



MINUSTAKO KÄSITYÖYRITTÄJÄ?

Harrastuksesta liiketoiminnaksi

Anne Istolainen

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2014
Liiketalous
Taloushallinto

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalous
Talouhallinto

ISTOLAINEN, ANNE
Minustako käsityöyrittäjä?
Harrastuksesta liiketoiminnaksi

Opinnäytetyö 50 sivua, joista liitteitä 1 sivu
Huhtikuu 2014

Tämän opinnäytetyön pääasiallinen tarkoitus oli perehtyä yrittäjyyteen ja sen henkiseen puoleen samalla pohtien, onko minulla ne henkilökohtaiset ominaisuudet, joita yrittäjyys vaatii. Työssä tarkastelin yrittäjyyttä yleisellä teorialtasolla, mutta myös käsityöyrittäjän näkökulmasta. Käsityöyrittäjyyteen perehtymisen tärkein tarkoitus oli hahmottaa alan erityispiirteet ja vaatimukset suhteessa muuhun yrittäjyyteen. Saadakseni lisätietoa käsityöyrittäjyyden käytännön näkemyksistä ja kokemuksista haastattelin kahta yrittäjää, ja muutamille lähetin sähköpostikyselyn. Haastateltujen ja kyselyyn vastanneiden nimiä ei luottamuksellisista syistä julkaistu tässä opinnäytetyössä.

Työstä tuli melko henkilökohtainen. Yrittäjyysshaaveiden lisäksi opinnäytetyön taustalla oli korttiaskarteluharrastus, jota tämän työn avulla oli tarkoitus kehittää ja viedä eteenpäin. Osana tätä työtä laadin liiketoimintasuunnitelman, jossa ei työn julkisuuden vuoksi paljastettu kaikkia liiketoimintani yksityiskohtia.

Yrittäjyyden lähtökohtana voi olla hyvinkin erilaiset tilanteet, mutta kaikkea yrittäjyyttä yhdistää rohkeus toteuttaa omaa visiotaan. Liikeidean menestyksekkäs toteuttaminen vaatii rohkeuden lisäksi ennen kaikkea vahvaa markkinointi- ja myyntiosaamista. Ei riitä, että tekee työnsä hyvin, vaan pitää ymmärtää myös lukuja.

Käsityöyrittäjien suurin haaste on markkinoinnin lisäksi oman työnsä hinnoittelu. Tuotteet pitää saada myytyä, mutta tehdyistä työtunneista pitäisi saada myös kohtuullinen korvaus. Monet käsityöyrittäjät luopuvat jälkimmäisestä, eivätkä ota hinnoittelussa mukaan todellisia työn kustannuksia. Tämä on osoitus siitä, että omaa työtä ei arvosteta tarpeeksi, ja saattaa olla yksi syy käsityöyrityksien vaimeaan menestykseen ja kasvuun.

Käsityöyrittäjyydessä korostuu yhteistyön merkitys, ja varsinkin pienelle aloittavalle käsityöliiketoiminnalle verkostoitumisen voidaan jopa sanoa olevan menestyksen edellytys. Verkostoituminen kuulostaa monimutkaiselta, mutta käytännössä se on yhteistyön tekemistä erilaisten tahojen kanssa.

Käsityöala on ehkä yksi haastavimmista liiketoiminta-aloista Suomessa. Tarkempi perehtyminen yrittäjyyteen, oman työn hinnoitteluun ja myyntiin sekä liikesuunnitelman laatiminen laskelmineen ovat kuitenkin auttaneet minua hahmottamaan, olisiko oman yritystoiminnan käynnistäminen järkevää.

Asiasanat: yrittäjyys, käsityöyrittäjyys, markkinointi, verkostoituminen, oman tuotteen hinnoittelu, käsityön tulevaisuus, liiketoimintasuunnitelma

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree programme in Business Administration

ISTOLAINEN, ANNE

Do I Have What It Takes To Become a Craft Entrepreneur?
Turning a Hobby into a Business

Bachelor's thesis 50 pages, appendices 1 page
April 2014

The main focus on this thesis was to study entrepreneurship, what kind of qualifications it requires and whether I have what it takes to become an entrepreneur. The aim was to study entrepreneurship in general but also from the point of view of starting a craft business. The reasons for studying craft entrepreneurship was to explore what special characteristics craft businesses have, and whether there are any specific requirements compared to entrepreneurship in general. In order to find out more about the practical side of being a craft entrepreneur I interviewed two craft entrepreneurs and sent out a few questionnaires by e-mail. The names of the interviewees and the people who replied to the e-mail questionnaire have been kept confidential, by their request.

This thesis is quite personal. The reason for the choice of topic besides the dream of becoming an entrepreneur was my card making hobby. The aim was to make a business plan which may in the future enable me to turn the hobby into a business. As this thesis is public, the business plan does not reveal all the details of the future business.

The starting points for becoming an entrepreneur may vary but what is common to all kinds of entrepreneurs is the courage to make a vision come true. However, succeeding in business takes more than just courage and above all strong marketing and selling skills are necessary. Also understanding numbers and figures is important.

Alongside marketing one of the biggest challenges in being a craft entrepreneur is deciding on pricing. It is important to sell the products but at the same time a reasonable compensation for one's working hours is in order. Many craft entrepreneurs give up on the latter, and when pricing the products the actual cost of the work is not taken into account. This shows a lack of respect towards craft entrepreneurs' own work and might even be one reason why the craft businesses don't succeed and grow.

The importance of cooperation is emphasized in the craft sector. Especially for new and small businesses networking might even be considered a precondition for success. Networking doesn't have to be as complicated as it sounds: cooperation between any two businesses can be seen as networking.

The craft sector might be one the most challenging field of businesses in Finland. Taking a closer look into entrepreneurship, pricing and marketing products and making a business plan including budget statements has helped me to figure out whether launching a business is the rational thing to do.

Key words: entrepreneurship, crafts entrepreneur, marketing, networking, pricing your own work, the future of craft business, business plan

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	KÄSITYÖYRITTÄJIEN HAASTATTELUT	6
3	YRITTÄJYYS ELINKEINONA	8
3.1	Yrittäjälähtöinen ajattelutapa.....	8
3.2	Yksityisyrittäjän roolit	10
3.3	Minustako yrittäjä?	12
3.3.1	Henkilökohtaiset ominaisuudet.....	12
3.3.2	Osaaminen.....	16
3.3.3	Itsensä johtaminen.....	17
4	KÄSITYÖYRITTÄJYYS	19
4.1	Alan erityispiirteet	19
4.2	Verkostoituminen.....	21
4.3	Käsityöyrittäjille suunnatut yrityspalvelut.....	24
4.3.1	Diges Ry.....	24
4.3.2	Taito-yrityspalvelut.....	25
4.4	Oman työn hinnoittelu ja myynti	25
4.5	Käsityön tulevaisuus	28
5	HARRASTUKSESTA LIKETOIMINNAKSI.....	31
5.1	Pöytälaatikkoaskartelija Englannissa.....	31
5.2	Asiakkaina ystävät ja sukulaiset	32
5.3	Yhteistyö Taito Pirkanmaa Oy:n kanssa.....	33
6	LIKETOIMINTASUUNNITELMA	34
6.1	Liikeidea ja yritysmuoto	34
6.2	Tuotteet	35
6.3	Asiakkaat	37
6.4	Kilpailijat	38
6.5	Myyntikanavat ja markkinointi.....	39
6.6	SWOT-analyysi	40
6.7	Laskelmat.....	41
6.7.1	Rahoituslaskelma	41
6.7.2	Kannattavuuslaskelma.....	42
6.7.3	Päätelmät.....	44
7	POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	45
	LÄHTEET.....	47
	LIITTEET	50
	Liite 1. Sähköpostikyselyn ja haastattelujen kysymykset	50

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön pääasiallinen tarkoitus on auttaa realistisesti hahmottamaan, olisiko käsityöalan yrittäjäksi ryhtyminen minulle sopiva ratkaisu. Työssäni käyn läpi yrittäjyyttä elinkeinona yleisellä tasolla, mutta samalla on tarkoitus perehtyä yrittäjyyteen käsityön näkökulmasta ja tutkia, eroaako se muusta yrittäjätoiminnasta.

Yrittäjänä oleminen ei sovellu kaikille eivätkä pelkät haaveet riitä menestymiseen. Yrittäjyys vaatii toimivan liikeidean lisäksi tiettyjä ominaisuuksia, joita haluan tarkastella työssäni samalla miettien, onko minulla riittävät henkiset valmiudet yrittäjänä toimimiseen.

Taustana työlle on oma korttiaskarteluharrastus, joka on pikkuhiljaa kehittynyt liiketoiminnan suuntaan. Tätä pienimuotoista liiketoimintaa on opinnäytetyöni avulla tarkoitus kehittää lisää ja miettiä myös, miten toimintaa kannattaa laajentaa osaamiseni ja erityisesti kannattavuuden pohjalta.

Vaikka työstä on tarkoitus tehdä käytännönläheinen ja omiin tarpeisiini soveltuva, haluan löytää tukevan teoriapohjan, johon voin omia ajatuksiani peilata. Työni teoria perustuu erilaisiin yleispäteviin yrittäjyysoppaisiin ja erityisesti käsityöalan yrittäjille suunnattuun materiaaliin sekä tutkimuksiin ja artikkeleihin. Tutkimusmenetelmänä käytän haastattelua sekä sähköpostitse lähetettävää kyselyä.

Työ jakautuu kahteen osaan. Ensimmäisessä osuudessa esittelen yrittäjyyttä ja käsityöyrittäjyyttä yleisellä teoriatasolla ja peilaan sitä itseeni. Toisessa osuudessa esittelen tarkemmin, miten kaikki on saanut alkunsa ja mihin toimintani tähtää tulevaisuudessa. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on muuttaa harrastustoiminta kokonaan liiketoiminnaksi ja auttaa miettimään sen eri puolia realistisesti. Tavoitteena onkin mahdollisimman toteutuskelpoinen liiketoimintasuunnitelma.

Vaikka työ on henkilökohtainen, toivoisin sen voivan palvella myös muita - ennen kaikkea käsityöyrittäjyydestä kiinnostuneita tahoja.

2 KÄSITYÖYRITTÄJIEN HAASTATTELUT

Saadakseni käytännön lisätietoa käsityöyrittäjyydestä, otin yhteyttä Suomen Käsityöyrittäjät -ryhmän ylläpitoon. Ylläpito laittoi ryhmän suljetulle Facebook-sivulle tiedusteluni, ja tätä kautta minuun otti yhteyttä 7 käsityöyrittäjää, joista loppujen lopuksi kahta haastattelin ja lopuille lähetin sähköpostitse kyselyn (liite 1). Myös käsityöyrittäjänä toimiva tuttavani vastasi kyselyyn, ja näin ollen vastauksia kyselyyn tuli lopulta yhteensä neljä.

Valitsin kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän, koska työni tarkoituksen kannalta oli tärkeämpää saada tuotua esille käsityöyrittäjien erilaisia ajatuksia, näkökulmia ja käytännön kokemuksia, kuin tutkia määrällisesti, miten moni käsityöyrittäjä toimii tai ajattelee tietyllä tavalla. Vaikka haastattelut olivat tutkimusmenetelmänä tärkeämpi, en usko, että työlleni olisi tullut selkeästi lisäarvoa, vaikka olisin haastatellut jokaista minuun yhteyttä ottanutta yrittäjää. Sähköpostikysely toimikin hyvänä lisänä haastatteluiden ohessa.

Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2004) mukaan kielellinen vuorovaikutus tutkittavan kanssa tekee haastattelusta ainutlaatuisen tiedonkeruumenetelmän. Haastattelun yksi parhaita puolia on sen joustavuus: aineistoa voidaan kerätä tilanteen ja haastateltavan mukaan. Haastattelussa voi antaa haastateltavalle mahdollisuuden vapaasti kertoa häntä itseään koskevista asioista niin avoimesti kuin hän haluaa. Näin voidaan saada sellaistaakin tietoa, mitä ei haastattelua suunniteltaessa osattu edes odottaa. Haastattelu antaa myös mahdollisuuden esittää lisäkysymyksiä tai pyytää perusteluja esitetyille väitteille. (2004, 193-194.)

