

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Restaurointi

Henna Mero

URAPOLKUNA RESTAUROINTIYRITTÄJYYS

– PIENYRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Opinnäytetyö 2013

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Restaurointi

MERO, HENNA

Urapolkuna restaurointiyrittäjyys

– pienyrityksen liiketoimintasuunnitelma

Opinnäytetyö

39 sivua + 5 liitesivua

Työn ohjaaja

Anne Räsänen

Toimeksiantaja

Henna Mero

Huhtikuu 2013

Avainsanat

liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys, restaurointiala, käsityöläisyys

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää pienyrittäjyyttä restauroinnin alalla. Työ on jaettu kahteen osaan, jossa ensimmäisessä käsitellään restaurointiyrittäjyyttä erikoistumisen, verkostoitumisen sekä hinnoittelun kautta sekä yrittäjäksi ryhtymisen edellytyksiä. Toisessa osassa esitellään perustettavan restaurointiyrityksen liiketoimintasuunnitelma. Tavoitteena oli selvittää restaurointialan yrittämiseen liittyviä erikoispiirteitä ja saattaa oman yrityksen liikeidea kirjalliseen muotoon. Tämän opinnäytetyön puitteissa kirjoitettua liiketoimintasuunnitelmaa tullaan myöhemmin käyttämään pohjana kattavamman suunnitelman työstämisessä, valmistumisen jälkeisten yrittäjyyskurssien suorittamisen yhteydessä.

Tutkimusmenetelminä on käytetty yrittäjähaastatteluita sekä Kymenlaakson ammattikorkeakoulun restauroinnin alan opiskelijoille suoritettua yrittäjyyskyselyä. Työn lähdemateriaalina on haastattelujen ja kyselyn ohella käytetty yrittäjyyteen liittyvää kirjallisuutta sekä Internet-sivuja. Yrittäjähaastatteluihin osallistui kahdeksan restaurointialan yrittäjää ja haastattelut suoritettiin sähköpostin kautta. Opiskelijoille tehdyn kyselyn avulla haluttiin kartoittaa heidän suhtautumistaan yrittäjyyteen sekä valmiutta ryhtyä yrittäjäksi.

Restaurointiala on yrittäjävaltaista. Hyvien verkostosuhteiden luominen ja oman osaamisen erikoistaminen ovat keskeisiä tekijöitä kannattavan liiketoiminnan harjoittamisessa. Kyselyyn vastanneista opiskelijoista 87 % harkitsee yrittäjäksi ryhtymistä valmistumisen jälkeen. Restaurointikoulutukseen tulisikin enemmän sisällyttää yrittäjyysnäkökulmaa. Työllistymismahdollisuudet muiden palvelukseen ovat pienet. Useat työllistyvät ammatinharjoittajina toiminimellä, mutta osuuskuntien perustaminen on myös melko yleistä.

Perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan liikeidea, kartoitetaan asiakaskohderyhmiä ja kilpailijoita, esitellään palvelukonsepti sekä markkinointikeinoja.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Restoration

MERO, HENNA

Career path in restoration

– a business plan for a small enterprise

Bachelor's Thesis

39 pages + 5 pages of appendices

Supervisor

Anne Räsänen, senior lecturer

Commissioned by

Henna Mero

April 2013

Keywords

business plan, entrepreneurship, restoration field,
craftsmanship

The aim of this thesis was to survey the entrepreneurship in the field of restoration. This thesis is divided into two parts. The first one discusses the entrepreneurship through the concepts of specialization, networking and pricing, as well as the requirements for starting a business. The second part presents a business plan of an incipient restoration business. The aim was to find out the special features associated with restoration businesses and to bring a business plan into a written form. The business plan presented in this thesis will be used as a basis on which adjustments will be made during a course for entrepreneurs after graduation.

The methods used to carry out the research were interviews for entrepreneurs and a questionnaire for restoration students at Kymenlaakso University of Applied Sciences. Literature and Internet sources were also used in conducting the research. Eight entrepreneurs in the field of restoration took part in the interviews conducted via e-mail. The purpose of the questionnaire was to investigate the students' stance towards entrepreneurship, and also look into how many of them were considering starting their own businesses after graduation.

The field of restoration consists mainly of entrepreneurs. Good networks and specializing one's know-how are essential factors in creating a successful business. 87 % of the students who answered the questionnaire are considering starting their own businesses after graduation. Therefore, entrepreneurship should be incorporated in the study plan, and it should also involve practical training. Getting employed in a restoration business is highly unlikely. Many work as sole proprietors, but cooperatives are also becoming more common.

The business plan presented in this work includes describes the business idea, mapping of customer target groups and competitors, and presents a concept of service and marketing mediums.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Tausta	7
1.2	Kysymyksenasettelu ja tavoite	8
2	RESTAUROINTIALAN YRITTÄJYYS	9
2.1	Yrittäjäksi ryhtyminen	12
2.2	Rahoitus	14
2.3	Erikoistuminen	16
2.4	Verkostoituminen	18
2.5	Hinnoittelu	20
3	LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN	22
4	PERUSTETTAVAN YRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	24
4.1	Aluksi	24
4.2	Liikeidea	25
4.3	Perustajat ja osaaminen	27
4.4	Yrityksen arvot	28
4.5	Palvelukonsepti	29
4.5.1	Tuotevalikoima	29
4.5.2	Liiketila	30
4.5.3	Imagotavoite	31
4.6	Toimintaympäristö	32
4.6.1	Asiakaskohderyhmät	32
4.6.2	Kilpailijat	32
4.7	Markkinointi	33

4.8 Yrityksen rahoitus	34
4.9 SWOT-analyysi	36
5 YHTEENVETO	37
LÄHTEET	39
LIITTEET	
Liite 1. Kyselylomake	
Liite 2. Kyselyn vastaukset	
Liite 3. Haastattelukysymykset	

1 JOHDANTO

Yrittäjyyttä tuetaan yhteiskunnassamme monin tavoin. Taloudellisten tukien lisäksi saatavilla on muun muassa uusyrityskeskusten ja TE-keskusten tarjoamaa tukea, joista yrittäjiksi aikovat ja aloittavat yrittäjät saavat maksutonta neuvontaa ja ohjausta. Ammattikorkeakouluissa opiskelijoita kannustetaan yrittäjyyden tielle mahdollistamalla yrittäjyysopintojen suorittamista ja oman yrityksen suunnittelu ja toteutus on mahdollista liittää osaksi opintoja. Tällä tavoin yrittäjyyden ympärillä olevaa asenneilmastoa on tietoisesti pyritty muuttamaan positiivisemmaksi ja laskea yrittäjäksi ryhtymisen kynnystä. Uusia yrityksiä ja innovaatioita tarvitaan; ne toimivat kansantaloutemme kehityksen potkurina sekä luovat työpaikkoja. Yrityksen perustamispäätöstä edeltää kuitenkin hyvin monivaiheinen prosessi. Kaikki lähtee liikkeelle omasta yritysideoista, jonka jäsentely ja tarkempi hahmottaminen saattaa viedä pidemmänkin ajan. Yritys-idea on se ensimmäinen oivallus, jota lähdetään kehittämään eteenpäin.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää pienyrittäjyyttä restauroinnin alalla. Työ on jaettu kahteen osaan, jossa ensimmäisessä käsitellään restaurointiyrittäjyyttä erikoistumisen, verkostoitumisen sekä hinnoittelun kautta sekä yrittäjäksi ryhtymisen edellytyksiä. Toisessa osassa esittelen oman liikeideani perinteisen liiketoimintasuunnitelman mallin avulla. Tavoitteena oli selvittää restaurointialan yrittämiseen liittyviä erikoispiirteitä ja saattaa oman yrityksen liikeidea kirjalliseen muotoon. Koska kyseessä on restaurointialan opiskelijan opinnäytetyö, koin perustelluksi jättää liiketoimintasuunnitelmasta kannattavuus-, myynti- ja rahoituslaskelmat sekä muut tekniset liiketaloudelliset yksityiskohdat odottamaan täydennystä. Täydennykset suunnitelmaan tulen tekemään valmistuttuani tarvittavien yritysкурсien suorittamisen jälkeen, sekä saadessani paikallisen yrittäjakeskuksen tarjoamaa uudelle yrittäjälle suunnattua neuvontaa. Liiketoimintasuunnitelma on siis laadittu niiden tietojen pohjalta, joita minulla tässä vaiheessa yrityksen suunnittelua on. Mutta liiketoimintasuunnitelman onkin tarkoitus kasvaa ja kehittyä yrityksen perustamiseen johtavan prosessin mukana, ja päivittyä vielä perustamisen jälkeenkin.

Liiketoimintasuunnitelmia opinnäytetöinä on tehty satoja ammattikorkeakouluissa kautta maan, lähinnä tietenkin liiketalouden opiskelijoiden tekeminä. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun restauroinnin koulutusohjelman opinnäytetöistä tämä työ on kuitenkin ensimmäinen laatuaan. Tässä työssä pyrkimyksenäni on tuottaa tuohon liiketoimintasuunnitelmien joukkoon hieman erilaisen näkökulman. Työssä ei tulla siis

käsittämään yrittäjyyden historiaa tai pohtimaan sitä käsitteenä. Koin myös, että eri yritysmuotojen esittely ei tuota sisällöllistä uutuusarvoa, käsittelen siis vaihtoehtoiset yrittämisen muodot hyvin lyhyesti. Paneudun työssäni lähinnä selvittämään käsityöläisyrittäjyyden haasteita ja näkökulmani aiheeseen pitäytyy siis pienyrittämisessä restauroinnin alalla.

Yrityksen perustamiseen liittyvää kirjallisuutta on olemassa paljon ja Internetistäkin löytyy monia sivustoja, jotka on tehty aloittelevan yrittäjän avuksi. Lannistuminen tiedon vähyden edessä ei siis ainakaan voi koitua yrittäjäksi pyrkivän kompastuskiveksi. Hyvän liiketoimintasuunnitelman laatimiseen on lukuisia sähköisiä pohjia ja valmiita malleja. Liiketoimintasuunnitelman tarkka laatiminen onkin ensiarvoisen tärkeää, sillä se toimii koko toiminnan kokonaisuuden hahmottamisessa ja punaisena lankana yrittämisen alussa. Suunnitelman tekemiseen kannattaa panostaa aikaa, sillä mikäli yrityksen perustamiseen tarvitsee ulkopuolista rahoittajaa, liiketoimintasuunnitelman on oltava kattava ja uskottava esiteltäessä sitä mahdollisille rahoittajille.

Koin että opinnäytetyön kirjoittamiseen varattu aika oli järkevää ja kustannustehokasta käyttää oman yrityksen suunnitteluun, sillä siitä on vielä valmistumisen jälkeen konkreettista hyötyä. Toimin siis itse tämän työn toimeksiantajana.

1.1 Tausta

Aiheenvalinta oli kohdallani erittäin helppo. Sain ensimmäisen ideansiemenen omasta yrityksestä keväällä 2012 tehdessäni seminaarityötäni vanhoista 1940-luvun nukenvaunuista. Tutustuin aiheen myötä Suomen leluteollisuuden historiaan oppimalla suomalaisista valmistajista ja lelualan toimijoista. Lelut alkoivat kiinnostaa minua aihepiirinä ja omasta leluihin erikoistuneesta restaurointi- ja myyntiyrityksestä muodostui haave. Teinkin tuon kevään jälkeen työharjoitteluni Suomen lelumuseo Hevosenkengässä Espoon WeeGee:ssä, jossa pääsin restauroimaan ja konservoimaan vanhoja leluja, sekä tutustumaan museon esinekokoelmaan. Haave omasta lelukaupasta kasvoi tuona kesänä, ja syksyllä opinnäytetyöni aihe oli jo varmana mielessä.

Alkuperäinen yritysidea oli ryhtyä uustuottamaan vanhojen mallien mukaisia leluja. Kyseinen toteutusmalli kumoutui tietenkin hyvin nopeasti omaan mahdottomuuteensa. Idea jalostui mielessäni vintage -lelukaupaksi, jossa myytäisiin perinteisiä jo valmistuksessa olevia vanhaa henkiviä leluja. Tuotevalikoimassa olisi myös aitoja antiikkile-

luja, joten lelujen restaurointi tulisi myös olemaan osana liikekokonaisuutta. Lelujen restaurointi ja kunnostaminen rajautuisi aluksi vain myyntiin tuleviin leluihin, jatkossa asiakastöiden vastaanottaminen ja restaurointipalveluiden tuottaminen voisi tulla myös kyseeseen. Liikeideani ei edusta siis ”tyypillistä” restaurointiyritystä, sillä kannattavana ideana on lelukaupan pitäminen, johon restaurointi liittyy täydentävästi. Vaikka oma liikeideani sisältää siis muitakin aspektoja kuin käsityöläisyttä, halusin tässä työssä käsitellä myös käsityöläisyrittäjyyttä, johon asiakastöitä tekevät, esineisiin ja huonekaluihin erikoistuneet, restaurointiyrietykset pääasiallisesti lukeutuvat.

1.2 Kysymyksenasettelu ja tavoite

Tämä opinnäytetyö on alustava kirjallinen kartoitus oman yritysideoan kannattavuudesta. Työssäni pohdin yrittäjäksi ryhtymisen haasteita ja edellytyksiä ja käyn läpi yrityksen perustamiseen liittyviä asioita heijastelemalla niitä oman yritysideoan kautta. Tulen käyttämään tätä kirjallista tuotosta oman liikeideani esittelemisessä ja jälkijalostuksen pohjana valmistumisen jälkeen. Toivon myös, että tästä työstä on apua muille restauroinnin alalle valmistuville.

Tutkimuksen pääkysymykset rajautuivat seuraavanlaisesti:

- Mitä asioita yrittäjäksi haluavalta ja aikovalta edellytetään?
- Mikä on verkostoitumisen sekä erikoistumisen merkitys pienyrittämisessä tänä päivänä?
- Mitä erityispiirteitä restaurointialan yrittäjyyteen voi liittää?
- Onko oma liikeidea vetovoimainen ja kehityskelpoinen?

Suoritin Kymenlaakson ammattikorkeakoulun restauroinnin opiskelijoille kyselyn, jonka avulla kartoitin opiskelijoiden suhtautumista yrittäjyyteen, sekä heidän halukkuuttaan ryhtyä yrittäjiksi valmistumisen jälkeen. Kysely suoritettiin sähköisesti (Liite 1) ja vastausprosentti oli noin 30 %. Kyselyn suorittamisen lähtökohtana oli selvittää paitsi yrittäjyyttä harkitsevien opiskelijoiden määrä, myös tiedustella mitä positiivisia ja negatiivisia asioita he yhdistävät yrittäjyyteen (Liite 2). Kysely kartoitti opiskelijoiden ennakkokäsityksiä ja -odotuksia suhteessa oman yrityksen perustamiseen.

