
KERAMIikka-ALAN YRITTÄJYYS
Arjen iloja ja haasteita matkan varrelta



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilun koulutusohjelma

Visamäki, kevät 2016

Berita Leppänen



VISAMÄKI

Muotoilun koulutusohjelma
Lasi- ja keramiikkamuotoilu

Tekijä	Berita Leppänen	Vuosi 2016
Työn nimi	Keramiikka-alan yrittäjyys: Arjen iloja ja haasteita matkan varrelta	

TIIVISTELMÄ

Muotoilualan opinnoissa painotetaan yleisesti yrittäjyysnäkökulmaa, ja Suomen mittakaavassa luovalla alalla yrittäjyys näyttäytynee luonnollisena tapana työllistyä. Tässä opinnäytetyössä on selvitetty, miten nykyiset keramiikkayrittäjät suhtautuvat yrittäjyyteen, ja mitkä seikat ovat vaikuttaneet yrityksen perustamiseen. Yrittäjyysnäkökulma tuo esille alaan liittyvää kokemuksellisuutta ja näkökulmia luovan alan haasteista ja mahdollisuuksista sekä alati eteen tulevista muutoksista, koskivatpa ne yleistä taantumaa, koulutuspaikkojen tai määrärahojen vähentämistä kulttuurin saralta.

Opinnäytetyön tavoitteena oli lomakekyselyjen ja teemahaastattelujen sekä kirjallisuuden pohjalta tarkastella keramiikkayrittäjien yritystoimintaan ja yrittäjäkokemuksiin liittyviä iloja ja haasteita matkan varrella sekä kartoittaa yrityksen ja yrittäjyyden tulevaisuuden näkymiä.

Empiirisessä osuudessa esille nousi se, että keramiikkayrityksen perustamiseen ovat vaikuttaneet muun muassa vapaat työajat ja toiminnan itsenäisyys, työllistymisnäkökulma sekä ulkomaiset kontaktit ja olemassa oleva yritysidea. Iloa yrittäjyydessä tuottivat muun muassa asiakkaat, uudet tuotteet ja suunnittelutyö, yhteistyökumppanit sekä yrittäjyyden vapaus. Haasteellisena nähtiin Suomen pieni markkina-alue ja hintakilpailu. Myös motivaation puute, jaksaminen sekä fyysisesti raskas työ ja pitkät päivät toivat yrittäjyyteen haastetta. Yrittäjät kaipasivat verotuksellista helpotusta esimerkiksi arvonlisäverokantaan sekä kohennusta yrittäjän sosiaaliturvaan. Koulutuksen tarvetta nähtiin yrityksen liiketaloudelliseen osaamiseen liittyen, mutta myös materiaali-teknisiä tietoja haluttiin päivittää koulutuksen avulla. Vaikka yrittäjyydessä keramiikka-alalla koettiin haasteita, suurin osa uskoi parempaan tulevaisuuteen ja alan arvostuksen nousuun. Haasteiden koettiin myös vahvistaneen yrittäjäidentiteettiä.

Avainsanat keramiikka-ala, yrittäjyys, yrittäjyyskokemukset

Sivut 33 s. + liitteet 5 s.

VISAMÄKI
Degree Programme in Design

Author	Berita Leppänen	Year 2016
Subject of Bachelor's thesis	Entrepreneurship in the ceramics field: Delights and challenges in the business	

ABSTRACT

In the studies of the design field, entrepreneurship is generally emphasized. In Finland, the entrepreneurship probably appears as the natural way to be employed in a creative field. It is interesting to examine how present ceramics entrepreneurs react to their business and what points have affected the establishment of the company. In the study, the challenges and possibilities of the creative field and the effect of changes in the environment on the entrepreneurship are examined.

The aim of this thesis was to examine the entrepreneurs' experiences of the ceramics field with the help of inquiries, theme interviews and literature. It was also studied in this thesis what kind of future appears in a creative field.

In the empirical part of the study, the following factors emerged: the uncontrolled working hours, the independence of the business, the employment and existing foreign contacts and the company idea, all of which affected the establishment of the ceramics company. Among other things the delights in entrepreneurship were brought by the customers, new products, cooperation partners and the freedom of the entrepreneurship. The small market area in Finland and price competition were considered challenging. Also the lack of motivation, physically heavy work and long days brought the challenge to the entrepreneurship. Furthermore, the entrepreneurs wanted a tax relief for example to the value-added tax and an improvement to the entrepreneur's social security. The entrepreneurs wanted more business training and updating of material technical information. Even though challenges were experienced in the entrepreneurship in the ceramics field, the majority of the entrepreneurs believed in the better future and in rise of the appreciation of the field. It was also experienced that the challenges had strengthened their entrepreneur identity.

Keywords ceramics field, entrepreneurship, experiences

Pages 33 p. + appendices 5 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön rakenne	1
1.2	Tavoitteet ja rajaus	2
1.3	Tutkimusongelmat.....	2
1.4	Metodologia	3
1.5	Aineistonkeruu	4
1.6	Teoreettinen viitekehys ja käsitteet	5
2	LUOVIEN ALOJEN YRITTÄJYYS SUOMESSA.....	6
2.1	Historian havinaa keramiikkayrittäjän taipaleelta.....	6
2.2	Yrittäjyys 2000-luvulle tultaessa.....	8
2.3	Yrittäjyysstrategia luovien alojen suunnannäyttäjänä.....	9
2.4	Tilastotietoja luovilta aloilta.....	11
3	KERAMIikka-ALAN YRITTÄJYYS: ARJEN ILOJA JA HAASTEITA MATKAN VARRELTA.....	15
3.1	Lomaketutkimuksen ja haastattelujen taustatiedot.....	15
3.2	Yritystoiminnan lähtökohdat.....	16
3.3	Yrittäjyyden ilot ja mahdollisuudet.....	18
3.4	Yrittäjyyden haasteet.....	20
3.5	Tulevaisuus keramiikka-alalla.....	23
4	OPINNÄYTETYÖN LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI.....	26
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	27
6	LOPUKSI	28
	LÄHTEET	31
	LIITTEET	34

KUVIOT

Kuvio 1.	Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys ja empiria	6
Kuvio 2.	Strategiakartta luovien yritysten prosessinäkökulmasta	11
Kuvio 3.	Kulttuuriammattilaiset työnantajastatuksen mukaan vuonna 2012	12

TAULUKOT

Taulukko 1.	Yritysten aloittamis- ja lopettamisaste 2005–2009 keskimäärin %	13
-------------	--	----

1 JOHDANTO

Suomessa luovaksi alaksi määritellään yleisesti liiketoiminta, joka luo aineetonta arvoa, kuten tuotemerkkejä, patenteja ja tekijänoikeuksia. Kuitenkin luovilla aloilla syntyy myös konkreettisia ja aineellisia tuotteita, muun muassa taidetta, grafiikkaa ja käsitöitä. Tämän vuoksi mikään yksittäinen määritelmä ei tunnukaan sopivan tai kuvaavan koko luovan alan moninaista kirjoa. (Metsä-Tokila 2013, 9.)

Österåkerin (2009, 3) mukaan kulttuuriyrittäjyydestä puhuttaessa tulee huomioida käsite kokonaisuutena, jolloin se sisältää sekä kulttuurin että yrittäjyyden. Kulttuuriyrittäjyys sekä luovat toimialat eivät voi kehittyä menestyneiksi, mikäli ne eivät ole vuorovaikutuksessa niitä ympäröivän yhteiskunnan ja elinkeinoelämän sidosryhmien kanssa. Kulttuuriyrittäjyyden päämääränä on elättää yrittäjä oman luovuutensa keinoin, ja että toiminta sisältää myös muita ulottuvuuksia kuin yksinomaan myynnin tai voiton maksimoinnin. (Österåker 2009, 3.) Kulttuuriyrittäjä nähdään henkilönä, joka harjoittaa yritystoimintaa sellaisella toimialalla, jota pidetään luovana tai joka kuuluu kulttuurielinkeinoihin. (Österåker 2009, 3, 10.)

Opinnäytetyön teemana on keramiikka-alan yrittäjyysnäkökulma, koska se on läheisesti yhteydessä luovan alan kontekstiin. Opinnäytetyön nimi *Keramiikka-alan yrittäjyys: Arjen iloja ja haasteita matkan varrelta* kuvaa opinnäytetyön tavoitteita, jossa erilaisin metodein pyritään selvittämään alan yrittäjyyskokemuksia – niin iloja kuin haasteitakin. Muotoilualan opinnoissa painotetaan yleisesti yrittäjyysnäkökulmaa, ja Suomen mittakaavaa ajatellen keramiikka-alalla yrittäjyys onkin luonnollinen keino työllistyä. Opinnäytetyön näkökulma tuo esille alaan liittyvää kokemuksellisuutta, luovan alan haasteista ja mahdollisuuksista sekä nykypäivän hektisistä ja voimakkaista muutoksista, olipa kyseessä sitten yleinen taloudellinen taantuma tai koulutuspaikkojen vähentäminen.

Opinnäytetyönä luovan alan, keramiikkayrittäjyyden tarkastelu on hyvä keino kerätä kokemuksia elävästä elämästä ja tuoda niitä esille konkreettisella tavalla. Empiiristä osuutta on täydennetty teoreettisella näkökulmalla sekä aiemmin luovilla aloilla tehdyillä tutkimuksilla.

1.1 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö rakentuu niin, että luvussa yksi käsitellään työn lähtökohtia: tavoitteita, rajausta, teoreettista viitekehystä, tutkimusmenetelmiä sekä aineistonkeruuta ja tutkimusongelmia. Luvussa kaksi tuodaan erille teoria- ja tilastotarkasteluja luovien alojen yrittäjyydestä Suomessa. Luku kolme muodostuu kyselylomakkeista sekä teemahaastatteluiden esille nousseista keramiikkayrittäjyyskokemuksista ja tulevaisuuden näkymistä. Luvussa neljä arvioidaan

Opinnäytetyön luotettavuutta ja luvussa viisi esitetään johtopäätökset. Luku kuusi käsittelee muun muassa erilaisia jatkotutkimusmahdollisuuksia.

1.2 Tavoitteet ja rajaus

Opinnäytetyössä tarkastellaan luovan alan yrittäjyyskokemuksia kahdesta eri näkökulmasta niin, että empiiristä materiaalia on kerätty sekä tällä hetkellä keramiikka-alan yrittäjinä toimivilta että keramiikka-alan yrittäjyyttä harkitsevalta opiskelijalta.

Tavoitteena on löytää niin onnistumiskokemuksia kuin vastoinkäymisiä yrittäjyysuralta, ja selvittää, miten kokemukset ovat vaikuttaneet henkilökohtaisesti esimerkiksi motivaatioon tai yrityksen liiketoimintaan.

Opinnäytetyöllä ei pyritä aineiston yleistettävyyteen esimerkiksi kaikkien keramiikkayrittäjien kohdalla, vaan se tarkastelee niitä yrittäjäkokemuksia, jotka nimenomaan nousevat esille lomakekyselyyn ja haastatteluihin osallistuneiden henkilöiden keskuudesta. Aineistoa on täydennetty muihin luovan alan tutkimuksiin tai julkaisuihin liittyvillä tiedoilla.

Opinnäytetyön rajauksena toimii myös se, että siinä ei tarkastella yksityiskohtaisesti esimerkiksi liiketoimintasuunnitelman, talous- tai henkilöstöhallinnon ym. yksityiskohtaisia sisältöjä tai niiden vaikuttavuutta yritystoiminnan onnistumiseen, eikä myöskään yritystoimintaan tai yrityksen perustamiseen liittyviä lakeja, säännöksiä tai määräyksiä.

1.3 Tutkimusongelmat

Opinnäytetyössä etsitään vastauksia seuraaviin kysymyksiin.

Pääkysymys:

- Minkälaisena keramiikka-alan yrittäjyys koetaan yrittäjäuran aikana?

Alakysymykset:

- Mitkä ovat olleet suurimpia arjen haasteita ja mahdollisuuksia keramiikkayrittäjyydessä?
- Miten näihin haasteisiin ja mahdollisuuksiin on pystytty vastaamaan?
- Minkälaisena näyttäytyy keramiikkayrittäjän tulevaisuus esimerkiksi viiden vuoden kuluttua?

1.4 Metodologia

Opinnäytetyö on toteutettu alun perin määrällisenä eli kvantitatiivisena lomaketutkimuksena Webropolin kautta. Vastauskadon vuoksi opinnäytetyötä on täydennetty laadullisen tutkimuksen keinoin kahdella teemahaastattelulla, sillä sähköisiä vastauslomakkeita palautui vain kuusi kappaletta.

Opinnäytetyön voidaan katsoa olevan luonteelta kuvaileva, sillä sen tavoitteena on esittää tarkkojakin kuvauksia henkilöistä, tapahtumista tai tilanteista sekä dokumentoida keskeisiä, kiinnostavia piirteitä eli tapahtumia, uskomuksia ja prosesseja. Toisaalta opinnäytetyössä on myös selittäviä piirteitä eli syyseuraussuhteita, kuten keramiikkayrityksen perustamiseen liittyviä tekijöitä. Opinnäytetyöhön voi näin ollen sisältyä useampi kuin yksi tarkoitus, ja se voi myös muuttua tutkimuksen edetessä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 129–130.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa esille nousevat muun muassa aiemmat johtopäätökset ja teoriat sekä käsitteiden määrittely (Hirsjärvi ym. 1997, 131). Kvalitatiivinen tutkimus on muun muassa kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, jossa aineisto on koottu todellisissa tilanteissa. Tällöin suositaan ihmistä tiedonkeruun välineenä, jolloin tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa. Niin ikään kohdehenkilöt valitaan tarkoituksenmukaisesti. Tapauksia kvalitatiivisessa tutkimuksessa käsitellään ainutlaatuisina. (Hirsjärvi ym. 1997, 155.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa otoskoko vaikuttaa tulosten haluttu tarkkuus, ja otoskoko voidaan määritellä neljän kriteerin kautta; tutkimuksen tavoitteiden sekä määritelyjen tunnuslukujen sekä miten useita tekijöitä on tarkasteltava samanaikaisesti ja miten homogeeninen tutkimuskohde on tutkittavan asian suhteen. (Hirsjärvi ym. 1997, 169.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistona voi olla vain yksikin tapaus tai yhden henkilön haastattelu, mutta se voi myös käsittää joukon yksilöhaastatteluja. Kuitenkaan tarkoituksena ei ole etsiä keskimääräisiä yhteyksiä eikä tilastollisia säännönmukaisuuksia. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään aineiston riittävyteen, kylläisyyteen liittyvää käsitettä, jolloin aineiston katsotaan olevan riittävä, kun samat asiat alkavat kertautua haastatteluissa. (Hirsjärvi ym. 1997, 170–171.) Hirsjärven ym. (2004, 171) mukaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistosta ei pyritä tekemään päätelmiä yleistettävyyttä ajatellen.

Tässä opinnäytetyössä voidaan sanoa käytetyn metodologiana triangulaatiota eli erilaisten aineistojen, teorioiden sekä menetelmien käyttöä samassa tutkimuksessa. Triangulaation käyttöä on perusteltu niin, että yksittäisellä tutkimusmenetelmällä on vaikea saada kokonaiskuvaa tutkimuskohteesta. (Eskola & Suoranta 1998, 69; ks. Brewer & Hunter 1990.) Opinnäytetyössä triangulaation käyttöön on päädytty, koska lomaketutkimuksella ei alun perin saatu empiiriselle osuudelle riittävää laajuutta eikä korkeaa vastausprosenttia muis-tutuskyselystä huolimatta.

Vilka (2005, 71) toteaa, että tutkimuksen tulee olla uskottava ja vakuuttava, sillä nämä vaikuttavat tutkimuksen vastaanottoon ja hyödynnettävyyteen tutkittavalla toimialalla. Uskottavuus ja vakuuttavuus ovat riippuvaisia tutkimustekstistä, ja sitä voidaan arvioida argumentaation ja tekstin jatkuvuuden kautta. Argumentaatio nähdään ajattelun ja päättelyn taitona. Argumentin sanotaan vastaavan kysymykseen, *miksi vastaanottajan tulee hyväksyä väite* ja selityksen vastaavan kysymykseen, *miksi se tapahtui, mitä tapahtui*. (Vilka 2005, 171.)