Sue ja Ritter listaavat kirjassaan (2007) sähköpostikyselyn hyviä puolia. Näitä ovat muun muassa sen nopeus ja helppous, lisäksi se on ilmainen. Sähköpostin vastaanottaja saa tutustua ja vastata kyselyyn omalla aikataulullaan. Sähköpostikyselyn huono puoli on esimerkiksi sen tekniset rajoitukset kuten tiedostokoot sekä riski joutua roskapostiin ja näin jäädä vastaanottajalta ehkä kokonaan huomaamatta. Koska tutkijan haltuun jää tutkimuksiin osallistuvien sähköpostiosoitteet ja mahdollisesti myös nimitiedot, ei sähköpostikysely välttämättä takaa vastaajan anonymiteettia. (2007, 11-12.)

Tutkimukseen ilmoittautuneet tekivät näin omasta aloitteestaan, joten he siitä päätellen eivät tarvinneet täydellistä anonymiteettisuoja, vaan olivat valmiita luovuttamaan henkilötietojansa minulle. Samalla poistui myös riski kyselyn joutumisesta roskapostiin. Jos sähköpostikyselyä vertaa haastatteluun, ovat vastaukset mahdollisesti suppeampia: vastaaja vastaa vain siihen mitä häneltä on kyselyssä kysytty, eikä lisäkysymyksiä yleensä esitetä.

Olli Mäkisen (2006) mukaan yksi tutkijan päämetodeista on säilyttää tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden anonymiteetti. Luottamuksellisuus on tutkijan moraalinen sekä lakisääteinen velvollisuus. Tutkittaville tulisi selvittää, ketkä heidän tietojansa pääsee käsittelemään ja kuinka heidän henkilöllisyytensä tullaan salaamaan. (2006, 116-117.) Ilmoitin niin sähköpostikyselyssä kuin haastatteluissakin, että opinnäytetyöni tulee olemaan julkinen. Tähän perustuen pyysin osallistuneita ilmoittamaan erikseen, mikäli he eivät halua heidän nimiänsä julkaistavan. Olen suojellut heidän yksityisyyttään jättämällä nimitietojen lisäksi myös yritysten toimipaikat pois työstäni.

Tutkimukseen osallistuneista käsityöyrittäjistä yksi oli mies, loput naisia. Ikäjakauma oli 39-55 vuotta, ja vastausten lomassa ilmeni, että kaikki olivat perheellisiä. Yrittäjistä lähes kaikki toimivat joko yksityisyrittäjinä ilman palkattuja työntekijöitä tai harjoittivat yritystoimintaa yhdessä puolisonsa kanssa. Yhdellä yrittäjistä oli palkattu työntekijä, joka työskentelee yhden päivän viikossa. Yritystoimintaa tutkimukseen osallistuneet olivat harjoittaneet 5-26 vuotta, ja osalle työ on osa-aikainen, osalle päätoiminen. Joukkoon mahtui yksi, joka ei liikevoittonsa puolesta ole vielä ALV-velvollinen. Yrittäjien muusta työ- ja koulutustaustasta on kerrottu myöhemmin.

Vastaajia oli niin vähän, että mitään yleistyksiä heidän vastaustensa perusteella ei tässä työssä tehdä. Yleistyksiä ei haastattelulla haettukaan, vaan ensisijainen tarkoitus oli saada opinnäytetyöhön käytännönläheinen ja jopa arkipäiväinen näkökulma.

3 YRITTÄJYYS ELINKEINONA

3.1 Yrittäjälähtöinen ajattelutapa

Siedä kritiikkiä. Taistele lyhytnäköistä ajattelua vastaan. Opi olemaan yhden hengen vähemmistönä. Katse eteenpäin. Tee se, minkä tiedät parhaaksi ja tee siinä parhaasi.

Mielestäni tässä Topi Pentikin lausahduksessa kiteytyy kaikki olennainen, mitä yrittäjälähtöinen ajattelutapa pitää sisällään. (Parkkinen 2006, 141.)

Yrittäjäksi synnyttään, joudutaan ja ajaudutaan. Yrittäjäksi syntyneet ovat yrittäjäperheen lapsia, jotka joko jatkavat perheen yritystoimintaa tai muutoin kokevat yrittäjyyden kaikkein luonnollisimpana tai ehkä jopa ainoana elinkeinovaihtoehtona. Yrittäjäksi ajautuneet kulkeutuvat elämäntilanteiden kautta siihen pisteeseen, että huomaavat toimivansa yrittäjinä. Yrittäjäksi joutuneet ovat niitä, jotka työttömyyden ja yhteiskunnan painostuksesta aloittavat yritystoiminnan – ikään kuin paremman puutteessa. (Lehti, E., Rope, T. & Pyykkö, M. 2007, 13.) Tässä työssä on käytetty esimerkkejä vain yrittäjäksi syntyneistä ja ajautuneista.

Lehti, Rope ja Pyykkö väittävät, ettei yrittäjäksi ajautuneilla ja joutuneilla ei ole samanaista äidinmaidon mukana tullutta sisäistä paloa yrittäjyyttä kohtaan (2007,13). Käsi-työyrittäjä Doug Bell myös väittää, että yrittäjyys on sisäänrakennettu ominaisuus ihmisessä. Hänen mielestään ei ole mitään niin tyydyttävää kuin myydä itse tehtyjä tuotteita henkilölle, joka niitä haluaa ostaa ja käyttää. (Starting a craft business: Craft Business Pro).

Pystyn hyvin samaistumaan Lehden, Ropen, ja Pyykön ajatuksiin yrittäjäksi ajautuneista käsityöharrastajista, koska itselleni on käymässä näin. Heidän mielestään harrastuksen myötä kertyy osaamista ja tarjottavaa muille ihmisille, mikä johtaa ensin sivutoimiseen liiketoimintaan ja myöhemmin mahdollisesti päätoimiseen yrittäjyyteen. (2007,18.) Aloitin alun perin korttien myymisen siksi, että tein niitä yli oman tarpeen. Halusin myös jollain tavalla kattaa materiaalikustannukset.

Tutkimukseni avulla selvitin eri käsityöyrittäjien taustaa. Joukossa oli henkilöitä, jotka olivat selvästi ajautuneet yrittäjäksi. He aloittivat yritystoiminnan jäädessään lasten kanssa kotiin tai auttaessaan puolisoa hänen omassa yrittäjätoiminnassaan. Joukossa oli myös yrittäjä, jonka asuintalo oli jo toiminut ikään kuin nähtävyytenä, ja koska paikka itsessään sai näkyvyyttä, oli jo pidempään kyteneestä yrittäjäyshaaveesta tilaisuus tehdä totta ja aloittaa omien tuotteiden myynti kodin yhteydessä. Muita mainittuja yrittäjyyteen ajaneita asioita olivat mm. luova hulluus, rakkaus korujen tekemistä kohtaan ja huono palkkatyö.

Puhelimesta haastatteleman yrittäjän kaupan alan kokemus alkoi jo 12-vuotiaasta. Hän on työskennellyt lähes jokaisella portaalla, opiskellut kauppatieteiden maisteriksi ja myöhemmin toiminut kouluttajana. Hän on yrittäjäperheen kasvatti, jonka isovanhemmat olivat myös käsityöyrittäjiä. Hän kuvailikin syntyneensä yrittäjäksi, ajautuneensa kouluttajaksi ja myöhemmin löytäneensä takaisin yrittäjyyden pariin.

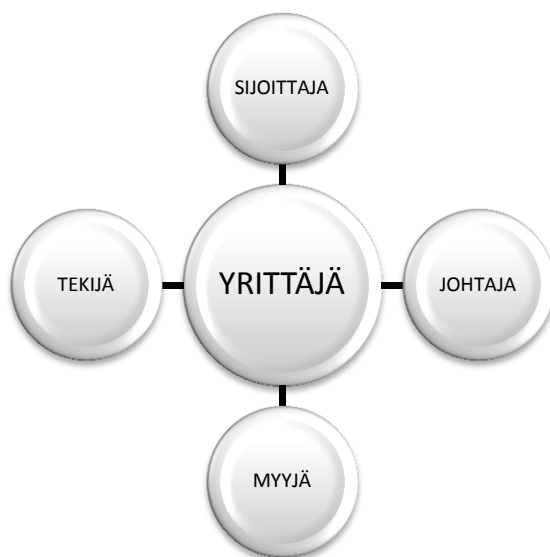
Lehti, Rope & Pyykkö väittävät, että rikastuminen harvemmin on yrittäjäksi ryhtymisen ensimmäinen prioriteetti. Tärkeämpänä pidetään mielekästä työtä ja muita rikastumista jalommalta tuntuvia tarkoitusperiä. (2007, 29.) Rahan ja menestyksen vähäpätöisyys ehkä korostuu käsityöalalla, kun yrittäjä haluaa tehdä sitä, mistä eniten nauttii – jopa köyhyyden uhalla.

Puhelimesta haastatteleman yrittäjä oli kaupan alan vankan kokemuksen ja näkemyksen ansiosta hyvin valveutunut ja ehkä hieman erilainen käsityöyrittäjä. Hän korosti sitä, että rahan merkitystä käsityöyrittäjän arjessa ei saisi unohtaa, mikäli kyseessä on henkilön elanto. Käsityöläiset ovat valitettavan harvoin myös taloushallinnon tai edes kaupan alan ammattilaisia. He tekevät taidokkaita tuotteita ja nauttivat tekemisestään, mutta menevät lukkoon, kun keskustelu siirtyy maksuvalmiuteen, tuloslaskelmaan, verotukseen ja myyntikatteeseen. Anne Äyväri (2006) kutsuu väitöskirjassaan näitä käsityöyrittäjiä elämäntapayrittäjiksi: toiminta on pientä, verkostoituminen vähäistä ja markkinointi vierasta (2006, 33). Toinen haastatteleman yrittäjä totesikin, että käsityöyrittäjäyys on elämäntapa, ei keino rikastua.

3.2 Yksityisyrittäjän roolit

Olipa yrittäjyyden taustalla mitä tahansa, vaatii se aivan toisenlaisen ajatustavan kuin mikään muu toimeentulomalli. Doug Bellin mielestä yrittäjä on lähtökohtaisesti vastuussa kaikesta. Tällöin yrittäjän vastuualueisiin kuuluu markkinointi, strateginen suunnittelu, tuotekehittely, valmistus, asiakaspalvelu sekä tilaukset ja toimitukset. (Craft Business Pro 2013-2014)

Yrittäjän roolit voidaan tiivistää neljään: hän on yhtä aikaa sijoittaja, johtaja, työntekijä ja myyjä. Sijoittajan roolissa yrittäjä ymmärtää sen, että yritystoiminnan on tarkoitus tehdä rahaa. Rahan lisäksi yrittäjä sijoittaa aikaa, vaivaa, työtä ja huolta – on siis ensiarvoisen tärkeää miettiä, miten näitä elementtejä on kannattavaa sijoittaa. Riskinotto-kyky, mutta samalla myös riskinhallintakyky ovat tärkeitä ominaisuuksia sijoittajalle. Pitää osata tehdä budjetti, joka on samaan aikaan realistinen ja haastava, ja numeroita pitää osata seurata ja tulkita. Sijoittajaroolissa yrittäjän on katsottava niin tulevaisuuteen kuin ympärilleenkin. (Pyykkö 2011, 47,49.)



KUVIO 1. Yrittäjän roolit

Pyykön mukaan johtajan roolissa yrittäjä vastaa suunnitellun strategian toteutumisesta. Hän johtaa kaikkia liikkuvia osia yrityksessään ja on niistä vastuussa. (2011, 51.) Yrittäjä ei voi nirsoilla töiden suhteen, ellei hän ole palkannut työntekijöitä, joille delegoida erilaisia tehtäviä. Siivoustyöt ovat yhtä lailla yrittäjän tehtävälliställä ja ne on hoidettava,

vaikka monet muut tehtävät tuntuisivatkin tärkeämmiltä. (Lehti ym. 2007, 23-24.) Tässä opinnäytetyössä ei porauduta ihmisten johtamiseen, koska tarkoitus on keskittyä pienyrittäjän toimintaan.