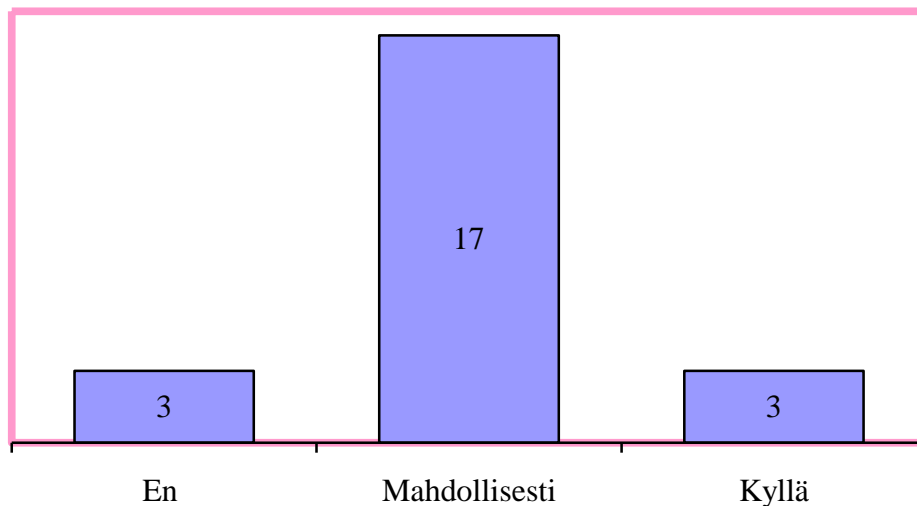
Tämän lisäksi haastattelin kahdeksaa koulustamme valmistunutta restauroinnin opiskelijaa, jotka ovat ryhtyneet restauroinnin alan yrittäjiksi. Haastattelut suoritettiin sähköisesti.

köpostin kautta ja jokaiselta haastateltavalta kysyttiin samat kysymykset (Liite 3). Työn lähdemateriaalina on haastattelujen ja kyselyn ohella käytetty yrittäjyyteen liittyvää kirjallisuutta ja Internet-sivuja.

2 RESTAUROINTIALAN YRITTÄJYYS

Restaurointialalla työllistyminen voi koitua haasteelliseksi etenkin silloin, kun oma kiinnostuksenkohde painottuu huonekalu- ja esinerestaurointiin. Tällöin yksi varteenotettavimmista vaihtoehdoista, joita jokainen koulusta valmistuva restauroija varmasti harkitsee, on yrittäjyys. Tämä käy siis ilmi myös kyselytutkimuksestani (2013) sillä kyselyyn vastanneista opiskelijoista vain 13 prosenttia ei harkitse yrittäjäksi ryhtymistä valmistumisen jälkeisenä uravalintana (kuva 1). Käsi- ja taideteollisuusosalalla on vähän valmiita työpaikkoja ammattiin valmistuville ja tämän takia oman yrityksen perustaminen ja itsensä työllistäminen nousee artemiksi valmistuvan yhdeksi tärkeäksi uravaihtoehdoksi.

Haluatko valmistuttuasi ryhtyä yrittäjäksi?



Kuva 1. Kyselyyn vastanneista 23:sta Kymenlaakson ammattikorkeakoulun restauroinnin opiskelijoista vain kolme ei harkitse yrittäjyyttä valmistumisen jälkeen, 17 harkitsee yrittäjyyttä ja kolme vastaajista aikoo ryhtyä yrittäjiksi koulusta valmistuttuaan (Kysely 2013).

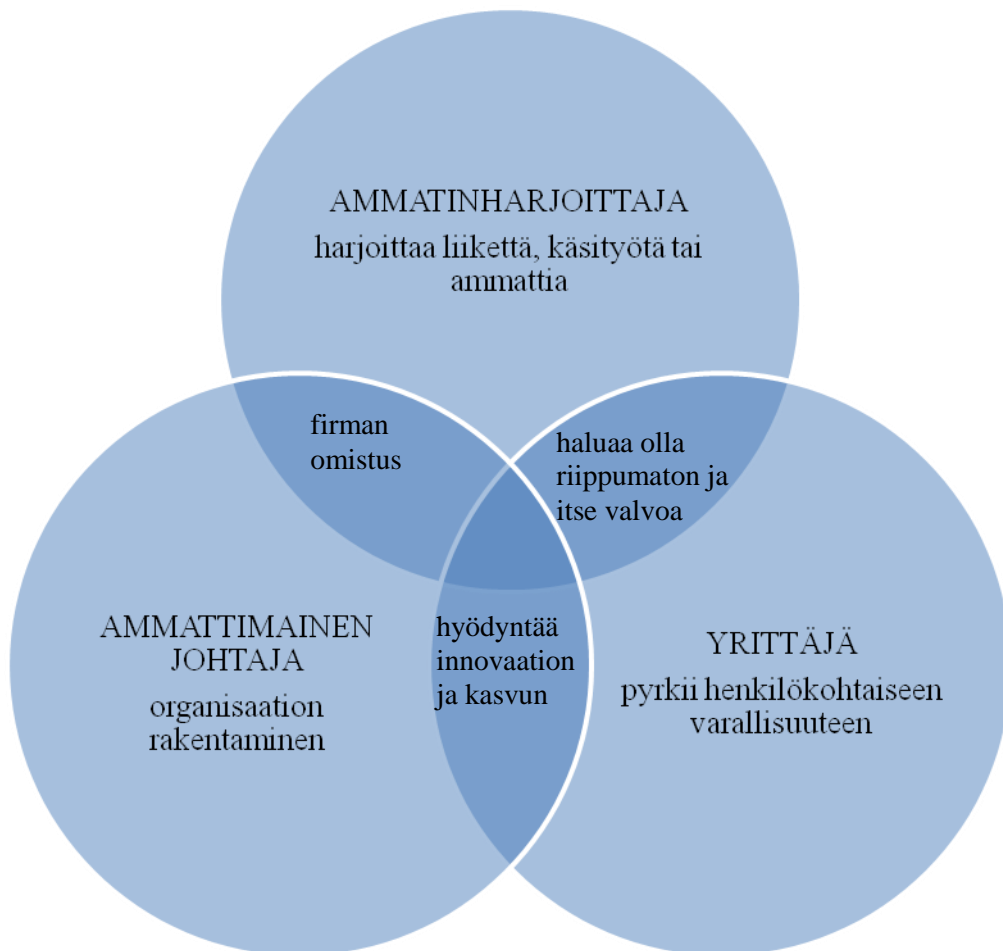
Jokaisen tulee kuitenkin rehellisesti arvioida omat henkilökohtaiset resurssinsa ennen käytännön toimenpiteisiin ryhtymistä. Osaamisen puutteet ja henkilökohtaisten ominaisuuksien sopimattomuus yrittäjyyteen on uskallettava rehellisesti tunnustaa. Yrittäjän ammatillisen osaamisen sekä henkilökohtaisten ominaisuuksien on oltava sopu-
 ssoinnussa yrityksen liikeidean ja toiminta-ajatuksen kanssa. Kysymys on aina perustamisidean ja yrittäjäpersoonan yhteensovittamisesta ja keskeisintä on yrittäjäominaisuuksien arviointi suhteessa yritysideaan. (Vesalainen et al. 1996: 51; Yritysjulkaisut 2006: 17.)

Oman yrityksen perustamisessa tarvitaan vahvaa uskoa omaan ideaan ja motivaatiota ja riskinotto-kykyä tarvittavien päätösten tekemisessä. Kaupallisesti järkevässä liiketoimintahankkeessa yhdistyvät yrittäjän ammattitaito, näkemyksellisyys, suunnitelmallisuus, organisointi ja asioiden toteuttamiskyky. Hyvin harkittu ja oikein rajattu liikeidea on menestyksen elinehto. (Yritysjulkaisut 2006: 16.)

Minkälaista yrittäjyys tyypillisimmin on huonekalurestauroinnin alalla ja mitä erityispiirteitä sillä on? Kahdeksasta haastattelemistani restaurointialan yrittäjistä seitsemän toimii yksinyrittäjänä toiminimellä ja yhden haastatellun yrityksen yhtiömuotona on kommandiittiyhtiö. Useimmat perustelivat toiminimen valitsemista yrityksen yhtiömuodoksi sillä, että kirjanpidon hoitaminen kyseisellä yritysmuodolla yksinkertaisinta, ja sen yrittäjä voi itsekin tehdä. Restaurointialan yrittäjyys – silloin kun se on esine- tai huonekalurestaurointia – luetaan käsityöläisyrittäjyydeksi, joka on varsin pienyritysvaltaista. Pääosa käsityöläisistä työllistyy ammatinharjoittajina toiminimellä, jossa yrittäjä työllistää usein vain itsensä. Toiminimi on hyvä valinta yritysmuodoksi silloin, kun pääoman tarve on vähäinen. Restaurointiyrityksen toiminnan ylläpitäminen vaatii korkeaa ammattitaitoa, jota yrittäjän on oltava alati valmis päivittämään työn laadun takaamiseksi. Jokainen työ on erilainen ja rutiininomaista työskentelytapaa on mahdoton soveltaa restauroinnin alalla. Käytännön toimenpiteitä edeltää aina menetelmiin liittyvä eettinen pohdinta ja käsillä olevan työn historialliset selvitykset. Esineen tai huonekalun antiikkiarvo on pyrittävä säilyttämään mahdollisen käyttöarvon lisäksi. Haastatteluissa kävi ilmi, että yrittäjät tiedostavat puskaradion tärkeyden markkinoinnissa; työn jäljen laatua on ylläpidettävä, sillä hyvin hoidetut asiakastyöt poikivat uusia. (Yrittäjähaastattelut 19.2.2013.)

Huolimatta käsityötoimialan yritysten pienestä koosta, niiden eloonjäämisaste on korkeampi kuin koko yrityssektorilla keskimäärin. Käsityöläisyrittäjyys henkilöityy monesti itse yrittäjään, jolloin yrittäjä on voimakkaasti sitoutunut ammattiinsa ja yhteys

tekemiseen ja materiaaliin on kiinteä. Käsityöläisyriyten toiminnalla on välittömien työllisyysvaikutusten lisäksi myös välillisiä työllisyysvaikutuksia sen sidosryhmissä, kuten esimerkiksi alihankintayrityksissä. (Lith 2005: 13, 24, 33.) Nykyisessä halpa-tuotannon todellisuudessa suomalaisen käsityöläisyyden kehittäminen ja käsityötuotteiden- ja palveluiden arvostus asettuu yhteiskunnassamme tärkeään asemaan. Uudelaisten arvojen integrointi kuluttajan kulutustottumuksiin on tärkeää suomalaisten käsityötuotteiden ja -palveluiden menestymisessä.



Kuva 2. Pienyrityksen kolme omistajatyyppeä. (Kallio 2002: 54.)

Kallio on pyrkinyt luokittelemaan pienyrityksen omistajatyyppejä jakamalla ne ammatinharjoittajiin, ammattimaisiin johtajiin ja yrittäjiin. Minkälainen yrittäminen on niin sanottua ”aitoa yrittämistä”? Kallion mukaan itsensä työllistäjä eli ammatinharjoittaja ei välttämättä ole klassisen yrittäjyysnäkemys mukainen, mikäli yritystoiminta ei nojaa riskinottoon ja voiton maksimointiin, vaan ennemminkin oman elannon tienaa-

miseen ja taloudellisten riskien minimoimiseen. (Kallio 2002: 54, 62.) Mutta myös ammatinharjoittajat ja käsityöläisyrittäjät voivat ottaa ”aidon yrittämisen” piirteitä mukaan toimintaansa ja sisäistää liiketaloudellisia ajatusmalleja (kuva 2). Kaiken yritystoiminnan pyörittämiseen tarvitaan oikeanlaista asennetta ja tavoitteellista toimintatapaa.

2.1 Yrittäjäksi ryhtyminen

Yrittäjäksi ryhtyvä henkilö käy läpi monivaiheisen tapahtumasarjan ja yrityksen perustaminen ja toiminnan käynnistäminen vaatii aina monipuolisen ajatustyön, niin liikeidean kuin omien edellytystenkin kannalta. Sutisen ja Viklundin (2004: 46) mukaan on olemassa kolme perustekijää, jotka luovat edellytykset yrittäjyydelle:

1. Henkilötekijät
2. Yrittäjän yleiset taustatekijät
3. Henkilön elämäntilanne

Yrittäjien tyypillisimpiä henkilökohtaisia luonteen ominaispiirteitä, jotka tukevat yrittäjyyttä, on lueteltu monissa eri yrittäjyyttä käsittelevissä lähteissä. Tyypillisimmin yrittäjäpersoonaan liitettäviin luonteenpiirteisiin lukeutuu: oma-aloitteisuus, stressinsietokyky, luovuus, kekseliäisyys, tarmokkuus, rohkeus ja positiivisuus. Yrittäjäksi ryhtyvän on oltava organisointi- ja päätöksentekokykyinen, valmis kantamaan vastuuta ja hänellä tulee olla kyky kestää muutoksia. Tämä piirteiden kirjo onkin omiaan kuivastamaan sitä vaatimusten maailmaa, jossa yrittäjät toimivat (Raatikainen 2007: 20–21). Tarjolla on monia yrittäjyystestejä, joiden avulla voi arvioida omat edellytyksensä yrittäjyyteen. Testit mittaavat omien yksilöllisten luonteenpiirteiden yhteensopivuuden yrittäjyyden myötä tuleviin vaatimuksiin. Testitulosten käytettävyys ja hyöty perustuvat tietenkin vastaajan omaan rehellisyyteen ja itsetuntemukseen. Itsearviointissa objektiivisuuden säilyttäminen on aina haastavaa, siksi on tärkeää saada myös ulkopuolisen, puolueettoman arvioijan mielipide, yrittäjäksi aikovan luontaisista edellytyksistä yrittäjyyteen (Yritysjulkaisut 2006: 17).

Yrittäjän yleiset taustatekijät sisällyttävät henkilön aikaisemman kokemuspohjan yritystoimintaan esimerkiksi oman perheen kautta: Yrittäjävanhempien lapsista tulee noin neljä kertaa todennäköisemmin yrittäjiä verrattuna ei- yrittäjävanhempien lapsiin. Yrittäjämönteinen kasvuympäristö vaikuttaa siis henkilön arvoihin, asenteisiin ja us-

komuksiin. Tämän lisäksi varhainen kokemus itsenäistymisestä ja vastuun ottamisesta heijastuu yrittäjyyteen. Taustatekijöinä voi myös toimia vahva ammatillinen osaamistausta sekä mahdollinen aikaisempi työkokemus pienyrityksistä. Tilannetekijät jakautuvat myönteisiin ja kielteisiin tekijöihin. Kielteisiä työntäviä tekijöitä yrittäjyyttä kohti saattaa olla esimerkiksi työttömyys tai sen uhka ja myönteisiä yrittäjyyteen vetäviä tekijöitä voi olla esimerkiksi hyvän tuoteidean keksiminen sekä ympäristön yrittäjämönteisyys. Kun kaikki nämä perustekijät osoittautuvat suotuisaksi yrittäjyyden kannalta, henkilö on päätöksen edessä: yrittäjäksi ryhtyminen vaatii vahvaa sitoutumista sekä voimakasta halua menestyä liiketoimissaan. (Sutinen, Viklund 2004: 48–49; Raatikainen 2007: 22.) Henkilön määrätietoisuus, motivaatio ja idean laadukkaaseen toteuttamiseen tarvittava tahtotila nousevat tärkeiksi tekijöiksi.

