsityöryrityksistä. (Käsi- ja taideteollisuusliitto ry 2001, 29.)

Suomessa käsityörittämisellä on vahvat perinteet. Perinteet ovat vahvimmillaan Etelä-Pohjanmaan ja Keski-Pohjanmaan maakunnissa. Käsityöyritysten suhteellinen osuus onkin korkein Etelä-Pohjanmaalla ja Keski-Pohjanmaalla. Pohjanmaalaiset käsityöyritykset ovat onnistuneet muiden alueiden käsityöyrityksiä paremmin laajentamaan markkina-alueitaan myös koko Suomen kattavaksi (KUVIO 3). (Lith 2005, 18, 34.)



KUVIO 3. Käsityöyritysten markkina-alueet. (Tietoykkönen 2004, 24.)

Käsityöyritykset myyvät tuotteitaan pääosin omista tiloista käsin. Puolet käsityöryrityksistä myy tuotteitaan myös messuilla tai markkinoilla. (Käsi- ja taideteollisuusliitto ry 2001, 35.) Messut ja markkinat mahdollistavat omien taitojen ja tuotteiden

esiintuomisen. Messuilla ja markkinoilla käsityöyrittäjät voivat tavata myös kollegoja, joiden kanssa voidaan vaihtaa alan kuulumisia. Messut ovat tällä hetkellä käsityöyrittäjän tärkein markkinointikanava. (Lith 2005, 33, 36.)

Käsityöyritysten tärkein markkinointiviestinnän väline on oma esite tai suoramainos. Lehtimainonta on vähentynyt selvästi viime vuosien aikana, kun taas internetin käyttö mainonnan välineenä on noussut huomattavasti. (Käsi- ja taideteollisuusliitto ry 2001, 15.) Toistaiseksi kuitenkin vain 31 % käsityöyrityksistä käyttää internetiä tuotteidensa markkinointivälineenä. Kehittymishaluja kuitenkin löytyy internetin suuntaan, mutta monilla käsityöyrittäjillä resurssit ja taito eivät riitä sen toteuttamiseen. (Luutonen & Äyväri 2002, 59.)

Käsityöyritykset mainostavat yleisesti ottaen vähän. Käsityöyritykset kokevat monesti, että heidän tuotteensa markkinoivat itse itsensä. Hyvin tehdyn työn avulla käsityöyritykset pystyvät pitämään vanhat asiakkaansa. Hyvin tehty työ tuo myös uusia asiakkaita, sillä sana kiertää. (Lith 2005, 36–37.)

2.2 Huonekaluentisöinti

Huonekalujen kunnostamisesta käytetään monia nimiä, kuten huonekaluentisöinti, huonekalujen entistäminen ja huonekalurestaurointi. Entisöinti on yleisin käytetty nimi huonekalujen kunnostamisesta, sekä huonekalujen palauttamisesta alkuperäisen näköiseksi. Huonekalujen kunnostamiseen on olemassa monia tapoja. (Höglund 2008, 12.)

Ammatikseen entisöivät suosittelevat pääasiassa huonekalun palauttamista alkuperäisen näköiseksi alkuperäisiä materiaalia ja aineita käyttäen (KUVA 4). Huonekaluentisöijät pyrkivät työssään sulauttamaan ja piilottamaan huonekaluun tehdyt korjaukset mahdollisimman hyvin. Korjaukset pyritään tekemään kokonaisuuteen sopiviksi niin, että katsojalle uusi ja vanha ei erotu silmiinpistävästi. (Höglund 2008, 12.)



KUVA 4. Renginkaappi vuodelta 1807, ennen kunnostusta ja kunnostuksen jälkeen.

Vanhoja huonekaluja voi korjata myös nykyaikaisia aineita käyttäen. Tällöin vanhoja pintamateriaaleja ei poisteta, vaan ne jätetään uuden käsittelyn alle kertomaan huonekalun tarinaa tuleville sukupolville (KUVA 5). Tämä ei ole paras vaihtoehto kunnostamiselle, sillä nykyaikaiset aineet tekevät huonekalun pinnasta erilaisen ja erinäköisen. Huonekalun tyylikkyys ja arvo kärsivät tällaisesta käsittelystä. (Höglund 2008, 12.)



KUVA 5. Vanha pesukomuutti, kunnostettu nykyaikaisia aineita käyttäen.

On olemassa vielä kolmas tapa kunnostaa vanha huonekalu. Huonekalu jätetään kuluneen ja vanhan näköiseksi (KUVA 6). Huonekalussa annetaan ajan ja sen tuoman kulutuksen näkyä. Huonekalu puhdistetaan ja tehdään vain aivan välttämättömät korjaustyöt. Huonekalua voidaan hieman korjausmaalata tai tarvittaessa suojata huonekalun pinta siihen sopivalla aineella. Tämän tyyppinen huonekalun kunnostus edellyttää, että huonekalu on melko hyvässä kunnossa ja sitä on aikojen kuluessa säilytetty hyvin. (Höglund 2008, 12.)



KUVA 6. Vanha kaappi, jossa aika ja sen tuoma kulutus näkyvät

Entisöijälle pelkkä ammattitaito ei kuitenkaan yksistään riitä. Entisöijän on tunnettava huonekalun historia, sekä puusepäntyön historia. Historian tunteminen auttaa entisöijää löytämään korvaaville osille oikeat muodot, sekä luomaan tietylle tyyli-kaudelle kuuluvan loppusilauksen. (Smith 1989, 5.) Eri aikakausilla on hyvin omat tyyliinsä. Ammattitaitoisen entisöijän on tunnettava ja tiedettävä, mitä maaleja, materiaaleja ja värejä tiettyinä aikakausina on käytetty. Näin huonekalu voidaan entisöidä alkuperäiskuntoon. (Höglund 2008, 14.)

Entisöijän työ saattaa kuulostaa hienolta, nostalgiselta ja jopa romanttiselta. Todellisuudessa se on jotain aivan muuta. Entisöijän työ on raskasta ja jopa terveydelle vaarallista. Pääosa työstä on hiomista ja hiomispöly tunkeutuu lähes kaikkialle. Pintakäsittelyssä ilmaan leviää lisäksi liuottimien myrkyjä. Onneksi nykyään on olemassa hyvät suojaimet, joiden avulla entisöijä voi välttyä terveytensä vaarantamiselta. (Höglund 2008, 7.)

3 TOTEUTETTAVUUSSELVITYS

3.1 Mahdollisesti perustettavan mikroyrityksen toteutettavuusselvitys

Toteutettavuusselvitys on selvitys liikeidean kannattavuudesta. Toteutettavuusselvityksellä haetaan vastausta kysymykseen onko yrityksen perustaminen kannattavaa. Toteutettavuusselvitys tulee tehdä ennen varsinaisen yritystoiminnan aloittamista. Selvityksessä haetaan vastauksia perustettavan yrityksen tärkeisiin kannattavuutta koskeviin tekijöihin. Toteutettavuusselvitys tehdään ennen liiketoimintasuunnitelmaa, sillä toteutettavuusselvitys kertoo onko liikeidea valmis liiketoimintasuunnitelmaa varten. Toteutettavuusselvitys kertoo myös tuleeko liikeidea unohtaa kokonaan tai tarvitseeko se vielä hiomista ollakseen kannattava. (Duff, [viitattu 14.12.2010].)

Mikroyrityksessä myös toteutettavuusselvitys on pienimuotoisempi selvitys ja se rakentuu seuraavista yrityksen perustamiseen olennaisesti vaikuttavista tekijöistä:

- perustettavan yrityksen potentiaaliset asiakkaat
- kilpailijat
- toimintaympäristö
- markkinat
- tulevaisuudennäkymät
- tarvittavat resurssit
- mahdolliset riskit (Gladden, [viitattu 14.12.2010].)

Toteutettavuusselvitys ohitetaan valitettavan usein yritystoimintaa aloittaessa, koska sen tekemistä ei nähdä tarpeellisena. Yrittäjillä on usein liian optimistinen käsitys omasta liikeideasta, sekä liian kova kiire päästä toteuttamaan omaa unelmaa. Todellisuudessa toteutettavuusselvitys on tärkeä osa yrityksen suunnittelua ja sitä ei tulisi unohtaa. Toteutettavuusselvitys auttaa yritystä liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa. (Duff, [viitattu 14.12.2010].)

Toteutettavuusselvityksen avulla yritys voi välttää riskejä, sekä suunnitella tarkemmin tulevaa. Toteutettavuusselvitys voi auttaa yritystä myös saamaan rahoitusta. Hyvin tehty toteutettavuusselvitys luo rahoittajille yrittäjästä ammattitaitoisen ja asialle omistautuneen kuvan. (Duff, [viitattu 14.12.2010].)

3.2 Tiedonhankintakohteet

Toteutettavuusselvitystä tehdessä on tärkeää löytää oikeat kohteet, joilta tietoa halutaan. On löydettävä ne kilpailijat joilla on käytössä samat markkinat ja toimintaympäristö. Toteutettavuusselvityksessä on tärkeää saada mahdollisimman paljon tietoa kilpailijoista, jotta voidaan saada vastaus kysymykseen onko kannattavaa perustaa entisöintiyritys Etelä-Pohjanmaalle. (Hall, [viitattu 14.12.2010].)

Tämän toteutettavuusselvityksen tavoitteena oli löytää selvityksen kohteiksi entisöintiyrityksiä, sekä entisöintialan kouluttajia Etelä-Pohjanmaalta. Tiedonhankintakohteet haluttiin selvittää ennen tarkemman tiedonhankintamenetelmän valintaa. Ennen kohdevaihtoehtojen etsintää oli jo tiedossa, että haettavat kohteet eivät ole helposti löydettävissä.