Myös johtajaroolissa yrittäjän pitää kyetä katsomaan tulevaan. Ei voi keskittyä vain jokapäiväisiin töihin, vaan voimavarojen täytyy riittää myös niihin töihin, joiden parissa tullaan tulevaisuudessa olemaan enemmän. (Pyykkö 2011, 51.)

Yrittäjän rooleista ehkä arkipäiväisin, mutta silti aivan yhtä tärkeä on tekijärooli. Yrittäjän täytyy itse pitää huolta itsestään ja jaksamisestaan, joten työt ja toiminta täytyy suunnitella siten, että voimavarat riittävät kaikkeen. Henkilökohtaisille taipumuksille kannattaa olla uskollinen: toinen saa parhaiten aikaan aamulla, kun taas toinen on enemmän iltaihminen. (Pyykkö 2011, 54.) Luovalla alalla, mikä käsityöalakin on, itsensä kuunteleminen korostuu: inspiraatio voi tulla mihin aikaan päivästä vain. Silti työt kannattaa tehdä sitä mukaa, kun niitä tulee eikä jäädä odottamaan inspiraatiota, etteivät ne kerääny vaikeasti hallittavaksi kasaksi (Pyykkö 2011, 55).

Yksinyrittäjä saattaa jäädä jumiin tekijärooliinsa, koska kaikki mahdollinen tekeminen on yrittäjän itsensä harteilla. Yksinyrittäjä keskittyy päivittäisten tehtävien suorittamiseen niin paljon, että yritys kyllä pysyy hengissä, mutta ei kasva tai kehity. Pyykön mukaan yrittäjän pitäisi säännöllisesti astua tekijän roolista muihinkin rooleihin, vaikka yksinyrittäjällä se onkin vaikeampaa, koska tehtäviä ei voi delegoida muille (2011, 56).

Yrittäjän neljäs rooli on myyjän rooli. Tämä rooli on myös hyvin tärkeä, sillä yritystoimintahan perustuu myyntiin: ilman myyntiä yritystä ei ole olemassa. Vaikka markkinointi olisi ulkoistettu, on yrityksen silti osattava myydä. Verkostoituminenkin on hyvä vaihtoehto ennen kaikkea uudelle yritykselle, mutta myyntiä ei senkään varjolla voi täysin siirtää muille. (Pyykkö 2011, 57.)

Myyntityötä voi tehdä missä vain ja milloin vain. Myyntityö voi olla muutakin kuin intohimoisia myyntipuheita, sillä jokaisella yrittäjän tapaamalla henkilöllä on omat ystävä- ja tuttavaverkostonsa, joihin sana voi levitä. Näin ollen joskus voi riittää, että oman yritystoimintansa ottaa puheeksi. (Pyykkö 2011, 57.) Näistä neljästä roolista kaikkein vaikein minulle on myyjän rooli. Olen kuitenkin saanut huomata epäsuoran myynnin merkityksen monta kertaa. Korttiharrastus ja niiden myynti tulevat puheeksi,

jonka jälkeen minulta kysytään, mihin voi ohjata asiasta kiinnostuneet ystävät ostamaan korttejani.

Facebook-sivullani Miss Anne's Unique Cards 115 tykkääjästä 90 on omia ystäviäni tai tuttaviani. Näin ollen joukossa on 25 minulle vierasta henkilöä, jotka ovat löytäneet korttini. Vaikka jokaisen tuki on tärkeää, täysin vieraiden ihmisten osoittama kiinnostus tuntuu erityisen hyvältä, koska sen tietää perustuvan täysin kortteihini eikä minuun henkilökohtaisesti. Tämä on vielä pienimuotoista, mutta lupaava alku yritystoiminnalle.

3.3 Minustako yrittäjä?

Manne Pyykkö esittää kolme kysymystä, joihin yrittäjyydestä haaveilevan pitäisi vastata:

1. Pystynkö saamaan aikaan jotain merkityksellistä?
2. Kenet saisin ostamaan minulta?
3. Onko se kannattavaa? (2011, 19-20)

Nämä kysymykset ovat liiketoimintasuunnitelma pähkinänkuoressa: liikeidea, asiakkaat ja kannattavuus. Vaikka yrittäjätoiminta perustuu näihin seikkoihin, vaatii onnistunut yrittäjäyys muutakin. Leijonan luola -ohjelmassakin mukana ollut rahoitusyhtiö Hamilton Bradshaw'n omistaja James Caan (2013) kehottaa yrittäjäksi aikovaa kysymään itseltään pari lisäkysymystä: Minkä hinnan olen valmis maksamaan, ja mikä on henkilökohtainen kipukynnykseni (2012, 7).

Seuraavaksi käsittelemme tarkemmin erilaisten henkilökohtaisten ominaisuuksien, itsensä johtamisen taidon ja muun osaamisen osallisuutta yrittäjyyspäätökseen.

3.3.1 Henkilökohtaiset ominaisuudet

Perinteisinä yrittäjän ominaisuuksina pidetään avoimuutta muutokselle, rohkeutta tehdä itsenäisiä päätöksiä nopeasti sekä kunnianhimoa liitettävää päämäärähakuisuutta ja periksi antamattomuutta. Kyseiset ominaisuudet voidaan nähdä niin arvoina, motiiveina kuin henkilökohtaisina ominaisuuksinakin. (Pyykkö 2011, 79.)

Lehti, Rope ja Pyykkö listaavat kirjassaan perinteisten yrittäjäominaisuuksien lisäksi melko perustavaa laatua olevia henkilökohtaisia ominaisuuksia, jotka saattavat olla yrityksen perustamisen vaikuttimina. Näistä ensimmäisenä mainittakoon ikä: nuorelta henkilöltä löytyy rohkeutta ja tuoreita ideoita, vanhemmalta taas iän tuomaa kokemusta ja osaamista (2007, 40.) Mielestäni oikeata hetkeä yrityksen perustamiselle ei voi katsoa kalenterista tai määrittää iän perusteella. Olosuhteiden lisäksi henkilön sisäisen yrittäjän kypsyys määrittelee sen, milloin on oikea aika. Joillekin se voi olla 20-vuotiaana, toisille vasta eläkeiässä.

Seuraavana tarkastelussa on sukupuoli. Naisiin liitetään helposti pehmeys, jonka vuoksi miesten ajatellaan onnistuvan helpommin yrittäjänä. (Lehti ym. 2007, 40.) Sukupuolten eriarvoisuus korostui, kun Finnvera tarjosi naispuolisille yrittäjille erityistä naisyrittäjälainaa. Tämä lainamuoto poistui Finnveran tuotevalikoimasta vuoden 2012 lopussa. Nykypäivän Suomessa tämänkaltainen sukupuolierottelu ei ehkä olekaan hyväksyttävää, vaikka itse voisinkin naisena ottaa vastaan kaiken avun, mitä naisyrittäjille on tarjolla.

Koulutustausta voi myös vaikuttaa päätökseen aloittaa yritystoiminta. Lehti, Rope ja Pyykkö väittävät, että korkeasti koulutetut ryhtyvät yrittäjäksi harvemmin kuin vähemmän koulutetut, vaikka pidempään koulunpenkillä istuneilla olisikin vankempi tietotaito torjumaan ja hallitsemaan yrittäjyyteen liittyviä riskejä. Heidän on kuitenkin helpompi sijoittua työelämässä hyvin palkattuihin ja motivoiviin tehtäviin, vähemmän koulutettu ja taas yrittäjyys vetää puoleensa haasteineen ja mahdollisesti parempana toimeentulona. (Lehti ym. 2007, 40.) Esitetty väite on melko yleistävä, sillä tutkimukseeni osallistuneilta henkilöiltä löytyi monenlaista koulutustaustaa. Joukkoon mahtui tutkintoja merkonomista kauppatieteiden maisteriin ja artesaanista hortonomiin. Monella oli jopa useampia tutkintoja.

Työkokemus kertoo osaamisesta ja se vaikuttaa myös siihen, minkälaisia kontakteja on käytettävissä (Lehti ym. 2007, 40). Tutkimuksestani ilmeni, että monenlaisella työkokemustaustalla voi alkaa harjoittaa mitä tahansa käsityöliiketoimintaa, kunhan vain taito tekemiseen ja kannattava liikeidea löytyy. Työkokemus saattaa Lehden, Ropen ja Pyykkön mielestä joskus jopa muodostua rasiitteeksi, eikä näin ollen ole paras lähtökohta tulokselliselle yritystoiminnalle. Jos liikaa jumiutuu opittuihin tapoihin ja työstä tulee kaavamaista suorittamista, ennakkoluuloton asenne hukkuu ja uudet toimintamallit jää

etsimättä ja kokeilematta. (2007, 40.) Työkokemus saattaa olla rasite, jos on koko ikänsä ollut samalla alalla työssä ja perustaa oman yrityksen toteuttaen opittuja toimintatapoja kyseenalaistamatta niitä. Myös isältä pojalle periytyneessä yritystoiminnassa on varmasti houkutus jatkaa toimintaa sellaisenaan miettimättä, mitä voisi tehdä paremmin.

Minulla ei opittuja toimintamalleja juurikaan ole eikä työkokemuksesta voida sanoa olevan suoranaista hyötyä valitsemalleni alalle, koska toiminta perustuu harrastukseen. Kaikenlainen kokemus työelämästä on mielestäni kuitenkin enemmän voimavara kuin rasite, kun se osataan kanavoida oikein.

Mitä tulee persoonallisuuspiirteisiin, Lehti, Rope ja Pyykkö ovat sitä mieltä, että ulospäin suuntautunut henkilö todennäköisemmin hakeutuu yrittäjäksi ja myös pärjää valitsemallaan polulla. Tätä he selittävät sillä, että yrittäjätoiminta on suurelta osin sosiaalista kanssakäymistä. (2007, 40.)

Suhde työhön, rahaan ja perheeseen sekä näiden seikkojen arvottaminen ja arvostaminen ovat myös perustana sille, miten ihminen toimii. Näin ollen arvoperusta vaikuttaa myös päätökseen toimia yrittäjänä. Asenteet kytkeytyvät arvomaailmaan, vaikeivät olekaan niin syvällä ihmisessä ja ovatkin enemmän opittuja taipumuksia. Asenne eri ammatteja, toimialoja, erikokoisia yrityksiä ja eri tavoin toimivat ihmisiä kohtaan vaikuttaa siihen, minkä alan yrittäjäksi alkaa vai alkaako ollenkaan. (Lehti ym. 2007, 40-41.)

Pyykkö kehottaa kirjassaan kuuntelemaan myös omatuntoa. Jos liikeidean toteuttaminen vaatii kompromissia oikein tekemisen suhteen, kannattaa yrittäjäksi ryhtymistä miettiä uudelleen. Omia arvojaan vastaan toimiminen ei pidemmän päälle kannata hedelmää. Tämän lisäksi Pyykkö toteaa, että menestyäkseen ihmisen yleensä täytyy tehdä jotain sellaista, johon hän uskoo ja jonka hän kokee oikeutetuksi. (2011, 78.)

Lehti, Rope ja Pyykkö teettivät kirjaansa varten tutkimuksen, jossa tutkittiin kyselylomakkeen avulla ns. superyrittäjien ja perusyrittäjien eroavaisuuksia. Superyrittäjällä tutkimuksessa tarkoitetaan erityisen hyvin menestynyttä pitkän linjan yrittäjää ja perusyrittäjällä sellaista yrittäjää, joka on menestynyt kohtalaisesti. Tutkimuksessa mukana oli vain yli 15 vuotta yrittäjänä toimineita, eli toiminnassaan selkeästi epäonnistuneita ei ollut joukossa mukana. (Lehti ym. 2007, 53.)

Henkilökohtaisia ominaisuuksia tarkasteltaessa Lehden, Ropen ja Pyykön tutkimuksessa tuli esille, että superyrittäjät ovat hieman säästäväisempiä, nopeampia, enemmän seuraava hakevia, suurpiirteisempiä, ahkerampia, loogisempia ja lähempänä kehityksen kärkeä. Vastaavasti he suhtautuvat asioihin negatiivisemmin kuin perusyrittäjät, ovat vähemmän kasvuhakuisia ja kaverillisia sekä kuuntelevat muita vähemmän. (2007, 61.)