Mitkä ovat yleisimmät motiivit ryhtyä yrittäjäksi? Sutinen ja Viklund (2004: 49) ovat teoksessaan listanneet tiedostettuja yrittäjäksi ryhtymisen motiiveja, joista osa käy ilmi myös omasta kyselytutkimuksestani. Yleisimmät motiivit ja yrittäjyyteen vetävät tekijät ovat halu olla riippumaton ja itsenäinen, mahdollisuus olla oman työaikataulunsa herra, sekä halu kohdata haasteita ja saada sitä kautta ammatillista tyydytystä. (Kysely 2013.) Sutinen ja Viklund mainitsevat listauksessaan myös taloudelliset motiivit ja rahan, mutta restaurointialalla rahasta haaveilu luo lähinnä vain yrittäjyyden pois sulkevan motiivin. Kuten käsityöläisyrittäjyyden luonteeseen yleistäen kuuluu, niin useimmat yrittäjät tavoittelevat vain mahdollisuutta työllistää itse itsensä, eikä restaurointialan yritys täten täytä niin sanotun kasvuyrityksen piirteitä, jossa tärkeintä on voitto ja liikekasvu. (Sutinen, Viklund 2004: 49; Vesalainen et al. 1996: 7.)

Kyselytutkimuksessani (2013) kävi ilmi, että useimpia arveluttaa yrittäjyydessä taloudellisten asioiden ohella muun muassa yrittäjyyteen liittyvä byrokratia. Vastuu, sitoutuminen ja pelko epävarmuudesta ja yrityksen tuottaman toimeentulon riittämättömyydestä, ovat asioita, joita opiskelijat kokevat yrittäjyyteen ryhtymisen jarruttavina tekijöinä. Useat haluavat myös kartuttaa omaa ammattiosaamistaan ennen oman yrityksen perustamista. Toisaalta monien vastauksista kävi ilmi, että mikäli haluaa tehdä alan töitä, oman yrityksen perustaminen lienee ainoa vaihtoehto työllistyä alan työpaikkojen vähäisyyden takia. (Kysely 2013; Yrittäjähaastattelut 19.2.2013.) Suunnitelmallisuutta ei kuitenkaan voi liiaksi korostaa. Mikäli yrityksen liikeidea on yrittäjälle itselleen selkeä ja pienimmätkin yksityiskohdat on ennalta ajateltu ja tarvittavat taloudelliset laskelmat ja markkinatutkimukset tehty, niin liikeidean siirtäminen käytäntöön on helpompaa ja riskit vähenevät. Yrittäjältä vaaditaankin siis suunnitelmallisuutta.

den lisäksi rohkeutta ja toteuttamiskykyä siirtyä suunnitelmista käytännön perustamistoimiin. Liiketoiminnan perustamiselle onkin olemassa vankka pohja silloin, kun näkemyksellisyyden ja ammattitaidon kanssa yhdistyvät suunnitelmallisuus ja toteuttamiskyky (Vesalainen et al. 1996: 8).

Yrittäjäksi aikovan on liikeideallaan pystyttävä vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin ja tämä tarve on oltava jo olemassa. Tarpeen luominenkaan ei ole mahdotonta, mutta äärimmäisen haastavaa. Myytävälle tuotteelle tai palvelulle on siis toisin sanoen oltava kysyntää. Keitä ovat ne mahdolliset asiakkaat ja miten heidät on tarkoitus tavoittaa? Tämä kartoitus on erittäin oleellinen yrityksen menestymisen kannalta, sillä ilman asiakkaita, ei myöskään ole liiketoimintaa. Yrityksen toiminta-ajatus perustelee miksi yritys on markkinoilla eli sen tulisi vastata kysymyksiin: *mihin tarpeeseen, kenelle, mitä*. Liikeidea on puolestaan kuvaus siitä, *miten* yrityksen on määrä menestyä valitulla toiminta-alalla. (Raatikainen 2007: 84; Yritysjulkaisut 2006: 21–22.)

Omalle yritykselle on valittava sille sopivin yritysmuoto. Yhden hengen yrityksissä, jossa toiminta on pienimuotoista, toiminimi on sopivin. Mikäli yrityksessä on mukana useampia henkilöitä, kyseeseen voi tulla avoimen yhtiön tai kommandiittiyhtiön perustaminen. Kyseiset yhtiömuodot toimivat hyvin pienimuotoisessakin toiminnassa, kun yrityksen toiminta perustuu ammatilliseen osaamiseen ja aloituspääoma on pieni. Osuuskunta yritysmuotona sopii käsityöläisyrittäjille, jotka haluavat harjoittaa erikoisammattiosaamistaan sitä hyvin täydentävässä tiimissä. Osuuskunnan jäsenet eivät ole henkilökohtaisessa vastuussa toiminnastaan. Osakeyhtiön perustaminen vaatii aloituspääomaa, ja se soveltuu ennemminkin keskisuurille ja suurille yrityksille. (Raatikainen 2007: 68, 70.)

Kun yrittäjävalmiudet on kartoitettu ja liikeidea hiottu hyödyntämiskelpoiseksi, on seuraava askel taloudellisten resurssien järjestäminen.

2.2 Rahoitus

Yrityksen liiketoiminnan on lähtökohtaisesti oltava kannattavaa ja yrityksen elinkaaren aikana esiintyviin erilaisiin jaksoihin on varauduttava tarkoituksenmukaisella taloussuunnittelulla (Raatikainen 2007: 55). Tarkkaan laaditut rahoituslaskelmat määrittävät yrityksen alkuinvestointeihin tarvittavan pääoman tarpeen. Alkuinvestointeihin kuuluvat yritystoimintaan liittyvien välineiden, laitteiden, toimitilojen ja alkuvaraston

hankkiminen. Pääomarahoitus jaetaan omaan pääomaan ja vieraaseen pääomaan. Yrittäjän oma sijoitus tulisi kaikissa tapauksissa olla vähintään 20 prosenttia hankkeen koko pääomantarpeesta. Riittävä oma pääoma turvaa yritystoiminnan onnistumista ja antaa yritykselle toiminnan alkutaipaleella rahoituksellista pelivaraa. Kun myyntituloja ei vielä ole, alkava yritys voi rahoittaa investointeja ja toiminnan pyörittämistä omalla pääomallaan. (Yritysjulkaisut 2006: 106; Oma pääoma, 2013.)

Uuden yrityksen tulee tehdä asianmukainen rahoitussuunnitelma sekä huolellinen maksuvalmiussuunnitelma. Rahoitussuunnitelman avulla aloittava yritys arvioi, miten paljon yritystoiminnan käynnistämiseen ja sen kehittämiseen tarvitaan pääomaa. Pääomatarpeen selvittämisen jälkeen on seuraavaksi ratkaistava, mistä lähteistä tarvittavat varat on tarkoitus saada. (McKinsey & Co. 2006: 103–104.) Jukka Kallio (2002: 62) toteaa kirjassaan Pienyrittämisen kehittymisen tiet, että riittämättömällä pääomalla yrittäminen ei ole kovinkaan yrittäjämäistä toimintaa, sillä aito yrittäjä sopeuttaisi liikeidean käytettävissä olevan pääoman mukaiseksi, tai lykkäisi käynnistämistä.

Yritystoiminnan julkisten rahoitustukien tarkoituksena on pk-yritysten pitkän aikavälin kilpailukyvyn ja toimintaympäristön parantaminen. Näitä rahoitustukien muotoja ovat muun muassa avustusmuotoinen rahoitustuki, lainat ja niiden takaukset. (Lith 2005: 55.)

Lainat

Finnvera Oyj on valtion omistama erityisrahoitusyhtiö, joka monipuolistaa yritysten rahoitusmahdollisuuksia tarjoamalla yrityksille lainoja, takauksia, pääomasijoituksia ja vientitakuuta. Sen perustarkoituksena on täten vahvistaa suomalaisten yritysten toimintaedellytyksiä ja kilpailukykyä. Finnvera myöntää aloittaville yrityksille pienlainoja ja muun muassa yrittäjänaisille suunnattua naisyrittäjälainaa. Laina-aika on viisi vuotta ja sen voi nostaa yhdessä tai useammassa erässä. Lainaa myönnetään yhteensä enintään 35 000 €. Ensimmäinen vuosi voi olla lyhennyksistä vapaa ja valtion korkotuki mahdollistaa edullisemman koron lainalle. Lainaa käytetään yrityksen liiketoimintaan liittyviin kone- ja laiteinvestointeihin, käyttöpääomatarpeisiin tai muihin toiminnan aloittamis- ja laajennushankkeisiin. (Yritysjulkaisut 2006: 110; Pienlaina, 2013.)

Starttiraha

Työ- ja elinkeinotoimisto voi tietyin ehdoin myöntää aloittavalle yrittäjälle starttirahaa. Liikeidean kannattavuuden ja henkilön yrittäjävalmiuksien arvioinnin lisäksi se ottaa myös huomioon alan kilpailutilanteen sekä uuden yritystoiminnan tarpeen paikkakunnalla. Starttirahan myöntämisen ehtoihin saattaa kuulua myös jonkin yrittäjäyyskurssin tai -koulutuksen suorittaminen. Sen tarkoitus on turvata yrittäjän toimeentulo yritystoiminnan alussa, kuitenkin korkeintaan 18 kuukauden ajan. Tuen suuruus on kuudelta ensimmäiseltä kuukaudelta keskimäärin 719 € / kuukausi ja starttirahan jatkopäätöksissä keskimäärin 553 € / kuukausi. (Starttiraha, 2013.)

Starttirahaa ja Finnveran lainaa haettaessa yrittäjällä täytyy olla selvillä yrityksen perustamisen edellyttämät toimenpiteet, valmis liiketoimintasuunnitelma sekä kolmen ensimmäisen vuoden kannattavuuslaskelmat. Mikäli starttiraha ja Finnveran myöntämä laina, sekä yrityksen oma tulorahoitus eivät riitä kattamaan yrityksen sekä yrittäjän henkilökohtaisia menoja, tulee selvittää lisärahoituskeinoja. Ulkopuolisten sijoittajien löytäminen restaurointiyrityksen kaltaiselle pienyritykselle voi olla haastavaa. Siksi on varmistettava mahdollisimman pitkälle, että omalla liiketoiminnalla on kysyntää ja markkinointi on hoidettu mallikkaasti, jotta yrityksen myynnit olisivat hyvällä tasolla jo alusta lähtien. Hyvä taloussuunnitelma auttaa siis yrittäjää selviämään yritystoiminnan alkuaajoista, jolloin menot ovat usein suuremmat kuin tulot. Kysyttäessä haastatelluilta restaurointiyrittäjiltä, mitä neuvoja heillä olisi alkavalle yrittäjälle, useat mainitsivat, että alkuinvestoinnit kannattaa pitää pieninä sekä välttää lainan ottamista, jos mahdollista (Yrittäjähaastattelut 19.2.2013). Yrityksen on oltava vakavarainen eli on tärkeää, että yritys ei ole ottanut liikaa velkaa suhteessa tuotto-odotuksiin (Raatikainen 2007: 130).

2.3 Erikoistuminen

Erikoistuminen millä tahansa alalla auttaa yritystä erottautumaan kilpailijoista. Esimerkiksi kampaamoyrittäjän on järkevää kehittää yrityskuvaansa niin, että se erottuisi markkina-alueellaan. Kampaamoyrittäjällä erikoistuminen voisi tarkoittaa esimerkiksi luomutuotteiden käyttöä. Kilpailu restauroinnin/konservoinnin alalla on kuitenkin

melko vähäistä, joten laadukkaan työn tekijän on helppo erikoistua rajaamalla liiketoimensa pienempään osaamisalaan. Tällöin erikoistumisala voi olla esimerkiksi muokailumaalaus, kultaus, kipsityöt ja niin edelleen. Oma osaaminen on hyvä suunnata tiettyyn aiheeseen, sillä aivan kaikkia osa-alueita on vaikea hallita. Mikäli yrittäjä toimii pienemmällä markkina-alueella, jossa restaurointipalveluiden kysyntä on suhteellisen vähäistä, on vaikeampaa tehdä tiukkoja rajoituksia vastaanotettaviin asiakastöihin. Suuremmilla markkina-alueilla, isommissa kaupungeissa, joissa on enemmän ostovoimaa sekä potentiaalisia asiakkaita, rajaaminen on tietenkin helpompaa. Toisaalta, oma erikoistuminen ei välttämättä poissulje niiden asiakastöiden vastaanottamista, jotka eivät sitä suoranaisesti vastaakaan. Esimerkiksi restaurointimaalaukseen erikoistunut yritys voi ottaa myös ”tavallisia” toimeksiantoja saneerauskohteissa. Tämän tulee tulla esiin markkinoinnin yhteydessä.

Käsityöalojen erikoisammattiosaajille sopii oivallisesti osuuskunnan perustaminen. Siinä työskennellään tiimissä, jossa on helppo toteuttaa omaa ammatillista erikoisosaamistaan. Markkinointi, hankinnat, kirjanpito, palkanmaksu ja asiakastöiden jakaminen oikeille osaajille hoituu kätevästi osuuskunnan kautta. Asiakkaat löytävät helpommin isomman yhdessä toimivan palvelukokonaisuuden, kun irrallaan olevat ammatinharjoittajat.

Erikoistuminen liittyy kiinteästi verkostoitumiseen, jolla omaa markkina-asemaa voi vahvistaa. Pienten yritysten on järkevää yhdistää voimiaan ja toimia toisiaan tukevasti. Pienissä yrityksissä on aina rajallinen määrä resursseja, joten niitä tulee etsiä yrityksen ulkopuolelta. Verkostoitumisesta käsitellään tarkemmin seuraavassa luvussa.

Oma yritykseni tulisi erikoistumaan vanhojen lelujen restaurointiin ja kunnostamiseen sekä niiden myyntiin. Rajaus on selkeä, eikä välttämättä toimi pienellä markkina-alueella. Hyvien asiakas- ja alihankkijaverkostojen luominen nouseekin tärkeään asemaan vahvan markkina-aseman saavuttamiseksi. Yritys tulisi sijoittumaan Turun keskusta, jossa vastaavanlaista tuotetta ei ole tarjolla. Yritys voisi ryhtyä joidenkin tuotteiden maahantuojaksi, jolloin se saavuttaisi perustellummin erikoisliikkeen aseman ja saisi etulyöntiaseman suhteessa mahdollisiin kilpailijoihin tulevaisuudessa.