3.2.1 Entisöintiyritykset

Kohteiden haku Etelä-Pohjanmaan alueelta aloitettiin puhelinluettelon Keltaisilta sivuilta ja yrityshakemisto sivuilta. Keltaisilta sivuilta löytyi kaksi entisöijää Etelä-Pohjanmaalta. Yrityshakemisto sivuilta ei löytynyt muiden entisöintiyritysten tietoja, näiden kahden Keltaisilta sivuilta löydetyn entisöintiyrityksen lisäksi. Keltaisilta sivuilta ja yrityshakemisto sivuilta pystyttiin hakemaan ainoastaan entisöinti-alkuisia yrityksiä, sillä yritysten nimiä ei ollut tässä vaiheessa tiedossa.

Kohteiden etsintä laajennettiin internetiin, josta uskottiin löytyvän huomattavasti enemmän entisöintiyrityksiä Etelä-Pohjanmaan alueelta. Haku aloitettiin Seinänaapureiden yrityshausta, josta löytyi tiedot kaikista alueen yrityksistä. Sei-

nänaapureiden yrityshausta löytyi 5 yritystä hakusanalla entisöinti. Näistä viidestä yrityksestä kaksi mainitsi toimialakseen S95240 kotitalouksien itse tuottamat tavarat ja palvelut. Näillä kahdella yrityksellä oli lisäksi kuvauskohdassa mainintana huonekaluentisöinti. Näistä kahdesta löytyneestä entisöintiyrityksestä toinen oli sama joka löytyi myös Keltaisilta sivuilta. (Yritysrekisteri-Seinänaapurit [viitattu 1.9.2010].)

Seinänaapureiden yrityshausta haettiin lisäksi toimialakohtaisen listan avulla entisöintiyrityksiä. Haut kohdistettiin puutavaran ja puutuotteiden valmistus, sekä muu valmistus toimialojen yrityslistauksiin. Puutavan ja puutuotteiden valmistus listasi 91 yritystä ja muu valmistus 446 yritystä. Näistä 537 yrityksestä tarkistettiin jokainen yritys. Tarkistuksella haluttiin selvittää löytyisikö yrityksen kuvauskohdasta mainintaa huonekaluentisöinnistä tai huonekalujen kunnostuksesta. Haun avulla löydettiin kaksi yritystä, joilla luki kuvauskohdassa huonekalujen ja kodin kalusteiden korjaus. Tähän mennessä oli löydetty kolmen entisöintiyrityksen tiedot, sekä kahden mahdollisen entisöintiyrityksen tiedot. (Yritysrekisteri-Seinänaapurit [viitattu 1.9.2010].)

Seuraavaksi haussa siirryttiin internetin Google hakuun. Hakunimeksi laitettiin entisöinti Etelä-Pohjanmaa. Tällä hakusanalla avautui Fonectan sivut, joilta löytyi 22 yritystä joiden toimiala oli entisöinti. Näistä yrityksistä 11 vastasi hakukriteerejä eli oli jollain tasolla huonekaluentisöijä. Muutamilla yrityksillä oli pääargumenttina jokin muu kuin huonekaluentisöinti esim. verhoilu, maalaus tai antiikkiliike. Näiden lisäksi Fonectan listasta karsittiin pois myös kaksi jo aiemmin löytynyttä entisöintiyritystä. Mahdollisia entisöintiyrityksiä oli nyt löytynyt tässä vaiheessa yhteensä 14 kappaletta Etelä-Pohjanmaalta, väliltä Isojoki Kauhava. (Fonecta [viitattu 4.9.2010].)

Entisöintiyritysten haussa käytettiin vielä useita eri hakusanoja ja niiden sanamuotoja. Kohteiden etsinnässä käytiin läpi useita koko Suomea koskevia yrityshaku sivustoja, kuten esimerkiksi webinfo.fi, hakukoneet.com, cylex.fi, jne. Lisäksi tehtiin hakuja eri Etelä-Pohjanmaan kuntien ja kaupunkien nimillä. Työ ei ollut helppo, mutta se oli palkitseva. Hakujen tuloksena löytyi vielä kaksi entisöintiyritystä. Lo-

pullinen saldo oli 16 mahdollista entisöintialan yritystä Etelä-Pohjanmaalta välillä Isojoki Kauhava. Näiden etäisyys on noin 150 kilometriä.

Kaikista löydetyistä entisöintialan yrityksistä vain viidellä olivat omat internetsivut. Yritysten internetsivuilla oli tietoa yrityksistä hyvin vaihtelevasti, pääasiassa esiteltiin yrittäjä ja yrityksen toiminta. Lopuista yhdestätoista yrityksestä oli yrityshaku sivustoilla esiteltynä vain yrityksen nimi, osoite, toimiala ja mahdollisesti puhelinnumero. Puuttuva puhelinnumero tai mahdollisesti puuttuva yrittäjän nimi haettiin internetistä Eniron sivujen kautta.

Löydetyistä kuudestatoista entisöintialan yrityksestä otettiin kuusi tutkimuksen kohteeksi. Kohteet valittiin sijainnin ja yrityksistä saatujen tietojen perusteella. Nämä kuusi yritystä sijaitsivat 30 kilometrin säteellä mahdollisesta perustettavasta entisöintiyrityksestä. Etäisyyden perusteella voitiin katsoa, että heillä kaikilla on hyvin samat markkinat ja toimintaympäristö käytettävissä.

3.2.2 Entisöintialan koulutuksen tarjoajat

Entisöintikoulutuksen tarjoajia haettaessa pyrittiin hakemaan kouluja, jotka tarjoavat huonekaluentisöintialan koulutuksia tai kursseja Etelä-Pohjanmaan alueella. Haluttiin nimenomaan hakea yrittäjäkoulutuksia tai -kursseja tarjoavia kouluja. Koulutuksen tarjoajia lähdettiin yksinkertaisesti hakemaan Googlesta hakusanalla entisöintikoulutus. Tällä hakusanalla löytyi heti kaksi varteenotettavaa vaihtoehtoa. Nämä kaksi koulutuksen tarjoajaa olivat sopivia, sillä molemmat olivat hyvämaineisia ja lisäksi sijaitsivat Länsi-Suomen alueella.

Teuvan Aikuiskoulutuskeskus oli toinen löydetyistä koulutusorganisaatioista. Teuvan Aikuiskoulutuskeskus tarjosi käsityöalan yrittäjäkoulutusta, jossa suuntauduttiin huonekalujen entisöintiin ja verhoiluun (LIITE 1). Teuvan Aikuiskoulutuskeskus tarjosi myös entisöijän perustutkinnon mukaista koulutusta. Molemmat koulutukset

olivat tutkimuksen aiheeseen sopivia. Käsityöalan yrittäjäkoulutus kuitenkin todettiin olevan lähempänä tutkimuksen tarkoitusta eli mahdollisesti perustettavan yrityksen toteutettavuusselvitystä. (Teuvan Aikuiskoulutuskeskus [viitattu 2.10.2010].)

Sedu Aikuiskoulutus sivut olivat toinen esiin tulleista sivustoista. Sedu Aikuiskoulutuksen sivuilta löytyi puusepän ammattitutkintoon valmistava koulutus, jossa suuntautumisena oli entisöinti. Koulutus oli entisöinnin peruskoulutus, joten tämän ei katsottu olevan tämän työn tarkoituksenmukaista tietoa. (Sedu Aikuiskoulutus [viitattu 2.10.2010].)

Internetiin tehtiin myös useita muita hakuja koulutuksen tarjoajista, mutta ne päättyivät tuloksettomasti. Entisöintialan koulutuksen tarjoajista Teuvan Aikuiskoulutuskeskus oli ainut varteenotettava tutkimuksen kohde, joka vastasi tutkimuksen tarkoitusta. Käsityöalan yrittäjäkoulutuksen katsottiin yksin riittävän antamaan vastauksia asetettuihin kysymyksiin ja teemoihin. Teuvan Aikuiskoulutuskeskus oli ainut tämän tyyppisen koulutuksen tarjoaja Etelä-Pohjanmaalla ja siksi heillä katsottiin olevan laaja käsitys alueen käsityöyrittäjyydestä ja ennen kaikkea entisöintiyrittäjyydestä.

3.3 Tiedonhankintamenetelmä

Tiedonhankintamenetelmäksi valittiin laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Laadullinen tutkimusmenetelmä valittiin koska tutkimuksella ei haluttu hakea määrällistä tietoa, vaan kuvailevaa ja kokonaisvaltaista tietoa (KUVIO 7). Tutkimuksella haluttiin selvittää entisöijien ajatuksia ja tuntemuksia entisöintiyrittäjyydestä, sekä toimialasta yleensä. Haluttiin saada kokonaiskuva entisöintiyrittäjyydestä Etelä-Pohjanmaalla. Tavoitteena oli myös saada syvällisempää, avoimempaa ja kuvailevampaa tietoa entisöinnistä, sekä entisöintiyrittäjyydestä. Laadullinen tutkimusmenetelmä soveltui tämän tyyppisen tiedon hankintamenetelmäksi määrällistä tutkimusmenetelmää paremmin. Tutkimuksessa keskityttiin myös hyvin

pieneen määrään tapauksia, joten aineiston laatu oli tärkeämpää kuin sen määrä. (Eskola & Suoranta 1998, 13–19.)