Nopeus yhdistetään reagointikykyyn ja sitä kautta tuloksentekoon. Superyrittäjä on ajan hermolla ja oikeassa paikassa oikeaan aikaan, jättäen perässä tulevalle perusyrittäjälle vain rippeet. (Lehti ym. 2007, 62.) Sanonta ”aikainen lintu madon nappaa” sopiikin tähän yhteyteen mainiosti.

Onnistunut liiketoiminta on loogista, joten ei liene ihme, että superyrittäjä on perusyrittäjää loogisempi. Sen rinnalla oikeanlainen suurpiirteisyys on hyväksi: täytyy nähdä kokonaisuus eikä jäädä tuijottamaan pelkkiä yksityiskohtia. (Lehti ym. 2007, 62-63.)

Minulle tuli ensin yllätyksenä se, että superyrittäjä suhtautuu asioihin negatiivisemmin kuin perusyrittäjä. Lehti, Rope ja Pyykkö kuitenkin selittävät tätä sillä, että superyrittäjä ei suin päin ryntää hyvältä vaikuttavien tilaisuuksien kimppuun, koska on oppinut terveeseen kyynisyyteen ja varmistaa selustansa paremmin kuin perusyrittäjä (2007, 62).

Superyrittäjä ei Lehden, Ropen ja Pyykön tekemän tutkimuksen mukaan halua kuunnella muita. Hän haluaa päättää itse ja ottaa vastuun omista tekemisistään, hän on oman tiensä kulkija. Tällä selittyy ehkä se, että tutkimuksen mukaan superyrittäjä ei ole kaverillinen hyväntekijä vaan tekee työllään tulosta kaikissa olosuhteissa. Vaikka superyrittäjä ei sotke liiketoimintaa ja kaveri- tai sukulaisuussuhteita keskenään, on hän silti perusyrittäjää seurallisempi ja enemmän ulospäin suuntautunut. (2007, 62-63.)

Vaikka tutkimus osoitti sen, että superyrittäjä suhtautuu perusyrittäjää negatiivisemmin asioihin, on hänellä silti parempi riskinottokyky. Taloudellinen yltiövarovaisuus ei olekaan sama kuin negatiivinen suhtautuminen – täytyy vain osata erottaa tilanteet, joihin kannattaa tarttua. (Lehti ym. 2007, 68.) Se ei pelaa, joka pelkää, ja uhkapelikin on silloin tällöin suotavaa, mutta venäläisestä ruletista on syytä pysyä erossa.

Tutkimus osoitti myös sen, että superyrittäjällä on johtajan itsetunto. Lehden, Ropen ja Pyykön mukaan tämä on tuloksellisuuden perusta. Jos yrittäjä ei koe itseään johtajaksi,

hän ei ehkä näe johtajuutta merkityksellisenä. Superyrittäjän kauppaominaisuudet ovat myös vahvemmat kuin perusyrittäjällä. Johtajuus ja kaupantekotaidot ovatkin ne, mitkä saavat yrityksen menestymään. (Lehti ym. 2007, 65.)

Kauppatieteiden tohtori Mauri Laukkasen (2006) mielestä yrittäjän piirteet tai soveltuvuus yrittäjäksi eivät ole mustavalkoisia joko-tai-asioita, täysin pysyviä tai täysin synnynäisiäkään. Henkilökohtaisien ominaisuuksien lisäksi taustalla vaikuttaa kasvuym-
päristöön ja työkokemukseen liittyvät kokemukset, onnistuminen tai epäonnistuminen yrittäjänä sekä kasvuun ja johtamiseen liittyvät asenteet. Laukkanen väittääkin, että yrittäjämäisesti ajattelevaksi voi oppia, mutta siitä voi myös oppia pois. (2006, 129.)

3.3.2 Osaaminen

Osaaminen on Laukkasen mukaan sitä, että liiketoiminnan tiedot ja taidot ovat yrittäjän hallussa. Yrittäjä ymmärtää, mikä on tärkeää ja mikä ei. Hän myös ymmärtää miten eri asiat toimivat, mitkä ovat niiden riippuvuussuhteet ja miten toivottuun tavoitteeseen päästään. Olemassa olevan osaamisen rinnalla kyky oppia on aivan yhtä tärkeä. Tiedon ja osaamisen jatkuva hankkiminen ja päivittäminen sekä joskus myös poisoppiminen vanhentuneista käsityksistä ovat tärkeitä taitoja yrittäjälle. (2006, 169.)

Liiketoimintaosaamisen kannalta olen pian valmis yrittäjä. Tampereen ammattikorkeakoulu on tarjonnut tukevat eväät matkalle: kirjanpitoa, asiantuntijaviestintää, johtamista ja henkilöstöasioita sekä syventävää Microsoft Officen käytön osaamista. Talousmatematiikassa olen oppinut hinnoittelusta lisää, sisäisen laskentatoimen tunneilla olen tehnyt kustannus- ja kannattavuuslaskelmia, tilinpäätöksen tulkinnan tunneilla harjoitellut tilinpäätöstä ja rahoituksen kurssilla perehtynyt muun muassa euriboriin, osakkeisiin ja velkakirjoihin. Juridiikassa olen oppinut muun muassa yhtiömuotoihin ja irtaimen kauppaan liittyvän lainsäädännön. Kaikki tämä tukee yrittäjyyttä.

Minulla ei ole luovan alan ammatillista koulutusta enkä ole käynyt mitään kursseja. Olen siis täysin itseoppinut. Minulla on silmää kauneudelle ja sille, mitkä asiat sopivat yhteen. Tämä näkyy korttiaskartelun lisäksi myös sisustamisessa ja valokuvaamisessa. Näen asioita ja tilanteita, joita muut eivät välttämättä näe. Ystäväni ihasteli valokuviani

sanoen ” Maailma näyttää ihanalta sinun silmissäsi.” Tällaiset kommentit antavat lisäpotkua haaveelleni yrittäjyydestä.

Saan ideoita käyttämistäni materiaaleista, lehdistä, kirjoista, internetistä, askartelutarvikeliikkeistä, kädentaitomessuilta sekä ystäviltä ja perheeltä. Tekemällä oppii kaikkein eniten: siinä kehittyy sorminäppäryys, luovuus, sommittelukyky ja erilaiset tekniikat. Kuvio- ja paperileikkureiden lisäksi ei käytössäni ole muita koneita apuvälineenä, mutta olisin kiinnostunut opettelemaan uusia tekniikoita.

Lehti, Rope ja Pyykkö ovat sitä mieltä, että yrittäjän pitää hahmottaa ne osa-alueet, jotka eivät ole hänen vahvuuksiaan. Heidän mielestään yrittäjän pitäisi hankkia osaaminen ulkopuolelta sen sijaan, että pyrkisi tekemään kaiken itse. Ajatuksen taustalla on menestyneiden yritysjohtajien tavoite palkata itseään taitavampia alaisia. (2007, 152.) Mielestäni riippuu hyvin pitkälti yritystoiminnasta ja ennen kaikkea yrityksen koosta, milloin yritykseen kannattaa palkata työntekijöitä tai milloin toimintoja kannattaa ulkoistaa. Minun tapauksessani kaikki työ kirjanpitoa myöten olisi hyvä hoitaa itse, koska toiminta on niin pienimuotoista ja perustaidot ovat kuitenkin olemassa, niitä täytyy vain kehittää harjoittelemalla.

Tutkimuksessani ilmeni, että monet yrittäjät ovat halunneet ulkoistaa kirjanpidon. Eräs yrittäjä kiteytti monen muun kyselyyn vastanneen ajatukset ja oli varsin samalla linjalla kuin Lehti, Rope ja Pyykkö: ”Ihan kaikkea ei kannata tehdä itse, varsinkaan jos se vaatii sellaista erityisosaamista, mitä itsellä ei ole.” Joukkoon mahtui kuitenkin kaksi yrittäjää, jotka hoitavat yrityksensä asiat kirjanpitoa myöten aivan itse.

3.3.3 Itsensä johtaminen

Yksinyrittäjällä ei ole alaisia johdettavanaan, mutta yrittäjän täytyy osata johtaa itseään. Pentti Sydänmaalakka väittää kirjassaan Älykäs itsensä johtaminen, että kaiken johtamisen perustana on itsensä johtaminen. Vasta kun oppii johtamaan itseään, voi oppia johtamaan muita. (2006, 5.) Itsensä johtamisen taidon tärkeys korostuu yritystoiminnassa, sillä yrittäjän täytyy oppia johtamaan itseään kaikissa niissä neljässä roolissa, jotka hänellä on.

Itsensä johtamisen perustana on itseensä tutustuminen. Se ei ole narsistista oman egon rakentamista, vaan pitkäjänteisyyttä vaativaa konkreettista toimintaa. Sen oppii oma-kohtaisella harjoittelulla, ei pelkästään kirjoja lukemalla tai kursseja käymällä. Lähtökohdaksi tulee hahmottaa omat visiot ja toiminta-ajatukset: tätä kutsutaan tavoitekartaksi. Kun tavoitekartta on valmis, tehdään osaamiskartta arvioimalla itsensä johtamisen osaamisalueita. Usein ihminen tietää, miten hänen tulisi toimia, mutta ongelmana onkin itsekuuri ja tahtominen. (Sydänmaalakka 2006, 15-17.)

Tutustuin Pentik Oy:n taustahahmon Anu Pentikin elämään Marja-Leena Parkkisen kirjoittaman elämäkerran Saven sytyttämä (2006) muodossa. Tarina pienestä savessa pyörineestä pikkutyöstä menestyneeksi yrittäjänaiseksi inspiroi minua valtavan paljon.

Anun tavoin olen luova ihminen. Nautin käsillä tekemisestä, ja Anun elämäntarinaa lukiessani tunsin sitä samaa paloa rinnassa, mitä Anukin tunsi. Hän vain paljon määrätietoisemmin meni unelmaansa kohti, minä toistaiseksi vielä askartelen enimmäkseen pöytälaatikkoon.

Samaistun Anuun myös perfektionismin osalta: se on minulle hyvin luonteenomaista. Tiedän, millaista on elää itselleen asettamiensa paineiden alla. Paineet voivat olla hyvinkin tiedostamattomia, syvään iskostuneita, jo aikoja sitten asetettuja. Saatan sanoa meneväni sieltä, mistä aita on matalin, mutta todellisuudessa teen parhaani ja enemmänkin, kun kyseessä on minulle merkityksellinen asia tai kokonaisuus. Perfektionismia on opittava hallitsemaan, mikäli haaveilee yrittäjyydestä. Koska yrittäjyyteen liittyy niin paljon muita epävarmuus- ja stressitekijöitä, ei omaa hautaansa kannata alkaa kaivaa ylimääräisillä kohtuuttomilla odotuksilla.

4 KÄSITYÖYRITTÄJYYS

4.1 Alan erityispiirteet

Käsityönohjaaja, kasvatustieteen tohtori ja dosentti Seija Kojonkoski-Rännäli on kuvaillut käsityötä seuraavasti:

Käsityö on kokonaisvaltaista inhimillistä aktiivisuutta, tuottavaa tekemistä, jossa tarvitaan luovuutta, tietoja, ajattelemisen taitoja päätöksentekotaitoa, riskinottoa ja vastuullista harkintaa sekä esteettisiä valmiuksia, ja kaikkien näiden lisäksi olennaisena vielä aivojen, lihasten ja aistien yhteistyötä, eli pitkälle harjaantunutta käden motoriikkaa ja silmän ja käden koordinaatiokykyä (Kojonkoski-Rännäli 1995,79, Äyväri 2006, 19 mukaan).

Käsityöalaa kuuluu mm. entisöinti, keramiikka-ala, kirjansidonta, kiviala, jalometalliala, kelloala, lasiala, maalausala, mallinrakennus, metalliala, nahka- ja turkisala, näyttelyala, puuala, rakennusala, saamenkäsityöala, soitinrakennus, tekstiiliala, vaatetusala, veneenrakennus ja ympäristöala. (Ammattinetti 2014.)