2.4 Verkostoituminen

Verkostoituminen on tänä päivänä erittäin tärkeää ja yritysyhteistyöstä voi kehittää yritykselleen varteenotettavan kilpailukeinon. Yrittäjiltä myös edellytetään vuorovaikutuskykyä ja taitoa toimia yhdessä muiden yrittäjien kanssa. Verkostoituminen voidaan määritellä itsenäisten yritysten väliseksi pitkäaikaiseksi yhteistyösuhteeksi, jonka avulla yritykset luovat yhdessä vahvempaa kilpailuasetelmaa. Verkostoja kannattaa siis käyttää strategisena välineenä yritystoiminnassa. Tämän päivän menestyvä liiketoiminta myös pohjautuu pitkälti liittoutumiin ja verkostopohjaiseen yhteistyöjärjestelmään, joten verkostojen luomiselle on osattava antaa painoarvoa uutta yritystä perustettaessa. (Toivola 2006: 8–9, 22; Sutinen, Viklund 2004: 39.) Verkottuminen on pienille yrityksille luonteva tapaa kasvaa ja kehittää omaa liiketoimintaa. Käsiyöläisyrittäjistä lähes 70 prosenttia tekee yhteistyötä oman alan sisällä ja 55 prosenttia muiden toimialojen kanssa. (Lith 2005: 84.)

Yrittäminen on yhteistyötä monella tapaa ja yrittäjän ympärillä toimii paljon toimijoita, joiden kanssa työskentely perustuu molemminpuolisen hyödyn saavuttamiseen. Nämä toimijat ovat yrityksen sidosryhmiä (kuva 3). Muiden yritysten ohella yhteistyötoimijoita voivat olla muun muassa tavarantoimittajat, rahoittajat ja tilitoimisto. (Raatikainen 2007: 43.)



Kuva 3. Yrityksen sidosryhmäverkko. (Raatikainen 2007: 43.)

Jokaisella yrityksellä on muiden yritysten kanssa liikesuhteita, joiden laatu ja tiiviys vaihtelevat satunnaisesta suhteesta aina läheiseen yhteistyöhön ja keskinäiseen riippuvuuteen johtavaan strategiseen liittoutumaan. Yrittäjältä edellytetään vuorovaikutuskykyä ja taitoa toimia yhdessä muiden yrittäjien kanssa. Luottamus ja avoimuus ovat keskeisiä tekijöitä. Haastatteluissa kävikin ilmi monien yrittäjien kokevan verkostoitumisen ja yhteistyön muiden alueella toimivien restaurointiyrittäjien kanssa olevan erittäin tärkeää. Avoimessa toisiaan tukevassa yhteistyösuhhteessa jokainen osapuoli hyötyy niin ammatillisesta tuesta kuin henkisestä vertaistuestakin. Pienten yritysten verkostoyhteistyö on hyvin erilaista kuin suurten yritysten. Verkostotoiminnalla haetaan kuitenkin samoja etuja kuten joustavuutta, riskin hajauttamista, erikoistumis- ja volyymietuja (McKinsey & Co. 2000: 94; Toivola 2006: 10; Kysely 2013; Sutinen, Viklund 2004: 39.)

Verkostoyhteistyö voi Sutisen ja Viklundin (2004: 31) mukaan olla mm.

- markkinointiyhteistyötä (mallistot ym.)
- hankintayhteistyötä (yhteisostot)
- tuotantoyhteistyötä
- tiedonhankintayhteistyötä

Toisiaan tukevat ja hyvässä yhteistyössä toimivat restaurointiyrietykset voivat esimerkiksi tehdä materiaalilauksensa yhdessä, käyttää yhteisiä koneita, markkinoida yrityksiään yhdessä toisiaan tukevana ja vaikka ohjaamalla asiakastöitä toisilleen, mikäli työ vastaa paremmin toisen osaamisaluetta. Pienyrittäjän arjessa on kuitenkin epäilemättä myös tärkeää, että saa neuvoja niitä tarvittaessa liittyen niin asiakastöihin, kuin yrityksen pyörittämiseenkin liittyvissä asioissa. Verkostoja tulisi koko ajan edelleen kehittää ja pyrkiä havaitsemaan uusia mahdollisuuksia ympäristössä. Verkostojen luomisessa ja yhteistyökumppaneiden etsimisessä kannattaa käyttää luovuutta. Yksittäinen yritys ei selviä eristäytymällä, vaan sen on hyödyllistä voimakkaasti kytkeytyä toisiin, sitä täydentäviin yrityksiin. Verkostoituminen tietenkin edellyttää, että ympäristöstä löytyy yhteistyöhön halukkaita yrityksiä.

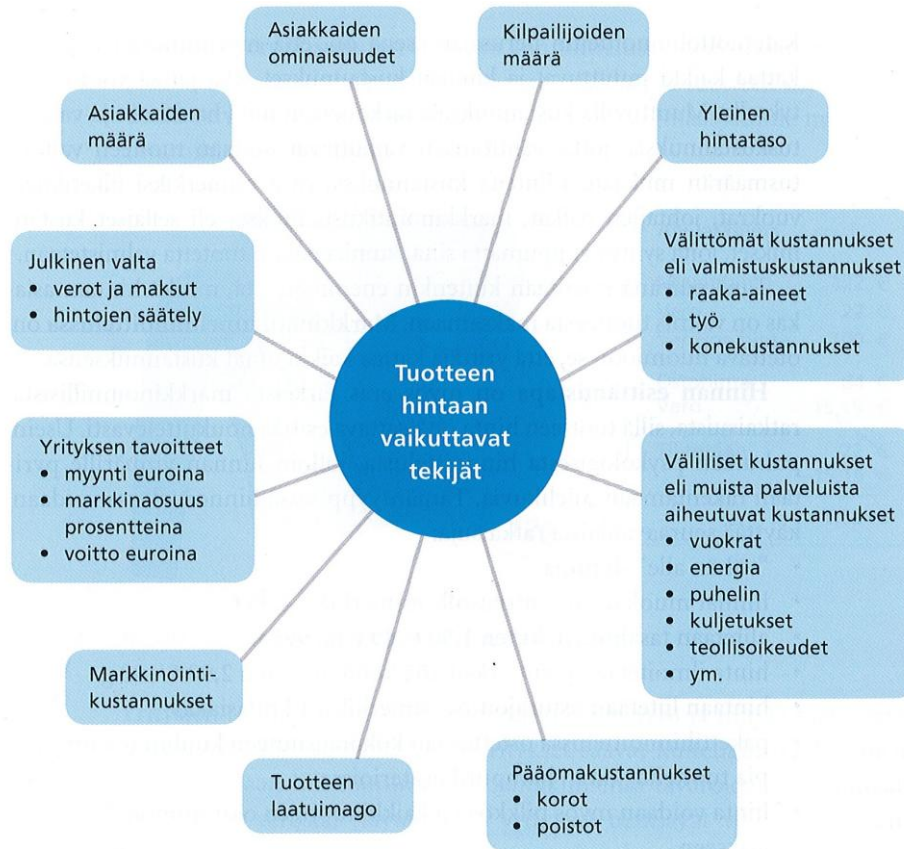
Mitä uudempi ja erikoistuneempi yritys on, sitä tärkeämpiä sille ovat yrittäjän henkilökohtaiset suhteet yhteistyöyrityksiin. Yrittäjän näkökulmasta verkostot vahvistavat yrittäjän itseluottamusta ja kehittävät uutta osaamista. Yritykselle verkostot taas tuovat

uskottavuutta ja luotettavuutta, täydentävät resursseja sekä muokkaavat ja uudistavat liiketoimintakonseptia. Yrittäjän taipumus yhteistyösuhteiden muodostamiseen perustuu hänen omiin henkilökohtaisiin persoonallisuuden piirteisiin, kuten ulospäin suuntautuneisuuteen, haluun vaikuttaa asioihin ja tarpeeseen liittoutua. Myös oppimisen ja sosiaalisen pääoman kartuttamisen vuoksi on hyvä harjoittaa verkostoitumista. Yrityksiä kytkee toisiinsa luottamus ja se luo edellytykset yritysten väliselle verkostomaiselle toiminnalle, kehittyneelle kumppanuudelle. Verkostoituminen on viime kädessä ihmisten välistä toimintaa, joka perustuu sosiaalisiin suhteisiin ja vuorovaikutukseen. (Toivola 2006: 18, 23–24, 29.)

2.5 Hinnoittelu

Hinnoittelulla on välitön vaikutus yrityksen kannattavuuteen ja hintapäätökset vaikuttavat yrityksen kilpailukykyyn. Tehokkaalla hinnoittelulla maksimoidaan yrityksen kannattavuus pitkällä aikajänteellä. Tuotteelle on löydettävä sellainen hinta, että se tuottaa mahdollisimman suuren katteen yritykselle. Katetuoton on katettava yrityksen kiinteät kustannukset. Hintaan vaikuttavat tekijät on tarkkaan arvioitava ennen hintapäätösten tekemistä (kuva 4). On hankittava tietoa markkinoiden koosta, kohderyhmi- en ostovoimasta ja ostokäyttäytymisestä sekä markkinoiden hintaherkkyudestä sekä kilpailijoiden hinnoittelusta. Tämän jälkeen voidaan tarkastella eri tuoteryhmien hinnoittelua ja määritellä yksittäisten tuotteiden hinnat. (Hinnoittelu 2013.)

Kokemukset yrittäjyyden haasteellisimmista puolista liittyi haastattemieni restaurointiyrittäjien mukaan nimenomaan hinnoitteluun. Työn valmiiksi saattamiseen tarvittavan ajan määrää oli paikoitellen vaikea arvioida ja täten hinta-arviot saattoivatkin olla liian alhaiset. Tuotteen tai palvelun oikea hinnoittelu on haastavaa, sillä alihinnoittelulla myyntikatteet kärsivät ja ylihinnoittelu saattaa karsia asiakaskuntaa ja sitä kautta saavutettavaa myynnin volyymiä. Liiketoiminnan kannattavuuden kehittymisen suhteen hintapäätökset saattavatkin olla kohtalokkaita. (Yrittäjähaastattelut 19.2.2013; Sutinen, Viklund 2004: 231.)



Kuva 4. Tuotteen hintaan vaikuttavat tekijät. (Raatikainen 2007: 87.)

Restaurointialalla asiakastoissa suurimman osan hinnasta määrittää tehdyt työtunnit, sillä alan luonteeseen kuuluu aikaa vievät työmenetelmät. Tämän päälle tulevat käytettyjen materiaalien kustannukset sekä muut yrityksen kiinteät ja välilliset kustannukset. Palvelun ostajan on ymmärrettävä käsityöläisyrittäjyyttä ja arvostettava siihen tarvittavaa osaamista hyväksyäkseen siitä pyydetävän hinnan, joka saattaa olla joidenkin mielestä kallis palvelu. Yritystoiminnan alussa töiden tekemiseen kuluu enemmän työtunteja, kun kokemusta on vähemmän. Laskutuksen on kuitenkin oltava kohtuullinen, eikä sitä alussa voi välttämättä sitoa tehtyihin työtunteihin. Kokemuksen kartuttua ja hyvän maineen levittyä voi jo alkaa pyytää työstään enemmän. Hinta ei välttämättä tällä alalla ole se ratkaisevin kilpailutekijä, vaan korkea työn laatu ja ammattitaito. (Yrittäjähaastattelut 19.2.2013.)

Hinnan pitää sopia ostajan mielikuvaan oikeasta hinnasta. Valveutunut asiakas toki tietää, milloin tuotteesta pyydetään ylihintaa, mutta tuotteen imagoon tulee liittää laatu

ja yrityksen arvot. Mikäli laatu ei ilmene hinnassa, ei tuotteesta myöskään voi saada laadukasta mielikuvaa (Sutinen, Viklund 2004: 231).

Yrittäjällä on suurempi hinnoitteluvapaus silloin, kun sillä on markkinoilla monopoliasema ja tämä taas liittyy erikoistumiseen. Mikäli markkina-alueella tarjonta ylittää kysynnän, tuotteen tai palvelun hintataso painuu alas. Omien tuotteiden ja palveluiden erilaistaminen ja markkinoilla erottautuminen on siis tärkeää, jotta yritys voisi saavuttaa suuremman hinnoitteluvapauden. (Sutinen, Viklund 2004: 235.)

Yrittäjä oppii kokemuksen ja erehdyksen kautta oikean restaurointitöiden hinnoittelun taidon. Tätä aspektia voitaisiin tosin myös korkeakoulumme restaurointikoulutuksessa tuoda enemmän esiin. Kuten aikaisemmin kävi jo ilmi, tekemäni kyselyn mukaan selkeä valtaosa koulumme restaurointiopiskelijoista harkitsee yrittäjyyttä valmistumisen jälkeisenä urasiirtona. Vain muutama vastanneista ei valitsisi itsensä työllistämistä yrittäjänä. Yrittäjyysmielisyyttä tulisi siis vielä enemmän korostaa jo koulussa ja ottaa yrittäjämäistä näkökulmaa mukaan restaurointitöiden puitteissa. Hinnoittelu on hankala asia, ja kuitenkin yrittäjälle se on yksi tärkeimmistä asioista liiketoiminnan kannattavuuden varmistamisessa. Työelämänäkökulma tulisi sisältyä muutenkin koulutukseen selkeämmin, sillä onhan sen päätarkoituksena valmistaa opiskelijat kohtaamaan työelämän haasteet koulun turvallisesta oppimisympäristöstä poistuttaessa.

3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN

Liiketoimintasuunnitelma on se työkalu, jonka avulla liikeideaa voidaan järjestelmällisesti kehittää kohti varsinaista liiketoimintaa. Harkiten laadittu liiketoimintasuunnitelma ja toiminnan edellytysten perusteellinen arvioiminen luovat vakaan pohjan omalle yritystoiminnalle. Sen tehtävänä on auttaa hahmottamaan ja suunnittelemaan jäsentyneesti perustettavan yrityksen toimintaa ja kannattavuutta. Siinä yrittäjä kuvaa pohdintojaan yrityksen liikeideasta, kilpailukyvyistä, asiakaskunnasta, resursseista ja niiden kehittämisestä. Liiketoimintasuunnitelma toimii keskeisenä dokumenttina esiteltäessä liikeideaa sidosryhmille sekä ennen kaikkea rahoitusneuvotteluissa. Rahoittajat arvioivat tähän dokumenttiin nojaten rahoitusta hakevan yrityksen liiketoimintaedellytyksiä. (Isokangas, Kinkki 2002: 232; McKinsey & Co. 2000: 47.)

Uuden yrityksen liiketoimintasuunnitelman sisältö poikkeaa paljon jo olemassa olevan yrityksen suunnitelman sisällöstä. Alkavan yrityksen suunnittelu keskittyy aluksi lähinnä liikeidean rajaamiseen ja se sisältää enemmän epävarmoja hahmotelmia yrityksen tulevaisuudesta. Liiketoimintasuunnitelman tulee olla tiivis, loogisesti etenevä esitys, jonka laajuuden ja painopistealueet yrittäjä voi suunnitella omien tarpeittensa mukaan. Yritysneuvontaa kannattaa hyödyntää liiketoimintasuunnitelman kehittämisessä. (Isokangas, Kinkki 2002: 233–235.)