Mainittakoon, että kvantitatiiviseen tutkimukseen liittyvänä tässä opinnäytetyössä ei käsitellä eri tutkimustulosten tilastollisia riippuvuuksia tai esitetä erilaisia tilastoarvoja, vaan pyritään tuomaan esille kokemuksellisia näkökulmia laadullisen tutkimuksen keinoin. Mielestäni lomakekyselyssä avoimien kysymysten vastaukset kertovat enemmän kuin numeraalinen, tilastollinen luku.

1.5 Aineistonkeruu

Opinnäytetyön kohteeksi lomakekyselyyn tiedonkeruun osalta valikoitui Teollisuusteiden Liitto Ornamo, joka on muotoilualan asiantuntijajärjestö. Ornamo kehittää muotoilijan ammattia ja vaikuttaa muotoilun asemaan yhteiskunnassa. (Ornamo 2015.) Ornamo suurena asiantuntijajärjestönä oli oiva kohde, sillä sieltä oli löydettävissä suurehko määrä keramiikka-alan yrittäjiä. Tosin mainittakoon, että Ornamo ei luovuttanut ulkopuoliselle taholle yrittäjien yhteystietoja, vaan ne on koottu Ornamon jäsenkannan sivuilta niiltä yrittäjiltä, joiden yhteystiedot ovat julkisesti saatavilla heidän omista portfolioistaan. Ornamon mukaan myös tämä tiedonkeruun tapa tuli sisällyttää kyselylomakkeeseen.

Lomakekysely valittiin alun perin päätutkimusmenetelmäksi, koska sen avulla on mahdollisuus saavuttaa laajempi kohdesegmentti, ja näin ollen saada kattavampi kuva tutkimusongelmasta. Toisaalta tiedossa oli, että lomakehaastattelun vastausprosentti saattaa muodostua melko alhaiseksi, ja näin tapahtuikin muistutuspyynnöstä huolimatta. Lomakkeita palautui vain kuusi, jolloin vastausprosentiksi muodostui ainoastaan 7,9 %. Vaikka internetpohjaisen kyselylomakkeen etuina nähdään nopeus ja vaivaton aineistonkeruu, yleisenä ongelmana on vastauskato (Hirsjärvi ym. 1997, 185).

Lähtökohdiltaan kysely on mahdollista suorittaa usealla tavalla esimerkiksi kyselyn toteuttamistapojen, kysymysten sisältöjen ja vastaajajoukon rajauksen osalta. Näiden valintaan vaikuttaa se, mitä tutkimuksessa halutaan saada selville. Kyselyn toteuttaminen edellyttää sen ongelmakohtien tarkastelua etukäteen ja kyselyn testaamista ennen varsinaista toteutusta. Kyselyn muodosta riippuen vastauksia on mahdollista analysoida sekä määrällisesti että laadullisesti. (Koppa 2015b.) Kyselylomakkeesta lähetettiin alustava kyselyversio muun muassa opettajalle ja kahdelle koehenkilölle. Kommenttien perusteella kyselylomakkeeseen tehtiin muutoksia ja tarkennuksia esimerkiksi tutkimusnimikkeisiin.

Otoskoon sanotaan vaikuttavan lähinnä tulosten tarkkuustavoitteeseen. Eli mitä tarkemmin otoksen avulla saatujen tulosten halutaan vastaavan perusjoukon lukuja, sitä suurempi otos tutkimukseen tulisi ottaa. Aineiston koko ja edustavuus kvantitatiivisessa tutkimuksessa on ratkaistavissa neljän kriteerin avulla: 1) mikä on tutkimuksen tavoite, 2) miten tarkkoja perusjoukkoa vastaavia tunnuslukuja on tavoitteena saada, 3) miten useita tekijöitä on tavoitteena tarkastella samanaikaisesti sekä 4) miten homogeeninen on tarkasteltava perusjoukko. (Hirsjärvi ym. 1997, 169.) Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on mahdollista käyttää myös menetelmiä, jotka luetaan kuuluviksi kvalitatiiviseen tutkimukseen (Metsämuuronen 2005, 202). Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ollaan yleensä kiinnostuneita erilaisista luokitteluista, syy-seuraussuhteista sekä vertailusta, mutta myös numeerisiin tuloksiin perustuvan ilmiön selittämisestä (Koppa 2015b).

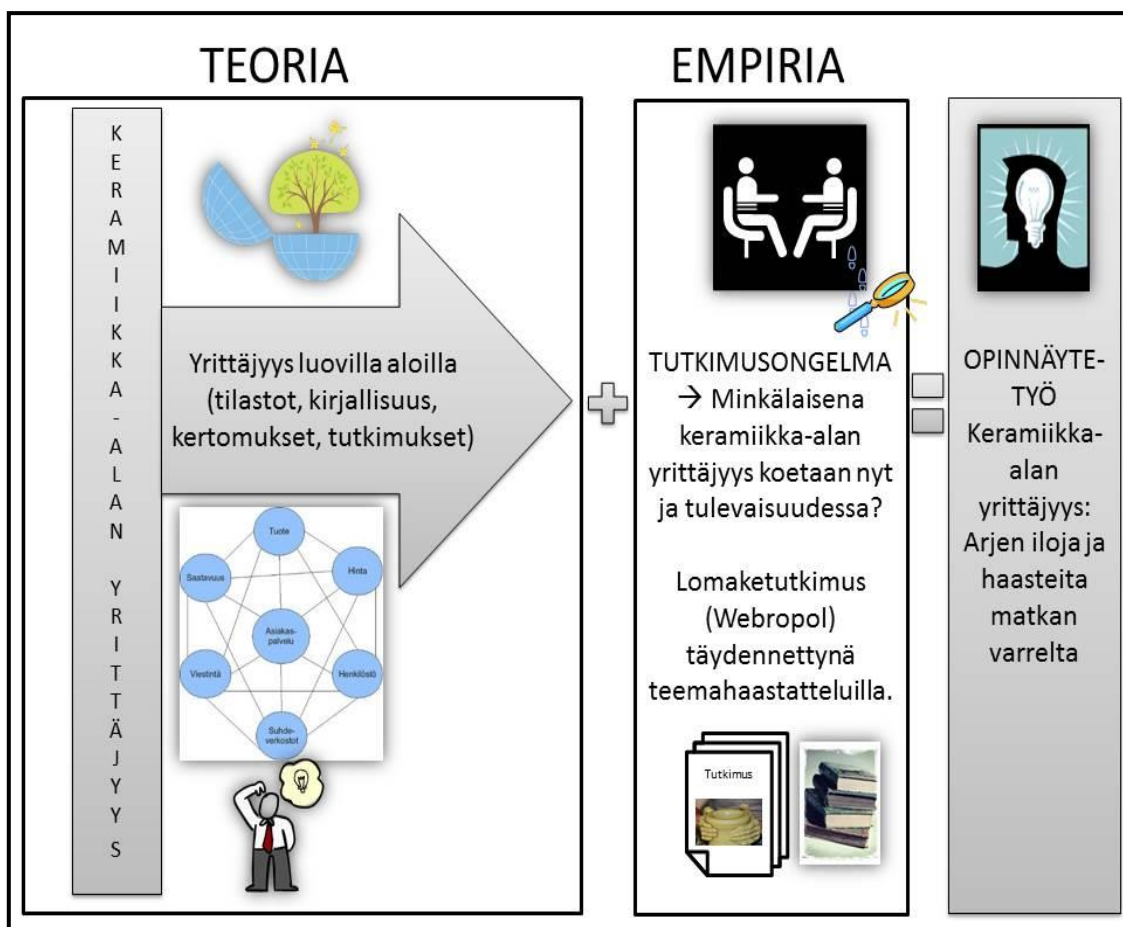
Lomakekysely toteutettiin sähköisen Webropol-kyselytutkimustyökalun avulla. Kyselylomake (LIITE 1), joka sisältää 40 kysymystä, lähetettiin 76 keramiikka-alan yrittäjälle. Vastausajan päätyttyä ja muistutuskyselyn lähettämisen jälkeen tutkimusaineistoa täydennettiin muun muassa kirjallisuudesta ja internetistä löydetyllä materiaalilla ja kahdella teemahaastattelulla. Opinnäytetyössä on yhdistetty tutkimustulosten osalta sekä lomakehaastattelun että teemahaastattelun tulokset, koska teemahaastattelussa runkona on hyödynnetty lomakehaastattelun kysymyksiä ja teemoittelua.

Yleisesti voidaan sanoa, että tutkimusongelmaa on mahdollista kartoittaa viisiportaisella Likertin asteikolla, jota käytetään esimerkiksi asenne-, motivaatio- ym. mittareissa. Kuitenkin Hirsjärven ym. (1997, 186) mukaan täsmällisiä tosiasioita tulee kysyä yksinkertaisina kysymyksinä, joko avointen kysymysten avulla tai monivalintamuotoisesti. Tässä opinnäytetyössä on kysymykset asetettu Hirsjärven (1997) ohjeistuksen mukaisesti niin, että ne ovat joko monivalintakysymyksiä tai enemmän tietoa antavia avoimia kysymyksiä.

1.6 Teoreettinen viitekehys ja käsitteet

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostuu luovien alojen yrittäjyyskäsitteestä. Lähikäsitteinä tässä opinnäytetyössä on käytetty lisäksi muun muassa muotoilu-, kulttuuri- ja käsityöyrittäjyys sekä luova ala.

Kuviossa 1 on esitetty opinnäytetyön teorian sekä empirian muodostumista.



Kuvio 1. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys ja empiria.

2 LUOVIEN ALOJEN YRITTÄJYYS SUOMESSA

2.1 Historian havinaa keramiikkayrittäjän taipaleelta

Vähäsalo (2003, 122) on aikaisempina vuosina todennut keramiikka-alan piensarjatuotannolla olleen erityinen asema, sillä suuret keramiikkatehtaat panostivat automatisoituun tuotantoon, ja piensarjatuotanto puolestaan pyrki säilyttämään kulttuurillisesti arvokkaat kädentaidot osana yhteiskuntaa. Sarjakkoon määrän Vähäsalon mukaan määritteli yksinomaan keraamikon fyysiset ja henkiset resurssit. Keramiikkayrittäjien sanottiin luonnehtivan tuotantoon termeillä *käsityö* ja *taidekäsityö*. Nuoret yrittäjät painottivat myös muotoilua, ja juuri yrittäjyyden nähtiin olevan tapa toteuttaa muotoilijan työtä. Vähäsalon mukaan keramiikkamuotoilijoille ei olisi juurikaan ollut aiemmin valmiita työpaikkoja, joten moni näytti perustavan yrityksen oman mallistonsa ympärille. Keramiikkayrityksen perustamisen syyksi mainittiin usein se, että yrittäjyys nähtiin ainoana järkevänä keinona toimeentulolle omasta keramiikkatuotannosta. (Vähäsalo 2003, 122, 131.) Keramiikan pienten yritysten todettiin olevan hyvin pieniä, sillä vain kymmenkunta niistä työllisti alle

10 henkilöä, ja yksinyrittäjiä oli suuri joukko. Vähäsalo luonnehti keramiikka-alan toimintakulttuurin muokkautuneen pitkälle elämäntapakeraamikon ihanteen mukaisesti, jolloin *keramiikko on ollut itsellinen individualisti*. (Vähäsalo 2003, 122.)

Suuren yrittäjyysinnostuksen katsottiin tapahtuneen keramiikan alalla 1970-luvulla, jolloin alan yrityksiä perustettiin paljon. Kyllikki Salmenhaara on todennut, että innokkuus näyttäytyi myös Taideteollisesta oppilaitoksesta valmistuneiden keraamikkojen suuntautumisessa, sillä lähes kaikilla 1970-luvulla valmistuneilla alan opiskelijoilla on ollut tai on oma yritys. Puolestaan 1980-luvulla opiskelleet perustivat keramiikka-alan yrityksiä vähemmän tai harkittuaan asiaa syvemmin 1990-luvun puolelle mentäessä. Kahden viimeisen vuosikymmenen aikana Taideteollisen korkeakoulun keramiikka- ja lasisuunnittelun osastolta valmistuneista keramiikkaopiskelijoista näyttäisi työllistäneen itsensä erilaisten yritysmuotojen avulla. (Vähäsalo 2003, 122–123.)

Yrittäjien koulutustason todettiin tutkimusten mukaan olleen noususuunnassa, ja varovaisesti arvioiden korkean koulutustason arvioitiin auttavan menestymään yrittäjänä. Etenkin opistotasoisien koulutuksen saaneet sekä ammattikorkeakouluista valmistuneet olivat kiinnostuneita yrityksen perustamisesta. Vähäsalo sanoo vuodesta 1998 lähtien perustetun vuosittain 15–20 uutta keramiikka-alan yritystä. Hänen mukaansa toiminta tapahtui aloittaneiden yrittäjien keskuudessa yhä useammin yhteistyössä oman alan tai muiden alojen ammattilaisten välillä. Tämä nähtiin verkostoitumisesta, jolloin kaikkia yritystoiminnan osa-alueita ei tarvinnut hallita, vaan esimerkiksi asiakassegmentointia, markkinointia ja ulkomaankauppaan liittyviä tekijöitä voitiin miettiä yhdessä alan ammattilaisen kanssa. (Vähäsalo 2003, 124, 128.)

Vähäsalo (2003, 128) katsoo keramiikkayrityksiä perustettavan ja lopetettavan melko paljon, ja syinä olivat usein työterveydelliset syyt sekä eläköityminen. Lisäksi keramiikan piensarjatuotannolla todettiin olevan huono kannattavuus, joka toimi mahdollisesti yhtenä lopettamisen syynä.

Vähäsalon (2003, 128) mukaan keramiikkayritykset näyttäisivät olevan toimintatavoiltaan sekä tuotevalikoimaltaan lähes samankaltaisia, ja päätuoter ryhmänä olivat käyttöesineet sekä lahja- ja koriste-esineet. Nimenomaan erilaisuutta on haettu muotoilun avulla. Usein keramiikka-alan yritykset toimivat paikallisilla markkinoilla, jolloin asiakkaat ovat omalta paikkakunnalta tai lähialueelta. Suuremmat markkinat esimerkiksi koko Suomen laajuisesti edellyttää profiloitumista, jotta tuotteet erottautuvat muista. Vähäsalo on haastatellut 1980- ja 1990-luvuilla Taideteollisesta korkeakoulusta valmistuneita keramiikka- ja lasisuunnittelun opiskelijoita, ja heidän mukaansa keramiikkayrittäjillä tulee olla voimakas tarve tehdä työtä, sillä muutoin niukkaa taloudellisen tilanteen sietämistä on vaikea ymmärtää. Vaaditaan intohimoa tehdä käsityötä ja omaa mallistoa. Voimavarana näyttäisi olevan yrittävä elämänsäsenne. (Vähäsalo 2003, 128, 134.)

Tapio Haapala puolestaan on havainnut, että yrittäjänä ei voi olla osapäiväinen tai sivutoiminen, mikäli haluaa saada yrittämisestä palkan. Myös Päivi Rintaniemi toteaa keramiikkayrittäjyyden olevan vaikea laji. Kirsti Kivivirta näkee taiteen tuotteena, ja taiteen tekemistä voidaan soveltaa yrittäjyyteen, sillä yrityksessä on *tekijä, tuote ja asiakas*. Taide ja yrittäjyys eivät Kivivirran mukaan sulje toisiaan pois. Yrittävää elämänsentettä keraamikko tarvitsee esimerkiksi toimiessaan taiteilijana, taidekäsityöläisenä, muotoilijana ja opettajana. (Vähäsalo 2003, 128, 137.)

Vähäsalon (2003) teoksessa tuodaan esille monia vielä tälläkin hetkellä ajankohtaisia teemoja, kuten keramiikkayrittäjyyden toteuttaminen yksinyrittäjänä, resurssien riittämättömyys esimerkiksi yrityksen laajentamiseen ja toiminnan kehittämiseen sekä *yrittävän elämänsentteen* säilyttäminen ja omaksuminen. Tämän päivän keramiikkayrittäjän arkea on tarkasteltu luvussa kolme.