Yksilöllisyys on kaikkein ominaisin piirre kaikelle käsityölle. Luonnollisesti myös käsitaidot sekä korkeatasoinen suunnittelu ja valmistus korostuvat käsityöammateissa. Lisäksi alalle ominaista on pientuotanto. Yleensä pienyrittäjänä tai itsenäisenä ammatinharjoittajana toimiva käsityöläinen itse hoitaa niin suunnittelun, valmistamisen kuin markkinoinninkin. (Ammattinetti 2014.)

Käytännön kokemus, taiteellinen lahjakkuus ja luovuus ovat tärkeitä ominaisuuksia menestyväälle käsityöläiselle. Näiden lisäksi omatoimisuus, aloitteellisuus ja vastuullisuus ovat peräänkuulutettuja piirteitä. Erilaisten materiaalien, työtapojen ja -koneiden hallinta sekä suomalaisen kulttuuriperinnön vaalinta kuuluvat myös kiinteästi käsityöalaaan. (Ammattinetti 2014.)

Uusimmasta Taito Groupin vuosittain tehtävästä käsityö- ja muotoilualan selvityksessä ilmenee, että aikaisempien vuosien tutkimusten perusteella käsityöalan arvellaan työllistävän 10 000-20 000 henkilöä. Vaihteluväli on suuri, koska määrä riippuu siitä, miten asiaa tarkastellaan. (Luutonen 2013, 4.)

Kuluttajatutkimuksen mukaan käsityön kokemiseen liittyy samoja piirteitä kuin taiteen kokemiseen, mutta käsityön ei haluta olevan niin taiteellista, että sitä on vaikea ymmärtää. Käsityön koetaan rikastuttavan ja piristävän arkea sekä auttavan nousemaan arjen yläpuolelle. Käsityö nähdään myös hyvänä vastapainona teollistuvalla yhteiskunnalla. Tutkimuksen mukaan kuluttaja arvostaa käsityössä myös yksilöllisyyttä ja inhimillistä, elämänmakuista rosoisuutta, vaikka tietynlainen sarjatuotanto ja koneiden apuna käyttäminen koetaankin hyväksyttävänä. (Kälviäinen & Junnila-Savolainen 2005, 36-37.)

Yrityskehittäjä Kari Sivula toteaa artikkelissaan (2006), että käsityöalalla on vielä paljon oppimista, mitä tulee asiakassuhteisiin. Käsityöyrittäjillä on taiteilijan tavoin taipumus heittäytyä luovuuden vietäväksi miettimättä sitä, mitä asiakas haluaa. Heillä on jo kohtalainen toimeentulo sekä uskollinen asiakaskunta, jonka laajentamista he eivät näe tarpeellisena. Sivulan mielestä ei ole tarkoituksenmukaista pakottaa näitä yrityksiä laajentumaan, mutta koska erilaisuudet täydentävät ja tukevat toisiaan, Sivula ehdottaa eri tavoin erikoistuneille yrittäjille yhteistyön tekemistä. Tärkeintä tällaisissa osaamiskeskitymissä on osapuolten kunnioitus toisiaan kohtaan. (2006, 33.) Verkostoitumisesta ja sen tuomista mahdollisuuksista kerrotaan lisää myöhemmin.

Kun kysyin käsityöyrittäjiltä, minkälaisia ominaisuuksia käsityöyrittäjältä vaaditaan, sain yrittäjiltä melko perusteellisia vastauksia:

Tietoa, taitoa, markkinointia, vaatii todella paljon työtä, että saat itsesi näkyviin ja kuuluviin, mitään et saa ilmaiseksi, työtä se vaatii, mutta periksi ei saa antaa, kyllä se kiitos sieltä vielä palkitaan.

Taito tehdä omat tuotteet ja suunnitella omannäköistä designia tuli myös esille, kun käsityöyrittäjän ominaisuuksia pohdittiin. Kaiken luovuuden ja käsillä tekemisen lisäksi myös kaupan alan osaaminen, lukujen ymmärtäminen sekä hinnoittelu-, markkinointi- ja brändäystaidot olisivat tärkeitä ominaisuuksia käsityöyrittäjälle.

Laadukasta jälkeä, uskallusta, kärsivällisyyttä, lujaa uskoa tuotteeseensa ja osaamiseensa, kovaa työtä, jääräpäisyyttä ja huumorintajua. Näiden ohessa yhtenä tärkeimpänä, ellei jopa kaikkein tärkeimpänä asiana näen kuitenkin markkinointitaidon. Mikäli sitä kykyä ei löydy itseltä, kannattaa etsiä taho, joka voi auttaa siinä osuudessa.

4.2 Verkostoituminen

Leena Vartiaisen mukaan verkostoituminen alkaa jo käsityöharrastajien piireistä ja se ilmenee esimerkiksi erilaisina internetissä toimivina keskustelupalstoina. Vartiaisen tekemä tutkimus osoittaa, että käsityöharrastajat haluavat kehittää tietojaan ja taitojaan ja olla myös vertaistukena toisilleen. Käsitöitä pidempään harrastaneet eivät halua pantata tietoa itsellään vaan jakavat oppimaansa tekstien ja kuvien avulla. (2010, 119.)

Suomen kokoisessa maassa verkostoituminen on lähestulkoon välttämätöntä aloittelevalle käsityöyrittäjälle. Sivula väittää verkostoitumisen olevan jopa elämän ja kuoleman kysymys käsityöyrittäjän kohdalla. Hän haluaa silti korostaa, että verkostoituminen käsittää kaikenlaisen yhteistyön erilaisine kumppanuussuhteineen. Sen ei siis tarvitse olla niin juhlallisen kankeaa, kuin miltä se kuulostaa. (2006, 28.) Haastattelemani käsityöyrittäjä myös totesi yhteistyön olevan hyvin tärkeää, eikä sitä ilman tule toimeen. Hänen kohdallaan yhteistyö ilmeni muun muassa työtilojen, voimavarojen, tiedottamisen ja asiakkaidenkin jakamisena sekä jopa kierrätyksenä.

Sivulan mukaan verkostoitumista vältetään, koska halutaan välttää riippuvuussuhteiden syntymistä – senkin uhalla, että yritystoiminnan tulos jää pieneksi. Kuten aikaisemmin todettu, yrittäjät ovat usein myös niin itsenäisiä, että haluavat tehdä kaiken mieluummin yksin kuin yhteistyössä toisten kanssa. Joskus jopa ajatellaan, että käsityötuotteen aitoudesta joutuu tinkimään, ellei sitä tee kokonaan itse. (2006, 28-29.)

Verkostoitumisessa on toinenkin puoli. Se voi avata aivan erilaiset markkinat ja viedä itsenäisenkin yrittäjän kohti kannattavampaa liiketoimintaa. Verkostoituminen ei suoraan tarkoita sitä, että yritys kasvaa – tosin kasvumahdollisuudet ovat paremmat verkostoituneella yrittäjällä. Jos yrittäjä haluaa pitää toimintansa pienimuotoisena, hän voi itse säädellä verkostonsa kokoa. (Sivula 2006, 29.)

Sivula jakaa verkostoitumisen kahteen malliin: vertikaaliseen ja horisontaaliseen. Vertikaalinen verkostoituminen tarkoittaa valmistamisen sekä tuotanto- ja palveluprosessien yhdistämistä. Tässä mallissa joku tuottaa ja jalostaa raaka-aineen, joku tekee erilaisia aihioita ja joku valmistaa itse tuotteen. Horisontaalisessa verkostoitumisessa yhdistetään saman prosessin eri tekijöitä. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi samantyyppisten tuotteiden eri valmistajat alkavat tehdä yhteistyötä. Myös kokonaan uuden elämyskon-

septin tuottaminen yhdistämällä esimerkiksi käsityöyritysten, matkailuyritysten ja rahoittajien voimat, on horisontaalista verkostoitumista. (Sivula 2006, 29.)

Tutkimukseen osallistuneista osa tekee yhteistyötä toisten käsityöyrittäjien kanssa. Eräs yrittäjä esimerkiksi myy kivijalkamyymälässään muutamien muiden käsityöyrittäjien tuotteita. Toinen kertoi jakavansa messupaikat ja järjestävänsä myyntitapahtumia vastaanlaista käsityötä tekevien yrittäjien kanssa sekä kehittävänsä oman yrityksensä markkinointia ammattilaisen kanssa. Myös Suomen Käsityöyrittäjät-ryhmän kanssa tehdään yhteistyötä.

Caan on sitä mieltä, että jos omat tuotteensa antaa toiselle myyntiin, yhteistyötä kannattaa tehdä vain sellaisten tahojen kanssa, jotka ovat aidosti innostuneita tuotteesta tai palvelusta. Jos ensimmäisen keskustelun aikana keskustelu keskittyy tehtävään sopimukseen tai saatavaan tuottoon, kannattaa tuotteensa viedä muualle. Yritystoiminnan alussa yhteistyöltä kaivataan enemmän intohimoista suhtautumista kuin mitään muuta. (2006, 119-120.)

Yhteistyön tarve korostuu, kun pieni yritys joutuu miettimään, miten sen voimavarat riittävät nykypäivän markkinoilla: riittävätkö kilpailu- ja toimituskyky? Osaamisen kehittäminen, asiakkuushallintaan liittyvät seikat tuote- ja palvelukehityksineen sekä tieto- ja viestintätekniikan tehokas hyödyntäminen ovat myös kysymyksiä, joihin vastaaminen saattaa pieneltä yritykseltä edellyttää verkostoitumista. Kaiken verkostoitumisesta saatavan hyödyn ja opin ytimessä on silti asiakas ja se, miten asiakkaan tarpeet voisi oppia tuntemaan ja täyttämään paremmin. (Sivula 2006, 30.)

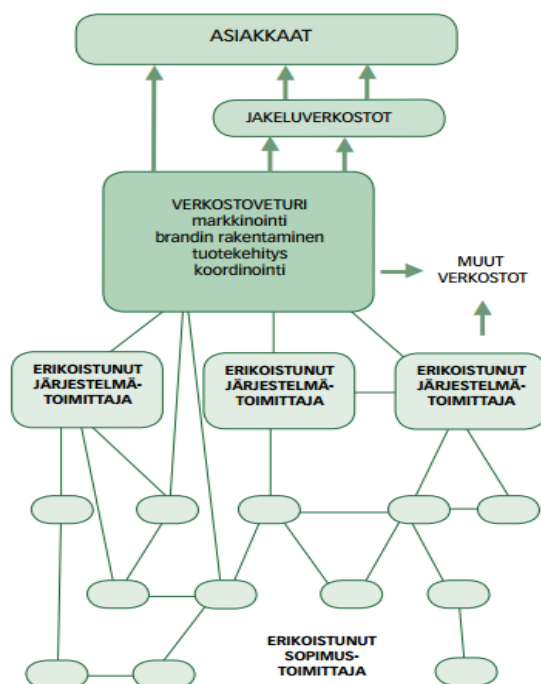
Toimiakseen tehokkaasti ja aidosti asiakaslähtöisesti yhteistyöverkosto tarvitsee johtajan. Sivula nimittää artikkelissaan tätä päätoimijaa veturiksi, jonka tehtäviä ovat asiakassuhteiden luominen ja ylläpitäminen, osaamisen kehittäminen sekä imagon ja brandin kehittäminen ja ylläpitäminen. Veturin rooli voidaan jakaa myös useille eri toimijoille, riippuen verkostosta. Esimerkkinä monipuolisesta veturista mainittakoon Taito Group ja siihen kuuluvat Taito Shopit, Taito-brandi ja Suomen Taitoverkko. (Sivula 2006, 30-31.)

Astubutiikkiin.fi -palvelun alullepanija ja idean äiti, pienyrittäjä Mari Moilanen ei itse ole käsityöyrittäjä, mutta hän on koonnut yhteen pieniä suomalaisia käsityöyrityksiä ja

hoitaa veturin tavoin markkinoinnin heidän puolestaan. Idea sai alkunsa, kun Moilanen halusi ostaa kotiinsa ja lapselleen kotimaisia ja vastuullisesti valmistettuja eikä ulkomailla lapsityövoimalla valmistettuja tuotteita. Hän yritti etsiä internetin avulla erilaisia suomalaisia käsityöyrityksiä, mutta huomasi, että Google-hakutuloksissa esiintyi enimmäkseen suuria ja tunnettuja yrityksiä. (Muukkonen 2013,19.)