Kvantitatiivinen	Kvalitatiivinen
Jäykkä	Joustava
Kysymykset: mitä, missä, paljonko, kuinka usein?	Kysymykset: millainen, miksi, miten? uudet näkökulmat
Lukumääräisesti suhteellisen suuri otos	Lukumääräisesti suhteellisen suppea harkittu näyte
Kuvailu tai analyysi numeerisen tutkimusaineiston pohjalta	Laadullisen tutkimusaineiston analyysi
Numeroita	Tarinoita ja merkityksiä
Kyselytutkimukset	Haastattelut

KUVIO 7. Kvantitatiivinen vs. Kvalitatiivinen. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle 2008, 32.)

3.3.1 Aineistonkeruumenetelmä

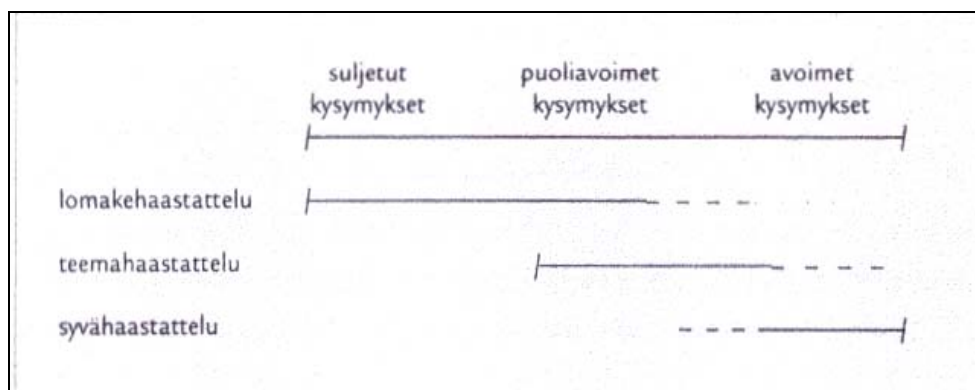
Laadullisen tutkimusmenetelmän aineistonkeruumenetelmiä on monia. Tässä tutkimuksessa menetelmäksi valittiin haastattelu. Haastattelu oli luonteva vaihtoehto kun haluttiin saada tietoa entisöijiltä eli henkilöiltä, joilla on tietoa ja kokemusta tutkittavasta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 73–76.)

Tutkimuksen tarkoituksena oli saada mahdollisimman paljon syvällistä ja kuvailevaa tietoa aiheesta. Tämän tyyppisen tiedon saamisessa haastattelu oli ainut vaihtoehto, sillä se on joustava menetelmä. Haastattelu mahdollisti kysymysjärjestysten muokkaamisen vastaajien ja vastauksien mukaan. Haastattelu oli myös ainut aineistonkeruumenetelmä, jossa voitiin kysymyksiä selventää ja täsmentää haastateltavalle, sekä keskustella vastaajan kanssa. Haastattelu mahdollisti myös vastaajien vastausten täsmentämisen, sekä käytännön esimerkkien mahdollistamisen. Haastattelu oli lisäksi turvallinen vaihtoehto, sillä yleisesti haastatteluissa vastausprosentti on hyvä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 34–36.)

Haastattelu mahdollisti vastaajien havainnoinnin. Haastattelutilanteessa oli mahdollista tarkkailla vastaajan äänenpainoa ja vastaustyyliä. Vastaustyyli ja äänenpaino toivat vastauksen oikean suunnan esiin. Haastattelutilanteessa oli mahdollista myös tutustua vastaajaan henkilönä, sekä tiloihin jossa entisöinti tapahtuu. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 76.)

3.3.2 Tutkimushaastattelulaji

Tutkimushaastattelulajia valittaessa haluttiin lähtökohtana pitää, että haastattelutilanteessa haastattelijalla olisi lista kysymyksiä tukemassa haastattelun etenemistä. Haastattelun ei haluttu kuitenkaan etenevän kirjaimellisesti kysymyslistaa noudattaen (KUVIO 8). Haluttiin, että haastattelijalla on mahdollisuus vaihtaa kysymysten järjestystä haastattelun edetessä. Kysymysjärjestyksen vaihtaminen mahdollisti haastattelun luontevan etenemisen niin, että haastattelussa pystyttiin siirtymään asiayhteydestä toiseen joustavasti. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47–48.)



KUVIO 8. Eri tutkimuslajien soveltuvuus suhteessa kysymysten avoimuuteen. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 80.)

Haastattelutilanteesta haluttiin luoda rento ja avoin, mutta asiapitoinen. Tarkoituksena oli luoda tilanne, jossa vastaajalla on mahdollisuus vastata omin sanoin. Haluttiin saada vastaus tiettyihin kysymyksiin ja asiakokonaisuuksiin, mutta ei vastaajaa johdatellen. Haastattelun tarkoituksena oli päästä pintaa syvemmälle, saaden aitoa ja rehellistä tietoa entisöintiyrittäjyydestä. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 76–79.)

Haastattelua ja alustavia haastattelu kysymyksiä mietittäessä tuli esiin neljä selkeää teemaa, joihin vastauksia haastattelussa haluttiin. Selvästi erottuvat teemat vahvistivat entisestään päätymistä teemahaastattelun kannalle. Teemahaastattelua tuki myös se, että teemahaastattelu on puolistrukturoitu. Puolistrukturoidussa käytetään kyselylomaketta pohjana, mutta haastattelu ei etene orjallisesti kyselylomaketta noudattaen. Puolistrukturoidussa ei myöskään ole valmiita vastausvaihtoehtoja, vaan vastaaja voi vastata omin sanoin. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 76–79.)

Teemahaastattelut päätettiin toteuttaa paikanpäällä haastatellen, että puhelimen välityksellä. Entisöintiyrittäjät päätettiin haastatella kasvotusten ja Teuvan Aikuis- koulutuskeskuksen edustaja puhelimen välityksellä. Puhelinhaastatteluun päädyttiin pitkän välimatkan ja vastaajan kiireellisyyden vuoksi. Entisöintiyrittäjien kohdalla kasvotusten haastatteluun päädyttiin, koska haluttiin luoda rehellinen ja avoin kuva haastateltavalle. Lisäksi haluttiin tutustua tiloihin, joissa haastateltavat työskentelevät, jotta saataisiin myös tätä kautta selkeä kuva heidän toiminnastaan.

3.4 Teemahaastattelurunko

Teemahaastatteluun laadittiin teemahaastattelurunko, joka perustui tutkimuksen tavoitteeseen. Teemahaastattelun runko rakentui valituista teemoista ja niiden alle kuuluvista haastattelukysymyksistä. Teemahaastattelun teemat olivat entisöintiyrittäjiä ja entisöintialan koulutuksen tarjoajaa haastateltaessa seuraavat:

- taustatiedot
- asiakas
- kilpailu
- entisöintiala tänään ja tulevaisuudessa

Teemojen alle kuuluvista kysymyksistä haluttiin tehdä enemmän valmiita kysymyksiä kuin muistillista tyyppinen luettelo. Haastattelutilanteessa kysymykset olivat haastattelijan tukena ja ohjasivat haastattelijaa saamaan kaiken tarvittavan tutkimustiedon. Haastattelijalla oli mahdollisuus haastattelun edetessä myös tar-

kentaa ja syventää kysymyksiä haastattelun etenemisen mukaan. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 66–67.)

Kysymyksistä ja kysyttävistä asioista haluttiin tehdä helposti ymmärrettäviä. Kysymyksillä haluttiin saada kuvailevaa tietoa, sekä keskustelua aiheesta aikaiseksi. Kysymykset muotoiltiin tätä tarkoitusta varten. Kysymykset aloitettiin pääsääntöisesti kysymyssanoilla millainen ja miten, näin välttyttiin kyllä ja ei vastauksilta. Kysymyksistä haluttiin tehdä myös hyvin neutraalisävyisiä eli ei haluttu kysymyksen avulla johdatella haastateltavaa antamaan esimerkiksi negatiivissävyistä vastausta. Neutraaleilla kysymyksillä ei myöskään tuotu haastattelijan ennakkokäsityksiä asiasta esiin. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 105.)

3.4.1 Entisöintiyritykset

Entisöintiyrityksille suoritettun teemahaastattelun ensimmäinen teema oli taustatiedot. Taustatietoteeman alle oli laadittu seuraavanlaisia kysymyksiä:

- Yritys?
- Haastateltavan nimi?
- Työllistääkö yritys yrittäjän lisäksi muita?
- Onko entisöinti päätoimista?
- Keskittyykö yritys ainoastaan entisöintiin?

Taustatieto kysymyksillä haluttiin selvittää millaisesta yrityksestä on kyse. Haluttiin saada selville yrityksen koko, sekä onko yrittäminen päätoimista vai käykö yrittäjä esimerkiksi muualla päivätyössä. Lisäksi haluttiin selvittää tekeekö yritys ainoastaan huonekaluentisöintiä, vai tekeekö yritys myös uusia huonekaluja tai pienimuotoista sarjatuotantoa.

Seuraavana teemana olivat asiakkaat. Asiakasteeman alle oli laadittu seuraavanlaisia kysymyksiä:

- Millaisia ovat yrityksen asiakkaat?
- Miten laajalta alueelta asiakkaat tulevat?
- Mistä asiakkaat saavat tietoa yrityksestä?
- Ovatko asiakkaat entistä tietoisempia vai onko entisöijä yhä asiantuntija, jolta haetaan ideoita ja ratkaisuja? Miten se näkyy?
- Miten asiakkaat reagoivat entisöintityön hinnoitteluun?