2.2 Yrittäjyys 2000-luvulle tultaessa

Monien yhteiskunnan murrosten todetaan muokanneen tilaa yrittäjyydelle Suomessa, yrittäjyyden ja palkkatyön rajan nähdäänkin olevan hämärtyneessä. Kulttuurintekijät voidaan Suutarin (2007, 17) mukaan jakaa karkealla tasolla kolmeen ryhmään; yrittäjiin, ammatinharjoittajiin sekä taiteilijoihin. Yrittäjän tulisi toimia tai ainakin yrittää toimia yrittäjämäisesti, olipa kyseessä pieni tai suuri yritys, jolloin toimintaan kuuluu liiketaloudellinen näkökulma ja kannattavuus. (Suutari 2007, 15–17.) Innovatiivisuus ja luovuus nähdään yrittäjyyden keskeisinä elementteinä. Ensisijaisesti yrittäjyys on asenne, johon tulee kasvaa. (Vähäsalo 2003, 134–135).

Käsi- ja taideteollisuusosalalla yrittäjyyden myönteinen kehitys ja vahvistuminen edellyttävät toimialojen ulkoisten ja sisäisten toimintaedellytysten tukitoimia. Tärkeänä ulkoisena tukitoimena pidetään toimialakohtaisen yritysrahoituksen kehittämistä sekä sitä, mitkä yritys muodot soveltuvat kulttuurialan yrityksiin. Konkreettiseksi keinoiksi yrittäjyyden tukemiseksi on ehdotettu esimerkiksi yrityshautomoiden ja osuuskuntien perustamista. Osuuskunnista onkin käsi- ja taideteollisuusosalalla myönteisiä kokemuksia. Yrittäjyyden sisäiseksi kehittämistoimiksi muun muassa ammatillisen osaamistason vahvistamiseksi esimerkiksi tuotekehittelyssä, markkinoinnissa ja verkostoitumisessa, on mainittu esimerkiksi EU-rahoitteiset kulttuurihankkeet. (Suutari 2007, 41, ks. Kohtakangas 2001, 25.)

Työ- ja elinkeinoministeriön (2012b, 57) julkaisussa todetaan luovien alojen yritysten olevan pieniä. Tällöin niiden kyky luoda sekä kasvattaa verkostoja on rajallinen. Kuitenkin nopeasti muuttuva toimintaympäristö edellyttää ajantasaista tietoa, ja erityisesti aloitusvaiheessa oleville yrityksille tarjotaan erikoistuneiden neuvontapalveluiden avulla uutta tietoa. Myös luovien alojen rahoitusmahdollisuuksien todetaan olevan heikkoa liiketoiminnan korkean riskien ja vakuuksien puutteen vuoksi. Yritysten kasvua voidaan kuitenkin tukea mahdollistamalla sopivan rahoituksen saanti, edistämällä kansainvälistä liike-

toimintaa sekä yksinkertaistamalla palvelupolkuja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012b, 57.)

Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisterin (YTR) mukaan esimerkiksi muotoilun toimialojen sanotaan olevan hyvin pienyritysvaltaista, sillä suurin osa yrityksistä työllistää yksinomaan omistajayrittäjän itsensä. Sivutoimisen tai osa-aikaisen yrittäjyyden todetaan olevan muotoilualalla yleistä. Esimerkiksi sivutoiminen yrittäjyys soveltuu erilaisiin konteksteihin sekä elämäntilanteisiin ja sivutoimisten yrittäjien todetaan tuovan markkinoilla muun muassa pienillä paikkakunnilla uutta tarjontaa, jossa muutoin päätoiminen yrittäjä ei olisi liiketaloudellisesti kannattavaa. (Ornamo 2013, 36.)

Kulttuurin ammattilaisen toiminnan tai yrittäjyyden sanotaan usein lähteneen pitkäaikaisesta harrastuneisuudesta. Yrittäjyyden haasteellisuutta kulttuurialalla leimaa se, että yrittäjän on kyettävä toimimaan taiteilijana, toimitusjohtajana sekä tuottajana. Yrittäjät joutuvat tällöin tasapainoilemaan kolmen roolin välillä ja esimerkiksi voimakkaassa kasvuvaiheessa aika ei ole aina riittänyt taiteelliselle uudistumiselle, joka kuitenkin on elintärkeä toiminnan jatkuvuudelle. (Suutari 2007, 21; ks. Puurula 1998, 85, 148.)

Luovuus on nähty organisaatioiden ja eri alueiden menestystekijänä, ja tämän vuoksi se onkin nostettu avainsanaksi monissa yhteyksissä. Luovuudella kilpailun ja tuottavuuden kasvattamisen innovaatioiden kautta nähdään olevan keskeinen kansallinen ja alueellinen kilpailustrategia. Luovan talouden ja kulttuurin välisessä keskustelussa on kuitenkin huomioitava kolme eri tasoa eli kulttuurin toimialat, jotka kapeasti määritellen sisältävät kulttuurin ja taiteen. Lisäksi kulttuurin muille toimialoille tuoma lisäarvo, kuten muotoilu sekä luovuus muilla toimialoilla eli ideoiden synnyttäminen ja innovatiivisuus. (Suutari 2007, 12–13.)

Keskeisinä täydennyskoulutustarpeina luovilla aloilla on nähty muun muassa liiketoiminta- ja yrittäjyysosaaminen, tuotantoprosessien tuntemus, yleisöanalyysit, tuotekehittely, verkostoituminen ja sosiaaliset taidot sekä kansainvälistymiseen liittyvät seikat. Esimerkiksi verkostoituminen ja sosiaaliset vuorovaikutustaidot nähdään substanssiosaamisen rinnalla kynnystekijöinä, jotta asiakkaan tarpeisiin pystytään vastaamaan edes minimivaatimustasolla ja näin taataan toiminnan jatkuvuus. (Suutari 2007, 25; ks. Kanerva - Lehikoinen 2007.)

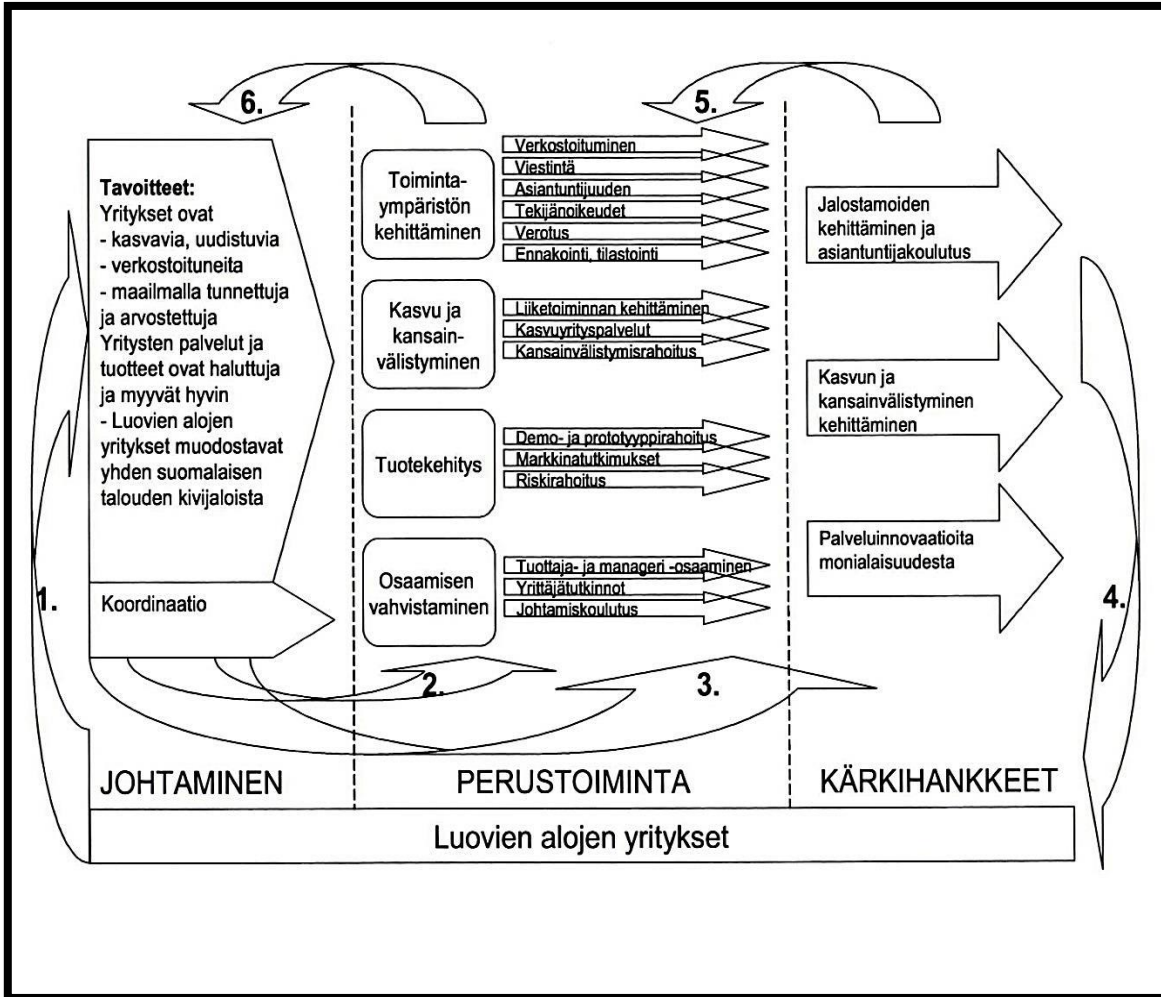
2.3 Yrittäjyysstrategia luovien alojen suunnannäyttäjänä

Kauppa- ja teollisuusministeriön (2007) *Luovien alojen yrittäjyysstrategiassa vuodelle 2015* todetaan strategisina arvoina substanssiosaamisen Suomessa olevan hyvää, ja ilman sitä ei luovien alojen yritystoimintaa olisi olemassa. Yrittäjyysstrategiassa tavoitteena onkin, että luoville aloille valmistuvilla on jo koulutuksen kautta valmiudet yrittäjyyteen. Tärkeimpänä painopisteenä

luovien alojen yrittäjyydessä nähdään kilpailukyvyn kehittäminen, jossa keskeisenä nähdään Suomen mittakaavassa toimintakentän yhteistyö. Strategian mukaan Suomeen tarvitaan myös vahvempaa tuottaja- ja manageriosaamista, ja samoin yrittäjyyteen liittyvää osaamista vahvistetaan huomioiden myös poikkitieteellisyys. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007, 14–15.) Luoviin aloihin Suomessa todetaan kuuluvan Kauppa- ja teollisuusministeriön (2007, 20) selvityksen mukaan yrittäjyyden näkökulmasta tarkasteltuna muun muassa elokuva- ja arkkitehtipalvelut, animaatiotuotanto, kuvataide ja taidegalleriat, käsityö, muotoilupalvelut, peliala sekä taide- ja antiikkikauppa. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007, 20.)

Luovien alojen yritystoiminnan SWOT-analyysissä on tarkasteltu toimialan heikkouksia, vahvuuksia, mahdollisuuksia sekä uhkia. Luovien toimialayritysten heikkoutena pidetään muun muassa yritystoiminnan heterogeenisyyttä sekä kehittäjäverkoston moniulotteisuutta ja sekavuutta. Suurin osa yrityksistä on niin sanottuja mikroyrityksiä, joiden liiketoimintaosaamisessa on puutteita. Lisäksi kotimaan markkinat ovat pienet, ja jakelukanavat heikot. Vahvuuksina puolestaan nähdään luovien alojen yrittäjien korkeatasoinen alan koulutus sekä osaaminen ja hyvätasoiset tuotteet. Suomen mainetta ulkomailla pidetään korkealuokkaisena. Viennissä ovat pärjänneet muun muassa peliala ja musiikki. Uhkana Kauppa- ja teollisuusministeriön (2007) strategiassa nähdään se, että alan yrittäjyys ei houkuttele tai yritystä ei haluta tai osata kasvattaa tai kansainvälistää. Luovien alojen yrittäjyyteen ei myöskään nähdä saatavan kehittämistukea päättäjiltä. Niin ikään tekijänoikeuksien arvellaan hankaloittavan yritysten kasvua. Samoin uhkana nähdään myös tuotteiden helppo kopioitavuus. Mahdollisuuksia strategian mukaan luovien alojen yrityksillä kuitenkin nähdään olevan runsaasti. Muun muassa mahdollisuutena nähdään yritysten ja eri kehittäjätahojen välinen vahvan yhteisen tahtotilan luominen. Tuotteille nähdään olevan kysyntää myös entistä enemmän esimerkiksi vapaa-aikaan liittyvien muutostekijöiden vuoksi. Eri toimialojen väliset innovaatioprosessit, monialaisuus sekä verkostoituminen nähdään niin ikään mahdollisuutena luovien alojen yritysten kehittämisessä. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007, 22–23.)

Kuviossa 2 on tarkasteltu luovien alojen yrityksiä prosessinäkökulmasta. Yrittäjyys nähdään jatkuvana prosessina ja lähtökohtana on vuoteen 2015 asetetut tavoitteet. Kehittämistyössä oleellisimpana nähdään liiketoiminnan parantaminen. Yritystarpeiden (1) todetaan ohjaavan tavoitteita. Tavoitteet puolestaan linjaavat johtamisen kautta toiminnan neljää painopistealuetta (2). Painopistealueita ovat toimintaympäristön kehittäminen, kasvu ja kansainvälistyminen, tuotekehitys sekä osaamisen vahvistaminen. Näiden tavoitteiden katsotaan vaikuttavan toimenpiteiden toteutukseen itse perustoiminnassa. Kärkihankkeiden (4) sanotaan edistävien luovien alojen yritysten liiketoimintaa. muokaten samalla myös painopisteiden ja toimenpiteiden uudelleen suuntaamista (5). Edellä mainittu vaikuttaa strategiaselvityksen mukaan myös tavoitteisiin (6). Kärkihankkeiden katsotaan tulevaisuudessa edistävän muun muassa innovatiivista toimintaa. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007, 16.)



Kuvio 2.

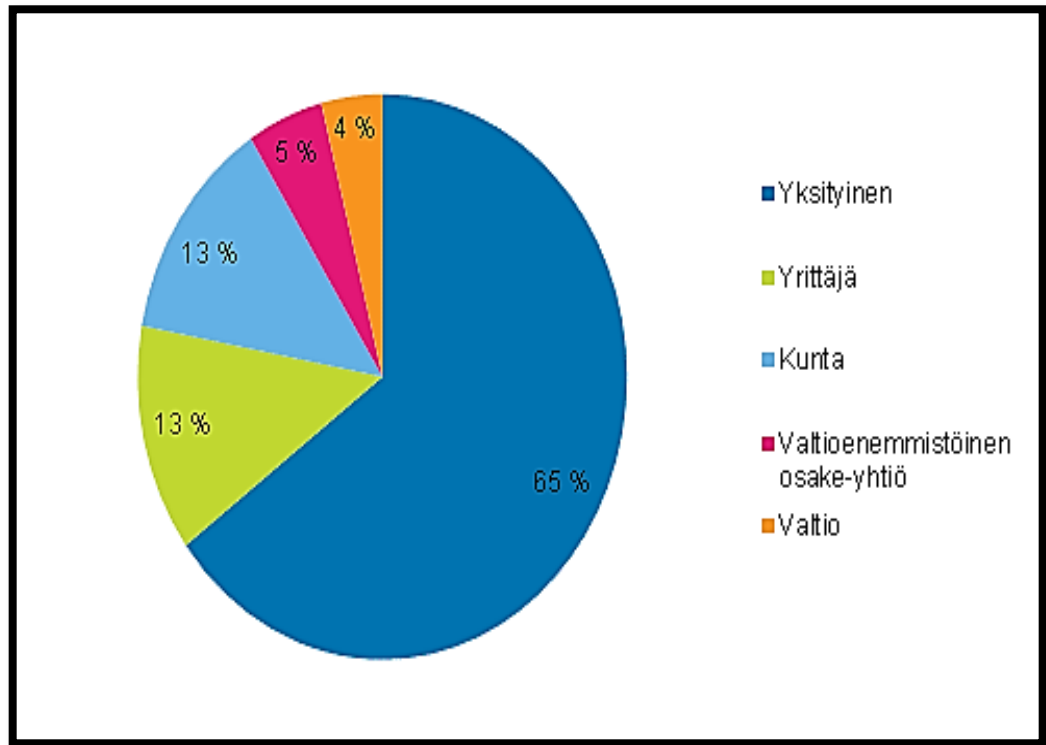
Strategiakartta luovien yritysten prosessinäkökulmasta (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007, 17).