Aloittavan yrityksen liiketoimintasuunnitelman keskeinen sisältö esitetään yritys-suomi.fi-sivuilla (liiketoimintasuunnitelma, 2013) näin:

Liikeidea	Mitä myyt? Kenelle myyt? Miten myyt?
Yrittäjän vahvuudet	Yrityksen perustajan osaaminen, kokemus, vahvuudet, toimialatuntemus ja verkostot.
Tuotteet ja palvelut	Tarjottavien tuotteiden kilpailuympäristö, imago, tavoiteltu kilpailuetu, hintataso, katerakenne ja niin edelleen.
Asiakkaat ja markkinat	Asiakasryhmät tai kohderyhmät, näiden ostokäyttäytyminen, sijainti, määrä ja tavoittamisen keinot. Markkinatilanne toimialalla ja toiminta-alueella, kysynnän ja tarjonnan suhde, kilpailijoiden vahvuudet, heikkoudet ja strategiat, erottautumistekijät kilpailijoihin nähden.
Käytännön järjestelyt	Toimitilat, sijainti, tarvittavat välineet, työntekijät ja alkurahoitus, mainonta ja markkinointi, internetsivut, vakuutukset, kirjanpito ynnä muut.
Rahoituslaskelmat	Investoinnit toimitiloihin ja välineisiin, pääoman tarve perustamiskuluihin ja ensimmäiseksi toimintakuukausiksi, rahoituskeinot.
Kannattavuuslaskelmat	Tarve myyntikatteelle, jolla kiinteät kulut ja lainojen lyhenykset tai muut rahoituskulut katetaan; hinnoitteluperiaatteet, joilla tarvittavat myyntivoitot voidaan saada minimitulostavoitteeseen pääsemiseksi.

Liiketoimintasuunnitelman tulee siis vastata siihen, minkä asiakkaan tarpeen myytävä tuote tai palvelu tyydyttää ja miten asiakasryhmät on tarkoitus tavoittaa. Toisin sanoen, minkälaisella markkinoinnilla on tarkoitus saavuttaa tunnistettujen asiakasryhmien huomio? Kuinka suuri kysyntä tuotteella on ja onko se jatkuvaa vai ajoittaista? Tärkeää on määritellä selvästi, millaiset ovat odotetut markkinat, mikä on yrityksen hinnoittelustrategia ja mitkä ovat kilpailijoiden heikkoudet ja vahvuudet. Liiketoimintasuunnitelmaan tulee myös kertoa yrityksen edustamista arvoista. Miten paljon yritys tarvitsee rahaa ja milloin ja kuinka paljon yritys todennäköisesti tuottaa voittoa liiketoiminnan vakiinnuttua? Mistä rahoitus on tarkoitus saada? Suunnitelmassa tulisi olla selvitys yritystä uhkaavista riskeistä sekä miten niihin on tarkoitus varautua ja miten niiden vaikutukset minimoidaan. (McKinsey & Co. 2000: 57, 84, 95, 105.)

Liiketoimintasuunnitelmaan kannattaa myös liittää SWOT -analyysi. Se on yksinkertainen ja yleisesti käytetty yritystoiminnan analysointimenetelmä, jonka avulla yritys pystyy vaivattomasti arvioimaan omaa toimintaansa. Analyysillä selvitetään yrityksen vahvuudet ja heikkoudet sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat ja saatetaan ne havainnolliseen nelikenttämuotoon. Vahvuudet ja heikkoudet vaikuttavat yrityksen nykytilanteessa ja mahdollisuudet ja uhat vaikuttavat tulevaisuudessa. Kannattavan liiketoiminnan saavuttaminen edellyttää tulevaisuutta vaarantavien uhkien ja menestystä edesauttavien mahdollisuuksien tunnistamisen. (Liiketoiminnan nelikenttäanalyysi, 2013.)

4 PERUSTETTAVAN YRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

4.1 Aluksi

Lapsen leikki on luovuuden varaan heittäytymistä ja lapset ammentavat sitä rajattomasta mielikuvituksestaan. Lapsen leikkejä varten erikseen tehtyjä esineitä on aina ollut olemassa. Niiden luonne on vaihdellut vallitsevan aikakauden mukaan ja sen, miten lapseen on siinä ajassa suhtauduttu. Lelun valmistaja on aikansa edustaja ja tehty lelu on aina omaa aikaansa heijastava tuote (Lehto 1996: 9, 12).

Ostolelu oli vielä pitkään 1900-luvun puolellakin monelle suomalaiselle lapselle tuntematon tai saavuttamaton asia. Omatekoiset lelut, äidin ompelema nukke ja isän veis-

tämä hyrrä, pitivät pitkään pintansa. Lelut olivat osa jokapäiväistä käsityötaitoa aikana, jolloin kodin tarveaineet valmistettiin suureksi osaksi itse. Joskus leluja saatettiin ostaa paikallisilta tai kiertäviltä käsityöläisiltä. Suurin osa myytävistä leluista oli kuitenkin tuontitavaraa Saksasta ja Venäjältä. Kotimaisuuden aatteella oli kannattajansa ja hiljalleen suomalaisetkin lelut alkoivat saada jalansijaa markkinoilla tuontilelujen ohella. (Lehto 1996: 15, 17, 18, 30.)

Lasten leikkimistottumukset ovat muuttuneet hyvin äkillisesti nopean ajan sisällä. Tänä päivänä tietokonepelit sekä interaktiiviset ja sähkökäyttöiset lelut ovat saavuttaneet laajan roolin lasten leikeissä. Lelujen valmistajat pyrkivät tuottamaan koko ajan uusia innovatiivisia ja jännittäviä leluja markkinoille. Lelumarkkinat ovat Suomessa miljoonaluokan bisnes ja tämän päivän leluvalikoima on valtava. Tarjolla on toki iso valikoima laatuun nojaavia leluja ja tuotekehitykseen ja turvallisuuteen on kiinnitetty erityistä huomiota. Mutta isoimmat lelukaupat sekä markettien leluosastot ovat valikoimiltaan persoonattomia ja ne ovat kautta linjain hyvin samanlaisia.

Oma liikeideani haluaa vastata nykypäivän tarjontaan toisenlaisella katsontakannalla. Se ottaa askeleen taaksepäin ja palauttaa mieleen ja tuo ihmisten saataville menneiden vuosikymmenten suosikkilelut. Lelukaupan vintage -valikoimalla on tarkoitus edustaa nostalgia-arvoja, sekä menneen ajan estetiikkaa. Koko yrityskuva perustuu ammattitaitoon ja laatuun, jota liiketoiminnan kaikki aspektit, tuotteista aina yritysilmeeen kautta asiakaspalveluun, henkivät.

Tämä liiketoimintasuunnitelma on vasta ensimmäinen vedos. Siinä ei ole vielä esitetty tarkkoja laskelmia ja lukuja tai edes sivistyneitä arvioita. Liiketoimintasuunnitelma tulee vielä myöhemmässä vaiheessa tarkentumaan ja kasvamaan. Suunnitelmassa on keskitytty hahmottamaan liikeidean pääpiirteet ja tavoitekuvat sekä tuottamaan ne kirjalliseen muotoon mahdollisimman kattavasti. Markkina- ja kilpailija-analyysi sekä rahoitussuunnitelma ja -tarve tulevat vielä täsmentymään. Tuotteiden maahantuojia ei ole vielä kartoitettu.

4.2 Liikeidea

Liikeidea alkoi kehittyä mielikuvan ympärille: vanhan ajan pieni lelukauppa, jonka tuotevalikoimassa olisi vanhoja antiikkileluja sekä vanhojen mallien mukaisia leluja. Lelujen kunnostus ja restaurointi rajautuisi aluksi vain myyntiin laitettavien esineiden

kunnostamiseen, myöhemmin restaurointipalvelujen tuottamisen voisi ottaa osaksi palvelukokonaisuutta. Kunnostettavien lelujen hankintaväyliä olisivat kirpputorit, antiikkikaupat sekä yksityiset henkilöt. Hyvien hankintaverkoston luominen on merkittävässä osassa ja vanhojen lelujen sisään ostoa mainostetaan yrityksen markkinoinnin yhteydessä. Kantavana ideana on luoda asiakkaille nostalginen kokemus menneeseen aikaan toteuttamalla kauppa vanhaa henkiväksi kokonaisuudeksi. Tällöin pääosassa ei ole pelkästään ostettu tuote, vaan avainasemassa on kokonaisvaltaisen kokemuksen tuottaminen. Kantavana ajatuksena on tuottaa kuluttajille pehmeämpiin arvoihin keskittyvä vaihtoehto ketjuliikkeiden ja muovilelutarjonnan joukossa.

Tuotteista voidaan puhua vintage -leluina, sillä vintage -sanasta on muodostunut käsite tarkoittamaan menneiden vuosikymmenten esineitä ja vaatteita. Käsitettä käytetään ensisijaisesti vanhoista tuotteista, joiden tuottaminen on mahdollisesti jo lopetettu ja jotka voidaan liittää kuuluisiin brändeihin, harvinaisuuteen tai laatuun. Uustuotantoon otettuja, tai piirteitä vanhoista malleista omaavia tuotteita, luokitellaan myös usein vintageksi. Vintage edustaa vahvasti tämän päivän trendiä. Monet ovat kyllästyneet ylenpalttiseen kuluttamiseen, ja tiedostavat kuluttajat ovat alkaneet suosimaan käytettyä ja kierrätettyä, jota ostetaan kirpputoreilta, second hand -kaupoista sekä vintage -liikkeistä. Vintage eroaa kuitenkin tavallisesta käytetystä tavarasta oleellisesti kalliimmilla hinnoilla. Mutta käytetyn ostaminen yhtä kaikki on trendikästä eikä sitä tänä päivänä enää yhdistetä köyhänapuun, jota tarvitsisi nolostella. Tiedostava kuluttaja ymmärtää uudelleenkäyttöarvon merkityksen nykypäivän tavarapaljouden keskellä. Osittain oma liikkeeni vastaa samaa kehityssuuntaa, mutta en halua sitoa sitä liiaksi trendiin painottamalla käsitettä ”vintage”. Haluan luoda palvelukonseptin, joka kestää aikaa ja joka on muuntautumiskykyinen. Yrityksen arvoihin liittyy vahvasti laatu sekä korkean asiakastyytyväisyyden luominen. Hyvä asiakaspalvelu on ensisijaisen tärkeässä asemassa luotaessa yrityksen brändiä. Tuotteiden ja koko palvelukonseptin ytimessä on nostalgia-arvoon nojaavien mielikuvien tuottaminen. Asiakaspalvelu, palveluprosessi sekä palveluympäristö ovat tärkeitä elementtejä oikeanlaisen tunteen, tunnelman ja maineen luomisessa. Yritysilmeen visuaalisuus ja pienten yksityiskohtien tärkeys on huomioitu. Esteettisten kokemusten tuottaminen on tärkeä osa konseptia, joita sekä tuotteet että palveluympäristö ilmentävät viimeiseen yksityiskohtaan asti.

Yrityksen visiota luotaessa on oleellista ottaa huomioon yrityksen edustamat arvot ja luoda visiosta ihanteellinen, mutta samalla realistinen tulevaisuuden kuva. Yrityksen viiden vuoden päähän ulottuva visio on olla markkina-alueen persoonallisimien lelukaup-

pa, joka on menestynyt ja onnistunut luomaan hyvät asiakas- ja alihankkijaverkostot. Vision tavoittamiseksi on kehitettävä toimintasuunnitelma eli strategia.

4.3 Perustajat ja osaaminen

Yrityksen pyörittämiseen tarvitaan ehdottomasti kaksi henkilöä, jotka jakavat vastuun ja työtehtävät. Itseni lisäksi yritystä toteuttamaan ryhtyisi toisenlaista tietoa ja taitoa omaava henkilö, jonka henkilökohtaiset ominaisuudet sopivat täydentämään omiani. Liikeidean toteuttamiseen tarvitaan monenlaista osaamista ja työtehtäviä on paljon ja laajalti. Kaupan pyörittämiseen liittyvät tehtävät kuten sisään ostaminen, valikoiman kehittäminen ja itse myyntityö työllistävät jo helposti yhden ihmisen. Lisäksi markkinointiin tarvitaan työpanostusta sekä yleisissä yrityksen pyörittämiseen liittyvissä asioissa. Verkostojen ylläpitäminen, lelujen sisään osto, nettisivujen ylläpito sekä päivitys ja restaurointityöskentely luovat jo helposti kahdelle ihmiselle tarpeeksi työtä. Tällä laajuudellaan yritysmuodoksi valikoituisi järkevimmin osakeyhtiö. Osakeyhtiön perustamiseen olisi löydettävä ulkopuolinen sijoittaja pääomatarpeen täyttämiseksi. Toisaalta avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiökään eivät ole poissuljettuja vaihtoehtoja. Henkilöyhtiöissä taloudellinen vastuunkanto olisi kokonaan yrittäjien harteilla, mutta osakeyhtiössä osakkaan vastuu rajoittuu sijoitettuun pääomaan (Raatikainen 2007: 76). Osakeyhtiön valinta olisi tästä syystä turvallisin vaihtoehto. Yritysmuodon lopullinen valinta tulee ajankohtaiseksi, kun rahoitussuunnitelmat ja -mahdollisuudet selkenevät ajan myötä.

Omat edellytykseni yrittäjyyteen liittyvät kiinteästi haluun menestyä sekä yritysidean synnyttämään intoon laadukkaan toteutuksen käytäntöön panemisesta. Minulla on selkeä visuaalinen näkemys yrityskuvasta ja -imagosta ja taustalla minulla on restaurointikoulutus, joka antaa edellytykset antiikkilelujen kunnostamiseen. Osaan antaa painoarvoa esineiden antiikkiarvolle sekä niiden historialliselle käyttöarvolle. Lelut aihepiirinä ovat mielenkiintoinen alue, jonka saralla olen valmis kehittämään tietämystäni ja osaamistani liittyen lelujen historiaan ja niissä käytettyihin materiaaleihin. Minulla ei ole aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä edes perhetaustan kautta. Yhtiökumppanini on koulutukseltaan tradenomi ja toisi yrityksen pyörittämiseen mukaan niin sanottuja kovempia arvoja kannattavuuden näkökulmasta. Hänellä on tietämystä markkinoinnista sekä liiketaloudellisista asioista. Ensiarvoisen tärkeää on, että molemmat yhtiökumppanit ovat yhtä sitoutuneita yritystoiminnan pyörittämiseen sekä jakavat saman

vision. Yrittäjyyskirjallisuudessa puhutaan paljon sisäisestä yrittäjyydestä, joka tarkoittaa ihmisen tuloksellista ja tavoitteellista toimintatapaa, jossa ihminen on valmis alati kehittymään ja oppimaan (Heinonen, Vento-Vierikko 2002: 39). Yritystä perustettaessa ei siis riitä käytännön osaaminen, molemmilla tulee olla yhtä paljon intohimoa ja asennetta yrityksen kehittämisessä ja eteenpäin viemisessä. Laatuajattelun sisäistäminen kaikissa yrityksen pyörittämiseen liittyvissä aspekteissa on yrityksen menestymisen kannalta ehdotonta. Yrityksen liiketaloudellisten tavoitteiden saavuttamiseen tarvitaan resursseja, jotka ovat fyysisiä, inhimillisiä ja taloudellisia voimavaroja. Yrityksen suunnitteluprosessin aikana on siis kehitettävä niitä voimavaroja, jotka ovat harvinaisia ja arvokkaita, muodostettaessa yritykselle kestäväää kilpailuetua. (Kallio 2002: 59–60.) Harvinaisia ja arvokkaita voimavaroja ovat yrittäjien into, motivaatio, optimistisuus sekä lelutuntemus.