Astubutiikkiin.fi ei ole verkkokauppa, vaan se toimii käsityöyritysten verkkokauppojen markkinointiportaalina. Palveluun pääsyn edellytyksenä on Suomessa suunnitellut ja valmistetut tuotteet, ja palvelusta löytyykin lähes sata erilaista käsityöyritystä, joiden tuotteita ovat mm. vaatteet, asusteet ja kodintavarat. Moilanen ei peri myynnistä proviisiota, mutta palvelu maksaa noin 75 €/kk. Vastineeksi rahalle Moilanen lupaa parempaa näkyvyyttä Facebookissa ja Googlen hakutuloksissa. (Muukkonen 2013,19.) Astubutiikkiin.fi -palvelu sopiikin siis parhaiten yritykselle, joka haluaa keskittyä verkkokauppaan.

Veturilla voi olla myös niin sanottuja alivetureita, joiden roolina on koota tietynlainen osaaminen yhdeksi kokonaisuudeksi. Pirkanmaan Kotityö Oy on hyvä esimerkki aliveturista: se on keskittynyt tuottamaan erilaisia materiaaleja käsityön valmistajien tarpeisiin. (Sivula 2006, 32.)



KUVIO 2. Kilpailukykyinen, strateginen verkosto (Sivula K. 2006)

Sivulan mukaan käsityöalalla on runsaasti erilaisia horisontaalisia verkostoja, jotka saattavat yhteen yksinäisiä pieniä yrittäjiä (2006, 32). Horisontaalista verkostoitumista tapahtuu esimerkiksi Puoti Bodenissa. Vaasassa toimiva Puoti Boden on kauppa, jossa n.20 Vaasan seudun kädentaitajaa myy omia tuotteitaan. Puodin jäseneksi toivotetaan tervetulleeksi kaikki persoonallisia tuotteita myyvät kädentaitajat. Jäsenyyden ehtona omien persoonallisten tuotteiden lisäksi on kuukausimaksun maksaminen sekä työelvoite. (Puoti Boden.)

4.3 Käsityöyrittäjille suunnatut yrityspalvelut

TE-palveluiden ja Yrittäjä-Suomen lisäksi käsityöalan yrittäjäksi aikovalle on tarjolla erilaisia palveluita, joita hyödyntämällä yritystoiminta saattaa käynnistyä tehokkaammin. Nämä palvelut keskittyvät nimenomaan luovien alojen kuten käsityöalan yrittäjien tukemiseen niin yrityksen perustamisvaiheessa kuin liiketoiminnan kehittämisessäkin.

Tutkimuksestani kävi ilmi, ettei yrityspalveluita juuri käytetä. Ne nähdään vaikeasti löydettävänä, vaikeasti haettavana ja liian kalliina palveluina. Osa yrittäjistä ei ollut käyttäneet palveluita, koska eivät olleet nähneet sille mitään tarvetta.

Seuraavana on tarkastelussa kaksi erilaista palveluntarjoajaa.

4.3.1 Diges Ry

Diges Ry on vuonna 2003 perustettu valtakunnallinen yhdistys, jonka tarkoituksena on edistää ja kehittää luovien alojen pk-yritysten toimintaa. Diges Ry muun muassa auttaa uusia yrityksiä alkuun sekä edistää tuotekehitystä. (Diges Ry.)

Diges Ry:n palveluihin kuuluvat sparraus, erilaiset koulutukset ja seminaarit, T&K-jalostus sekä erilaiset neuvonanto-, asiantuntija- ja selvityspalvelut. Koulutuksen aiheina ovat mm. Luovien alojen yrittäjäys ja yrittäjänä toimiminen, Luovan alan yrityksen liiketoimintasuunnitelma, Yrityksen perustaminen ja yritysmuodot, Hinnoittelu ja budjetointi sekä Myynti ja markkinointi. Lista on melko vaikuttava, ja näillä aiheilla varustettuihin koulutuksiin tai seminaariin olisin itsekkin kiinnostunut osallistumaan, sillä

yleispätevistä otsikoista huolimatta koulutukset on suunniteltu nimenomaan luovan alan yrittäjille tai yrittäjäksi aikoville. (Diges Ry.)

4.3.2 Taito-yrittyspalvelut

Taito Group on valtakunnallinen palvelu- ja asiantuntijajärjestö, joka koostuu Taitoliitosta ja alueellisista taitoyhdistyksistä. Taitoyhdistysten tuottamia monipuolisia palveluja hyödyntävät niin käsityön harrastajat kuin ammattilaisetkin. (Taito Group: Tietoa järjestöstä.)

Taito Group tarjoaa käsityöyrittäjille ja sellaiseksi aikoville erilaisia räätälöityjä palvelupaketteja. Paketteja on 9 erilaista, ja ne ovat suunniteltu erilaisiin tarpeisiin. (Taito Group: Taito-yrittyspalvelut.)

Taito-startti on käsityöyrittäjyyttä suunnittelevalle henkilölle suunniteltu paketti, jossa konsultin avulla tarkastellaan ja kehitetään liikeideaa tai tuotetta ja sen kannattavuutta. Apua saa myös markkinoinnin, yrityskuvan ja asiakasryhmäajattelun kehittämiseen. 2-3 tuntia kestävä konsultaatio maksaa 85 €. Hinta ei sisällä arvonlisäveroa (24 %). (Taito Group: Taito-startti.)

Edellä mainitun paketin lisäksi minun tarpeisiini sopiva paketti voisi olla myös Taitotuote-arvio. Nimensä mukaisesti paketti sisältää asiantuntijoiden arvion oman tuotteen sisällöstä ja ulkoisista ominaisuuksista. Yrittäjä saa vahvistuksen tuotteen myyntikelpoisuudesta sekä kirjallisen raportin, jonka voi laittaa liitteeksi starttirahahakemukseen. Myös tämän palvelun hinta on 85€ (+ alv. 24%) (Taito Group: Taito-tuote-arvio).

4.4 Oman työn hinnoittelu ja myynti

Olen Doug Bellin kanssa samaa mieltä siitä, että oman tuotteen hinnoittelu on yksi vaikeimmista asioista, mitä käsityöyrittäjän on tehtävä. Bell kehottaa käyttämään yleisesti käytössä olevaa hinnoittelukaavaa: materiaalit + sekalaiset kulut + työ = tuotteen hinta. (Craft Business Pro. The Benefits of Selling crafts, 2013-2014.)

Lehti, Rope & Pyykkö eivät myöskään osaa antaa suoranaista vastausta siihen, mikä on oikea korvaus mistäkin työstä. Heidän mielestään tuntipalkan pitäisi olla vähintään samansuuruinen kuin mitä se olisi vastaavassa palkkatyössä. Palkan lisäksi pitäisi olla varaa pitää lomaa, sillä yrittäjäkin on vain ihminen ja tarvitsee lepoa. Myös kaikki erilaiset kiinteät kustannukset tulee ottaa huomioon. (2007, 36-37.) Yrittäjälleen rahaa virtaa vain hänen tekemästään työstä, ja tästä rahasta hän maksaa kaikki yrittäjätoimintansa kulut. Yrityksen tuottoa on vasta se summa, mikä jää jäljelle kaikkien kustannusten jälkeen.

Vaikka yritystoiminnan voisi aloittaa esimerkiksi lopputilin turvin, eikä alkuun olisi tarvetta maksaa itselleen palkkaa, tulee tuotteiden hinnoittelussa huomioida myös tulevaisuuden palkkatarve. Palkanmaksun suhteen itseään pitäisi kohdella samalla tavalla kuin ketä tahansa työntekijää. Sitä paitsi yrityksen tuloksen kasvattaminen omien palkkojen kustannuksella on keinotekoista (Caan 2013, 95-96.)

Eräs sähköpostikyselyyn vastanneista yrittäjistä pohti hinnoittelua ja sen vaikeutta:

Toisaalta käsityötä arvostetaan mutta samanaikaisesti ei tajuta työmäärää ja aikaa mitä tuote usein vaatii. Tuotteiden hintaa pidetään korkeana kun on totuttu vertaamaan hintaa halpatuotantomaista tuotujen "tusinat tuotteiden" hintoihin. Suomi on hankala maa pienille käsityöyrittäjille kun tuotanto ja raaka-aineet on kalliita ja väestö pieni jolloin myös potentiaalinen asiakaskunta on vähäinen.

Haastatteleman kauppatieteiden maisteri -taustainen yrittäjä oli huolissaan nimenomaan suomalaisten käsityöyrittäjien hinnoittelutaidoista – tai ennen kaikkea niiden puutteesta. Hänen mielestään yrittäjän pitäisi katsoa kellosta, kuinka paljon jonkun työn tekemiseen menee aikaa. Tähän aikaan tulisi sisällyttää kaikki yrittäjän pitämät tauot. Sitten tulisi miettiä, minkälaisen tuntipalkan itselleen haluaa. Tuotteen hinnoittelun mukaan pitää ottaa myös materiaalikustannukset, mahdolliset tilavuokrat, vakuutusmaksut, verot ja muut yritystoiminnan kulut.

Harvempi käsityöyrittäjä haluaa laskea itselleen kohtuullista tuntipalkkaa, koska tällöin käsityön hinta nousee heidän mielestään liikaa ja menekin pelätään hiipuvan. Jos näin on, yrittäjän pitäisi ehkä tarkastella yritystoimintaansa tarkemmin ja alkaa joko toimia

kustannustehokkaammin tuotteensa parissa, tehdä muutoksia tuotevalikoimaan tai tehostaa markkinointia.

Hinta korteilleni tällä hetkellä myyntipaikasta riippuen 3,5-5 euroa. Se kattaa hyvin materiaalit, mutta harvemmin tuottaa hyvää tuntipalkkaa. Hintaa täytyisi miettiä uudestaan, mikäli alkaisin valmistaa ja myydä korttejani päätoimisesti. Hinnoittelussani korostuu myös itsearvostuksen puute: mielestäni korttini ovat kauniita ja erittäin onnistuneita, mutta en uskalla laittaa niille taitojeni ja niihin käytetyn ajan mukaista hintaa.

Apua oman työn hinnoitteluun tarjoaa esimerkiksi Taito Groupin paketti Taito-hinnoittelu. Konsultointi tähtää siihen, että yrittäjä osaa hinnoitella tuotteensa yllämainitun kaavan mukaisesti ja että riittävä katetarve varmistuu. Pakettiin kuuluu myös erillinen hinnoitteluohjelma. Palvelun hinta on 160 € + ALV 24 %, joten harrastustoimintaan verrattavan liiketoiminnan yhteydessä en ehkä suosittelisi tätä palvelua. (Taito Group: Taito-hinnoittelu.)

Käsityöyrittäjät myyvät tuotteitaan omissa liikkeissään, käsityökeskuksissa, verkkokaupoissa, messuilla, tapahtumissa, toreilla ja kirpputoreilla. Käsitöitä voi löytää yllättävistäkin paikoista: Oriveden ABC:lla on ollut myynnissä mm. käsintehtyjä kortteja. Tutkimukseni perusteella monen yrittäjän tehokkain myynti tapahtuu messuilla: yksi vastaajista sanoi, että heidän myyntinsä tapahtuu ainoastaan messujen yhteydessä.

Messujen merkitys ei rajoitu myyntiin. Markkinoinnin näkökulmasta messut ovat erittäin tärkeä tapahtuma, joten yrittäjän pitäisi tuotemyynnin lisäksi tehdä tunnetuksi yritystään sekä ohjata asiakkaat tulemaan luoksensa myös messujen jälkeen. Puhelimessa haastattelemani yrittäjä oli maksanut kahdesta messupäivästä ja kuuden neliömetrin messupaikasta 750€ sekä sähkömaksun 84,32 € (sis. ALV). Jos messujen kaltaisesta markkinoinnista on valmis maksamaan useita satoja euroja, on varsinkin pienen käsityöyrittäjän otettava sijoittamastaan summasta kaikki mahdollinen irti. Messupäivien myynti ei välttämättä riitä kattamaan paikkamaksua, se täytyy siis saada asiakkailta messujen jälkeen.