2.4 Tilastotietoja luovilta aloilta

Kulttuuritoimialojen työllisyyden katsotaan heikentyneen ja työllistävän yhä harvemmin, mutta kulttuuriammateissa toimivien työllisyys on pysynyt vakaana vuodesta 2011 vuoteen 2014. Työllisiä kulttuuritoimialoilla vuonna 2014 oli noin 110 000 ja kulttuuriammateissa toimineita yli 128 000. Tosin kulttuurin toimialoilla sanotaan työskentelevän myös muita kuin kulttuuriammateissa toimivia henkilöitä. Myös kulttuuriammateissa toimivia voi työllistyä muilla kuin kulttuurin toimialoilla, ja niissä toimii myös paljon itsensä työllistäjiä. (Suomen virallinen tilasto 2015a.)

Kuviossa 3 on tarkasteltu kulttuuriammatissa toimivia työnantajastatuksen mukaan vuonna 2012. Kuvioista ilmenee selkeästi yksityissektorin työllistä-

vyys (65 %) sekä yrittäjyys (13 %). Myös kunnan tarjoama työllisyysmahdollisuus näyttää olevan samaa luokkaa kuin yrittäjyys.



Kuvio 3. Kulttuuriammattilaiset työnantajastatuksen mukaan vuonna 2012 (Suomen virallinen tilasto 2015b).

Taulukossa 1 on esitetty Alasen (2011) tutkimus luovien alojen yritysten aloittamis- ja lopettamisasteista. Hän on laskenut myös aloitusasteita muille aloille, jossa esimerkiksi matalimpaan ryhmään sijoittuvat koko teollisuus-, kuljetus- ja varastointi- sekä kiinteistöalan toimialat keskimäärin. Toiseen ryhmään, jonka aloittamisaste on ollut hieman 10 %:n yläpuolella, kuuluvat kulttuurialoista muun muassa av-sektori sekä taideliikkeet. Kolmannessa eli korkeimmassa ryhmässä yritysten aloitusaste on 15 %:n yläpuolella. Alanen (2011) toteaa, että aloilla on *leimallisesti jotain tekemistä muotoilun kanssa*, sillä viime vuosien innokkuus muotoiluun ja alan koulutukseen näyttäytyy myös aloitusasteessa. (Alanen 2011.)

Taulukko 1. Yritysten aloittamis- ja lopettamisaste 2005–2009 keskimäärin % (Alanen 2011).

Toimiala	Aloittamisaste	Lopettamisaste	Erotus netto-muutos
Taideliikkeet	11,1	8,3	2,8
Kirjojen kustantaminen	8,2	7,1	1,1
Aikakauslehtien kustantaminen	5,0	5,0	-0,1
Elokuvien, videoiden ja tv-ohjelmien tuotanto	11,8	7,0	4,8
Elokuvien, videoiden ja tv-ohjelmien jälkituotanto	10,4	6,2	4,2
Äänitysstudiot, äänitteiden ja musiikin kustannus	12,4	6,4	6,1
Arkkitehtipalvelut	6,8	5,3	1,5
Graafinen muotoilu	18,7	9,6	9,2
Sisustussuunnittelu	21,8	10,3	11,5
Teollinen muotoilu ym.	17,5	7,4	10,1
Valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta	13,9	6,6	7,3
Ohjelmatoimistot ja manageripalvelut	15,9	10,7	5,2
Esittävät taiteet	15,0	9,4	5,6

Alasen (2011) mukaan muotoilualalla on kärjessä kolme toimialuetta: sisustussuunnittelu, graafinen muotoilu sekä ohjelmatoimistot ja manageripalvelut. Tämän jälkeen tulevat teollinen muotoilu, esittävät taiteet, valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta sekä taideliikkeet. Muotoilualojen sanotaan yhdessä ohjelmatoimistojen kanssa kokeneen voimakkaimman heilahtelun. (Alanen 2011.) Lithin (2015, 21) mukaan esimerkiksi vuonna 2013 käsityöyrityksiä on aloittanut 650 ja lopettanut 803, yrityskannan vaihtuvuus vuodesta 2005 vuoteen 2015 on ollut 12,3–14,9 %:n luokkaa. Yrityskannan vaihtuvuuteen vaikuttaa läheisesti tuottavuuden kasvutekijä eli innovaatiot, kuten tuotantoteknologia, innovatiiviset tuotteet ja palvelut, uudentyyppinen työn organisointi edistykselliset työolosuhteet sekä uudet liiketoimintamallit, jossa yritys luo joko kokonaan tai osittain uuden tavan ansaita. (Lith 2015, 21.)

Käsityöyrityksiä 17 eri toimialalta vuonna 2013 on ollut Lithin (2015, 12) mukaan 7 132. Luku sisältää muun muassa puusepän tuotteiden, vaatteiden, metallituotteiden, keraamisten ja lasituotteiden valmistuksen sekä huonekalutuotannon, kirjansidonnan ja kultasepäntuotteen. Esimerkiksi keraamisten tuotteiden valmistuksessa yritysten lukumäärä vuonna 2013 on ollut 103, ja verrattuna vuosiin 2011–2013 vähennystä on tapahtunut kahdeksan yrityslopetuksen verran. Lasi- ja lasituotteiden yrityksiä vastaavasti vuonna 2013 on

ollut 76, ja vähennystä vuosina 2011–2013 on tapahtunut viiden yrityksen verran. (Lith 2015, 12.) Tarkasteltaessa käsityöyritysten henkilöstöä toimialoitain vuonna 2013, tulee esille, että esimerkiksi keraamisten tuotteiden valmistus on työllistänyt 69 henkilöä ja lasi- ja lasituotteiden valmistus 156 henkilöä. (Lith 2015, 13.)

Kannattavuuden kehitys käsityöaloilla yritysten käyttökate ja liikevoimintaprosenttia tarkasteltaessa esimerkiksi keramiikkatuotteiden valmistuksessa on ollut käyttökateella tarkasteltuna -4,8 % vuonna 2012 ja -4,2 % vuonna 2013 ja liikevoima vastaavina aikoina -9,5 ja -8,6. Lasituotteiden valmistuksessa käyttökate vuonna 2012 on ollut 0,6 % ja 2,6 vuonna 2013 ja liikevoima vastaavina aikoina -2,6 ja 1,0. Suurin lasku on kuitenkin huomattavissa huonekalualalla, ja suurin nousu taas kivituuotteiden valmistuksessa. (Lith 2015, 31.) Mielenkiintoista on Lithin (2015, 32–33) tarkastelema jalostusarvo suhteutettuna henkilöstön määrään ja henkilöstökuluihin. Henkilöstökulut näyttävät oleellisena juuri henkilöstösidonnaisissa käsityöyrityksissä. Mittarilla jalostusarvo/henkilöstökulut tarkastellaan, kuinka suuri yrityksen tuotos on suhteessa palkkaeuroa kohden, ja Lithin mukaan se sopii paremmin juuri tuottavuuden mittaamiseen eri käsityöalan yrityksiä vertailtaessa. Muun muassa lasituotteiden sekä kivituuotteiden valmistuksessa henkilöstöön suhteutettu jalostusarvo parani, ja muun muassa keraamisten tuotteiden valmistuksessa arvo pysyi samana (jalostusarvo/henkilöstö=27 600 €) vuosina 2012 ja 2013, ja jalostusarvo/henkilöstökuluihin vuonna 2012 oli 3 ja 2,7 vuonna 2013. (Lith 2015, 32–33.)

Suomessa useamman henkilön yhdessä perustamat yritykset näyttäisivät kasvavan keskimäärin nopeammin kuin yhden tai ei-päätoimisen henkilön yritykset, ja Alasen (2011) mukaan juuri kulttuurialoilla enemmistö yrityksistä kuuluu kahteen viimeksi mainittuun. Hänen mukaansa aiempi yrittäjyyskokemus lisää kasvumahdollisuuksia, tosin kulttuurialoilla tätä kokemusta ei todeta olevan ainakaan muiden alojen aloittajiin verrattuna. Koulutustaso on usein korkea, jolla katsotaankin olevan yhteys yrityksen kasvumahdollisuuksiin. Kulttuurialoilla sivutoimisuus tai osa-aikaisuus on yleinen yrittäjämuo, ja päätoimi jokin muu. (Alanen 2011.)

Käsityöalan yritysten ennakoitu kannattavuus näyttäisi vuosien 2015–2016 aikana olevan 48,2 %:n mukaan parempi, ja 39,3 %:n mukaan pysyvän ennallaan. Puolestaan pienemmäksi kyseisten vuosien aikana kannattavuuden arvioitiin 12,5 % vastaajista. Tuotantokustannusten arvioitiin käsityöalalla kasvavan noin 30 %:n mukaan, pysyvän ennallaan noin 39 %:n ja pienenevän 8 %:n mukaan. Suurimman (90,8 %) osan mukaan henkilöstömäärän arvioitiin pysyvän ennallaan. (Lith 2015, 36.)

Alanen (2011) toteaa kulttuurin ja eritoten taidekulttuurin kehitykseen aina kuuluneen heilahtelujen, *turbulenssin*. Erityisesti kulttuurialoille kuuluvassa uuden etsimisessä taloudellisten epäonnistumisten lisäksi esimerkiksi henkilökiat voivat olla ongelmallisia, jolloin etsitään uusia kumppaneita. Kulttuurialoilla särmien sanotaan olevan *tunnetusti teräviä*. (Alanen 2011.)

3 KERAMIikka-ALAN YRITTÄJYYS: ARJEN ILOJA JA HAASTEITA MATKAN VARRELTA

Keramiikkayrittäjien kokemuksia kartoittava lomakekysely lähetettiin 76:lle Ornamon internetsivujen kautta valikoituneelle keramiikka-alan yrittäjälle. Koska vastauksia saapui muistutuskyselystä huolimatta vain kuusi, päädyin täydentämään kyselyä vielä kahdella haastattelulla. Tutkimusvastauksia on tarkasteltu teemoittain eikä vastauksista ole eritelty lomaketutkimuksen tai haastattelututkimuksen vastauksia erikseen, vaan opinnäytetyön tavoitteen mukaisesti on pyritty luomaan kokonaisnäkemys keramiikkayrittäjyydestä molempia tutkimustapoja hyödyntäen.

Tutkimus on empirian osalta jaettu tutkimuskysymysten mukaisesti osaluokkiin. Kursivoidut vastaukset on koottu sekä lomakehaastatteluiden avoimista kysymyksistä että teemahaastatteluosuuksista niin, että vastaajan anonymiteetti säilyy. Webropol-tiedonhankintatyökalusta on mahdollisuus saada vastaukset myös esimerkiksi kuviomuodossa, mutta koska opinnäytetyö sisältää myös teemahaastattelun, on kaikki vastaukset tuotu esille kirjallisessa muodossa.

3.1 Lomaketutkimuksen ja haastattelujen taustatiedot

Lomakekysely on lähetetty Webropolin sähköistä kyselytyökalua hyödyntäen kohdetahoille eli niille keramiikkayrittäjille, joiden yhteystiedot olivat julkisesti löydettävissä Ornamon (2015) jäsen sivustoilta. Lisäksi opinnäytetyötä täydentämään valittiin kaksi haastateltavaa, joista toinen on pitkän uran keramiikkayrittäjänä tehnyt ja toinen vastaaja harrastus- sekä opiskelupohjalta keramiikkayrittäjyyttä harkitseva.

Tämän opinnäytetyön keramiikka-alan yrittäjyystutkimuksen vastaajista kolme oli iältään 31–40-vuotiaista, kaksi 41–50- ja kaksi 51–60-vuotiaista sekä yksi yli 61-vuotias. Naisia tähän opinnäytetyön empiiriseen osuuteen osallistui kuusi ja miehiä kaksi. Ylemmän korkeakoulun heistä on suorittanut neljä ja kaksi alemman korkeakoulututkinnon tai vastaavan (esimerkiksi muotoilija (AMK), artemoni (AMK) tai opistoaste), yksi on suorittamassa toisen asteen tutkintoa (opiskelijavastaaja) ja yksi on oppinut keramiikan valmistuksen ja yrittäjyyden työn kautta. Muita vastanneiden koulutustaustoja ja lisäkoulutuksia edellä mainittujen lisäksi olivat muun muassa ravitsemusala sekä kuvataiteen perus- ja syventävät opinnot Sara Hildénin taideakatemiassa, keramiikkakurssit, taidehistorian ja historian opinnot sekä taidekehystäjän opinnot. Yhdellä vastaajista oli lisäksi merkonomien tutkinto, lähes valmis tradenomin tutkinto, yrittäjätutkinto sekä kirjanpidon ja palkanlaskennan näyttötutkinnot.

3.2 Yritystoiminnan lähtökohdat

Vastaajien yritysten päätoimipisteet sijaitsivat Oulun, Etelä-Suomen sekä Länsi-Suomen lääneissä. Toimipisteiden pääasiallinen määrä kuudella vastaajalla oli yksi, ja yhdellä vastaajalla 2-3 toimipistettä. Palkattua työvoimaa ei vastaajien mukaan ollut kenelläkään yrittäjän itsensä lisäksi. Mainittakoon, että opiskelijavastaajan osuutta ei ole huomioitu, sillä hän oli suunnittelemassa keramiikkayrityksen perustamista.

Yritystoiminnan kesto kyselyjen ja haastattelujen mukaan vastasi hyvin alun perin ajateltua jakoa, sillä 2-5 vuotta yrittäjinä toimineita oli kaksi, 5-10 vuotta toimineita yksi, 10-15 vuotta toimineita kaksi ja yli 15 vuotta toimineita kaksi. Päätoimista yritystoimintaa oli neljällä vastaajalla ja sivutoimista kolmella. Opiskelijavastaaja harkitsi sivutoimisen yrityksen perustamista. Yritysmuotona kahdella vastaajalla oli osakeyhtiö ja viidellä toiminimi. Yritystoimintaa harkitseva vastaaja mietti toiminimen perustamista, mutta myös osuuskunta voisi tulla kyseeseen.

Tärkeimmiksi yrityksen tuotteiksi mainittiin muotoilupalvelut, kulttuuripalvelut, keramiikka- ja koriste-esineet, kuten kellot ja patsaat, taidekäsityö, seinäteokset/laatat, veistokset, kattausesineet, kaakeliuunit, seinälaatat ja vanhojen kaakeliuunien korjaukset, jalometallikorut, korujen ja esineiden muotoilu/suunnittelu, taideteokset sekä pientuotteet lasista. Lisäksi keramiikkaa täydentävänä tuotevalikoimassa voisi mahdollisesti olla myös puukot, kudonnaiset sekä kehystyspalvelut.

Keramiikkayrityksen perustamiseen vaikuttaneita tekijöitä kahden kyselyyn vastanneen osalta nähtiin vapaat työajat ja itsenäisyys toimia ja viiden osalta muun muassa se, että alalla ei ole työpaikkoja, jolloin yrittäjyys katsottiin ainoaksi mahdolliseksi vaihtoehdoksi. Lisäksi yrityksen perustamiseen ovat vaikuttivat ulkomaiset kontaktit, yritysidea sekä halua tulla toimeen keramiikka-alan työllä. Yrityksen perustamista harkinnut vastaaja ilmoitti, että

”... koska olisi hyvä saada syy, miksi valmistaa erilaisia tuotteita. Ei itselle voi aivan ylettömästi tehdä kaikkea kivaa ja ystäväpiiri on sen verran pieni, että lahjoiksi saa menemään vain muro-osan valmiista tuotteista. Lisäksi olisi kiva ansaita, edes materiaalikulut. Myös työttömyyden uhka, sairaudesta toimiminen sekä mahdollisuus tehdä käsillä jotakin ja saada siihen myös opetusta.”

Toisen vastaajan mukaan *”Se alkoi harrastuksesta, kiinnostuksesta alaa kohtaan”*.