Asiakasteeman kysymyksillä haluttiin selvittää millaisia ovat entisöintiyritysten asiakkaat. Haluttiin saada selville onko asiakaskunnasta erotettavissa jokin tietty segmentti ja millainen tämä segmentti on. Haluttiin myös selvittää onko entisöintiyritysten markkinat valtakunnalliset, maakunnalliset vai paikalliset. Haastattelulla haluttiin myös saada kuva siitä miten asiakkaat saavat tietoa yrityksistä. Tämän kysymyksen avulla oli mahdollisuus päästä tutustumaan myös entisöintiyritysten käyttämään mainontaan.

Seuraavaksi haluttiin saada kuva asiakkaiden tietoisuudesta. Tällä kysymyksellä oli tarkoitus hakea vastatusta siihen kuinka paljon entisöijä voi vaikuttaa huonekalun tulevaan ulkonäköön. Ymmärtääkö asiakas huonekalunsa arvon ja arvon ylläpitämiseksi tehtävät toimenpiteet. Asiakasteeman viimeisellä kysymyksellä haluttiin selvittää onko asiakkaat valmiita maksamaan tehdystä työstä sen mitä siihen käytetyt työtunnit edellyttäisivät.

Kolmas teema oli kilpailuteema. Kilpailuteeman sisälsi seuraavanlaisia kysymyksiä:

- Millainen kilpailutilanne entisöintialalla on tällä hetkellä?
- Miten tai millä keinoin kilpailijoista erotutaan?
- Millaisena näet kilpailutilanteen tulevaisuudessa?

Kilpailuteemaan liittyviä kysymyksiä ei ollut paljoa, mutta näillä koettiin saavan selville se mitä tutkimuksen kannalta haluttiin selvittää. Kilpailuteeman kysymyksillä haluttiin selvittää onko entisöintiyrityksillä tietoa kilpailijoistaan. Hakevatko, tietävätkö tai tunnistavatko yritykset kilpailijansa ja heidän toimintatavat. Onko alalla kova kilpailu ja tuleeko kilpailijoita koko ajan lisää. Lisäksi haluttiin selvittää miten

entisöintiyritys erottuu kilpailijoistaan. Erotutaanko kilpailijoista esim. asiakaspalvelun, hinnan, laadun tai jonkin muun vastaavan perusteella.

Viimeisenä teemana oli entisöintiala tänään ja tulevaisuudessa teema. Tämän teeman alle oli laadittu seuraavanlaisia kysymyksiä:

- Millainen on ollut entisöintialan kehitys menneiden vuosien aikana?
- Millaiset ovat entisöintialan tulevaisuuden näkymät?
- Millaisia uhkia tai mahdollisuuksia näet toimialalla tulevaisuutta katsottaessa?

Kysymyksillä haluttiin saada kuva entisöintialasta ja sen kehityksestä vuosien varrella. Haluttiin saada selville millaisena entisöintiyrittäjänä toimivat näkevät ja kokevat tulevaisuuden. Haluttiin selvittää mitä ja millaisia ovat tulevaisuuden uhat ja mahdollisuudet. Haluttiin selvittää onko alalla töitä tulevaisuudessa ja onko riittävästi osaavia ammattilaisia tulossa jatkamaan huonekaluentisöinnin perinnettä.

Kaikkien neljän teeman tarkoituksena oli tuottaa vastaus siihen onko Etelä-Pohjanmaalla vielä tilaa uusille entisöintiyrittäjille ja minkä tyyppisille yrityksille saattaisi olla tilausta. Onko uuden entisöintiyrittäjän mahdollista perustaa kannattava entisöintiyritys Etelä-Pohjanmaalle. Millaiseen toimintaympäristöön ja markkinoihin uuden yrittäjän on valmistauduttava toimintaa suunniteltaessa, sekä pystyykö toiminnalla hankkimaan elannon.

3.4.2 Entisöintialan koulutuksen tarjoaja

Entisöintialan koulutuksen tarjoajalle eli Teuvan Aikuiskoulutuskeskukselle haastattelun kysymykset luotiin samojen teemojen pohjalta. Kysymyksetkin olivat osittain samoja, mutta nyt haluttiin hakea hieman eri näkökulmasta vastauksia teemoihin. Teuvan Aikuiskoulutuskeskukselle kysymykset olivat seuraavanlaisia:

- Vastaja?
- Vastajan titteli?
- Onko käsityöalan yrittäjä koulutusta järjestetty aikaisemmin?

- Millaisen suosion koulutus on saanut?
- Millainen on koulutukseen hakenut tai valittu henkilö?
- Mistä päin Suomea koulutukseen valitut henkilöt tulevat?
- Seuraako Teuvan Aikuiskoulutuskeskus aloittaneiden yritysten kehitystä?
- Millainen kilpailutilanne mielestänne entisöintialalla on tällä hetkellä?
- Miten ja millä keinoin entisöintiyritys voi erottua kilpailijoistaan?
- Millainen on entisöintiyritysten asiakas tänä päivänä?
- Millaisena Teuvan Aikuiskoulutuskeskus näkee entisöintiyritysten tulevaisuuden Etelä-Pohjanmaalla?

Kysymyksillä haluttiin saada tietoa itse koulutuksesta ja entisöijien koulutushalukkuudesta. Haluttiin myös selvittää onko Teuvan Aikuiskoulutuskeskuksella pitkä kokemus kyseisen koulutuksen järjestämisestä. Kokemuksen pituus vaikutti paljon myös kykyyn vastata muutamiin myöhemmin esitettäviin kysymyksiin. Lisäksi haluttiin selvittää minkä tyyppiset henkilöt hakeutuvat koulutukseen ja millainen on heidän koulutus- tai työkokemus taustansa. Haluttiin myös selvittää mistä koulutukseen hakeutuvat tai valitut henkilöt tulevat. Ovatko koulutukseen hakeneet tai valitut henkilöt Etelä-Pohjanmaalta vai ympäri Suomea.

Koulutusta koskevien tietojen lisäksi haluttiin selvittää Teuvan Aikuiskoulutuskeskuksen näkemyksiä ja tietoja entisöintialasta. Haluttiin selvittää seurasivatko he koulutuksesta valmistuneiden kehitystä ja olisiko ollut mahdollista saada kyseisiä tietoja. Haluttiin myös saada Teuvan Aikuiskoulutuskeskuksen näkemys tämän hetken kilpailutilanteesta entisöintialalla, sekä näkemys entisöintialan asiakkaista. Lisäksi haluttiin saada selville miten Teuvan Aikuiskoulutuskeskuksen mielestä entisöintiyritys voi erottua kilpailijoistaan. Viimeisenä haluttiin saada selville vielä millaisena Teuvan Aikuiskoulutuskeskuksessa nähdään entisöintiyritysten tulevaisuus Etelä-Pohjanmaalla.

4 TULOKSET

4.1 Teemahaastattelun toteutuminen

Teemahaastattelun kohteeksi otettiin tutkimuksen suunnitteluvaiheessa kuusi entisöintiyrittäjää, sekä Teuvan Aikuiskoulutuskeskuksen edustaja. Haastattelun kohteille soitettiin etukäteen ennen varsinaiseen teemahaastatteluun ryhtymistä ja esitettiin haastattelupyynnö.

Ensimmäinen yhteydenotto koettiin tärkeänä ja tässä yhteydessä haluttiinkin esittelyt tehdä asianmukaisesti. Puhelun alussa suoritettiin pikainen esittely ja varmistettiin, että tavoitettu henkilö oli oikea. Vasta oikean henkilön varmistumisen jälkeen suoritettiin tarkempi itsensä ja asian esittely. Tämän jälkeen esitettiin haastattelupyynnö, sekä sovittiin mahdollinen haastatteluajankohta.

Haastattelupyynnöjen ja varsinaisten haastattelujen yhteydessä haastateltaville korostettiin, että haastattelujen kohteita ei tulla mainitsemaan nimeltä opinnäytetyössä. Lisäksi painotettiin, että haastatteluista saatuja vastauksia ei kirjoiteta opinnäytetyöhön sanasta sanaan, vaan vastauksista koostetaan yhteenveto. Anonyyminä pysyminen koettiin tärkeäksi toteutettavuusselvitykseen tarvittavien tietojen kannalta. Anonyyminä pysyminen mahdollisti avoimemman ja syvällisemmän keskustelun syntymisen, sekä luotettavamman tiedon saamisen. Anonyymeilla vastauksilla voitiin myös varmistaa, ettei haastatteluilla ole vaikutusta entisöintiyrittäjien asemaan markkinoilla.

4.1.1 Entisöintiyrittäjät

Entisöintiyrittäjien haastattelupyynnökierroksesta muodostui hieman pitempi, kuin tutkimuksen alussa oli suunniteltu. Valituista kuudesta kohteesta vain kaksi saatiin

haastattelun kohteeksi. Tavoitetuista entisöintiyrittäjistä kukaan ei varsinaisesti kieltäytynyt haastattelusta, vaan syy oli jokin muu. Kaksi entisöintiyrittäjää työskenteli tällä hetkellä Etelä-Suomessa tehden aivan muita töitä kuin entisöintiä, ja joutui siksi kieltäytymään haastattelusta. Lisäksi oli entisöintiyrityksiä, joita ei koskaan tavoitettu useasta yhteydenotosta huolimatta.

Haastattelun kohteita lähdettiin hakemaan laajemmalla alueella. Haastattelualue laajennettiin noin 80 kilometrin säteelle mahdollisesta perustettavasta entisöintiyrityksestä. Tällä etäisyydellä toimivien entisöintiyritysten voitiin katsoa vielä omistavan hyvin samankaltaiset markkinat ja heillä katsottiin olevan myös hyvin samankaltainen toimintaympäristö käytettävissä. Toteutettavuusselvityksessä on tärkeää, että kilpailijat ovat yrityksen todellisia kilpailijoita, jotta saatu tieto vastaisi toteutettavuusselvityksen tavoitteita ja tarkoitusta.