Se, että asiakas ei osta messuilta, ei tarkoita sitä, ettei hän olisi potentiaalinen asiakas. Osa messuasiakkaista on liikkeellä niin pienen budjetin kanssa, etteivät voi ostaa mes-

suilta kaikkea haluamaansa. Tällöin verkkokaupan, kivijalkamyymälän tai muun messujen ulkopuolisen myynnin merkitys korostuu.

Vaikka yrittäjä osaisi hinnoitella tuotteensa ja arvottaa työnsä, hänen pitää saada se myös myytyä. Tutkimuksessani tuli esille seikkoja siitä, että käsityöyrittäjien myynti ja markkinointitaidot ovat puutteellisia.

Käsityöalalla samoin kuin muillakin aloilla pärjää se joka osaa markkinoida vakuuttavasti. Ei ole ollenkaan harvinaista että näkee heikompi-laatuisten ja jollain tavoin ”huonompien” tuotteiden myyvän hyvin kun jokin laadukas upea tuote, ja yritys tyrehtyy ennen kuin on päässyt alkua pidemmälle. Se, kuka ja miten tuotteen myy, miten se on esillä ja millainen myyntipakkaus on, merkitsee enemmän kuin alkuun osaisi ajatella. Lisäksi on hyvä, jos kykenee suuntaamaan markkinointinsa myös Suomen ulkopuolelle, tuotteesta riippuen.

Caan toteaa kirjassaan ehkä jopa hieman kylmästi, että vaikka yrittäjällä olisi paras mahdollinen liikeidea ja kaikki ulkoiset edellytykset menestyä, liiketoiminta tulee epäonnistumaan, jos markkinointi ei suju. Tällöin kannattaa etsiä käsiinsä sen alan taitaja, koska sillä voi olla valtavan suuri vaikutus yrityksen menestymiseen. (2006,120, 146.)

4.5 Käsityön tulevaisuus

Tutkimuksessani tuli esille mielenkiintoisia näkökulmia käsityön tulevaisuudesta. Kun mielipiteet tulevat käsityöalan yrittäjiltä, eikä niin sanotusti ulkopuolisilta tahoilta, tuntuvat ne todellisemmilta. Ne perustuvat kokemukseen ja kukapa käsityön tulevaisuutta voisi todenmukaisimmin arvioida kuin käsityöyrittäjät itse – he kun pääsevät tarkastelemaan aihetta näköalapaikoilta.

Vastauksissa oli isoja eroja. Eräs yrittäjä totesi käsityön tulevaisuudesta, että ”Kyllä asiakkaat arvostavat käsityötä ja sitä uniikkia ja ovat valmiit siitä maksamaankin. Näen sen hyvin voimakkaana, kannustava täällä Suomessa.” Toinen taas koki, että luovien alojen mukana käsityöalakin tulee kuolemaan, mikäli päättäjien linja pysyy samanlaisena. Tässä kyseinen yrittäjä viittasi esimerkiksi ALV:n jatkuvaan korottamiseen.

Puhelimesta haastattelemani yrittäjä oli sitä mieltä, että käsityöalan voidaan ennustaa jopa kasvavan. Hänen näkemyksensä mukaan nuoret ovat keskimäärin kiinnostuneem-

pia yrittäjyydestä kuin edellinen sukupolvi ja heillä on tämän lisäksi parempi koulutus ja valmiudet liiketoiminnan harjoittamiseen. Ammattiopintojen ohella oppilaitokset tarjoavat yrittäjäkasvatusta, jonka ansiosta yrittäjäksi ryhtyvä nuori toimialasta riippumatta ymmärtää oman suuntautumisvaihtoehdonsa lisäksi yrityksen muutkin puolet. Hänen ei tarvitse osata tehdä kirjanpitoa, mutta hänen pitää osata lukea tuloslaskelmaa.

18 vuotta yrittäjänä toimineen henkilön vastauksessa kiteytyy verkostoitumisen tarpeen korostuminen tulevaisuudessakin:

Tällä hetkellä ollaan siinä rajalla. Jos mikään ei muutu ja tehdään niin kuin aina ennenkin, mennään alaspäin ja tulevaisuus on huono. Jos käsityöyrittäjät tiivistävät yhteistyötään ja tulevat ulos omista piireistään, niin silloin mennään ylöspäin ja suomalaisella käsityöllä on hyvä tulevaisuus.

Sivula väittää artikkelissaan (2006), että käsityöalan olisi mahdollista kehittyä merkittävämmäksi menestyjäksi eri puolilla Suomea. Tämä onnistuisi nimenomaan verkostoitumalla ja yhteistyötä kehittämällä esimerkiksi yhdistämällä luontoelämysmatkailun, käsi- ja taideteollisuustuotteet, elintarvikkeet ja kulttuurin. Sivulan mukaan edellytykset tällaiselle keskittyneelle osaamiselle löytyisi maakunnista syvempää maaseutua myöten. (2006, 32.)

Itella Posti tutki suomalaisten suhdetta perinteiseen postikorttiin ja teetti vuonna 2011 tutkimuksen Kuluttaja ja postikortti. Sen mukaan perinteinen postitse lähetetty kortti kertoo välittämisestä, eikä sosiaalisen median kautta lähetettyjä syntymäpäivä- tai muita onnitteluita arvosteta juuri lainkaan. Tutkimuspäällikkö Kari Elkelän mukaan itse tehtyjä kortteja arvostetaan, mutta harva jaksaa nähdä niin paljon vaivaa. (Itella Posti. Tutkimus: Kuluttaja ja postikortit).

Saman tutkimuksen mukaan paperisten postikorttien lähettämisaikeet ovat 2000-luvulla laskeneet. Perinteisiä kortteja ei ole korvattu sähköisillä korteilla, vaan laskuun on vaikuttanut yleinen haluttomuus lähettää kortteja. Tutkimuksessa ei ole eritelty itse tehtyjen korttien osuutta. (Itella Posti. Tutkimus: Kuluttaja ja postikortit)

Postikorttien lähettämisen väheneminen ei yksinään aiheuttanut Itellan YT-neuvotteluja ja niistä johtunutta päiväpostin jakelussa työskentelevän 495 henkilön irtisanomista, mutta perinteistä postia ylipäänsä kulkee entistä vähemmän. Itellan antamien tietojen

mukaan vuonna 2013 lehtiä ja kirjeitä jaettiin yli 100 miljoonaa kappaletta vähemmän kuin vuonna 2012. Ennusteiden mukaan suunta tulee edelleen olemaan laskeva. (Yle Uutiset 2014.)

Tutkimus siis osoitti, että vaikka kortteja ei jakseta lähettää, niitä on mukava saada. Tässä onkin korttiaskartelijalle haastetta yllin kyllin. Tuskin yksi yrittäjä vielä saa asenteita muokattua tai Itellan työpaikkoja turvattua tulevaisuudessa, mutta korttien lähettämistä voisi helpottaa. Auttaisiko esimerkiksi kuoreen valmiiksi kiinnitetty postimerkki tai jopa korttien kirjoitus- ja lähetyspalvelu?

5 HARRASTUKSESTA LIKETOIMINNAKSI

5.1 Pöytälaatikkoaskartelija Englannissa

Asuin ja työskentelin Englannissa neljä vuotta, ja näiden neljän vuoden aikana tutustuin kanadalaiseen naiseen, jonka voisin sanoa olevan kaiken takana. Dolores järjesti korttiaskarteluiltoja, joissa pöydät notkuivat erilaisia askartelutarvikkeita, papereita ja välineitä. Vaikka oli innostunut, samalla kuitenkin kärsin runsaudenpulasta: materiaaleja ja tyylejä oli valtavan paljon tarjolla, enkä tiennyt, mistä aloittaa.

Iso-Britannia on korttien luvattu maa. Korteja ostetaan, annetaan ja lähetetään kaikissa mahdollisissa tilanteissa. Ostoskeskuksissa saattaa olla useita liikkeitä, joiden myynti keskittyy kortteihin ja lahjatavaroihin. Sarjatuotantona painettujen korttien seassa on myynnissä myös tehtaissa käsintehtyjä korteja.

Greeting Card Associationin mukaan korttiliiketoiminta työllistää Iso-Britanniassa jopa 100 000 henkilöä, joiden joukossa on julkaisijoita, taitelijoita, valokuvaajia, runoilijoita, paperi- ja pahviyrityksiä, tavarataloja, jakelijoita ja monia muita. Yhdistyksen mukaan pelkästään joulukortteja lähetetään vuosittain keskimäärin 31 kappaletta henkilöä kohti. (Greeting card association: Facts and figures.)

Myös askartelijalle Iso-Britannia tarjoaa valtavat valikoimat niin tarvikkeita kuin ideoitakin. Lehtiä kuten Cardmaking & Paper Craft, Creative Cardmaking ja Complete Cardmaking voi ostaa lehtimyyntipisteistä tai tilata kotiinsa. Lehdissä on ideoiden lisäksi vinkkejä ja ohjeita erilaisten välineiden ja tekniikoiden käyttöön. Liikkeet kuten Hobby Craft tarjoaa hyvät valikoimat tarvikkeita ja materiaaleja.

Pikkuhiljaa omakin tarvikevarastoni sai alkunsa. Harrastin jo Englannista valokuvauksesta, joten kaupasta saatavien materiaalien lisäksi hyödynsin varsinkin luontoaiheisia valokuvia korteissani. Minulla on aina ollut silmää sommittelulle ja symmetrialle, mutta silmäkin kehittyy tekemällä ja kokeilemalla. Olen kehittynyt niin tekniikan kuin luovuudenkin puolesta huomattavasti, myös oma tyyli on löytynyt.

5.2 Asiakkaina ystävät ja sukulaiset

Kun muutin takaisin Suomeen, Elinkeinotoimiston virkailija oli vakuuttunut siitä, että sopisin rohkeuteni, itsenäisyyteni ja itsepäisyyteni ansiosta erinomaisesti yrittäjäksi. Niihin aikoihin, kun Elinkeinotoimisto kehotti minua ryhtymään yrittäjäksi, oli asuinpaikkakunnallani myynnissä askarteluliike. Kävin tutustumassa liikkeeseen ja sen omistajaan, mutta emme päässeet yhteisymmärrykseen oikeastaan mistään. Toisaalta tiesin olevani vain läpikulkumatkalla kyseisessä kaupungissa, joten en alkuunkaan harmittele sitä, ettei kauppoja syntynyt.

Tällä hetkellä myyn kortteja enimmäkseen ystävilleni, sukulaisilleni ja työkavereilleni. Osa myynnistä tapahtuu postimyynninä: kauempana asuvat asiakkaani valitsevat kuvien perusteella haluamansa kortit. Kerta toisensa jälkeen saan kuulla, että korttini ovat todellisuudessa vielä paljon kauniimpia kuin valokuvassa. Silloin voin sanoa onnistuneeni täydellisesti taitelijana.

Työpaikallani myynti on kaikkein tehokkainta: toimistomme aulassa on laatikko, jossa korttini ovat esillä ja niitä saa vapaasti katsella, ottaa mukaan ja suorittaa maksun tililleni. Työkaverini ovat siis erityisasemassa, koska muille asiakasryhmille ei ole yhtä suurta valikoimaa tarjolla.

Olen saanut tähän mennessä kolme hääkutsutilausta. Yhden kutsun suunnittelin kokonaan itse ja kaksi muuta yhteistyössä hääparin kanssa. Toisin kuin muut kortit, hääkutsut olen tehnyt sarjatuotantona.

Tekemäni kortit ovat uniikkikappaleita. Teen tarkoituksella toisistaan poikkeavia kortteja antaakseni asiakkailleni mahdollisuuden ostaa ja toisaalta lahjoittaa eteenpäin jotain, mitä ei varmasti muualta saa. Ainutlaatuisuutta arvostetaan, ja olenkin saanut kiitosta siitä. Asiakkaani usein sanovat, että on ihanaa ostaa kortti, jota ei kaupasta saa. Korttini myös usein nähdään niin tärkeänä osana lahjaa, ettei varsinaiseen lahjaan tarvitse panostaa niin paljon.