Keramiikkayrityksen muuttumiseen vuosien varrella nähtiin vaikuttaneen arvonlisäveron määrän sekä toimialan meno haastavampaa suuntaan. Toisaalta myös yrittäjyys nähtiin helpompana, koska kokemusta oli jo kertynyt. Samoin toiminnan EU:ssa koettiin helpottuneen; kuljetus, maksuliikenne ym. nähtiin yhtenäiseksi ja kilpailu oli esimerkiksi pudottanut rahtihintoja. Yksi vastaajis-

ta totesi, että halpatuonnilla ei ole ollut merkittävää vaikutusta tuotteiden hintoihin Suomessa, mutta ulkomailla galleriahintoja on pitänyt joskus laskea. Kannattavuuden nähtiin kasvaneen hitaasti, mutta varmasti. Samalla oman työn tuottavuuden koettiin parantuneen, kun oli tullut rutiineja sanan myönteisessä merkityksessä. Eräs vastaajista toimi oman yrityksensä ohessa *inhouse designerina*, jolloin vuosien varrella tehdyt satunnaiset suunnittelutyöt keramiikkayritykselle toivat myöhemmin kokopäiväisen suunnittelutyön. Kilpailun markkinoilla todettiin kiristyneen ja Aasian-tuonnin kasvaneen yleisesti. Yritysten sanottiin teettävän itse omia malleja halpatuontimaissa, ja ihmisten ostavan yhä vähemmän käsityötä ja taidetta, jolloin *katsetta* on pitänyt suunnata ulkomaille. Yhden vastaajan mukaan toiminta on hiljentynyt alkuvuosiin nähden, ja monet keramiikkatehtaat ovat lopettaneet, koska tuontitavaroita ostetaan. Toisaalta optimisesti nähtiin, että toiminta palautunee ennalleen, kun matalasuhdanne menee ohi ja käsityön arvostus nousee.

Suurimmaksi osaksi lainsäädännöllä nähtiin olevan vaikutusta luovan alan toimintaan, sillä arvonlisävero nähtiin kohtuuttomana käsityöyrityksille. Myöskään tekijänkorvausasioiden ei koettu olevan kunnossa, ja ne pitäisi saada nopeasti kuntoon. Itsensä työllistämisen tulisi olla helpompaa esimerkiksi suhteessa yöttömyyteen. Toisaalta lainsäädännöllä ei nähty olevan kovin suurta vaikutusta, koska

”Lait ja säädökset koskevat kaikkia. Käsityöalalla voisi tietenkin olla jotain verotukseen tai työnantajasuorituksiin liittyviä helpotuksia, mutta niin voisi olla monella muullakin alalla”.

Toinen vastaaja ei myöskään nähnyt lainsäädännöllä olevan henkilökohtaista vaikutusta *”Ei itselle, kun toiminta pienessä mittakaavassa, mutta esimerkiksi teollisessa tuotannossa EU-säädöksillä on vaikutusta muun muassa käyttökeramiikan lasitteiden osalta”.*

Kyselyissä ja haastatteluissa tuli esille, että yritystoimintaan menee suunnittelutyö, myynti, valmistus ym. mukaan lukien vuorokaudessa aikaa kolmelta vastaajalta alle 8 tuntia, samoin kolmelta vastaajalta 8-10 tuntia ja yhdeltä 10–12 tuntia. Opiskelijan kohdalla keramiikkatyöt vievät noin 20 tuntia viikossa. Koulussa hän toteaa ajan vähintäänkin kaksinkertaistuvan, sillä esimerkiksi luonnokset ja kuvat vievät aikaa.

Viikkotyötunteja oli vaikea arvioida, sillä työtä tehdään usein projektiluontoisesti, jolloin toisinaan tunnit ylittävät reippaasti yli 12 tuntia päivässä ja toisinaan taas eivät. Taiteen ja tuotteiden valmistuksen todetaan vievän puolet ajasta ja toinen puoli on muuta oheistoimintaa. Yhden vastaajan mukaan tuotteiden valmistamiseen viikkotasolla tunteja kuluu ehkä noin 30–35 tuntia.

Esille nousee myös, että

”Harmittavan vähän jää aikaa markkinointiin ja tuotekehitykseen, kun on yksinyrittäjä. Lisäksi kun nykyään melkein kaikki asiat hoidetaan sähköisesti,

tuntuu, että kaikenlaiseen tietokoneella istumiseen kuluu yhä enemmän aikaa”. ”...Mutta yleisesti voin tuotesuunnittelusta sanoa että noin puolet ajasta kuluu muuhun kuin suunnittelutyöhön eli kokonaiskonseptien luomiseen piirroksista tuotteeksi ja valokuvista mainoksiin ja markkinointiin”.

Melko pitkää päivää todettiin keramiikka-alan yrittäjänä kuitenkin tehtävän, sillä esimerkiksi käsityö ja laitteiden ylläpito vei viikossa yli 40 tuntia, muun muassa hakemukset, kirjanpito sekä *muun maailman seuraaminen* 11 tuntia viikossa. sekä tuotteiden viimeistely, pakkaus, toimitus ja näyttelyt kuusi tuntia viikkotasolla keskimäärin. Ulkoistamisista puhuttaessa muun muassa kirjanpito oli annettu ulkopuolisen henkilön tai yrityksen tehtäväksi viidessä yrityksessä.

3.3 Yrittäjyyden ilot ja mahdollisuudet

Empiirisessä osuudessa nousi esille, että iloa tuottivat osalla yrittäjyyden tulevaisuuden näkymät, yhteistyökumppanit sekä arjessa asiakkaat ja yrittämiseen liittyvä vapaus. Myös se, että työ oli käsillä tekemistä, fyysistä, monipuolista työtä, koettiin ilonaiheeksi, sillä esimerkiksi tietokoneella työskentely koko päivän kestäväenä ei olisi tullut kyseeseen. Iloa tuotti myös se, että keramiikkayrittäjän on mahdollista luovasti yhdistellä eri elämän alueita ja nähdä asioita toiselta kantilta. Iloiseksi asiaksi koettiin myös, että savi on ”helppo” materiaali, sillä sitä voi muokata loputtomiin. Tosin taas toisaalta sen työstämisen nähtiin vaativan malttia.

”Onhan se suunnattoman voimaannuttavaa, kun saa tehdyksi jotain haasteellista, hienoa tai vaikeaa. Jos onnistuu jossakin lasituksessa erityisen hyvin tai lopputuloksena on jotain tyystin odottamatonta, ne ovat hienoja hetkiä. En ole vielä väsynyt saveen. Tuossa välillä haastoin itseäni tekemällä suuria esineitä, nyt olen tehnyt pikkuraisia. Molemmista saa onnistuessaan samanlaisen tyydytyksen tunteen”.

”Alussa työn onnistuminen ja ideat, esimerkiksi rukouslintua myyntiin ympäri Suomea ja ulkomaillekin. Tällä hetkellä ei suuria ilonaiheita”.

Motivaatiota keramiikka-alan yrittäjänä toimimiseen on tuonut esimerkiksi hyvä asiakaspalaute sekä luonnollisesti uudet tuotteet ja niiden suunnittelu.

”Lisäksi työpäivät, joissa saa paljon aikaan pajalla, eikä aikaa kulu paljoa tietokoneella. Perheen tuen merkitys on valtava”.

”Luovuus ruokkii luovuutta. Kun kädet tekee, syntyy jatkuvasti uusia ideoita. Luonto on ääretön luovuuden lähde. Muut ihmiset inspiroi ja saa innostumaan. Iloinen lempeä ilmapiiri luovuudelle. Uudet ideat pakottavat jatkaamaan. Ne eivät tuo iloa, kuten oletetaan, vaan velvollisuudentunteen”.

Toisaalta esille nousi myös se, että ”*Onnistumiset ovat vaikuttaneet, kuten ihan millä tahansa muullakin toimialalla*”.

Ideat uusiin tuotteisiin nousivat sekä luonnosta että kysynnästä ja tilauksista, mutta myös väreistä, elämästä, historiasta. ”*Omasta päästä, mistä tahansa vaikka tunteesta, äänestä, kuvasta...*”. Myös muuttuva, ympäröivä maailma, matkailu, muut kulttuurit sekä oma itse olivat ideoiden lähteenä. ”*Mistä vain, tavallisesta elämästä*”.

Tuotteisiin kuuden vastaajan osalta liittyi jokin tarina. ”*Pääsääntöisesti kyllä. Eli jokaiseen omanlaisensa*”. Yhden vastaajan osalta tuotteisiin liittyy paljon historiaa ja perinteitä, perinteiden jatkamista ja säilyttämistä.

”*Kaikkeen suunnittelutyöhön liittyy tarinoita. Aina suunnitelma lähtee jostain ja se on kiinnostavaa myös muiden kuulla*”.

”*Minä teen omat tuotteeni aina tarinan kautta. Teen paljon eläinfiguureita ja niille syntyy aina luonteenpiirteitä, nimet ja jotain historiatietoja. Myös muihin tekemiini tavaroihin, ihmishahmoihin, koruihin jne. liittyy jotain eläimelistä*”.

Pääsääntöisesti kyselyyn vastanneet olivat verkostoituneet. Verkostoituminen oli muun muassa yhteinen työhuone tai yhteisstudio, jossa jokaisella omat osaamisalueet, yhteisnäyttelyitä myös ulkomailla, myyjäisissä yhteisiä pöytäpaikkoja, aikaisemmin yhteinen manageri. Myös paikallisten muotoilu- ja rakennuskulttuuriyhdistysten jäsenyyden kautta tuli verkostoitumista. Opiskelija arveli verkostoituvansa yrityksen perustamisen jälkeen.

”*Koettaisin saada kustannuksia alas ja omien tuotteiden myynti on aina vaikeaa. Helpompi on myydä jonkun toisen tekemiä juttuja. Uskon kuitenkin, että yhteistyö olisi tarpeen mukaan. En haluaisi sitoutua mihinkään jatkuvaan ja pakolliseen*”.

Pääsääntöisesti asiakkaat olivat löytäneet yrityksen tuotteet henkilökohtaisen tilauksen tai yhteydenoton perusteella, mutta myös jälleenmyyjien sekä näyttelyiden kautta. Markkinoilta tai lehti-ilmoituksen kautta ei kukaan vastaajista ilmoittanut saaneensa asiakkaita, mutta

”*Tästä minun pitäisi tehdä markkinatutkimus! Uskoisin, että suoraan netistä, mutta tärkeitä ovat yhteistyökumppanini sekä puskaradio*”. Puskaradion toi esille myös toinen vastaaja ”*...kun kerran vahingossa ovat löytäneet, tulevat uudestaan*”. Lisäksi tilausasiakkaita on tullut myös näyttelyiden kautta sekä opiskeluun liittyvistä harjoittelupaikoista.

Kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että keramiikka-alan yrittäjä ei saa riittävästi näkyvyyttä Suomessa esimerkiksi näyttelyiden tai erilaisten julkaisujen kautta. Apurahoja todettiin olevan vähän ja näyttelyiden pitäminen koettiin

suorana tulonsiirtona galleristeille. Myöskin luovan, keramiikka-alan julkaisu- ja koettiin olevan vähän.

”Saa näkyvyyttä, mutta onko sillä riittävästi merkitystä myyntiin?”

”Ylipäättään käsityöala saisi näkyä vielä enemmän. Luovia aloja hehkutetaan, mutta meidät perinteiset luovat/käsityöyrittäjät tuntuvat jäävän tällä hetkellä trendikkäiden pelifirmojen varjoon”

”Voiko olla tarpeeksi näkyvyyttä?” *”Ei saa riittävästi, paitsi jos kuuluu taiteilijaseuraan, aiemmin saanut...”*

”Luulen, että se on itsestä kiinni. Moni luova ihminen on kyllä huono myyjä ja itsensä/tuotteensa kaupittelija. Siinä olisi hyvä markkinarako jollekin myyntimiehelle”

Vastaajista neljän yritys toimii kotimaassa ja kolmen vastaajan laajemmassa mittakaavassa muun muassa nettikauppaa: Saksa, Italia, Englanti, Amerikka, Ranska, Espanja, Japani, USA ja Japani. Vastaajista kaksi oli sitä mieltä, että Suomen markkinat ovat riittävät ja kuuden mielestä eivät. Suomi koettiin liian pieneksi markkina-alueeksi, väestöpohjaltaan pieneksi, mutta *”...kansainvälistyminen vaatii kuitenkin työtä ja rahaa.”* Suomessa ei koettu myöskään olevan keräilijöitä eikä *koulutettua taidesivistystä*.

”...Hyvälle tuotteelle löytyy varmasti markkinoita, mutta keskinkertaisia ja huonoja tavaroita ei saa myytyä. Netin aikakaudella Suomen rajat eivät liene rajoitteita?”

”Elannon on saanut, mutta mitään suurempia investointeja ei ole voinut hankkia. Elämäntapa”

Neljän vastaajan mukaan Suomessa arvostetaan kotimaista keramiikkaa ja neljän vastaajan mukaan ei. Keramiikan tuntemus Suomessa koettiin osaltaan heikoksi. *”... Ihmiset tuntevat Arabian ja Pentikin...”* *”Sanotaan vain, että arvostetaan. Raha menee edelle”*. Kuitenkin arvostusta keramiikassa sanottiin olevan vahvan keramiikkamuotoilun historian vuoksi ja *”Arabia on korkealle arvostettu jokaisen kotona tuttu ja kelpaavat kierrättääkin...”*

”Kyllä arvostetaan, mutta ihmisillä ei ole kuitenkaan varaa ostaa, mietitään, mitä ostetaan kauemmin”

”Kyllä arvostetaan. Taitavaa, kestävä ja huolellista työtä arvostetaan aina”

3.4 Yrittäjyyden haasteet

Yrittäjyyden suurimpina haasteina nähtiin pieni markkina-alue sekä yrittäjyyden haasteet, kuten lainsäädäntö sekä lisäksi hintakilpailu ja hinnoittelu. Myös

tuontikeramiikka, plagiointi sekä motivaation puute, jaksaminen nähtiin haasteellisena. Toisaalta yrittämisessä todettiin, että *”Kestää liian kauan, ennen kuin työ muuttuu rahaksi”*, työpäivät ovat pitkiä, työ fyysisesti raskasta sekä heikot alan organisaatiot.

”Varmasti suurin ongelma ja haaste on hinnoittelu. Luulen, että minun tuotteitani ostavat haluavat juuri niitä. En usko, että kovin monella on samanlainen käden jälki ja huumori, mitä minulla on? Nettikauppa on yksi mahdollisuus laajentaa markkina-aluetta, mutta siinä on haasteita, kun kahta täysin samanlaista tuotetta ei ole”.

”Ennen haasteina asioiden kokeilu, lasitteet, mallit, nyt ei suurempia haasteita.”

Arjen haasteet ovat vastaajien mukaan vaikuttaneet motivaatioon yrittäjänä toimimisessa niin, että viisi vastaajista uskoi parempaan tulevaisuuteen ja keramiikka-alan arvostukseen.

”Uskon hyvään laadukkaaseen keramiikkaan ja myös kuluttajat tulevat näkemään, että saatavilla on kiinnostavia tuotteita”.

Toisaalta toisen toimialan yrityksen perustamista on harkinnut yksi sekä yritystoiminnan lopettamista kaksi vastaajaa. Kuitenkaan palkkatyöhön toiselle työnantajalle siirtymistä ei ole *”kannattanut kukaan”*. Kahden vastaajan osalta haasteet ovat vahvistaneet yrittäjäidentiteettiä. Avoimissa vastauksissa esille nousi myös se, että keramiikka-ala oli juuri se työ, jota vastaaja osasi parhaiten.

”Harkinnut tällä hetkellä yritystoiminnan lopettamista, mutta aiemmin haasteet eivät ole vaikuttaneet. Haasteet tuovat lisämotivaatiota”.

”En haluaisi olla kokopäiväinen yrittäjä, jonka elanto olisi pelkästään keramiikan myynnistä kiinni. Luulen, että luovuus ja into loppuisivat hyvin nopeasti”.

Uusien tuotteiden kehittäminen ja suunnittelu näyttäytyi viiden osalta haasteellisena. *”Ideoita kyllä riittää. Haasteena on rahoitus toteuttaa”*. Toisaalta kehittämis- ja suunnittelutyön sanottiin olevan työn mukavin puoli, mutta pitäisi myös tietää etukäteen tietää, meneekö tuote kaupaksi. Yhden vastaajan osalta ideointi on jatkuvaa ja helppoa, kun on vapaus, mutta pakon alla innostus vähenisi. Uusien tuotteiden kehittämisen ja suunnittelun haasteellisuus näkyy myös siinä, että tulos näyttäytyy vasta pitkän ajan kuluessa ja toisaalta tuotteiden kehittämiseen ja suunnitteluun ei nähty olevan riittävästi aikaa yksinyrittäjyydestä johtuen. Suunnittelu ja kehitystyö nähtiin myös mielenkiintoisena, mutta haasteellista oli erottua joukosta. Lisäksi tulee huomioida käytettävissä olevat resurssit.