Haastattelupyyntökierros osoitti, että moni entisöintiyritys oli lopettanut toimintansa viime vuosien aikana tai yrityksen toiminta oli muuttunut. Entisöinti oli jäänyt muutamilla yrityksillä täysin taka-alalle. Näin ollen mahdollisesti perustettavan yrityksen kilpailijoiden määrä väheni entisestään.

Haastateltavia entisöintiyrityksiä saatiin lopulta neljä kappaletta. Nämä kaikki neljä haastateltavaa entisöintiyritystä olivat hyviä haastateltavia, sillä yritykset olivat hyvin erityyppisiä. Haastateltavien entisöintiyritysten erilaisuus laajensi tietopohjaa. Haastateltavien entisöintiyritysten erilaisuus mahdollisti myös vertailun eli voitiin tarkastella onko toimintatavalla tai yrityksen koolla merkitystä saataviin vastauksiin.

Ensimmäinen haastateltavista oli pienen entisöintiyrityksen yrittäjä. Yrityksessä ei työskennellyt muita yrittäjän lisäksi. Entisöintiyritys teki asiakastilauksina huonekaluentisöintiä ja entisöi huonekaluja jonkin verran myös myyntiin. Tarvittaessa yritys teki myös yhteistyötä lähistöllä sijaitsevan verhoomon kanssa. Entisöintiyrittäjän perheen omistuksessa oli myös toinen aivan toisen toimialan yritys, jossa myös entisöintiyrittäjä työskenteli tarvittaessa.

Toinen haastateltavista oli isomman entisöintiyrityksen yrittäjästä toinen. Yritys oli perheyritys. Yrityksellä oli myös muuta toimintaa huonekaluentisöinnin lisäksi. Yrityksellä oli muun muassa oma maahantuonti, joka tuo maahan entisöintiin liittyviä erilaisia pientarvikkeita. Yritys valmisti entisöinnin ohessa myös jonkin verran uus-tuotantoa, sekä pientä sarjatuotantoa ja asiakastilauksina ruiskumaalaustöitä.

Kolmas haastateltavista oli pienen yhden miehen entisöintiyrityksen yrittäjä. Ky-seinen yritys entisöi huonekaluja suurimmaksi osaksi myyntiin. Yritys myi entisöity-jä huonekalu pääasiassa Huuonetissä ja yrityksen omilla nettisivuilla. Yritys enti-söi myös asiakkaiden huonekaluja, mutta suurimmaksi osaksi yritys entisöi huone-kaluja myyntiin.

Viimeinen eli neljäs haastateltavista toi naisyrittäjyyden näkökulman vastauksiin. Entisöintiyrityksessä ei työskennellyt yrittäjän lisäksi muita. Kyseinen entisöintiyri-tys entisöi vanhoja ja vähän uudempiakin huonekaluja, sekä myi pienessä myymä-lässä erilaisia vanhoja esineitä ja eri-ikäisiä kunnostettuja huonekaluja. Yritys kun-nosti myös muutakin kuin vain huonekaluja esim. ikkunoita ja ovia.

Kaikkien neljän haastatellun entisöintiyrityksen yrittäjät suhtautuivat positiivisesti haastatteluun. Haastattelujen aikana pystyttiin käymään hyvin avointa ja rehellistä keskustelua aiheesta. Entisöintialaan perehtyminen ja tietopohja entisöintialasta, sekä entisöintityöstä edesauttoivat antoisamman ja syvemmän keskustelun syn-tymistä.

4.1.2 Entisöintialan koulutuksen tarjoaja

Teuvan Aikuiskoulutuskeskuksesta haastateltiin kahta henkilöä, aikaisemmin suunnitellun yhden sijaan. Ensimmäinen haastateltavista henkilöistä osasi vastata koulutusta koskeviin asioihin. Koulutus oli ensimmäistä kertaa toteutumassa tässä muodossaan eli käsityöalan yrittäjä huonekalujen entisöinti ja verhoilu. Koulutuk-sesta ei näin ollen ollut aikaisempaa kokemusta ja tämä vaikutti saataviin vastauk-siin.

Käsityöalan yrittäjä huonekalujen entisöinti ja verhoilu koulutus oli toteutumassa ensimmäistä kertaa. Haku koulutukseen oli ollut avoinna jo aikaisemminkin, mutta silloin hakijoita ei ole ollut. Koulutuksen ei koettu herättäneen suurta kiinnostusta entisöintialan ammattilaisten tai alasta kiinnostuneiden keskuudessa. Koulutuksen oli aloittamassa nyt neljä henkilöä.

Haastateltava kertoi koulutuksen kestävän noin 1-1,5 vuotta ja se räätälöidään kunkin henkilön ammattitaidon, sekä kokemuksen mukaan. Haastateltava kertoi myös, että koulutuksen aikana kehitetään perustettavalle yritykselle liiketoimintasuunnitelma ja näin yritysidea kehitetään koko koulutuksen ajan. Lisäksi haastateltava kertoi, että kurssin alkuvaiheen suunnittelussa ei ole tarkemmin tarkasteltu Etelä-Pohjanmaan aluetta. Haastattelussa tuli ilmi, että tähänkin asiaan ollaan perehtymässä, kunhan kurssi pääsee kunnolla vauhtiin.

Toinen haastateltavista henkilöistä osasi kertoa enemmän entisöintialaan liittyvistä asioista. Haastateltavalla henkilöllä oli itsellään kokemusta käsityöalan yrittäjyydestä. Hän oli toiminut Pohjois-Suomessa menestyksekkäästi käsityöalan yrittäjänä. Haastateltava henkilö ei kuitenkaan osannut täysin vastata haastattelijan esittämiin kysymyksiin, sillä haastateltavalla henkilöllä oli kokemusta enemmänkin pintakäsittely- ja verhoilualan puolelta. Lisäksi saatuihin vastauksiin vaikutti haastateltavan henkilön yrittäjäkokemus Pohjois-Suomen alueelta. Haastateltavan henkilön vastaukset otettiin kuitenkin mahdollisuuksien mukaan huomioon, tarkasteltaessa entisöintiyrittäjyyden asiakkaita, kilpailua, sekä entisöintialaa tänään ja tulevaisuudessa.

Haastattelu Teuvan Aikuiskoulutuskeskuksen jälkimmäisen haastateltavan henkilön kanssa oli antoisa haastattelun molemmille osapuolille. Entisöintiyritysten teemahaastatteluun saatiin haastateltavalta henkilöltä vielä yhden entisöintiyrityksen yhteystiedot. Haastateltavan suosittelemasta entisöintiyrityksestä tuli teemahaastattelun neljäs haastateltava. Haastateltu henkilö oli myös hyvin kiinnostunut toteuttavuusselvitystä varten kerätystä aineistosta.

Haastateltavalle henkilölle lähetettiin sähköpostilla Etelä-Pohjanmaalla toimivien entisöintiyriyten yhteystietoja, joita toteutettavuus selvitystä varten oli etsitty. Haastateltu henkilö pyysi tietoja, koska oli hyvin kiinnostunut laajentamaan omaa tietämystään Etelä-Pohjanmaalla toimivista entisöintiyriyksistä. Valmiiksi etsitty materiaali myös helpotti haastateltavaa henkilöä, sillä opetustyötä tekevällä henkilöllä ei työn puitteissa ole aikaa näin työläälle etsintäoperaatiolle.

4.2 Haastattelumateriaalin purku ja tulokset

Haastattelut nauhoitettiin haastattelutilanteessa ja haastattelumateriaalia kertyikin hyvin. Osa materiaalista oli hyvin syvällistä keskustelua aiheesta ja näin myös arvokasta tietoa. Haastattelumateriaalin nauhoitus mahdollistaa myös aineistoon palaamisen myöhemmässä vaiheessa, sillä haastattelumateriaali jää toimeksiantajan käyttöön. Toimeksiantaja voi hakea haastattelumateriaalista tarkempaa ja yksityiskohtaisempaa tietoa esimerkiksi mahdollista liiketoimintasuunnitelmaa laatiesä.

Haastattelut suoritettiin hyvin tiiviissä aikataulussa. Aineiston purku ja analysointi aloitettiin muutaman päivän kuluttua viimeisestä haastattelusta. Tiivis aikataulu auttoi materiaalin käsittelyssä, sillä asiat olivat vielä haastattelijalla tuoreessa muistissa.

Haastattelumateriaalia ei litteroitu eli kirjoitettu puhtaaksi sanasta sanaan, sillä tämän ei katsottu olevan tarpeellista. Haastattelumateriaalin purku aloitettiin kuuntelemalla haastattelut uudelleen läpi. Kuuntelun aikana haastatteluista poimittiin ylös haastateltavien mielipiteet, kertomukset ja tuntemukset teema-alueittain. Haastattelumateriaalista oli heti alkuvaiheessa huomattavissa, että haastateltavien kertomukset ovat hyvin samansuuntaisia.

Haastattelumateriaalin purkamisesta syntyi nippu papereita, joissa oli entisöintiyrittäjien vastaukset teema-alueittain. Teema-alueittain olevat vastaukset luettiin useaan kertaan läpi, vaikka materiaaliin oli perehdytty jo useamman kerran aikaisem-

minkin tutkimushaastattelua tehdessä ja materiaalia purkaessa. Vastauksia lukies-
sa heräsi monenlaisia ajatuksia ja kysymyksiä. Kun samaan kysymykseen oli tullut
muutama hieman erityyppinen vastaus, heräsi kysymys mistä tämä johtuu ja näi-
hin asioihin haettiin selityksiä vastauksia luettaessa.