4.4 Yrityksen arvot

Yrityksen arvoihin kuuluu ensisijaisesti asiakaslähtöisyys. Lähtökohtaisesti liiketoiminnalla on tietenkin pyrittävä saavuttamaan voittoa, mutta yrityksen arvot eivät rakennu loputtoman liikekasvun tavoittelemiseen. Yritystä ei perusteta monistettavuuden pohjalle. Yrityksen perustamisen motivoivina tekijöinä on yrittäjäkaksikon halu työllistää itse itsensä, uskaltaminen tarttua haasteeseen, uuden luominen ja itsensä toteuttaminen. Yrityksen toiminta-ala, lelut, ovat positiivinen asia, jota halutaan tuoda esiin brändiä rakennettaessa. Brändiin voidaan yhdistää adjektiiveja kuten hauska, kotoisa, yhteisöllinen, välitön. Lelukauppa edustaa ekoloogisuuden aatetta ja vaihtoehdon luominen on keskeinen määrittävä tekijä yrityksen edustamissa arvoissa. Haluamme levittää lelukaupallamme iloista sanomaa ympäristössämme, joka toivottavasti välittyy asiakkaille kaupan tunnelmassa. Asiakkaan tulee olla tyytyväinen tuotteen ja koko brändin edustamiin arvoihin, joten brändin ja myytävien tuotteiden on oltava houkuttelevia. Asiakaspalvelun laatu on aina oltava korkealla tasolla. Kanta-asiakkuuksien luominen, lisäarvon tuottaminen sekä hyvän maineen saavuttaminen ovat yrityksen päätavoitteet. Heinonen ja Vento-Vierikko (2002: 20) puhuvat kirjassaan asiakaslähtöisestä toimintatavasta, joka on voimakkaasti sidoksissa huippusuorituksiin ylttämisessä, ja jonka avulla kehitetään pitkän aikavälin kannattavuutta. Yrityksen tulee tuottaa lisäarvoa määritellyille asiakasryhmille niiden tarpeisiin perustuen.

4.5 Palvelukonsepti

4.5.1 Tuotevalikoima

Tuotevalikoimassa on vanhan ajan estetiikkaa edustavia laadukkaita leluja: junaratoja, palapelejä, pehmoleluja, peltileluja, paperinukkeja, kiiltokuvia, puuleluja ja niin edelleen. Valikoimassa on myös aitoja antiikkileluja sekä käsin valmistettuja leluja (erityisesti pehmoleluja). Myös joitakin lastenhuoneen sisustustuotteita sekä kirjoja voisi olla myytävänä. Haluan luoda asiakkaalle mielenkiintoisen kokemuksen ja tästä syystä valikoiman on oltava tarpeeksi kattava. Vaihtoehtoja tulee tarjota riittävästi, jotta katsottavaa ja ihmeteltävää on paljon. Valikoimassa täytyy kuitenkin olla punainen lanka, sen on oltava perustellusti rajattu, eikä se rönsyile. Lelujen esillepano, sekä näyteikkunassa että liikkeessä, on oivaltavaa ja pitää yllä visuaalista mielenkiintoa. Tavoitteena tietenkin on, että tuotteet olisivat niin hyviä, että ne myisivät mahdollisimman pitkälti itse itsensä. Vanhaksi meikattua uusvanhaa kitschiä ei huolita osaksi valikoimaa tai kaupan sisustusta. Kauppa toimisi oivallisena lahjapuotina sekä vanhojen aarteiden aittana. Liiketoiminnan edetessä nettikaupan perustaminen on luonnollisin yritystoiminnan laajennusväylä, joka luultavasti tulisi eteen melko nopeasti. Tavarantoimittajia ja alihankkijoita ei ole vielä kartoitettu. Virva Rantala tutki Turun kauppakorkeakoululle tekemässään Pro Gradu -työssä (2007: 59) lelun ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä. Kolme tärkeintä tekijää tutkimustulosten mukaan olivat lelun laatu, lapsen kohdistettu halu tiettyyn leluun sekä lelun kestävyys.

Hinnoittelupäätöksiä tehdessä tulee tehdä linjaus siitä, kuinka korkea laatuimago halutaan muodostaa. Markkina-alueella ei ole suoranaisesti samoilla tuotteilla kilpailevia yrityksiä, joten kilpailu ei ole hinnoittelupäätöksiin vaikuttava tekijä. Hinnoittelu tulee tehdä niin, että myyntikatteet ovat hyvät, jotta ne kattavat yrityksen kiinteät ja välilliset kustannukset. Myyntikatetavoite on noin 30–50 %. Kun kyse on erikoistuotteesta, on selvää, että se näkyy myös hinnassa. Ylihinnoittelua on tietysti myös vältettävä. Yrityksen imago tavoitteet sekä laatuun liitettävän mielikuvan luominen tulee ottaa huomioon tuotteiden hinnoittelussa. Kuten aikaisemmin tuli ilmi, asiakkaalle halutaan luoda kokonaisvaltainen kokemus, jolloin hän ei pelkästään osta tuotetta vaan hintaan liittyvät myös kaupan luoma tunnelma sekä yrityksen edustamat arvot. Rantalan tutkimuksessa (2007: 67) kävi ilmi, että ostettavan lelun hinta lelukaupoissa ja -osastoilla oli keskimääräisesti 25,13 euroa. Lelut ovat siis yleiseltä hintatasoltaan jo melko korkealla.

Tuotevalikoimassa olevat antiikkilelut ovat oleellisesti hintavampia kuin uustuotetut vanhan aikaiset lelut. Antiikkilelujen hinnoittelu muodostuu sisäänostohinnasta, restaurointityöhön kuluneesta ajasta, materiaalikustannuksista sekä myyntikatteesta.

4.5.2 Liiketila

Liike tulisi sijoittumaan Turun keskustaan. Konseptiin sopivan liiketilan löytäminen on ehdoton edellytys, sillä itse liiketilalla ja liikepaikalla on tärkeä imagollinen rooli. Kauppa tulisi sijoittaa keskeiselle paikalle, ihmisvirtojen varrelle, jolloin se on helpos- ti tavoitettavissa. Vanhan rakennuksen kivijalka olisi paras vaihtoehto. Liiketila tulee olla muokattavissa ideaa ilmentäväksi. Ideaalia olisi, jos tila muodostuisi myymälä- osasta sekä työhuoneesta, kuitenkin niin, että asiakkailla olisi mahdollisuus nähdä myös työhuoneen puolelle, ja tulla halutessaan tutustumaan työn alla oleviin leluihin. Kaupan sisustuksen luomiseen on käytetty vanhoja kalusteita niin paljon kuin mahdol- lista. Myyntitiski, joka olisi jyrkä, täyspuinen, ja elämää nähnyt, tulisi löytää käytet- tynä. Hyllyt olisivat arvokkaasti kuluneet. Seinillä paperitapetit. Nurkassa vanha noja- tuoli ja lukuvalo, jonka vieressä voisi olla myytävät lasten kirjat kirjahyllyssä. Vanha kassakone toisi paljon lisäarvoa liikkeen ilmeeseen. Sisustus olisi vanhaa aikaa henki- vä, mutta toteutettu raikkaalla otteella ilman tunkkaisuuden tuntua. Tavoitteena on saada liike tuntumaan ja näyttämään siltä, että se on toteutettu vaivattomasti ja näyttää huolettomalta, sympaattiselta ja kotoisalta. Tunnelmallisuutta lisää pehmeä valaistus, jonka suunnitteluun on osattu kiinnittää huomiota.

Yrityskuvaa luotaessa ei pyritä suoranaisesti vaikuttamaan lasten mielenkiinnon herät- tämiseen esimerkiksi kirkkaita värejä käyttämällä. Etenkin isommat lapset ovat tottu- neet tämän päivän tarjontaan, joten onkin haasteellista miettiä, miten lapset suhtautu- vat lelukauppaan, jonka ilme on aivan toisenlainen. Kauppa onkin suunnattu ensisi- jaisesti lapsille ostaville aikuisille, joka otetaan huomioon yritysilmettä kehitettäessä. Lasten mieltymykset leluostoksia tavallisessa lelukaupassa tehtäessä ohjaavat ostopää- töksiä. Perustettavan lelukaupan valikoima ja ilme vastaa luultavasti enemmän aikuis- ten mieltymyksiä, kuin nykyajan leluihin tottuneita lapsia.

4.5.3 Imagotavoite

Yritysimago tulee rakentaa asiakaskohderyhmän mukaiseksi (Raatikainen 2007: 39). Imagoa täytyy siis lähteä kehittämään siihen suuntaan, jonka uskotaan miellyttävän yrityksen potentiaalisia asiakkaita. Haluan yritykselläni luoda asiakas- ja sidosryhmille positiivisella tavalla yllättävän mielikuvan. Yrityksen toiminimi, logo, kaupan ilme, Internet-sivut ja blogi sekä henkilökunta ovat imagon luomisessa keskeisiä asioita. Yllättävyydellä tarkoitan sitä, että yrityskuva pyrkii olla lankeamatta kliseisiin tai ”söpöilyyn”. Haluan että se on suoraviivainen, selkeä ja rehellinen, omistajiensa näköinen. Yrityksen toiminimenä tullaan luultavasti käyttämään yrittäjien sukunimien yhdistelmää, sillä mielestäni sillä luodaan uskottavin vaikutelma. Logo rakentuu nimien ympärille ja sen graafisessa toteutuksessa käy ilmi toimiala eli lelumyynti. Logon täytyy olla raikas ja hauska, riittävän yksilöivä ja omaperäinen, sekä sisältää ”vanhaa tyyliä”. Logo on tässä vaiheessa suunnitteluasteella ja siitä on jo olemassa selkeä mielikuva, mutta sen valmistumiseen tarvitaan varmuus toiminimen valinnasta. Sama graafinen linja jatkuu nettisivuissa. Perhepiiristä löytyy osaamista valokuvauksesta sekä logon ja nettisivujen tekemisestä.

Lelujen ja asiakaspalveluprosessien laadun on oltava korkealla tasolla hyvän maineen saavuttamiseksi. Asiakkailta on aina tietty odotusarvo yrityksen tuotteista. Odotuksiin vaikuttavat aiemmat kokemukset, yrityksen imago, asiakkaiden tarpeet ja kilpailevat toimittajat. Odotukset liittyvät muun muassa tuotteiden laatuun, ratkaisujen toimivuuteen ammattimaisuuteen ja asiantuntemukseen, uskottavuuteen ja osaamiseen. Pyrittäessä asiakastyytyvyyteen yrityksen tulisi pystyä täyttämään tai ylittämään omat lupauksensa ja asiakkaiden odotukset. Odotusarvioihin voidaan vaikuttaa mielikuvien avulla. Strategiassa voidaan valita korkea tai matala laatumielikuva. Suositeltava tavoite on riittävän korkea mielikuvastrategia asiakkaiden houkuttelemiseksi yhdistettynä asiakasodotukset täyttävään ja ylittävään toiminnan laatuun. (Lecklin 2006: 91–92.) Asiakkaiden tarpeet ovat tuotteiden ja palveluiden myynnin ja kehittämisen perusta. Olemassa olevia asiakassuhteita on ylläpidettävä, sillä uusien suhteiden luominen hankalampaa kuin vanhojen vaaliminen. Jatkuvasti on kuitenkin pyrittävä luomaan uusia asiakassuhteita ja kontakteja.

4.6 Toimintaympäristö

4.6.1 Asiakaskohderyhmät

Asiakaskunta rakentuisi tiedostavista kaupunkilaisista aikuisista, jotka haluavat tehdä leluostoksensa muualla/-kin kuin marketeissa ja ketjuliikkeissä. Leluja ostettaisiin lapsille leikkikäyttöön, mutta myös sisustuselementeiksi ja mahdollisesti myös aikuisille kavereille hauskoiksi lahjoiksi (esim. peltilelut). Antiikkilelut ja uustuotetut vanhanai-kaiset lelut täydentävät toisiaan ja luovat yhdessä edellytykset kattavamman asiakas-kunnan luomiseen. Antiikkilelujen keräilijöillä sekä koriste-esineiksi vanhoja leluja ostavilla ihmisillä, on maksuvalmiutta ja -halukkuutta käyttää lelun hankkimiseen enemmän rahaa. Ihmiset, jotka tekevät mielellään persoonallisia ja yksilöllisiä hankin-toja, mieltyvät varmasti vanhanaikaisiin, perinteisiin leluihin.

Asiakaskohderyhmään voidaan sanoa kuuluvan kaupunkilaiset ekologisuudesta kiin-nostuneet tiedostavat nuoret vanhemmat. Raskaana olevat naiset, pienten lasten van-hemmat ja isovanhemmat. Tuotteet eivät ole suunnattu isommille lapsille, joiden le-lumieltymyksiä ohjaa sosiaaliset tekijät (samat lelut kuin kaverilla), mainokset ja le-lusarjojen keräily. Vintage- ja käsin valmistetuista leluista kiinnostuvat varmasti tren-ditietoiset sekä vastuuntuntoiset kulutus-/kertakäyttötavaraa kaihtavat kuluttajat.

4.6.2 Kilpailijat

Yrityksen markkina-alueella, Turussa, ei vielä ole yhtäkään vastaavanlaista lelukaup-paa, joten yrityksen tuottama uutuusarvo alueella on taattu. Perinteinen lelukauppa Casagrande, joka on toiminut samalla paikallaan Linnankadulla jo yli sata vuotta, on perheyritys, joka tuotevalikoimassaan seuraa uusimpia lelutrendejä kuitenkin ”perin-teitä kunnioittaen” (Casagrande, 2013). Turun keskustassa Casagranden lisäksi toimii BR-lelu, joka on iso lelukauppaketju. Muita pelkästään leluihin erikoistuneita liikkeitä ei ole. Suurimpien keskustan tavaratalojen, Stockmannin, Wiklundin ja Anttilan, yh-teydessä on leluosastot.

Suoranaisia kilpailijoita, jotka kilpailisivat samantyyppisillä tuotteilla vintage- ja an-tiikkituotteilla, ei siis Turun keskustassa ole. Internetissä toimii muutama nettikauppa, joissa myydään joitakin samanlaisia ja samantyyppisiä leluja, kuin mitä yritykseni va-likoimassa olisi. Nettikaupat eivät kuitenkaan olisi pahimpia kilpailijoita, sillä vaikka

netistä ostaminen onkin lisääntynyt, lelut myyntiartikkeleina myyvät luultavasti paremmin fyysisessä kaupankäynnissä, jolloin myös heräteostosten tekeminen on yleisempää. Kauppaan voi astella sisään ilman ennalta suunniteltua aikomusta, sen sijaan nettikauppaan on vaikeampi löytää vahingossa. Pelkästään leluihin erikoistuneita restauroijia ei löytynyt muita kuin Helsingissä vaikuttava nukketohtori Benita, joka on erikoistunut vanhojen nukkejen entisöimiseen. Turun antiikkikaupoissa on myynnissä myös antiikkilelujä, mutta se täytyy nähdä mahdollisuutena verkostoitumiseen kilpailuasetelman luomisen sijaan.