Kuuden vastaajan mielestä keramiikka-alalla on Suomessa olemassa kilpailua.

”Teollisesti tuotetuilla enemmänkin kilpailua sekä koti- että ulkomailla”.

”On. Tosin tuotteet ovat kyllä hyvin toistensa kaltaisia. Tällä tarkoitan nyt lähinnä astioita. Tosin suuremmissa myymälöissä ja vähittäismyynnissä on vain parin suuremman yrityksen tuotteita. Arabian taitaa kaikki tuntea. Suuri osa keramiikka-alan yrityksistä taitaa olla yhden miehen/naisen yrityksiä, joilla ei ole mitään mahdollisuuksia kovin isoihin myyntimääriin. Voisi sitä tietenkään tehdä yhden tai kaksi tuotetta, jotka kaikki haluavat ja painaa sitten niitä. Kuinka jaksaisi?”.

Yhden mukaan halpatuonti ei vaikuta keramiikkayrittäjän liiketoimintaan, mutta muut vastaajista olivat sitä, mieltä että sillä on vaikutusta esimerkiksi asiakkaiden hintamielikuvaan ja suoraan hintoihin.

”Varsinkin astiamarkkinoilla kyllä, vaikken itse valmista astioita. Muuten vertaillaan ulkomaan hintoihin ja teollisesti valmistettuihin tuotteisiin. Kuluttajilla on harmittavan vähän tietoa, mistä kotimaisen tuotteen hinta koostuu, eikä ymmärretä, miksi käsityö on kallista”. Vastaajan mukaan kysymys on kuitenkin käsityön arvostuksesta eikä niinkään hinnasta.

”Pitää löytää se oma latu mitä kulkea muiden seassa”.

”Kun tuotteiden valmistus ei ole läsnä yhteiskunnassa, eikä ihmiset itse valmista mitään, on etäännytty käsin tekemisestä, eikä tajuta miten paljon se vaatii”.

”Varmasti vaikuttaa, mutta samalla tavalla halpatuonti vaikuttaa kaikkien alojen yrittäjiin. Moni haluaa ostaa halvalla ja monen on pakko ostaa edullisia tuotteita.

Kysymykseen siitä, saako luovien alojen yrittäjä ja yritys tarpeeksi muun muassa taloudellista tukea tai yritykseen laajentamiseen liittyvää neuvontaa ym. esimerkiksi yhteiskunnalta tai muilta tahoilta kuusi vastaajista oli sitä mieltä, että ei saa ja kahden mukaan saa.

”Ei. Pitäisi liittyä taiteilijaseuraan, jotta saisi apurahoja tai pääsisi näyttelyihin, ja kaikkia ei oteta. Olen käsityöläinen en taitelija. Kaikkia ei oteta.”

”Eiköhän apua ja neuvoja saa. Onhan joka kunnassa pakollista yrittäjäneuvontaa. Yhtälö vain on niin vaikea luovuus ja yrittäminen. Ilman luovuuttakin yrittäminen on monelle liian suuri kynnyks. Riski epäonnistua on niin suuri”.

Keramiikka-alan koulutusta Suomessa on kuuden vastaajan mielestä riittävästi. Kahden mielestä koulutusta keramiikka-alalla ei kuitenkaan ole riittävästi.

”On riittävästi. Artesaanin koulutuksen voisi lopettaa niin, että suomessa vain 1-2 oppilaitosta, ei joka kylässä tarvita. Nuoret eivät välttämättä tiedä, mitä tekisivät ja kokeilevat, ”leikkivät” alalla ja lähtevät sitten muihin töihin. Ja yhteiskunta maksaa. Nyt onkin koulutusta vähennetty. Väärin, että yhteiskunta maksaa”.

”Luulen, että koulutusta on kohtalaisesti. Mutta kenellä on varaa kouluttautua?”.

Jatkokoulutustakaan keramiikka-alan yrittäjille ei kuuden mukaan ole tarjolla Suomessa riittävästi. Kaksi piti täydennyskoulutustarjontaa Suomessa riittävänä.

”Ei ehkä Suomessa. Ulkomailla parhaimmat koulutukset, ja riippuu siitä, mitä hakee. Omaa persoonaansa voi tuoda tuotteissa esille kokeilujen kautta”.

Täydennyskoulutusta kaivattiin ainakin myyntiin ja markkinointiin sekä myös käytännön ratkaisuja näihin toimintoihin. Lisäksi täydennyskoulutusta kaivattiin monelta osa-alueelta.

”Selkeästi materiaali teknistä koulutusta”.

”Alan teknistä koulutusta, laitteiden huoltokoulutusta, kirjanpito- ja verotuskoulutusta jne., mutta niin että se ei ole pois työpäivästä eli rahoitetaan siihen käytetty aika”.

3.5 Tulevaisuus keramiikka-alalla

Tulevaisuuskuva luovalla alalla nähtiin hyvänä kolmen vastaajan osalta ja kahden mielestä tulevaisuus näyttäytyy samanlaisena kuin tälläkin hetkellä.

”Jos jatkuu näin, olen tyytyväinen”.

”Yritykseni on kohta 10-vuotias ja olen kovalla työllä saavuttanut tunnettuutta sekä parantanut kannattavuutta vuosien aikana”.

”Ei varmaa ole, mutta pakko siihen on uskoa, muuten tulee hulluksi”.

Keramiikkayrittäjyys ei kahden vastaajan mukaan näyttäyty kovin valoisalta, vaan *”samanlaisena kuin ennenkin, kituuttamista”.*

”Ei näytä niin valoisalta, niin kuin ei moni muukaan asia. Käsityöläisillä ei kovin hyvää tulevaisuutta”.

”Luulen, että tekisin samalla innolla sivutoimisesti keramiikkaa, kuin tänäänkin. Luultavasti minulla olisi vähän paremmat tilat ja käyttäisin enemmän työaika keramiikkaan. Voisin olla osa-aikaisena muissa töissä. Luulen, että

viiden vuoden kuluttua lainamme olisi jo maksettu ja ikääkin olisi jo sen verran, että voisi vähän helpottaa työntekoa. Tosin keramiikka on niin raskasta ja kuluttavaa, että huonoissa työskentelyoloissa ja vähillä apuvälineillä, voisi käydä niin, että sairastaisi kaikkia mahdollisia kulumia ja nivelvaivoja”.

Keramiikkayrittäjyyden lopettamista oli suunnitellut vastaajista kaksi.

”Olen suunnitellut keramiikka-alan yrityksen lopettamista. Olen toteuttanut nyt tämän yrityksen siihen saakka kuin olen halunnutkin”.

”Joka päivä. On aika raskas ala”.

Kysymykseen, miten luovien alojen yrittäjiä esimerkiksi keramiikka-alalla tulisi huomioida Suomessa, vastauksina nousi esille seuraavaa.

”Luovien alojen yrittäjyyttä tulisi helpottaa esimerkiksi verotaakkaa keventämällä. Tuotteet, joiden raaka-aineet ovat pääsääntöisesti halpoja, kuten keramiikassa ja tuottaminen työvoimaavaativaa eivät pääse kilpailemaan hinnassa koska tässä maassa työ on järjestömän kallista. Ei auta vaikka voit vähentää muutaman sataasen materiaalikuluja (alv-vähennys), jos kulut koostuu pääosin työstä. Systeemi on epäoikeudenmukainen nimenomaan käsityöyrittäjyyttä kohtaan. Markkinointi ja jälleenmyynti haastavan kallista. Jälleenmyyjät laittavat reilut katteet. Tekijälle ei jää mitään”.

Lisäksi esille nousivat ratkaisuinä yhteistyömuotojen lisääminen, verkostoituminen esimerkiksi rakennuttajatahojen kanssa sekä prosenttiperiaatteen lisääntyminen.

”Arvonlisäverokannan joko laskeminen nykyisestä 24 %:sta tai alv-alarajan nostaminen esimerkiksi 50 000 euroon, näillä olisi selkeä vaikutus käsityörytysten kannattavuuteen. Tällöin käsityöllä voisi jopa elää”.

”Yritysneuvontaan ja -rahoitukseen tarvitaan luoviin aloihin erikoistuneita toimijoita. Ely-keskus ja uusyrityskeskukset eivät tunne alaa kovin hyvin”.

”Kaikki tuo. Sosiaaliturva pitäisi saattaa kuntoon. Edes tekijänkorvaukset pitäisi maksaa (näyttelyt) lain velvoittamana. Niiden taso on myös liian alhainen. Taiteen keräämisen ja rahoittamisen, arvostamisen kulttuuria pitäisi opettaa muuallakin kuin kulttuuria tuottavaan ammattiin valmistamissa koulutuksessa”.

”Verotukselliset asiat tulisi huomioida, käsityöläisten verotus tulisi olla omassa luokassaan kuin esim. teollinen tuotanto”.

”Ehkä käsityön arvostusta pitäisi jotenkin kasvattaa. Voisi olla paikallaan, että minkä hyvänsä käsityön tekemisellä olisi joitain verohelpotuksia. Erilaiset tuet ja muut avut tuntuvat olevan hukkaan heitettyä rahaa ja energiaa. Tämä on nyt vaikea selittää, mutta onhan sitä kautta aikojen tuettu Talvivaaroja ja

muita yrityksiä, jotka eivät ole oikeasti toimivia. Pieni keramiikkayrittäjä tarvitsisi pientä tukea, pieniin asioihin, joilla voisi elämää helpottaa edes pikkuisen. Voisi saada tukea vaikka suuremman uunin hankintaan. Sillä jo voisi jonkun leipää leventää ja yrittäjä olisi tyytyväinen. Ei heti tarvitsisi saada miljoonalainaa, liutaa työntekijöitä ja maailmanmarkkinoita ”.

Kysymykseen, mitä haluaisit sanoa luovien alojen esimerkiksi keramiikka-alan yrittäjyyttä harkitseville ja/tai alaa opiskeleville tuli esille seuraavia mielipiteitä:

”Mieti vielä kerran haluatko yrittää tienata elantoa tällä voi olisiko mukavampaa että tämä olisi rakas harrastus? ”.

”Haastava ala”.

”Aseta taiteellinen taso kaikkein korkeimmalle ”.

”Kannattaa hioa liikeidea tarkkaan ja varautua kovaan työhön, varsinkin alussa”.

”Yleensä kehotan myös opiskelua valitessa seuraamaan sydäntä, mutta muistamaan, että luovilla aloilla toimeentulo ei ole taattua tai tasaista varsinkaan yrittäjällä. Monet oppilaitokset antavat suunnittelutyöhön laajat eväät, että työllistyminen voi tapahtua hyvinkin laajalle kirjolle ammattialoja. Joten silmälaput pois ja turha tuijottaa pelkästään omaa erikoistumisammattia, työ voikin olla luovaa ja kiinnostavaa vaikka ei täysin sitä, mihin koulun kävit!”.

”Tsemppiä. Läksyt kannattaa tehdä hyvin, että on mahdollisimman monipuolinen työkalupakki sitten, kun sitä tarvitsee. Heti koulutuksen aikana ulkomaille!”.

”Siitä vain. Ala on niin henkilökohtaista ja se vaatii jokaiselta eri asioita, että mitään yleispätevää ei voi sanoa. Ei ole helppoa ja pettymyksiä tulee, mutta niin tulee ilon aiheitakin. Realistinen liiketoimintasuunnitelma on kyllä hyvä laatia”.

”Jos haluaa elämäntavakseen, niin keramiikka-alan yrittäjyys on sitten hyvä tapa. Esimerkiksi Pentik lähtenyt pienestä liikkeelle”.

Vastaajille annettiin vielä mahdollisuus tuoda esille jotakin kyselyistä puuttuvia oleellisia kohtia tai muita informaatiota.

”Olen ajatellut omaa mahdollista yrittäjyyttäni ja sitä, miksi en siihen lähde täysipainoisesti. Minulla on yrittäjäkurssi käytyinä, olen hajulla taloushallinnosta ja ymmärrän jonkin verran verotusta ja kirjanpitoa. Haluaisin ehdottomasti elää keramiikalla ja muilla kädentaidoilla, mutta minulla ei ole varaa siihen, eikä minulla riitä uskallus ison riskin ottoon. Voi kun saisi jostain hal-

valla asialliset tilat, joissa voisi työskennellä tai saisi riittävän suuren uunin. Tai jopa olisipa varaa ostaa tarvittavia materiaaleja. Siis miksi ei saa pientä apua? Miksi täytyy aina lähteä tekemään jotain suurta ja mahtavaa? Kyllä yrittäjäksi haluava, on jotenkin selvillä riskeistä ja omasta arjen hallinnastaan. En missään nimessä uskaltaisi perustaa yritystä ja aloittaa yrittäjänä. Mutta voisin hiljalleen siirtyä yrittäjäksi, jos saisin pientä apua ja aikaa siihen”.

”En ole katunut yrittäjäksi lähtemistä. Nuorena oli erilaisia vaihtoehtoja. Tykkään kokeilla rajojani, jos on halu tehdä keramiikkaa, niin se ei välttämättä vaadi koulutusta”.

4 OPINNÄYTETYÖN LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI

Tutkimuksen pätevyyttä eli validiutta tarkastellaan mittarin tai tutkimusmenetelmän kykynä mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata eli kyselylomake tai vastaavasti haastattelu on ymmärretty oikein (Vilkkä, H. 2005, 161). Tämän opinnäytetyön tutkimuslomakkeessa oli avoimia tekstikenttiä, mihin vastaaja sai jättää vielä oman viestinsä. Toisaalta tutkimuksen kysymykset olivat keramiikka-alan yrittäjyyteen liittyviä, mutta joillakin vastaajille tuotevalikoimaan kuului myös muita tuotteita. Tutkimuksen luotettavuus eli reliabelius tarkoittaa tulosten tarkkuutta eli mittauksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia sekä mittaustulosten toistettavuutta eli toistettaessa saman henkilön kohdalla mittaus antaa juuri saman tuloksen tutkijasta riippumatta (Vilkkä 2005, 161.) Mielestäni verrattaessa tämän opinnäytetyön vastauksia esimerkiksi aiempiin tutkimuksiin tai tilastoihin, näkyy samankaltaisuutta esimerkiksi koulutustarpeessa, verkostoitumisessa ja yksinyrittäjyyden haasteissa.

Tutkimuksen pätevyyden ja luotettavuuden sanotaan muodostavan kokonaisluotettavuuden, jolloin tutkittu otos edustaa perusjoukko (keramiikka-alan yrittäjät) ja mittaamisessa on mahdollisimman vähän satunnaisuutta, voidaan katsoa, että tehdyn tutkimuksen kokonaisluotettavuus on hyvä (Vilkkä 2005, 161–162). Vaikka tämän opinnäytetyön kysely- ja haastatteluihin vastaajien joukko oli kohtalaisen pieni, uskon, että tuloksissa tuli esille monia keramiikka-alan yrittäjyysnäkemysnäkökulmiin vaikuttavia tekijöitä ja tietoa siitä, minkälaisena keramiikka-alan yrittäjyys nähdään nyt, mitkä tekijät yrittäjyyteen vaikuttavat ja minkälaisena yrittäjyys nähdään esimerkiksi viiden vuoden kuluttua.

Tässä opinnäytetyössä on vastauksissa nähtävillä keramiikka-alan yrittäjyydessä positiivinen vire, vaikka ennako-odotuksena olisi voinut olla yleisen taloudellisen tilanteen vaikuttaminen nimenomaan juuri luovien alojen yrittäjien arkeen. Mielestäni nyt tehty opinnäytetyö voi hyvinkin toimia lähtökohdaksi jatkotutkimukselle, jossa haastatteluja voidaan laajentaa useampia henkilöitä koskevaksi. Tosin aineiston koko esimerkiksi laadullisessa tutkimuksessa perustuu usein suhteellisen pieneen tapausmäärään. Lisäksi aineiston kool-

la ei sanota olevan välitöntä vaikutusta eikä merkitystä tutkimuksen onnistumiseen. (Eskola & Suoranta 1998, 61–62.)

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Luovista aloista puhuttaessa on käytössä monimuotoinen käsitteistö, ja käsitteistöä esimerkiksi tässä opinnäytetyössä on käsitelty muun muassa kulttuurin, muotoilun ja käsityöyrittäjyyden yhteydessä.