Teema-alueittain saadut vastaukset analysoitiin tarkkaan. Analyysin pohjalta kirjai-
tettiin haastatteluista saadut tulokset eli yhteenveto entisöintiyrittäjien kertomuksis-
ta. Yhteenvetona pidettiin toki teema-alueita, mutta myös toteutettavuus-
selvityksen tavoitteita ja tarkoitusta peilattiin saatuihin vastauksiin. Tulokset on
esitely seuraavien alaotsikoiden alla teema-alueittain. Tuloksista on selkeästi ha-
vaittavissa ja luettavissa vastaukset mikroyrityksen toteutettavuusselvitystä varten
selvitettävistä tekijöistä ja niiden tilasta, sekä tulevaisuuden näkymistä.

4.2.1 Entisöintiyritysten asiakkaat

Haastateltavien entisöintiyrittäjien mielestä entisöintiyritysten asiakkaita oli vaikea
lähteä luokittelemaan. Asiakkaat ovat kaikenikäisiä ja eri ammattiluokkien edusta-
jia, kuitenkin pääasiassa naisia. Yksi vastanneista pystyi kertomaan, että asiak-
kaista noin 90 % on naisia. Kaikkien vastanneiden mielestä asiakaskunta oli nuo-
rentunut huomattavasti viimeisten vuosien aikana. Tämä koettiin hyvin positiivise-
na suuntauksena. Vielä jokunen vuosi sitten asiakkaat olivat pääosin noin 50–70-
vuotiaita naisia.

Entisöintiyritysten asiakkaat olivat pääasiassa yksityishenkilöitä. Ihan satunnaisesti
entisöintityötä tehtiin esimerkiksi yrityksille tai kouluille. Entisöintiyritysten markki-
nat olivat pääasiassa paikallisia tai maakunnallisia. Suurempien ja laajempaa toi-
mintaa harjoittavien entisöintiyritysten markkinoina oli koko Suomi, painottuen Ete-
lä-Pohjanmaalta Etelä-Suomeen. Vain aivan satunnaisesti asiakkaita tuli Pohjois-
Suomesta. Monesti maakunnan ulkopuolelta tulevat asiakkaat olivat lähtöisin Ete-
lä-Pohjanmaalta tai heidän entisöitävän huonekalun historia oli alkujaan Etelä-
Pohjanmaalta.

Entisöintiyritysten asiakkaiden koettiin olevan entistä tietoisempia siitä mitä he haluavat. Tietoisuuden uskottiin lisääntyneen paljon television sisustusohjelmien myötä. Asiakkaat eivät kuitenkaan vielä olleet alan asiantuntijoita, sillä monesti asiakkaiden toiveet olivat hyvin epärealistisia eli niitä ei kyetty toteuttamaan, sillä se ei ollut mahdollista. Entisöintialan ammattilainen koettiin yhä olevan oman alansa asiantuntija, joka kertoo asiakkaalle mitä voidaan tehdä ja mitä kannattaa tehdä. Muutama haastatelluista kertoi uskaltavansa jo kieltäytyä työstä, jossa halutaan selvästi tuhota vanhan huonekalun arvo. Tämän päivän trendi eli valkoiseksi maalattu ja hieman kulutettu huonekalu oli haastateltavien mielestä asiakkaiden ykkössuosikki, mutta vanhasta huonekalusta tällainen käsittely tekee arvottoman.

Kun haastattelun aikana tiedusteltiin mistä asiakkaat saavat tietoa yrityksestä, nousi internet vahvasti esiin jokaisella haastateltavalla. Internetiä vahvemmasi nousi kuitenkin vielä tehty työ. Hyvin tehty työ oli parasta mainosta eli arvostettu ja ammattitaitoinen työnjälki poiki lisää asiakkaita, koska näin sanan koettiin lähtevän kiertämään ihmisten keskuudessa. Entisöintiyrityksistä vain muutama mainosti lehdissä satunnaisesti. Lehtimainonnan ei katsottu olevan paras mahdollinen väline tavoitella asiakkaita.

Entisöintiyrityksen toiminnan alkuvaiheessa haastateltavat entisöintiyrittäjät olivat kokeneet, että asiakkaat eivät olleet valmiita maksamaan työstä. Vanhoja huonekaluja ei arvostettu niin paljoa kuin nykyään. Asiakkaiden maksuhalukkuudessa oli kuitenkin vuosi vuodelta nähtävissä parannusta. Nykyään osa asiakkaista oli valmiita maksamaan mitä vaan, kunhan työ tulee tehtyä ja laatu on hyvää. Erityisesti Etelä-Suomesta tulevat asiakkaat olivat halukkaampia maksamaan tehdystä työstä. Paikalliset ja maakunnalliset asiakkaat eivät olleet vielääkään täysin hyväksyneet hinnoittelua.

4.2.2 Entisöintialan kilpailutilanne

Haastateltavilla entisöintiyrittäjillä ei ollut tarkkaa tietoa alalla vallitsevasta kilpailutilanteesta. Lähes jokainen yrittäjä osasi nimetä muutaman kilpailijansa Etelä-

Pohjanmaan alueelta. Jokainen entisöintiyrittäjä oli tietoinen, että entisöintityön tekijöitä olisi paljon Etelä-Pohjanmaan alueella. Virallisia yrityksiä tiedettiin kuitenkin olevan vähän, sillä moni entisöi ilman yritystoimintaa eli entisöi pientä maksua vastaan. Entisöintialalla mainonnan koettiin olevan myös vähäistä ja tästä syystä kilpailijoista ei saada tarkkaa tietoa. Kilpailijoihin ei ole myöskään lähdetty tutustumaan, vaan tieto kilpailijoista oli hankittu mainonnan, asiakkaiden tai tuttavien välityksellä.

Haastateltavien entisöintiyrittäjien mielestä kuitenkin myös uusia yrittäjiä mahtuu vielä alalle, sillä lopettaneita yrityksiä tuntui haastateltavien mielestä olevan vuosi vuodelta enemmän. Töitä koettiin riittävän myös tulokkaille. Tulokkailta oli kuitenkin jo pitkään entisöintialalla toimineiden mielestä liian ruusuinen kuva alasta. Entisöintialan työ koettiin raskaaksi työksi, jossa yhden työn tekeminen saattaa viedä pitkänkin ajan valmistuakseen. Haastateltavien mielestä tulokkaiden tulisi valmistautua tekemään pitkäjänteistä työtä yrityksensä nimen tuomiseksi esille ja tänä aikana yrityksellä olisi oltava myös pääomaa millä toimintaa pyritetään.

Kilpailijoista voitiin haastateltavien mielestä yksimielisesti erottua laadulla. Entisöintiyrityksen oli haastateltavien mielestä aina tehtävä parasta laatua mihin yritys pystyy. Laadun avulla voitiin varmistaa, että asiakas oli tyytyväinen tulokseen ja palasi yritykseen myös toisenkin kerran. Kaksi vastanneista toi esiin myös muita keinoja erottua kilpailijoista.

Toinen mainitsi kaksikielisyyden tuoneen kilpailuetua, sillä yritys pystyi palvelemaan paremmin myös rannikkoseutua. Toinen haastateltavista mainitsi isojen toimitilojen tuoneen huomattavaa etua kilpailijoihin nähden. Yritys pystyi ottamaan vastaan isojakin asiakastilauksia, kuten esimerkiksi kokonaisen pohjalaistalon kalustuksen. Yrityksellä oli käytössä hyvät ja suuret tilat missä asiakkaan huonekaluja oli mahdollista säilyttää. Esiin nousi myös yrityksen nimen tuleminen tunnetuksi. Tämän katsottiin tuovan yritykselle kilpailuetua muihin nähden.

Haastateltavat entisöintiyrittäjät eivät uskoneet tulevaisuuden tuovan suuria muutoksia kilpailutilanteeseen. Alalla tulisi aina olemaan pieniä ja suuria entisöintiyri-

tyksiä, sekä kotona pientä maksua vastaan tekeviä entisöijä. Entisöintitöitä uskottiin kuitenkin riittävän kaikille.

4.2.3 Entisöintiala tänään ja tulevaisuudessa

Entisöintiala oli haastateltavien entisöintiyrittäjien mielestä muuttunut viimeisten vuosien aikana. Ihmisten ei enää koettu viitsivän kunnostaa tai osaavan itse kunnostaa huonekaluja. Ihmisillä ei myöskään koettu enää olevan kotona tiloja missä voisi huonekaluja kunnostaa tai säilyttää. Entisöinnin katsottiin olevan aikaa vievä harrastus, joten sen ei koettu enää sopivan kiireisen nykyihmisen harrastukseksi niin kuin joitain vuosia sitten. Näistä seikoista uskottiin johtuvan entisöintiyrittäjien kysynnän lisääntyminen viime vuosien aikana.

Haastateltavien entisöintiyrittäjien mielestä vanhoja huonekaluja arvostettiin ja kunnioitettiin tänä päivänä paljon enemmän kuin esimerkiksi kymmenen vuotta sitten. Televisiosta tulevien sisustusohjelmien uskottiin myös lisänneen vanhojen huonekalujen arvostusta viime vuosien aikana. Haastateltavat uskoivat vanhojen huonekalujen ja tätä myötä huonekaluentisöinnin yhä jatkavan kasvuaan. Vanhojen huonekalujen ei nähty loppuvan vielä vuosiin, sillä niitä uskottiin yhä olevan ihmisillä kodeissaan paljon käyttämättöminä. Haastateltavat uskoivat kuitenkin, että tulee vielä aika jolloin vanhat huonekalut vähenevät ja tällöin entisöintiyrittäjien olisi oltava myös muuta toimintaa suunniteltuna.