Tuotevalikoima koostuu sellaisista tuotteista, joita muiden lelukauppojen valikoimissa ei ole ja jolla erottaudutaan. Mahdollisesti myös joidenkin lelujen maahantuonti voisi tulla kyseeseen, jolloin luodaan erikoisasema kyseisten tuotteiden tarjoajana ja erikoisliikkeen titteli olisi perustellummin lunastettu.

4.7 Markkinointi

Asiakkaat tavoitetaan ensin paikallisella tasolla. Hyvien Internet -sivujen luominen on nykypäivän edellytysten mukaisesti yrityksen yksi tärkeimmistä markkinointikeinoista. Sivut olisivat selkeät ja kattavat sekä yritysilmeen mukaiset. Sivuilla pidettäisiin blogia, jossa päivittyisi kuvia työn alla olevista leluista sekä uusista tuotteista. Blogissa kerrottaisiin aina jonkin lelun tarina tai jonkun lelutyypin historiasta. Kerronnassa välittyisi yrittäjien persoona, jolla halutaan luoda välittömämpää suhdetta asiakaskuntaan. Blogia lukevat ihmiset tuntevat jo liikkeeseen tullessaan tuntevansa siellä työskentelevät ihmiset. Internet- sivujen ja blogin lisäksi yrityksen tulee tehdä itsensä näkyväksi myös Facebookissa. Hyvien suhteiden luominen muihin paikallisiin tai muuten tärkeisiin pienyrityksiin on tärkeää markkinoinnin kannalta. Keskenään verkostoituneet pienyritykset voivat markkinoida toinen toisiaan, mikäli asiakaskunta on suunnilleen samanlaista. Näkyvyyden tavoittelemisen paikallisissa lehdissä sekä antiikki- ja lelulehdissä (Lelukauppias-lehti) on tärkeää. Suoramainonta on luultavasti rajallisten resurssien takia liiketoiminnan alussa hyvin vähäistä, joten fokus pitäytyy ennemminkin näkymismainonnassa ja puskaradiotoiminnassa. Paikallisuuden korostaminen turkulaisena pienyrityksenä on tärkeää, sillä se herättää mielenkiintoa. Jo olemassa olevien kaveriverkostojen hyväksikäyttäminen on järkevää puskaradion käynnistämässä. Näkyvyyttä haetaan myös erilaisiin messuihin osallistumalla ja mahdollisesti myös paikallisilla markkinoilla.

4.8 Yrityksen rahoitus

Mikäli yritysmuodoksi valikoituu osakeyhtiö, sijoitettavan pääoman vähimmäistarve on 2500 euroa (Raatikainen 2007: 76). Sijoitettavaa pääomaa tulee löytyä omasta takaa ja ulkopuolisen sijoittajan löytäminen olisi tärkeää. Näiden lisäksi yrityksen perustamiseen liittyviin alkuinvestointeihin täytyy hakea Finnveran lainaa (naisyrittäjälaina tai pienlaina) sekä starttirahaa yrittäjien toimeentulon turvaamiseksi. Lelukaupan liiketoiminnalla pyritään kannattavuuteen ja tulorahoituksen tuottamiseen heti alusta alkaen. Riittävällä alkurahoituksella voidaan varautua mahdollisiin tappioihin yritystoiminnan alussa.

Yrityksen alkuinvestointeihin tarvittavan pääoman määrä määrittyy näistä asioista:

- yrityksen alkumarkkinointi
- alkuvarasto
- liikehuoneiston kalusteet ja sisustus
- restaurointivälineet ja -materiaalit
- painokustannukset (mainokset, käyntikortit, pakkaus- ja paketointimateriaalit..).

Alkumarkkinoinnin eli markkinointiviestinnän aiheuttamiin kuluihin on varattava tarpeeksi rahaa, sillä näkyvyyden saavuttaminen heti alusta asti on tulorahoituksen kannalta tärkeää. Varaston koon tarpeellisuutta on vaikea arvioida, joten alussa on parempi hankkia isompi varasto, jonka menekkiä voi alkaa liiketoiminnan edetessä tarkkailemaan. Varasto kannattaa pitää mahdollisimman pienenä, sillä se sitoo rahaa eli kierroksen on oltava tarpeeksi nopeaa, jotta ylimääräisiltä kustannuksilta vältytään. Kuitenkin alussa kun menekkiä ei vielä tunneta, on hyvä kyetä varautumaan isommalla varastolla; tuotteita tulee olla varastossa, sillä se on osa hyvän maineen luomista. Liikehuoneistoon tarvittavan rahan määrä tarkentuu vasta kun sen hankkiminen tulee ajankohtaiseksi. Tulisi valita sellainen huoneisto, jonka kunnostamiseen menisi mahdollisimman vähän rahaa. Kalusteet hankitaan käytettynä, ja mahdollisimman halpoina. Tärkeimpiä restaurointiin tarvittavia välineitä ja materiaaleja hankitaan jo alussa, mutta hankinnat tehdään pääasiallisesti aina tarpeen mukaan.

Liikehuoneistojen hinnat Turun keskustassa vaihtelevat valtavasti. Liikeideaan sopivan liiketilan vuokra tulisi karkeasti olemaan 700–1200 euron välillä. Tulo- ja alkura-

hoituksella olisi siis katettava liikehuoneistoon liittyvät kulut eli vuokra, sähkö- ja vesi-maksu sekä tilitoimiston kirjanpito palvelut.

Myyntitavoitteet eli budjetit on saavutettava kahden ihmisen työajan puitteissa. On siis tarkkaan mietittävä, kuinka suuri on asiakkaan keskiostos ja montako asiakaskäyntiä tarvitaan päivässä. Tämä on otettava huomioon myös tuotteiden hinnoittelupäätöksissä.

4.9 SWOT-analyysi

<p style="text-align: center;">Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usko omaan ideaan • Yrittäjien optimistisuus, rohkeus, innokkuus, sitoutuneisuus, halu menestyä • Tiimityöskentely <ul style="list-style-type: none"> ➔ monipuolinen osaaminen, työtehtävien jakaminen • Markkinointiosaaminen • Samanlaista tuotetta ei ole tarjolla samalla markkina-alueella • Panostus suunnitelmallisuuteen ja riskien minimoimiseen • Konsepti tarkkaan mietitty ja rajattu • Panostus asiakaspalveluun 	<p style="text-align: center;">Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ei aikaisempaa yrittäjäkokemusta • Ei vielä luotuja verkostoja • Oman pääoman puuttuminen
<p style="text-align: center;">Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uusien tuotteiden maahantuonti <ul style="list-style-type: none"> ➔ etulyöntiasema ja jälleenmyyjänä toimiminen • Verkostoyhteistyöllä saavutettu hyvä markkina-asema <ul style="list-style-type: none"> ➔ markkinointiyhteistyö muiden pienyritysten kanssa • Paikallisuus ja sen hyödyntäminen • Laajentamismahdollisuudet <ul style="list-style-type: none"> ➔ nettikauppa, restaurointipalvelu (lelusairaala), lastenhuoneen sisustustavarat • Käsintehty lelut valikoimassa lisää ekologisuusarvoja 	<p style="text-align: center;">Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liikehuoneistojen liian korkeat vuokrat <ul style="list-style-type: none"> ➔ löytyykö Turun keskustasta konseptiin sopivaa liikehuoneistoa? • Asiakasryhmien ostokäyttäytymisen väärin tulkitseminen • Omien resurssien yliarvioiminen erit. stressinsietokyky • Virheinvestoinnit • Järjestyvätkö taloudelliset resurssit? • Maahantuonnin vaikeus <ul style="list-style-type: none"> ➔ liikaa byrokratiaa?

5 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön aiheen innoitti oma kiinnostus yrittäjyyttä kohtaan ja ennen kaikkea mielessä itävä ideansiemen omasta yrityksestä. Olen hyvin tyytyväinen valitsemaani aiheeseen ja opinnäytetyöhön varattu aika osoittautuikin järkeväksi käyttää liikeidean pohtimiseen ja sen paperille saattamiseen. Ajatukset selkenevät ja jäsentyvät niitä kirjoittaessa ja ideointi saa samalla uusia ulottuvuuksia. Yrittämiseen liittyvä teoria oli itselleni tähän työhön ryhtyessäni täysin tuntematon aihepiiri. Työn puitteisissa olen nyt luonut itselleni vankan pohjan, jonka päälle lisätietämystä on helpompi lähteä yrittäjyysopintojen avulla kartuttamaan.

Restaurointiala on yrittäjävaltaista. Vaikka yritystoiminta nojaakin yrittäjän omaan ammattiosaamiseen ja käsityötaitoon, toiminta kannattaa pohjata kattavasti mietittyyn ja yksilölliseen liikeideaan. Millä keinoin yritystoimintaan voisi ottaa lisäarvoa tuottavia sekä muista erottavia tekijöitä? Yrittäjyyteen on ryhdyttävä vain tarkkojen suunnitelmien ja mietintöjen kautta. Taloudelliset resurssit ovat tietenkin rajoittavimpia tekijöitä, mutta loppujen lopuksi markkinaraon löytyminen ja tahdonvoima oman idean toteuttamiseen lienevät ne määräävimmit tekijät. Yrityksen pyörittämiseen on lähdettävä koko sydämellä, sillä puoliteholla ei hyviä tuloksia saavuteta. Pehmeiden arvojen korostuminen etenkin tällä alalla on tyypillistä, mutta mikäli yrittäjäksi haluaa heittäytyä, kovemmillekin arvoille on annettava tilaa. Kannattavuuden saavuttamisen kannalta on hyvä sisäistää liiketaloudellista ”aggressiivisuutta”.

Koulumme restaurointiopiskelijoista varmasti joka ikinen on harkinnut yrittäjäksi ryhtymisen mahdollisuutta omalla kohdallaan, työllistymismahdollisuuksien ollessa kovin pienet. Yrittäjyys herättää kuitenkin monissa aiheellisesti pelkoja epävarmuudesta ja toimeentulon riittämättömyydestä. Moni kokee tiimiyrittäjyyden osuuskunnan muodossa helpommaksi ja lähestyttävämmäksi vaihtoehdoksi yksinyrittämisen rinnalla. Osuuskunnan yrittäjien muodostama tukiverkko edesauttaa epäilemättä uskaltautumista ja vähentää riskin ottamisen pelkoa. Yrittäjäksi ryhtyminen suoraan koulun penkiltä saattaa olla monelle hankalaa, sillä rahoitusta on löydyttävä myös omasta takaa ja henkilökohtaisen talouden on oltava vakaalla pohjalla.

Käytännön opetukseen tulisi ehdottomasti sisällyttää enemmän yrittäjyyden teoriaa. Yrittäjämäistä asennetta kannustetaan, mutta välineitä siihen ei juurikaan anneta. Yrittäjän näkökulma jää käytännön opetuksessa suppeaksi. Esimerkiksi miten yrittäjä teki tietyt toimenpiteet pitääkseen kustannukset mahdollisimman pieninä, kouluolosuh-

teissa harjoitettu tinkimättömyys suhteessa yrittäjän tinkimättömyyteen sekä asiakastöiden hinnoittelu ja laskutus kokonaisuutena. Mitkä ovat materiaalien hinnat, entä niiden saatavuus ja luvanvaraisuus? Oikeita kysymyksiä opetustilanteissa ei aina osata esittää, ja ne saattavat kostautua yrittäjinä.

Aiheeseen orientoituminen, perehtyminen ja työn kirjoittaminen tapahtui tammikuusta maaliskuuhun. Orientoituminen ja työn suunnittelu vei ajasta yllätyksekseni suurimman osan. Tutkimussuunnitelma oli tehty jo joulukuussa, mutta sisällysluettelo ja näkökulma aiheeseen ehti muuttua monta kertaa. Pohdin pitkään, olisiko työ pitänyt tehdä toiminnallisena, jolloin liiketoimintasuunnitelma olisi ollut vain liitteeksi laitettava lopputuotos, sekä millä tavalla restaurointiyrittäjyyttä tulisi lähestyä. Olen kuitenkin tekemääni ratkaisuun tyytyväinen. Työn kirjoittamisen aloitin maaliskuussa. Teoriaosassa käsitelin yrittäjyyttä pyrkimällä pitämään restaurointialan sen punaisena lankana. Hedelmällisempi lopputulos olisi luultavasti saavutettu haastattelujen ja kyselyn osuvammalla purkamisella ja analysoinnilla.

Opinnäytetyön kirjoittaminen oli hyvin hyödyllinen opitun teorian kannalta. Ja nyt kun liiketoimintasuunnitelma on saatettu kirjalliseen muotoon, lisäyksiä ja tarkennuksia on helpompi tehdä yrityksen perustamiseen johtavan suunnitteluprosessin aikana.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet:

Heinonen, J., Vento-Vierikko, I. 2002: Sisäinen yrittäjyys: uskalla, muutu, menesty. Helsinki: Talentum Media Oy.

Isokangas, J., Kinkki, S. 2002: Yrityksen perustoiminnot. Helsinki: WSOY.

Kallio, Jukka 2002: Pienyrityksen kehittymisen tiet. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Lecklin, Olli 2006: Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Talentum Media Oy.

Lehto, Marja-Liisa 1996: Huwikaluja lapsille: Vanhat suomalaiset lelut. Helsinki: Tammi.

McKinsey & Company 2000: Ideasta kasvuyritykseksi. Helsinki: WSOY.

Raatikainen, Leena 2007: Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Rantala, Virva 2007: Factors influencing a toy purchase decision. Turku: Turun kaup-
pakorkeakoulu. Pro Gradu -työ.

Sutinen, M., Viklund, E. 2004: Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mut-
ta et ole tiennyt keneltä kysyä. Kuopio: Savonia ammattikorkeakoulu.

Toivola, Tuija 2006: Verkostoituva yrittäjyys – strategiana kumppanuus. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Vesalainen, J., Försti, Y., Nieminen, P., Soini, M., Viitala, J. 1996: Aloitanko oman? Tietoa yrittämisestä ja yrityksen perustamisesta. Helsinki: Ajatus Kustannus Oy.