Lomakekyselyt ja teemahaastattelut on suoritettu keramiikkatuotteita pääsääntöisesti valmistavien tai sitä harkitsevien vastaajien kesken. Yrittäjien yhteystiedot on kerätty Ornamon jäsengalleriasta. Ornamo on valittu tutkimusorganisaatioksi sen vuoksi, että se on jäsenmäärältään suuri, ja joukosta oli mahdollisuus löytää keramiikka-alan yrittäjiä muotoilijahaun avulla.

Opinnäytetyön pääkysymyksenä esitettiin, minkälaisena keramiikka-alan yrittäjyys koetaan yrittäjärajan aikana. Yleisesti peruslähtökohtiin nojautuen esille nousi se, että yrityksillä ei ollut palkattua työvoimaa. Yritystoiminta, sen kehittäminen ja muut oheistoiminnot olivat näin ollen yhden ihmisen harteilla. Yritysmuotona toiminimi oli osakeyhtiötä yleisempi. Keramiikkayrityksen perustamiseen vaikuttavat seikat olivat niin vapaat työajat ja toiminnan itsenäisyys kuin työpaikkojen vähäisyys alalla. Myös olemassa olevia ulkomaisia kontakteja nähtiin olevan mahdollista hyödyntää keramiikkayrittäjänä. Yksintyöskentely tuo yrittäjyyteen sen, että aika ja resurssit eivät välttämättä riitä yrityksen kehittämiseen tai laajentamiseen. Myös tietotaito ja sen kehittäminen niin yrittäjyydestä kuin materiaaliteknisistä asioista vaatii oman aikansa sekä tahon, joka koulutusta tarjoaa. Esimerkiksi markkinoinnille ja tuotekehitykselle jäi vähän aikaa, vaikka ne ovat yrityksen kannattavuuden ja liiketoiminnan näkökulmasta erityisen tärkeitä osa-alueita. Ilon keramiikkayrittäjänä tuottivat asiakkaat, uudet tuotteet, suunnittelutyö, yrittäjyyden vapaus, yhteistyökumppanit ja perhe sekä käsillä tekeminen.

Alakysymykset muodostuivat siitä, mitkä olivat olleet suurimpia arjen haasteita ja mahdollisuuksia keramiikkayrittäjyydessä sekä miten näihin haasteisiin ja mahdollisuuksiin on pystytty vastaamaan. Haasteellisena nähtiin Suomen mittakaavassa pieni markkina-alue, hintakilpailu ja esimerkiksi lainsäädäntö, joka tässä opinnäytetyössä tuli esille muun muassa korkeana arvonalisäverokantana. Myös motivaation puute, jaksaminen, fyysisesti raskas työ ja pitkät päivät toivat yrittäjyyteen haastetta. Vaikka haasteita yrittäjyydessä tulikin eteen, suurin osa uskoi parempaan tulevaisuuteen ja alan arvostuksen nousuun. Samoin haasteiden nähtiin vahvistaneen yrittäjäidentiteettiä.

Lisäksi alakysymyksenä opinnäytetyössä esitettiin se, minkälaisena näyttäytyy keramiikkayrittäjän tulevaisuus esimerkiksi viiden vuoden kuluttua. Suurimalla osalla tulevaisuus noin viiden vuoden päästä keramiikka-alan yrittäjänä näyttäytyi positiivisena tai samankaltaisena kuin nyt. Parempaan tulevaisuuteen oli *pakko* uskoa. Toisaalta tulevaisuus ei kaikkien osalta näyttäytynyt

aivan yhtä hyvänä, vaan ennusteena näytti olevan samanlainen *kituuttaminen* kuin tälläkin hetkellä. Kuitenkin positiivisena kannusteena alaa harkitseville tuli moninaisia viestejä aina alan haasteellisuudesta taiteellisen tason asettamisesta korkealle ja ulkomaille suuntautumiseen liittyen. Näin ollen keramiikkayrittäjyys näyttäytyy pääsääntöisesti tulevaisuudessakin varteenotettava vaihtoehdolta, eli yrittäjillä oli positiivinen luottamus tulevaisuutta kohtaan. Kaiken kaikkiaan tämän opinnäytetyön perusteella yrittäjyys nähdään positiivisena asiana, vaikka matkan varrella yrittäjyysuralla jokaisella onkin riittänyt paljon haasteita ja uusia asioita.

Opinnäytetyössä nousi esille samanlaisia linjauksia ja näkökulmia keramiikkayrittäjyydestä kuin lähdeviitteinä käytetyissä julkaisuissa, kuten luovien alojen pieni yrityskoko, verkostoituminen ja luovien alojen erilaiset palvelupolut ja yhteistyömuodot. Niin ikään verohelpotusta arvonlisäverokantaan kaivattiin pienyrittämisessä, mutta myös sosiaaliturvaan haluttiin kohennusta. Koulutusta ja opastusta nähtiin tarvittavan muun muassa myyntiin, markkinointiin sekä kirjanpitoon ja verotukseen eli kokonaisuudessaan liiketaloudelliseen näkemykseen liittyviin osaamiseen ja taitoihin.

Samoin kuin esimerkiksi Suutarin (2007) teoksessa, niin tässäkin opinnäytetyössä keskeisinä täydennyskoulutustarpeina luovilla aloilla nähtiin muun muassa liiketoiminta- ja yrittäjyysosaaminen sekä tuotekehittely. Lisäksi Kauppa- ja teollisuusministeriön (2007) selvityksessä SWOT-analysissä esitettiin, että suurin osa yrityksistä on niin sanottuja mikroyrityksiä, joiden liiketoimintaosaamisessa on puutteita, alan yrittäjyys ei toisaalta houkuttele tai yritystä ei haluta tai osata kasvattaa eikä kansainvälistää. Kyseisessä selvityksessä nousi esille niin ikään verkostoitumisen tärkeys luovien alojen kehittämisessä, mikä myös tässä opinnäytetyön empiirisessä osuudessa tuli ilmi.

Vaikka varsinaisen opinnäytetyön vastaajajoukko oli kohtalaisen pieni, niin yrittäjien antamat vastaukset heijastavat samalla tavoin myös suuremmalle luovan alan yrittäjäjoukolle tehtyjä tutkimuksia, ja osoittavat alalla olevien ilojen ja haasteellisten asioiden olevan melko samansuuntaisia kuin muissakin tässä opinnäytetyössä hyödynnetyissä lähteissä. Koska vastauksissa nähtiin toistuvuutta jo näinkin pienen tutkimusjoukon ollessa kyseessä, voidaan aineistoa pitää riittävänä tässä opinnäytetyössä. (Ks. Hirsjärvi ym. 1997, 170–171.)

6 LOPUKSI

Muotoile Suomi -ohjelmassa (2013) kohteina ovat olleet muun muassa käsityö ja taide, johon sisältyy esimerkiksi taide-esineet, lasi, keramiikka, uniikki taide, tilateokset, taidekäsityö sekä käsityötuotanto. Ohjelman visiona on, että vuoteen 2020 mennessä muun muassa maailmanluokan muotoiluosaaminen on parantanut Suomen kilpailukykyä, muotoiluosaamista käytetään laajasti elinkeinoelämässä sekä julkisella sektorilla ja yritykset ja julkinen sektori pi-

tävät muotoilua kannattavana investointina. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 95.)

Liiketoiminnan perusratkaisuna nähdään esimerkiksi Äyvärin (2002, 111) mukaan verkostoituminen, jolloin yhdistetään muiden yritysten tai toimijoiden voimavaroja omiin esimerkiksi markkinoinnissa tai tuotannossa. Yhteistyö ja verkostoituminen niin käsityöyritysten kuin muiden alojen yritysten kanssa voi olla välttämätöntä kasvun ja kannattavuuden aikaansaamiseksi. Kyse on kuitenkin siitä, että omia voimavaroja täydennetään vastapuolen osaamisella ja kapasiteetilla, mitä omasta yrityksestä tai yrittäjyydestä ei välttämättä löydy. Potentiaalisia yhteistyökumppaneita on lukuisa määrä aiemmin esille mainittujen esimerkiksi kirjanpito toimiston lisäksi esimerkiksi TE-keskukset, mainostoimistot, kirjapainot, pakkausten valmistajat, kuljetusliikkeet, joiden avulla pienikin yritys voi hyvän kumppanin avulla luoda ammatimaisen mielikuvan ja ammattilaistason sekä suunnittelussa että tuotteiden ja palveluiden laadussa. (Äyväri 2002, 111, 126, 129.)

Mielenkiintoista on, että Äyvärin (2002, 131–132) mukaan käsityöyrittäjien haastatteluissa tuli esille, että vahva visio korvaa kirjalliset toimenpidesuunnitelmat, kuten liiketoimintasuunnitelman. Visio ei kuitenkaan ole lopullinen näkemys, vaan toimintaympäristössä voi tapahtua suuria muutoksia, jolloin visiokin muuttuu. (Äyväri 2002, 131–132.) Tämä puolestaan näyttäisi olevan suhteessa siihen, mitä tässäkin opinnäytetyön empiriassa tuli esille, että yksinyrittäjältä kuluu runsaasti aikaa muuhunkin yritystoimintaan liittyvään kuin tuotesuunnitteluun ja tuotteiden valmistukseen.

Käsityöyrittäjyyden kansantaloudellisen merkityksen vuoksi Laakso (2002, 170) toivoo, että nykyiset yrittäjät saisivat työskentelystään toimeentulon sekä mahdollisuuden tarjota työtä myös muille. Hän on ehdottanut yrityksen kehityksen ja kasvun tukemiseksi muun muassa koulutuksen järjestämistä tukiorganisaatioiden käsityöyritysten tuista ja kehittämisestä vastaaville instansseille. Koulutuksissa tulisi voida painottaa käsityöyrittäjyyden erityispiirteitä. Lisäksi erilaisten tukien, kuten investointitukien alarajoja tulisi alentaa niin, että ne olisivat käyttökelpoisia käsityöyrityksille. Myös verkostomaisiin tukimuotoihin tulisi kiinnittää huomiota ja käsityöyritysten raaka-aineiden, tuotannon ja tuotteiden tutkimus- ja kehitystyöhön tulisi luoda oma tahonsa. Tuki- ja koulutusorganisaatioissa tulisi lisätä käsityöyrittäjyyden erityispiirteiden ymmärrystä. (Laakso 2002, 170.)

Opinnäytetyön empiirisessä osuudessa nousi esille vastaajien taholta yritystoiminnan tuet ja sosiaaliturvan puuttuminen. Myös Mustajärvi (2002) on yrittäjäkokemuksensa aikana tuonut esille kyseisiä seikkoja. Mustajärvi (2002, 178) tuo esille, että työvoimatoimistossa hänen yritykseensä hakema starttiraha evättiin, koska aloittavalla yrityksellä ei nähdä olevan kannattavan toiminnan edellytyksiä. Toisessa haussa raha kuitenkin myönnettiin, koska Mustajärvi kertoi yritykseensä tulevan liikevaihdon yritysneuvojan ohjeiden mukaisesti. Mustajärven mukaan kaavamainen numeroiden tarkastelu sekä kaiken toiminnan laittaminen *saman kaavan* alle tuntuu mahdottomalta. Hän katsoo,

että yrittäminen on käsityöläiselle enemmän elämäntapa, mahdollisuus toteuttaa itseään kuin tuloshakuista toimintaa. Tämän vuoksi osittain Mustajärvi näkee, että ulkopuolisen rahoituksen hakeminen tuntuu vaikealta ja luovaa yritystoimintaa kahlitsevalta. Lisäksi hän tuo esille, että on vaikea lähteä hakemaan rahoitusapua ilman yhteistä kieltä. Ajallisesti se näyttäisi olevan monelle haasteellista, sillä yrityksessä *kaikki pyörii yhden ihmisen varassa* tuotteiden valmistuksesta markkinointiin. (Mustajärvi 2002, 178.)

Käsi- ja muotoilualan yrittäjä -selvityksessä Luutonen (2015, 4) tuo niin ikään esille, että suuri osa käsityöalan yrityksistä on pieniä 1-2 hengen yksiköitä, joissa verotus koetaan ongelmalliseksi ja arvonlisäveron suuruus kohutuuttomaksi. Lisäksi yrittäjyyteen katsotaan liittyvään byrokraattisuutta ja työllistäminen koetaan hankalaksi. Kulttuurialalla näkemyksenä on myös harmaan talouden rasittaminen, joka samalla hämärtää kilpailua. Luutosen (2015, 4) mukaan yrittäjät kaipaavat lisää näkyvyyttä ja arvostusta. Niin ikään käsi- ja muotoilualan yrittäjä -selvityksessä nousi esille positiivinen suhtautuminen tulevaisuuteen. (Luutonen 2015, 4.) Positiivinen suhtautuminen käsityöalan yrittäjyyskyselyn mukaan näkyi 35 %:lla yrittäjistä. Optimistisuus tulevaisuutta kohtaan näytti kasvavan, kun talousnäköymien tarkasteluajanjakso oli kolme vuotta. (Lith 2015, 34.)

Jatkotutkimusmahdollisuuksina nähdään edelleen luovien alojen yrittäjyyskokeusten kartoittaminen. Mielestäni jatkotutkimuksena tai opinnäytetyön aiheena voisi ehkä useamminkin olla teoreettislähtöiset tutkimukset, joihin on tuotu case-tutkimuksen avulla käytännönläheisyyttä. Näillä tutkimuksilla saataisi olla merkitystä esimerkiksi opiskelijoiden mielikuviin yrittäjyydestä ja sen vaatimista ja sisältämistä osatekijöistä. Myös enemmän luovan alan yrittäjän kokemuksellisuutta yrittäjyydestä sekä heidän näkemyksiään yrittäjyyttä tukevista ratkaisuista kaivataan ilman monimutkaista kapulakieltä.

Toisaalta myös Työ- ja elinkeinoministeriön (2012a) tiedotteen mukaan on arvioitu, että luovilla aloilla aineettomien oikeuksiin liittyy suuria tuotto- ja kasvumahdollisuuksia, joita ei ole kuitenkaan kyetty riittävästi tunnistamaan eikä hyödyntämään. Tiedotteen mukaan digitaalinen murros tulisi huomioida aikaisempaa paremmin myös koulutuksessa. Niin ikään jatko- ja täydennyskoulutuksen tulisi ylläpitää korkeatasoista, kehittyvän yritystoiminnan vaatimuksia vastaava ammattiosaamista. Lisäksi luovien alojen alkavat yritykset tarvitsevat erikoistuneita julkisia neuvonta-, rahoitus- ja muita kehittämisspalveluja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012a.)

Nämä loppusanoissa muista tutkimuksista esille nostetut seikat ovat linjassa tämän opinnäytetyön tuloksiin muun muassa verotuksen, sosiaaliturvan, yhteiskumppanuuden sekä positiivisen tulevaisuuden suhteen.

LÄHTEET

- Alanen, A. 2011. Luovaa tuhoa kulttuurialoilla. Tilastokeskus. Viitattu 1.12.2014. http://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-02-15_006.html
- Brewer, J. & Hunter, A. 1990. Multimethod research. Newbury Park. Sage.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Osuus-kunta Vastapaino: Tampere.
- Förbom, J. (toim.) 2012. Sparraajan käsikirja. Askelmerkkejä luovien alojen liiketoiminnan kehittämiseen. Luovan Suomen julkaisuja 7. Luova Suo-mi/Diges ry 2012.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Kustannus-osakeyhtiö Tammi: Helsinki.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Kustannus-osakeyhtiö Tammi: Helsinki.
- Kanerva, A. - Lehikoinen, K. 2007. Menestyksen jonglöörit. Luovien alojen täydennyskoulutus ja sen arvo. Esiselvitys. IADE:n julkaisusarja 1/2007.
- Kauppa- ja teollisuusministeriö. 2007. Luovien alojen yrittäjyyden kehittä-misstrategia 2015. Julkaisuja 10/2007. Elinkeino-osasto. Viitattu 30.1.2016. http://www.tem.fi/files/22570/Luovat_alat.pdf
- Kohtakangas, J. 2001. Etelä-Pohjanmaan kulttuuriteollisuuden kehittämis-mahdollisuudet. Näkökulma kulttuuriyrittäjyyteen. Etelä-Pohjanmaan liitto, julkaisi B:18. Vaasan yliopistopaino.
- Koppa. 2015a. Kyselyt. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 16.3.2016. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineisto/nhankintamenetelmat/kyselyt>.
- Koppa. 2015b. Määrällinen tutkimus. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 3.4.2015. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimu/sstrategiat/maarallinen-tutkimus>.
- Laakso, P. 2002. Vastaavatko yritystuet käsityöyrityksen tarpeita? 151–171. Teoksessa: Luutonen, M. - Äyväri, A. (toim.) 2002. Käsin tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Sitran raportteja 24. Helsinki. Viitattu 31.1.2016. <http://www.sitra.fi/julkaisut/raportti24.pdf>
- Lith, P. (toim.) 2015. Käsityö- ja muotoilualan yrittäjä 2015. Raportti käsi-työalan yrityksistä, yritysprofiilista, markkinoista, kasvuyrittäjyydestä ja lä-hiajan suhdanneodotuksista. Taitoliitto. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry.