Tällä hetkellä Ruotsista tuli haastateltavien mielestä paljon vanhoja huonekaluja Suomeen. Näitä huonekaluja asiakkaille välittivät erilaiset huutokaupat. Ruotsista tulleiden huonekalujen uskottiin myös hieman vaikuttaneen vanhojen huonekalujen hinnoitteluun. Asiakkaille Ruotsista tuotujen vanhojen huonekalujen uskottiin tuovan entistä paremman tarjonnan vanhoja huonekaluja. Entisöintiyrittäjien tälle tälle uskottiin tuovan lisää entisöitäviä huonekaluja tulevaisuutta katsottaessa.

Ruotsista tulevien vanhojen huonekalujen katsottiin erottuvan suomalaisista vanhoista huonekaluista. Ruotsalaiset vanhat huonekalut olivat usein haastateltujen

mielestä valmistettu esimerkiksi tammesta, kun taas suomalaiset vanhat huonekalut oli yleisesti valmistettu männystä tai koivusta. Ruotsissa haastateltavat uskoivat olevan vielä paljon vanhoja huonekaluja, sillä esim. Ruotsissa ei ole sodat tehneet tuhojaan.

Kaikkien haastateltavien entisöintiyrittäjien mielestä entisöintityötä tulisi olemaan riittävästi tulevaisuudessakin, mutta pelkällä entisöinnillä ei koettu saavan riittävää toimeentuloa. Yrityksellä oli oltava myös muuta toimintaa selviytyäkseen. Toinen vaihtoehto haastateltavien mielestä oli tehdä huonekaluentisöintiä sivutoimisena yrittäjänä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Haastatteluista saatujen tulosten ja käsityöyrittäjyyttä käsittelevän materiaalin perusteella entisöintialalla olisi töitä tulevaisuudessakin. Vanhojen huonekalujen arvostus ja kysyntä oli lisääntynyt voimakkaasti viime vuosien aikana. Televisiosta tulevat sisustusohjelmat olivat osaltaan lisänneet vanhojen huonekalujen arvostusta. Sisustusohjelmat olivat tuoneet vanhat huonekalut myös nuoren asiakaskunnan tietoisuuteen. Nuorentuneen asiakaskunnan ja vanhojen huonekalujen yleisen entisöinnin tarpeen johdosta tulevaisuus voitiin nähdä valoisana. Vaatiipa huonekalu vain pientä kunnostusta tai koko huonekalun käsittävää entisöintiä, niin aina se on työtä huonekaluentisöijälle.

Haastatteluista saatujen tulosten perusteella voitiin nähdä, että uudelle entisöintiyritykselle olisi vielä tilaa Etelä-Pohjanmaalla. Virallisia entisöintiyrityksiä löytyi tutkimuksen kohteita etsiessä Etelä-Pohjanmaan alueelta suhteellisen vähän. Tämän ei kuitenkaan voitu katsoa tarkoittavan, ettei entisöintityön tekijöitä olisi. Entisöintiyritysten löytäminen asiakkaan näkökulmasta katsottuna oli vaikeaa ja työlästä, joten itseään markkinoivalle yritykselle löytyisi tilaa markkinoilta.

Haastattelun tulokset antoivat merkkejä siitä, että perustettava entisöintiyritys olisi järkevintä aloittaa sivutoimisena yritystoimintana. Tällöin yrityksen perustaja ei luopuisi nykyisestä päivätyöstään. Haastatteluista ilmeni hyvin selkeästi, että pelkällä entisöinnillä ei yritys tule toimeen. Tämä tukee hyvin vahvasti sivutoimisena aloittamisen järkevyyttä. Sivutoiminen yritystoiminta minimoisi riskejä ja mahdollistaisi yritystoiminnan käynnistämisen hiljaisen varovasti markkinoita tunnustellen. Sivutoimisena entisöintiyritys voisi keskittyä ainoastaan entisöintiin ja kenties pienimuotoiseen entisöityjen huonekalujen myyntiin. Tärkeää olisi, että toiminta voitaisiin aloittaa ilman suurempia rahallisia sitoumuksia.

Sivutoimisen yritystoiminnan aikana toimeksiantaja pystyisi tekemään yritystä tunnetuksi ja hankkimaan yritykselle asiakaskuntaa. Yrityksen tulisi tänä aikana myös

kerätä ja päivittää asiakas-, markkina- ja kilpailijatietojaan, joiden avulla yritys sitten pystyisi miettimään päätoimista yrittäjyyttä ja rakentamaan pohjaa sille. Päätoiminen yrittäjyys entisöintialalla ja onnistuminen siinä vaatisi yritykseltä alan hyvää tuntemista, kokemusta alasta, osittain valmista asiakaskuntaa, sekä selkeitä tavoitteita ja selkeää suuntaa toiminnalle.

Päätoimiseen yrittäjyyteen mahdollisesti siirryttäessä tulisi yrityksellä olla mietittyinä myös muuta toimintaa entisöinnin lisäksi. Vaihtoehtoja muuksi toiminnaksi on paljon. Yritys voisi ottaa rinnalle alihankintatöitä esimerkiksi osien tai tuotteiden valmistusta huonekaluteollisuudelle. Yritys voisi myös suunnitella ja valmistaa uusia huonekaluja, koriste-esineitä, käyttöesineitä tai jotain muuta mille on kysyntää. Yritys voisi myös ajatella tekevänsä yhteistoimintaa esimerkiksi toisen entisöijän, puusepän, tai verhoilijan kanssa. Harkinnassa voisi olla myös entisöintialaan liittyvää jälleenmyyntiä. Muu toiminta voisi olla myös jotain aivan muuta ja uutta, jotain mitä markkinoilla ei vielä ole nähty. Muuta toimintaa tulisi kuitenkin olla niin, että yhden hiipussa voitaisiin toinen toiminta ottaa käyttöön. Ovet olisi pidettävä avoinna useaan suuntaan.

Yritystä perustettaessa olisi heti aloitettava mainonta, sillä yrityksellä ei ole valmiita asiakaskuntaa. Haastattelujen ja käsityöyrittäjyyttä käsittelevän materiaalin perusteella internet olisi ensimmäinen askel asiakkaiden tietoisuuteen. Haastattelun kohteita etsittäessä internetsivut puuttuivat monelta yritykseltä ja tämä vaikeutti yrityksestä saatavan tiedon saantia. Internet sivut olivat monesti myös hyvin puutteellisia tai sekavia.

Perustettavan yrityksen tulisi tehdä laadukkaat ja asiakkaan näkökulmasta helposti löytyvät internetsivut, joita asiakkaan olisi helppo käyttää. Helppokäyttöisyys rakentuisi yksinkertaisista ja helposti käytettävistä valikoista, sekä sivujen ilmeestä ja värityksestä. Asiakas haluaa monesti nähdä sivuilla myös kuvia entisöidyistä huonekaluista, sekä selkeästi yhteystiedot ja yrittäjän esittelyn. Yrittäjän kannalta sivut tulisivat olla helposti päivitettävät ja niitä olisi säännöllisesti päivitettävä, jotta asiakkaan saama tieto olisi tuoretta.

Perustettava yritys voisi mainontaa toteuttaa myös postilaatikkoihin jaettavilla esitteillä ja pienellä lehtimainonnalla. Esitteitä yritys voisi jakaa alkuun itse tai palkkaamalla esimerkiksi koululuokan pientä korvausta vastaan tekemään sen. Esitteiden avulla voitaisiin yrityksestä, yrityksen palveluista ja yrityksen internetsivuista kertoa lähialueen asukkaille. Lehtimainonta kannattaisi keskittää ilmaisjakelulehtiin, sillä niillä tavoittaa melko laajan määrän potentiaalisia asiakkaita. Ilmaisjakelulehdissä mainoshinnat olisivat myös kohtuullisemmat. Toiminnan vakiinnuttua mainontaa voitaisiin tehdä harvemmin, sillä hyvän laadun ansiosta asiakkaat toisivat asiakkaita. Tämä vaatisi kuitenkin hyvää laatua aina ja laatu olisi pidettävä mielessä aina töitä tehdessä.

Laatu voitiin entisöintiyrityksen näkökulmasta katsoa olevan hyvää ja ammattitaitoista työnjälkeä. Laatu voi olla kuitenkin myös asiakkaan kokema palvelua ja laatuun voi vaikuttaa myös yrityksen tilat, sekä kuva yrittäjästä. Haastatteluista saadut tulokset puhuivat laadun puolesta, mutta näissä laatu nähtiin vain hyvänä ja ammattitaitoisena työnjälkenä. Käsiyöyrittäjyyttä käsittelevissä materiaaleissa laadun määritelmä oli hyvin samansuuntainen haastateltavien kanssa. Haastatteluja suoritettaessa pystyttiin näkemään, että laatu oli haastateltavien yritystenkin toiminnassa nähtävissä myös muilla tavoin kuin vain entisöidyissä huonekaluissa nähtynä laatuna. Aloittava entisöintiyritys voisi erottua kilpailijoista tuomalla asiakkaille selkeästi esiin myös laadun muita piirteitä.

Haastattelujen perusteella ei pystytty segmentoimaan entisöintiyritysten asiakkaita, koska entisöintiyrittäjien oli mahdotonta kertoa selvää asiakaskuntaa. Tämä korostaa entistä enemmän mainonnan ja laadun tärkeyttä. Haastatteluissa kuitenkin ilmeni, että pienten entisöintiyritysten markkinat olivat paikallisia tai maakunnallisia ja isompien yritysten valtakunnallisia. Haastatteluissa tuli selvästi esiin myös asiakaskunnan nuorentuminen ja naisten suuri osuus asiakaskunnasta.