Yritysjulkaisut 2006: Yrityksen perustajan opas – silta yrittäjyyteen. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Sähköiset lähteet:

Casagrande. Saatavissa:

<http://www.casagrande.fi/100v.html>

[Viitattu 4.4.2013]

Hinnoittelu. Yrityssuomi. Saatavissa:

http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?pp=polku_Yrityksena_toimiminen&ppa=pa lp_Myynti&aihe=1000055

[Viitattu 1.4.2013]

Liiketoiminnan nelikenttäanalyysi. Pk-yrityksen riskienhallinta. Saatavissa:

<http://www.pk-rh.fi/riskilajit/liikeriskit/liiketoiminnan-nelikenttaanalyysi-swt/>

[Viitattu: 4.4.2013]

Liiketoimintasuunnitelma. Yrityssuomi. Saatavissa:

http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?pp=polku_Yrityksen_perustaminen&ppa=p alp_Harkitseminen_ja_suunnittelu&aihe=1000007

[Viitattu 25.3.2013]

Lith, Pekka. 2005: Käsityörittäjyys Suomessa 2000-luvulla. Saatavissa:

[http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/12b74ae4d1122aadc22565fa003211a6/35ce2977ab29f24dc2256ff5002b9eeb/\\$FILE/jul10elo_2005.pdf](http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/12b74ae4d1122aadc22565fa003211a6/35ce2977ab29f24dc2256ff5002b9eeb/$FILE/jul10elo_2005.pdf)

[Viitattu 18.3.2013]

Oma pääoma. Finnvera. Saatavissa:

<http://www.finnvera.fi/Liiketoiminnan-aloittaminen/Liiketoiminnan-aloittamisen-rahoitustarpeita/Oma-paaeoma>

[Viitattu: 12.3.2013]

Osuuskunta.Yrittäjät.fi. Saatavissa:

<http://www.yrittajat.fi/minustakoyrittaja/perustamistoimet/osuuskunta/>

[Viitattu: 24.3.2013]

Pienlaina. Finnvera. Saatavissa:

<http://www.finnvera.fi/Tuotteet/Lainat/Pienlaina>

[Viitattu: 23.1.2013]

Starttiraha. Työ- ja elinkeinoministeriö. Saatavissa:

http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp

[Viitattu 12.3.2013]

Painamattomat lähteet:

Kysely Kymenlaakson ammattikorkeakoulun restauroinnin opiskelijoille 2013.

Yrittäjähaastattelut 19.2.2013. Tekijän hallussa.

Kysely restaurointialan opiskelijoille

Tällä kyselyllä pyrin kartoittamaan KyAMK:n restaurointialan opiskelijoiden suhtautumista yrittäjyyteen. Tulen käyttämään kyselyn tuloksia opinnäytetyössäni. Kysely on hyvin lyhyt, joten vastaaminen ei vie kauan. Lämmin kiitos vastauksistasi!

Haluatko valmistuttuasi ryhtyä yrittäjäksi?

- Kyllä
- Mahdollisesti
- En

Mikäli vastasit "Kyllä", kerro lyhyesti miksi koet yrittäjyyden olevan oikea urapolku sinulle.

Mikäli vastasit "Mahdollisesti", kerro lyhyesti mitkä asiat yrittäjyydessä mietityttävät ja toisaalta kiinnostavat sinua.

Mikäli vastasit "En", kerro lyhyesti miksi et missään tapauksessa koe yrittäjyyden olevan sinua varten.

Haluatko valmistuttuasi ryhtyä yrittäjäksi?	Mikäli vastasit "Kyllä", kerro lyhyesti miksi koet yrittäjyyden olevan oikea urapolku sinulle.	Mikäli vastasit "Mahdollisesti", kerro lyhyesti mitkä asiat yrittäjyydessä mietityttävät ja toisaalta kiinnostavat sinua.	Mikäli vastasit "En", kerro lyhyesti miksi et missään tapauksessa koe yrittäjyyden olevan sinua varten.
Mahdollisesti		Töiden riittävyys sekä sitoutuminen. Kuitenkin haluaisin tehdä muutakin kuin olla yrittäjä 24/7. Yrittäjänä olisin kuitenkin vapaampi tekemään asioita mitä haluan, kuin palkkatöissä.	
Mahdollisesti		Kiinnostavaa on vapaus suunnitella ja tehdä työtä itsenäisesti. Yrittäjyys myös tuntuu olevan melko yleistä restaurointialalla, ainakin sen käsityksen olen koulusta saanut. Työpaikkoja muiden palveluksessa on vähemmän. Vastuu omasta pärjäämisestä tietysti mietityttää: epäsäännölliset tulot ja vaihteleva työaika, ehtikö koskaan lomailla jne. Mielikuva pienyrittäjistä on, että he ovat aina töissä ja stressaantuneita.	
Mahdollisesti		Mietityttää, että saako restauroinnin alan töitä muuten kuin ryhtymällä yrittäjäksi. Toisaalta minulla on valmiina aiempia koulutuksia, jotka voisivat tukea yrittäjäksi ryhtymistä. Saisin kehiteltä sopivan liikeidean itselleni melko helposti.	
Mahdollisesti		Restaurointialalla työllistyminen arveluttaa. Onko realistisia mahdollisuuksia saada töitä muutoin kuin työllistämällä itse itsensä. Yksityisyrittäjänä toimiessa pitää saada asiakaskunta (ja itsensä) vakuuttuneeksi siitä, että on alan ammattilainen. Työssä on helposti kiinni 24/7 koska aina kun olet kotona, odottavat työt (joita kukaan muu ei tee) muualla. Palkalliset lomat? ai mitä ne on? Kipeä? No voivoi. Ainoa mahdollinen yrittäjyys olisi kimpassa muiden alan ammattilaisten kanssa. Osuuskunta, osake- tai kommandiittiyhtiö...	
Mahdollisesti		Hyvää siinä olisi joustavat työajat ja rahat saa kaikki itselle. Saa itse päättää mitä ja miten tekee. Ei niin hyvää on jakamaton vastuu, yksinäisyys ja itsenäisyys toisaalta. Sitten sen perustamiseen tarvitsee alkubudjetin, kaiken maailman tarvikkeet ja välineet, pitäisi selvittää mistä saa mitään tavaroita ja aineita ja jos asuu ns. korvessa se voipi olla mahdollisesti hankalaa. Ja sitten pitäisi myös niitä töitä saada ja riittää ja jos niitä ei ole, voi tulla stressi ja vatsahaava.	
Mahdollisesti		Vapaus tehdä sitä mitä haluaa. Voi perustaa sellaisen yrityksen jossa tehdään juuri niitä juttuja jotka itseä kiinnostaa (ja tietysti mille on kysyntää). Ja jossain määrin se tuntuu pakolliseltakin, ellei halua vaihtaa alaa tai työskennellä museossa.	
Mahdollisesti		Alustavat yrittäjyyskokeilut ovat vaikuttaneet lupaavilta: asiakaskuntaa on riittävästi kun pystyy työskentelemään laajalla alueella ja palaute on ollut positiivista. Toisaalta työpäivien pituus ja käsityöhön leipiintyminen huolestuttavat merkittävästi.	
En			En sanoisi ettei se missään tapauksessa ole minua varten. Nyt kuitenkin yrittäjiä ja yrittäjyyttä sivusta seuranneena olen todennut sen olevan niin haastavaa ja voimia vievää, etten toistaiseksi halua saada elantoani niin epävarmoin keinoin. Pidän mahdollisena yrittäjäksi ryhtymistä myöhemmin, kokeneempana ja kun tiedän tarkemmin mitä yrittäjyydeltäni haluan. Lisäksi haluan säästää rahaa mahdollista yrittäjyyttä varten. Yrittäjyys voisi olla mahdollista "varsinaisen työn" ohessa, mutta ei pääelinkeinona toistaiseksi.

Haluatko valmistuttuasi ryhtyä yrittäjäksi?	Mikäli vastasit "Kyllä", kerro lyhyesti miksi koet yrittäjyyden olevan oikea urapolku sinulle.	Mikäli vastasit "Mahdollisesti", kerro lyhyesti mitkä asiat yrittäjyydessä mietityttävät ja toisaalta kiinnostavat sinua.	Mikäli vastasit "En", kerro lyhyesti miksi et missään tapauksessa koe yrittäjyyden olevan sinua varten.
Mahdollisesti		Mahdolliset yrittäjyyteen sopivat tilat - on. Onko asiakkaita? Yrittäjyys "verenperintönä" etuus vai riski? Jaksaminen yrittäjän köyhässä mutta antoisassa arjessa. Kiinnostaa ehkä osaaikaisena - ansioita myös muualta.	
Mahdollisesti		En koe olevani vielä valmis yrittäjyyteen, mutta se ei myöskään ole täysin pois suljettu vaihtoehto. Haluaisin ensin saada työkokemusta alalta ja mahdollisesti seurata sivusta yrityksen "pyörittämistä". Toisaalta tuntuu, että restaurointialalta on hankala saada töitä, jos et perusta omaa yritystä.	
En			Haluan 8-16 duunin, jonka jälkeen voin keskittyä muihin asioihin. Toisin sanoen en halua sitoutua työhön niin paljon, mitä yrittäjyys vaatisi. Myös suuri vastuu ahdistaisi.
Mahdollisesti		Olen perustamassa osuuskuntaa joka tarjoaa restaurointipalveluja. Jäseniä ollessa 7 tai enemmän, minut rinnastetaan työntekijäksi. Tällöin olen oikeutettu työntekijäntyöttömyysturvaan, joka ei olisi mahdollista yrittäjänä (jos en liity erikseen yrittäjän työttömyyskassaan). Työn ollessa kausiluontoista koen tämän "osa-aikatyön" parhaaksi tavaksi aloittaa toimiminen alalla. Vaikka yrittäjänä olisin oikeutettu starttirahaan, näen viisaammaksi toimia työntekijänä. Tulevaisuudessa oman yrityksen perustaminen erittäin todennäköistä, kuitenkin toisella alalla.	
Kyllä	Tätä täytyy vielä miettiä paljon, on tutkittava yrittäjyyden edut ja haitat. Tähän astisen tietämykseni mukaan voisin vastata kyseiseen kysymykseen näin: - voin olla oman itseni herra, eli siis päätän itse työajoista, palkasta, ei ole kettumaista pomoa, saan itse päättää mitä teen... Valitettavasti en nyt saanut aikaan parempaa vastausta, olen siis kyllä kiinnostunut yrittäjyydestä, mutta ensin on tehtävä valtava tutkimustyö, että onko se minua varten, otettava selkoa hyödyistä ja haitoista, mitä sitten kun saan lapsia, miten eläkemaksujen kanssa jne. nämä kaikki on niin tuntemattomia seikkoja!		
Mahdollisesti		Yrittäjyydessä kiinnostaa oman toimintansa herrana oleminen. Kiinnostavan työn tekeminen (nyperäminen erakkona, ongelmanratkaisu yömyöhään) itsenäisesti on houkutteleva ajatus. Toisaalta yrittäjäksi lähteminen pelottaa, sillä riskit ovat suuret: riittääkö asiakkaita, kannattaako toiminta? Toisen työnantajan alaisuudessa toimiminen olisi huomattavasti varmempi tulonlähde eikä siinä todennäköisesti tarvitsisi miettiä asioita koko ajan, toisin kuin omassa yrityksessä.	

Haluatko valmistuttuasi ryhtyä yrittäjäksi?	Mikäli vastasit "Kyllä", kerro lyhyesti miksi koet yrittäjyyden olevan oikea urapolku sinulle.	Mikäli vastasit "Mahdollisesti", kerro lyhyesti mitkä asiat yrittäjyydessä mietityttävät ja toisaalta kiinnostavat sinua.	Mikäli vastasit "En", kerro lyhyesti miksi et missään tapauksessa koe yrittäjyyden olevan sinua varten.
Mahdollisesti		Olisi hienoa pitää pystyssä omaa restaurointiyritystä kunhan kiinnostus ja budjetti vain riittäisivät. Suurimpana ahdistuksen asiana on pärjääminen taloudellisesti ja huoli kaikista maailman kaavakkeista ja asioista jotka pitää täyttää, mutta kuitenkin unohtaa ja sitten kaikki menee pieleen. Tuntuu pelottavalta ajatukselta pyörittää sitä kaikkea yksin ja siksi yhdessä yrittäminen voisi olla helpompi vaihtoehto. Mutta kaikenkaikkiaan olisihan se nyt hienoa että olisi oma pieni puoti jossa nypertää ja näpertää, saisi itse päättää aikatauluistaan ja asioistaan ja töitä voisi tehdä enemmän fiiliksen mukaan kuin palkollisena...	
Kyllä	Haaste tulee mieleeni ensimmäisenä. Mutta kaikki vapaus oman työpaikkansa pomona on myös houkuttava ajatus. Rahan takia en yksityisyrittäjäksi lähtisi.		
Mahdollisesti		Taloudellinen epävarmuus, riittääkö työtä ja asiakkaita niin että yrittämisellä elää ja saa toimeentulon. Itsenäisyys ja riippumattomuus, mahdollistaa oman työtahdin.	
Mahdollisesti		Yrittäjyys houkuttelisi sen takia, että a. pystyisi tekemään juuri sitä työtä, mistä pitää ja b. monet vapaudet tehdä asiat miten itse haluaa (esim. työaika ei ole niin justuinsa). Mietityttää töiden määrä, onko niitä, vai onko niitä liikaa? Yrittäjyys sisältää paljon vapauksia, mutta onko ok olla töissä teoriassa kellon ympäri jos tarve vaatisi...	
Kyllä	Aiempi työkokemus ja koulutus. Haluan tehdä töitä ns kotona.		
Mahdollisesti		mityttää: pitäisi saada itsensä näkyvästi markkinoille, olla "oma pomo itsellensä", pakolliset paperityöt kiinnostaa: haasteellisuus, pääsisi työskentelemään asioiden parissa, jotka kiinnostavat.	
Mahdollisesti		Sitoutuminen yritykseen mietityttää: jääkö aikaa muuhun? Entä jos haluan vielä vaihtaa uraa? Lisäksi toimeentulo mietityttää, sillä en osaa arvioida kuinka hyvin restauroijana tulee toimeen, etenkin pääkaupunkiseudulla. Toisaalta, miten muuten alalta löytää töitä, jos ei halua perustaa yritystä...	
Mahdollisesti		Eniten epäilyttää taloushallinto, yleinen paperisota ja Helsingin järkyttävät tilavuokrat. Toisaalta olen jo rakennusmaalari ja osaan myös tapetointi, efektimaalaus ja tasoitushommia joten pystyisin varmaan tekemään vähän kaikkea pintahommaa ja aloittamaan työnteon kotoa käsin.	
En			En halua tehdä sellaista työtä mitä restaurointialan yrittäjä yleensä joutuu Suomessa tekemään. Uudelleen verhoilla Ikea-huonekaluja, petsata ja lakata tuoleja ja muuta sellaista. Pidän muutenkin enemmän varmasta palkkapussista, yrittäjänä palkka tulee jos tulee.

SÄHKÖPOSTIHAASTATTELUT RESTAUROINTIYRITÄJILLE 19.2.2013

Kysymykset:

1. Mikä on yrityksesi yhtiömuoto? Miksi valitsit juuri kyseisen yhtiömuodon yrityksellesi?
2. Mitkä olivat motiivisi sekä omat lähtökohtasi ryhtyä yrittäjäksi?
3. Minkälaiset asiat yrittäjyydessä ovat olleet haastavimpia ja mitkä palkitsevimpia?
4. Mitkä ovat päämarkkinointikanavasi?
5. Kuinka tärkeäksi koet erikoistumisen restauroinnin alalla?
6. Teetkö yhteistyötä muiden alalla toimivien yrittäjien kanssa? Kuinka tärkeäksi olet kokenut verkostoitumisen?
7. Mitä neuvoja antaisit omaa yritystä suunnittelevalle restauroijalle? Onko asioita, joita itse tekisit nyt toisin?
8. Kuulutko liittoon?