Viitattu 31.1.2016.

http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/kuvat/group/kannanotot_tiedotteet/Kasityo_ja_muotoilualanyrittaja2015_netti.pdf

Luutonen, M. - Äyväre, A. (toim.) 2002. Käsin tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Sitran raportteja 24. Helsinki. Viitattu 31.1.2016.

<http://www.sitra.fi/julkaisut/raportti24.pdf>

Luutonen, M. 2015. Selvityksen tausta. 4. Teoksessa: Lith, P. (toim.) 2015. Käsityö- ja muotoilualan yrittäjä 2015. Raportti käsityöalan yrityksistä, yritysprofiilista, markkinoista, kasvuyrittäjyydestä ja lähiajan suhdanneodotuksista. Taitoliitto. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry. Viitattu 31.1.2016.

http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/kuvat/group/kannanotot_tiedotteet/Kasityo_ja_muotoilualanyrittaja2015_netti.pdf

Metsämuuronen, J. 2005. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. International Methelp Ky. Gummerus Kirjapaino Oy: Jyväskylä.

Metsä-Tokila, T. 2013. Luovat alat. Toimialaraportti 7/2013. Työ- ja elinkeinoministeriö. TEM:n ja Ely-keskusten julkaisu.

Mustajärvi, T. 2002. Kommentti: Vastaavatko yritystuet käsityöyrityksen tarpeita? 177–179. Teoksessa: Luutonen, M. - Äyväre, A. (toim.) 2002. Käsin tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Sitran raportteja 24. Helsinki. Viitattu 31.1.2016. <http://www.sitra.fi/julkaisut/raportti24.pdf>

Ornamo. 2013. Muotoilualan yritysten suhdanne- ja toimialaraportti. Raportti muotoilualojen yrityksistä, yritysprofiilista, markkinoista, kasvuyrittäjyydestä ja lähiajan suhdanneodotuksista. Viitattu 30.1.2016.

https://www.ornamo.fi/app/uploads/2015/11/ornamo_toimialaraportti_2013.pdf

Ornamo. 2015. Jäsenet. Viitattu 30.4.2015.

<http://www.finnishdesigners.fi/jasenet>

Puurula, A. 1998. Kulttuurin tulevaisuuden tekijät. Helsingin yliopisto. Opettajankoulutuslaitos. Vantaan täydennyskoulutuslaitos. Studia Paedagogica 16. Hakapaino 1998.

Suomen virallinen tilasto. 2015a. Kulttuuri. Kulttuurityövoima Suomessa 2014. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 24.1.2016.

http://www.stat.fi/til/kl/2014/01/kl_2014_01_2015-08-27_tie_001_fi.html

Suomen virallinen tilasto. 2015b. Kulttuuri. Kulttuurityövoima Suomessa 2014. Liitekuvio 2. Työlliset kulttuuriammateissa työnantajasektorin mukaan 2012. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 24.1.2016.

http://www.stat.fi/til/kl/2014/01/kl_2014_01_2015-08-27_kuv_002_fi.html

Suutari, T. 2007. Kulttuuriyrittäjyyden kehittäminen ja luovien alojen klusteroituminen kulttuurikeskus Vanhassa Paukussa. Raportteja 22. Helsingin yliopisto. Ruralia-instituutti.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012a. Luova talous ja kulttuuri uudistumisen ytimessä. Tiedote 16.10.2012. Viitattu 30.1.2016.
https://www.tem.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotearkisto/vuosi_2012/luova_talous_ja_kulttuuri_uudistumisen_ytimessa.108230.news

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012b. Luovuudesta kasvua ja uudistumista. Luovaa taloutta edistävät julkiset toimet ja kehittämissinjaukset. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Innovaatio. 40/2012. Viitattu 30.1.2016.
http://www.tem.fi/files/34626/TEMjul_40_2012_web.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2013. Muotoilu Suomi - Kansallinen muotoiluohjelma. Toteutettu yhdessä Opetus- ja kulttuuriministeriön kanssa. Viitattu 17.1.2016. http://www.tem.fi/files/36278/Muotoile_Suomi_spreads.pdf

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Kustannusosakeyhtiö Tammi: Helsinki.

Virtuaali ammattikorkeakoulu. 2015. Kvantitatiivisen analyysin perusteet. Viitattu 3.4.2015.
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289328583/1194289824724.html>

Vähäsalo, T. 2003. Keramiikko yrittäjänä. 122–137. Teoksessa: Leppänen, H. (toim.) 2003. Ruukun runoutta ja materiaalin mystiikkaa. Taideteollinen korkeakoulu. Ilmari Design Publications.

Äyväri, A. 2002. Käsityöyrittäjät verkonkutojina. 110–139. Teoksessa: Luu-tonen, M. - Äyväri, A. (toim.) 2002. Käsien tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Sitran raportteja 24. Helsinki. Viitattu 31.1.2016.
<http://www.sitra.fi/julkaisut/raportti24.pdf>

Österåker, M. 2009. Kulttuuriyrittäjyys teoriassa ja käytännössä – Neljä ope-tusta. Juthbacka Kulturcentrum.

LIITTEET

KYSELYLOMAKE

Opinnäytetyökysely. Hämeen ammattikorkeakoulu. "Keramiikka-alan yrittäjyys: Arjen iloja ja haasteita matkan varrelta".

Hei!

"Keramiikka-alan yrittäjyys: Arjen iloja ja haasteita matkan varrelta"

Teen opinnäytetyötä Hämeen ammattikorkeakoulun (HAMK) Lasi- ja keramiikkamuotoilun koulutusohjelmaan aiheena "Keramiikka-alan yrittäjyys: Arjen iloja ja haasteita matkan varrelta". Tutkimuksen tavoitteena on selvittää yrittäjyyden onnistumiskokemuksia ja mahdollisia haasteita yritystoiminnan aikana sekä tarkastella, miten nämä kokemukset ovat vaikuttaneet niin henkilökohtaisesti kuin yrityksen toimintaan. Tutkimukseen osallistuvien sähköpostiosoitteet on kerätty Ornamon portfoliogalleriasta (www.ornamo.fi) ammattinimikkeen, ammattialueen ja yrittäjätatituksen mukaisesti. Mikäli tuotevalikoimasi ei sisällä keramiikka-alan tuotteita, voit ohittaa kyselyn. Kyselyyn vastaaminen on luottamuksellista eikä vastaaja ole tunnistettavissa. Kyselyyn osallistumisen kesto on noin 10 minuuttia. Vastausaikaa on 22.5.2015 saakka.

Vastauksesi on tärkeä.

Terveisin

Berita Leppänen

opiskelija

HAMK, Lasi- ja keramiikkamuotoilu

Taustatiedot ja koulutus

1. Vastaajan ikä?

- alle 20-vuotias
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- yli 61

2. Vastaajan sukupuoli?

- Nainen
- Mies

3. Koulutustausta kulttuuri- ja taidealalta, muu luovan alan koulutus?

- Ylempi korkeakoulututkinto (esim. taiteiden maisteri)
- Alempi korkeakoulututkinto tai vastaava (esim. muotoilija (AMK) tai artenomi (AMK) tai opistoaste)
- Toisen asteen tutkinto (esim. artesaani)
- Itseoppinut
- Ei tutkintoa kulttuuri- tai taidealalta
- Muu, mikä?

4. Muu mahdollinen koulutustausta kulttuurin ja luovan alan koulutuksen lisäksi (esim. taloushallinto, henkilöstöhallinto, muu ammattiala). Mikä?

▲
▼
□

5. Yrityksen päätoimipisteen sijaintipaikka?

- Oulun lääni. Kaupunki?
- Lapin lääni. Kaupunki?
- Ahvenanmaan lääni. Kaupunki?
- Etelä-Suomen lääni. Kaupunki?
- Länsi-Suomen lääni. Kaupunki?
- Itä-Suomen lääni. Kaupunki?

6. Toimipisteiden määrä?

- 1
- 2-3
- 4-6
- yli 7

7. Onko yrityksessäsi palkattua työvoimaa? *

- Ei.
- Kyllä. Montako työntekijää?

8. Yritystoiminnan kesto?

- Alle yksi vuosi
- 1-2 vuotta
- 2-5 vuotta
- 5-10 vuotta
- 10-15 vuotta
- yli 15 vuotta

9. Yritystoiminnan luonne?

- Päätoiminen
- Sivutoiminen

10. Yritysmuoto?

- Osakeyhtiö
- Toiminimi
- Osuuskunta
- Avoin tai Kommandiittiyhtiö
- Muu/mikä?

11. Mitkä ovat yrityksesi päätuotteet (esim. 1-3 tärkeintä tuotetta)? Vapaa sana.

▲
▼
□

Yritystoiminnan lähtökohdat

12. Mitkä tekijät vaikuttivat ensisijaisesti siihen, että perustit keramiikka-alan yrityksen?

- Työllisyystilanne
- Alan oppilaitoksesta valmistuminen
- Valmiin yrityksen osto
- Vapaat työajat ja itsenäisyys toimia
- En osaa sanoa

Muu, mikä?

13. Miten keramiikka-alan yrittäjyys on muuttunut vuosien varrella (esim. kilpailu, tuontiartikkelit)?

Vapaa sana.

▲
▼
□

14. Onko lainsäädännöllä tms. ollut vaikutuksia luovan alan (esim. keramiikka-ala) toimintaan?

- Ei
- Kyllä. Miten?

15. Kuinka kauan käytät aikaa vuorokaudessa yritystoiminnan pyörittämiseen, mukaan lukien suunnittelu, myynti, valmistus

ym.?

- Alle 8 tuntia
- 8-10 tuntia
- 10-12 tuntia
- 12-16 tuntia
- yli 16 tuntia

16. Mikä keramiikka-alan yrittäjyydessä vie eniten aikaa (esim. tuotteiden suunnittelu, lanseeraus, markkinointi, verkostoituminen)? Ja kuinka kauan arvioit siihen kuluvan aikaa viikkotasolla (esim. tunteja)? Vapaa sana.

▲
▼
□

17. Onko yrityksen talous- tai henkilöstöhallinto (esim. kirjanpito, palkanlaskenta) tai muu toiminto ulkoistettu?

- Ei.
 Kyllä. Mikä?

Keramiikkayrittäjyyden arjen iloja

18. Minkälaisia ilonaiheita keramiikkayrittäjyyden ja -yrittäjän arjessa nousee esille? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Asiakkaat
 Uudet tuotteet ja niiden suunnittelu
 Tulevaisuuden näkymät (esim. uudet markkinat)
 Yhteistyökumppanit
 Yrittäjyyden vapaus (esim. työajat)
 Perhe
 Muu, mikä?

19. Miten ilonaiheet ovat vaikuttaneet motivaatioosi keramiikka-alan yrittäjänä? Esim. auttaneet jaksamaan paremmin, tuonut lisää inspiraatiota ja uusia ideoita.

▲
▼
□

20. Mistä ideat tuotteisiisi pääsääntöisesti kumpuavat? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Kysynnästä, tilauksista
 Luonnosta
 Valmiista tuotteista
 Vuodenajoista
 Väreistä
 Muusta, mistä?

21. Liittykö tuotteisiisi jokin tarina?

- Ei
 Kyllä. Minkälainen?

22. Oletko verkostoitunut (esim. yhteiset myyntitapahtumat, markkinointi, raaka-aineiden yhteishankinta tms.) esimerkiksi muiden luovien alojen yrittäjien kanssa?

- Ei
 Kyllä. Minkälaista yhteistyötä teette?

23. Mitä kautta asiakkaat ovat ensisijaisesti löytäneet tuotteesi?

- Henkilökohtainen yhteydenotto, tilaus
 Jälleenmyyjien kautta
 Näyttelyistä
 Markkinoilta
 Lehti-ilmoituksella
 Muuta kautta. Mistä?

24. Saako keramiikka-alan yrittäjä riittävästi näkyvyyttä Suomessa (esim. näyttelyt, julkaisut)?

- Ei. Miksi?
 Kyllä. Miten?

Keramiikkayrittäjyyden arjen haasteita

25. Toimiiko yrityksesi kansainvälisillä markkinoilla?

- Ei.
 Kyllä. Missä?

26. Ovatko Suomen markkinat riittävät?

- Ei. Miksi?
 Kyllä.

27. Arvostetaanko Suomessa kotimaista keramiikkaa?

- Ei. Miksi?
 Kyllä. Miksi?

28. Minkälaisia haasteita luovalla alalla esim. keramiikka-alalla toimiessa on tullut vastaan? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Pieni markkina-alue
 Hintakilpailu
 Hinnoittelu
 Tuontikeramiikka
 Plagiointi
 Yrittäjyyden haasteet (esim. lainsäädäntö)
 Motivaation puute, jaksaminen
 Muu, mikä?

29. Miten arjen haasteet ovat vaikuttaneet motivaatioon yrittäjänä toimimisessa? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Olen harkinnut toisen toimialan yrityksen perustamista
 Olen harkinnut yritystoiminnan lopettamista
 Olen harkinnut siirtymistä palkkatyöhön toiselle työnantajalle
 Haasteet ovat vahvistaneet yrittäjäidentiteettiäni
 Uskon parempaan tulevaisuuteen ja keramiikka-alan arvostukseen
 Muulla tavoin. Miten?

30. Onko uusien tuotteiden kehittäminen ja suunnittelu haasteellista?

- Ei. Miksi?
 Kyllä. Miksi?

31. Onko Suomessa kilpailua keramiikka-alalla (esim. yrittäjyys)?

- Ei.
 Kyllä.

32. Vaikuttaako esimerkiksi halpatuonti (esim. hinta) keramiikkayrittäjän liiketoimintaan?

- Ei.
 Kyllä. Miten?

33. Saako luovien alojen yrittäjä ja yritys (esim. yhteiskunnalta tai muilta tahoilta) tarpeeksi tukea ja neuvontaa (esim. taloudellinen tuki, yrityksen laajentamiseen liittyvä neuvonta) yritystoiminnan kehittämiseksi ja tukemiseksi?

- Ei. Minkälaista tukea kaipaisit?
 Kyllä.

Yritystoiminnan tulevaisuus

34. Onko keramiikka-alan koulutusta riittävästi Suomessa?

- Ei.
 Kyllä.

35. Onko keramiikka-alan yrittäjille tarjolla Suomessa riittävästi esimerkiksi jatkokoulutusta, kursseja ym.?

- Ei. Minkälaista jatkokoulutusta tms. kaipaisit?
 Kyllä.

36. Minkälaisena tulevaisuutesi näyttättyy keramiikka-alan yrittäjänä esim. viiden vuoden päästä?

- Hyvänä. Miksi?
 Samanlaisena kuin tälläkin hetkellä.
 Keramiikka-alan yrittäjän tulevaisuus ei näytä kovin valoisaalta. Miksi?

Keramiikka-alan yrittäjäyys: Arjen iloja ja haasteita matkan varrelta

37. Oletko suunnitellut keramiikka-alan yritystoiminnan lopettamista?

- Ei.
 Kyllä. Miksi?

38. Miten luovien alojen yrittäjiä (esim. keramiikka-ala) tulisi huomioida Suomessa? Esim. taloudellinen tuki, näkyvyyden ja julkisuuden kasvattaminen.

- ▲
▼

□

39. Mitä haluaisit sanoa luovien alojen (esim. keramiikka-alan) yrittäjäyttä harkitseville ja/tai alaa opiskeleville?

- ▲
▼

□

40. Mikäli kyselystä puuttui jokin oleellinen seikka, jonka haluaisit tuoda esille, niin sana on vapaa.

- ▲
▼

□