Sivutoimisena aloittavan entisöintiyrityksen markkina-alueiden voitaisiin katsoa näin ollen olevan paikalliset tai maakunnalliset. Toiminnan mahdollisesti laajennuttua päätoimiseksi voitaisiin markkina-alueita lähteä kasvattamaan valtakunnalliseksi. Markkinointi kannattaisi myös suunnata näitä markkina-alueita silmällä pitä-

en. Haastatteluista saatujen tulosten perusteella perustettavan entisöintiyrityksen kannattaisi lähteä suuntaamaan markkinointia ja toimintaa nuorille pariskunnille, jotka sisustavat omaa kotia. Kohteiksi tulisi ottaa myös eri-ikäiset naiset, sekä yritykset. Toiminnan laajennettua voitaisiin yritystä tuoda esille myös messuilla ja esimerkiksi erilaisissa naistenilloissa.

Aloittavan entisöintiyrittäjän olisi otettava myös hinnoittelu haltuun heti yritystoiminnan alussa. Vaikka toiminta olisikin paikallista tai maakunnallista ja asiakkaat eivät olisi niin innokkaita maksamaan tehdystä työstä, olisi kuitenkin tunnistettava oman työn arvo. Liian edullisesti tehty työ kostautuu vuosien päästä, sillä hintoja on vaikea nostaa jo tutuiksi käyneiltä asiakkailta. Ylihinnoitteluun ei kuitenkaan olisi varaa, sillä kilpailutilanne pitää siitä huolen. Näin ollen uuden yrittäjän olisi uhrattava aikaa miettiäkseen oikea hinnoittelulinja yritykselle.

Loppuun voidaan todeta vielä, että ennen yritystoiminnan aloittamista tulevalla yrittäjällä tulisi olla selkeä ja realistinen kuva myös omista resursseista. Olisi osattava mitoittaa toiminta resurssien mukaan ja muistettava, että resurssien lähtökohdana on yksi henkilö ja rajallinen ajankäyttö. Entisöintiala on myös raskasta työtä, joten sivutoimista yritystoimintaa harjoittaessa olisi oltava fyysisesti ja henkisesti hyvässä kunnossa. Huomioon tulisi ottaa myös tarvittavat vapaapäivät, sillä ilman vapaapäiviä voi tulla vakavia seuraamuksia. Yrittäjän tulisi varautua myös rahallisesti yritystoiminnan aloittamiseen, vaikka se olisikin sivutoimista.

LÄHTEET

- Duff, V. 11.12.2010. Business Plan vs. Feasibility Study. [Verkkosivusto]. [Viitattu 14.12.2010]. Saatavana: http://www.ehow.com/about_7484272_business-plan-vs-feasibility-study.html
- Entisöintiyritys1. 2010. Yrittäjä. Haastattelu 18.11.2010.
- Entisöintiyritys2. 2010. Yrittäjä. Haastattelu 19.11.2010.
- Entisöintiyritys3. 2010. Yrittäjä. Haastattelu 22.11.2010.
- Entisöintiyritys4. 2010. Yrittäjä. Haastattelu 24.11.2010.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Fonecta. 2010. Fonecta tuotteet ja palvelut. [Verkkosivu]. [Viitattu 4.9.2010]. Saatavana: http://www.fonecta.fi/tuotteet-palvelut/Etel%C3%A4-Pohjanmaan+maakunta/q_entis%C3%B6inti/1/
- Gladden, A. 17.2.2010. Why Is a Feasibility Study Important in Business?. [Verkkosivusto]. [Viitattu 14.12.2010]. Saatavana: http://www.ehow.com/facts_5997942_feasibility-study-important-business_.html
- Hall, S. 1.4.2010. How to Make an Economic Feasibility Analysis. [Verkkosivusto]. [Viitattu 14.12.2010]. Saatavana: http://www.ehow.com/how_6182715_make-economic-feasibility-analysis.html
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Höglund, S. 2008. Korjaa ja entisöi huonekaluja. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Koulutuksen tarjoaja. 2010. Koulutussuunnittelija. Teuvan Aikuiskoulutuskeskus. Haastattelu 24.11.2010.
- Koulutuksen tarjoaja. 2010. Opettaja. Teuvan Aikuiskoulutuskeskus. Haastattelu 24.11.2010.

- Käsi- ja taideteollisuusliitto ry. 2001. Käsityöyritysten tila ja kehitys: vuoden 2000 barometri. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Yliopistopaino. [Viitattu 8.11.2010]. Saatavana: <http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/tiedostot/barometri2000.pdf>
- Käsityöalan yritystoiminnan edistäminen-työryhmä. 2006. Käsillä yrittäminen: Käsityöalan yrittäjyyden kehittämisstrategia 2007-2013. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Kauppa- ja Teollisuusministeriö. [Viitattu 8.11.2010]. Saatavana: [http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/E2A6A8ACB8F13A00C225720C0020C7C0/\\$file/jul36_2006_netti.pdf](http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/E2A6A8ACB8F13A00C225720C0020C7C0/$file/jul36_2006_netti.pdf)
- Lith, P. 2005. Käsityörittäjyys Suomessa 2000-luvulla. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Kauppa- ja Teollisuusministeriö. [Viitattu 8.11.2010]. Saatavana: [http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/35CE2977AB29F24DC2256FF5002B9EEB/\\$file/jul10elo_2005.pdf](http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/35CE2977AB29F24DC2256FF5002B9EEB/$file/jul10elo_2005.pdf)
- Luutonen, M. & Äyväri, A. 2002. Käsien tehty tulevaisuus: näkökulmia käsityörittäjyyteen. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Edita Prima Oy. [Viitattu 8.11.2010]. Saatavana: <http://www.sitra.fi/Julkaisut/raportti24.pdf>
- Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.
- Sedu Aikuiskoulutus. 21.9.2010. Yleisesittely ja toimialat. [Verkkosivusto]. [Viitattu 2.10.2010]. Saatavana: http://www.sedu aikuiskoulutus.fi/Suomeksi/Yleisesittely_ja_toimialat/Yrittajyys,_kauppa_ja_kulttuuri/Kulttuuriala/Puusepanalan_ammattitutkinto,_entisointi.iw3
- Smith, A. 1989. Huonekalujen kunnostus. Suomentaja Anna-Leena Widenius. Hämeenlinna: Karisto Oy.
- Teuvan Aikuiskoulutuskeskus. Ei päiväystä. Koulutus. [Verkkosivusto]. [Viitattu 2.10.2010]. Saatavana: http://www.teakoy.fi/site?node_id=245
- Tietoykkönen. 2004. Käsityöyritysten toimintaympäristö ja kehitysnäkymät. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Kauppa- ja Teollisuusministeriö. [Viitattu 8.11.2010]. Saatavana: <http://julkaisurekisteri.ktm.fi/>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Yritysrekisteri-Seinänaapurit. Ei päiväystä. Seinänaapurikuntien yritysrekisteri. [Verkkosivusto]. [Viitattu 1.9.2010]. Saatavana: <http://yritykset.seinajoenseutu.fi/>

LIITE

Liite 1. Käsityöalan yrittäjä- koulutus, Teuvan Aikuiskoulutuskeskus

KÄSITYÖALAN YRITTÄJÄ HUONEKALUJEN ENTISÖINTI JA VERHOILU

Arvostatko perinteisiä käsityöammatteja? Onko vapaus, itsenäisyys ja luovuus sinulle tärkeää elämässäsi? Entä mikä sinulla on painoarvo ekologisiin asioihin ja hiilijalanjäljen kokoon nähden?

Koulutamme sinut yrittäjäksi entisöimään, pintakäsittelmään ja verhoilemaan huonekaluja itsenäisenä ammatinharjoittajana.

TEAK

Koulutuksen kuvaus

Koulutus on tarkoitettu henkilöille joilla on selkeä kiinnostus ja halu oman yrityksen perustamiseen. Koulutusohjelmasi rakennetaan niin, että se huomioi mahdollisimman hyvin yritysideoitasi, lähtötilanteesi sekä paikkakunnan ja muut olosuhteet. Opinnot räätälöidään kunkin henkilökohtaisen tavoitteen ja suuntautumisen mukaan.

TEAK on valtakunnallisesti ja kansainvälisesti toimiva monialainen aikuiskoulutuskeskus.

Koulutus sisältää:

- Ammatillisen- ja yrittäjäkoulutuksen.
- Ammatillinen koulutus sisältää mm.
 - huonekalujen korjaukset ja pintakäsittelyt, työmenetelmissä esineiden ikä ja tyylikausi huomioiden
 - koriste- ja mukailumaalaukset
 - erikoispintakäsittelyt mm. kultaus, patinointi, kiillotukset
 - huonekaluverhoilun perusteet mm. ompelu, kaavoitus pehmustus
 - perinteisen verhoilun, mm. joustintyöt, heftaukset ja piiputukset
 - työsuunnittelun sekä
 - tyyli- ja väriopin.
- Starttirahaan oikeuttavan yrittäjyyskoulutuksen, joka sisältää mm.
 - asiakaspalvelun
 - myynnin ja markkinoinnin
 - verotuksen, liiketoimintasuunnitelman laadinnan ja kustannuslaskennan
 - sekä perusteita tuotesuunnittelusta.

Lisätiedot

Hannu Lakso p. 050 3948 728 tai 010 3977 000. Internetissä osoitteesta www.teakoy.fi. Sähköpostit ovat muotoa etunimi.sukunimi@teakoy.fi

www.teakoy.fi