Ainutlaatuisten korttien tekeminen ei kuitenkaan ole kustannustehokasta. Kun jokainen kortti on oma, uniikki kokonaisuutensa, loppuun asti ajateltu ja rakkaudella tehty, yhden kortin tekemiseen saattaa mennä liikaa aikaa ja energiaa. Tämän vuoksi uniikkien kort-

tien lisäksi olisi hyvä alkaa tehdä myös muutamia malleja, joita olisi saatavilla useampia kappaleita. Joskus asiakkaat myös pyytävät jotain tiettyä korttia useampia kappaleita, mutta joudun ilmoittamaan periaatteisiin sekä materiaalitekniisiin syihin vedoten, että kyseistä korttia on saatavilla vain yksi kappale. Harrastustoiminnassa tällaiset periaatteet ovat ymmärrettäviä ja hyväksyttäviä, mutta liiketoimintaan mentäessä ajatusmalli ei ole kannattava.

5.3 Yhteistyö Taito Pirkanmaa Oy:n kanssa

Yhteistyöni Taito Pirkanmaan Oy:n alaisuudessa toimivan Verkarannan käsi- ja taideteollisuuskeskuksen kanssa alkoi, kun lähestyin heitä hyvin epävirallisella sähköpostilla toukokuussa 2012. Epävirallisuudesta huolimatta sain vastauksen parin päivän sisällä, ja minut kutsuttiin käymään keskuksessa. Kortit otettiin saman tien myyntiin ja epävirallinen yhteistyösopimus tehtiin.

Kortin hinta asiakkaalle on 7,90 euroa. Velotan Verkarantaa sovitun summan per kortti, ja Verkaranta maksaa arvonlisäveron puolestani, sillä minulla ei ole Y-tunnusta eikä virallista yritystoimintaa enkä näin ollen ole ilmoittautunut arvonlisäverovelvolliseksi. Jäljelle jäävä on Verkarannan kateosuus.

Maaliskuussa 2014 otin käyttöön lähetyslistan, jonka jätän korttien mukana Verkarantaan ja jätän kopion itselleni. Vaikka toiminta on ollut vapaamuotoista ja sujuvaa, on molempien osapuolten edun mukaista, että paperiasiat ovat kunnossa.

6 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Löysin sattumalta yrittäjä ja kirjailija Ollis Leppäsen kirjaan ”Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin” (2013) perustuvan blogin www.liiketoimintasuunnitelmaroskakoriin.fi. Kirjan kolme perusopetusta löytyvät myös blogista:

1. Yrittäjyys lähtee sinusta itsestäsi eikä liikeideasta
2. Paras tapa kehittää liiketoimintaa on tehdä se yhdessä asiakkaiden kanssa
3. Yrittämisen tulee olla hauskaa yhdessä tekemistä eikä tylsää yksin puurtamista

Ymmärrän Leppäsen ajatusmallin: yrittäjyyden polku voi olla hyvin vaikea ja kivikkoinen, mikäli into puuttuu. Into ei kuitenkaan yksinään riitä. Uskon, että liiketoimintaan liittyviä seikkoja on syytä miettiä ja punnita sekä kirjoittaa niitä ylös. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on ensinnäkin yrityslainan ja starttirahan saamisen edellytys. Toisekseen, liiketoimintasuunnitelma toimii yrittäjälle ikään kuin karttana asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi (Craft Business Pro: Master your own craft business).



KUVIO 3. Ideasta liiketoimintasuunnitelmaksi (Raatikainen 2011, muokattu)

Tämä liiketoimintasuunnitelma ei ole perusteellinen, sillä kyseessä on julkinen opinnäytetyö, eikä yrittäjäunelmieni kannalta ole järkevää paljastaa kaikkia yksityiskohtia.

6.1 Liikeidea ja yritysmuoto

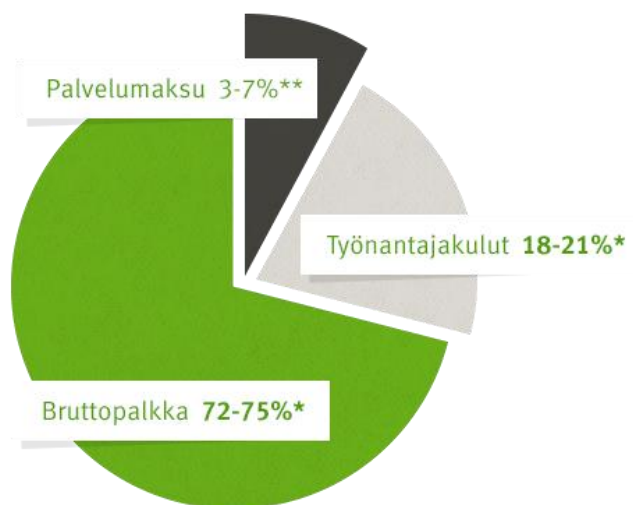
Liikeideamallin perustana on yrityksen olemassaolon tarkoitus. Tarkoitus on siis hahmottaa, minkä ongelman poistamiseen tai tarpeen tyydyttämiseen yritystoiminta keskittyy. (Raatikainen 2011,39.)

Yritystoimintani keskittyy erilaisten käsin tehtyjen korttien ja kutsujen tekemiseen. Tässä vaiheessa järkevin vaihtoehto yritysmuodoksi on toiminimi. Toimisin ammatinhar-

joittajana, sillä ainakaan yrityksen perustamisvaiheessa minulla ei tule olemaan liiketilaa eikä palkattuja työntekijöitä.

Toinen harkitsemisen arvoinen yritysmuoto on osuuskunta. Raatikaisen mukaan osuuskuntatoimintaan mukaan pääseminen on suhteellisen helppoa ja maksut suhteellisen alhaisia. Raatikaisen kirjassa on esimerkki Fiskarsissa toimivasta käsityöyrittäjien osuuskunnasta, joka on perustanut myymälän, jossa osuuskuntaan kuuluvien yrittäjien tuotteita myydään. (2011, 66.)

Mikäli en halua heti perustaa yritystä ja haluan esimerkiksi kokeilla liikeideani toimivuutta, voin tehdä sen laskutusosuuskunta Eezy:n avulla. Eezy toimii tällöin työnantajan ominaisuudessa kaikkien taloushallintoon liittyvien asioiden kuten kirjanpidon ja yrittäjän palkanmaksun suhteen sekä hoitaa verotuksen ja muut lakisääteiset maksut. Vastuu työstä ja vapaus hinnoittelusta säilyisi kuitenkin minulla itselläni. Eezy ei sovi sellaiseen toimintaan, jossa liikevaihto jää pienemmäksi kuin 8500 €/v. (Eezy 2014.) Samalla selviäisikin, onko liiketoimintani alkuunkaan kannattavaa.



KUVIO 4. Eezy:n palkanmaksukaavio (Eezy 2014)

6.2 Tuotteet

Ystävien ja sukulaisten kannustus ja ihailu eivät ole tae sille, että oma tuote menee kaupaksi (Craft business pro: The benefits of selling crafts). Siksi onkin tärkeää ottaa sel-

vää, mitä asiakkaat haluavat ostaa. Omille henkilökohtaisille mieltymyksilleenkään ei saisi tulla liian sokeaksi: on turha valmistaa pelkästään omia suosikkituotteitaan, jos kukaan ei osta niitä. (Craft business pro: Crafts that sell.)

Doug Bell kehottaa hiukan tutkimaan asiakkaiden ostomieltymyksiä ennen kuin käyttää rahaa ja aikaa sellaisen tuotteen valmistamiseen, joka ei välttämättä mene kaupaksi. Koska asiakkaan ostopäätökset perustuvat usein tunteeseen, voi olla hankala selvittää, millaisia käsitöitä halutaan ostaa. Erilaisten käsitöiden menekkiä voi kuitenkin selvittää esimerkiksi seuraamalla, mikä myy parhaiten käsityömyyjäisissä ja -messuilla. Lisäksi kannattaa selvittää myös yksinkertaisesti kysymällä muilta, ostaisivatko he niitä tuotteita, joita on valmistanut. (Craft business pro: Crafts that sell.)



KUVA 4. Esimerkkejä valmistamistani korteista (2013-2014)

Tuotevalikoimaani kuuluu myös jatkossa uniikkikappaleena valmistettavat kortit, joita on siis yksi kutakin. Uniikkikappaleiden rinnalle suunnittelen kattavan malliston, jonka kortteja valmistan useampia kappaleita. Mallisto vaihtelee aika ajoin, suosittu mallit voidaan säilyttää pidempään. Paperiaskartelun lisäksi hyödynnän korteissani valokuvaustaitojani.

Korttivalikoimaan kuuluu mm. onnittelukortit, lakkiais- ja valmistujaiskortit, konfirmaatiokortit, vauvaonnittelut, hää- ja kihlaonnittelut, suruvalittelukortit, ystävänpäivä, joul- ja pääsiäiskortit sekä äitien- ja isänpäiväkortit. Näiden lisäksi valikoimassa on tekstittömiä kortteja, joiden käyttötarkoituksen asiakas saa itse valita.

Korttien lisäksi valmistetaan kutsuja erilaisiin tilanteisiin, asiakkaan tarpeen mukaan esimerkiksi häihin, rippijuhliin, lakkiaisiin, vauvakutsuille tai syntymäpäiväkutsuille. Kutsujen maksimimäärä on 150 kpl, suuremmista tilauksista neuvotellaan tilanteen mukaan. Myös kutsuja varten tehdään mallisto, josta asiakas voi valita sopivan. Mikäli asiakas haluaa itselleen räätälöidyn kutsun, veloitetaan suunnittelusta erikseen.



KUVA 5. Esimerkki hääkutsun sisälehdestä (2013)

Muitakin tuotteita on suunnitteilla, mutta niistä kerrotaan varsinaisessa liiketoimintasuunnitelmassa lisää.

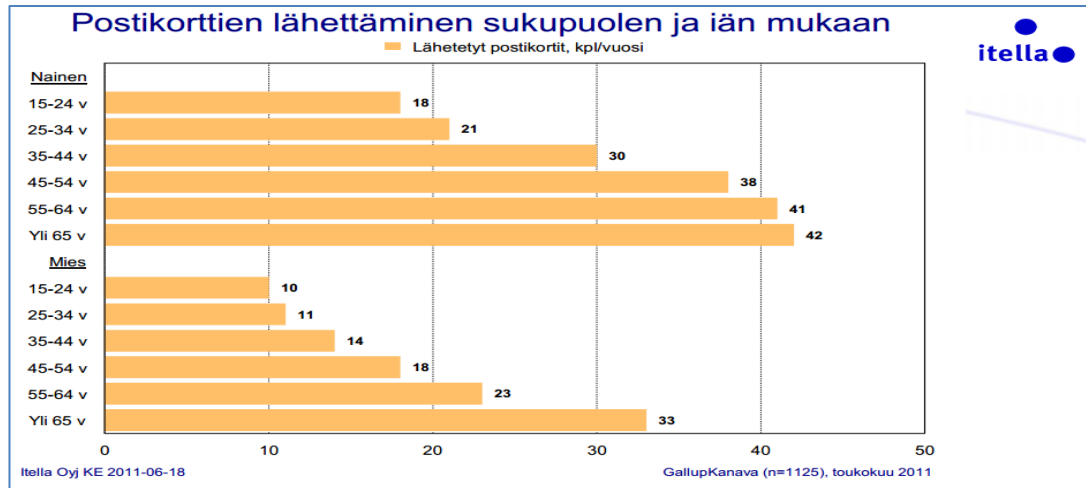
6.3 Asiakkaat

Ilman asiakkaita ei ole yritystoimintaa. Tämä perustavaa laatua oleva väite löytyy monesta yrittäjän oppaasta, niin myös Raatikaisen kirjasta (2011, 86). Laukkasen mukaan liiketoimintaa aloitteleva yrittäjä saattaa nähdä omat palvelunsa ja tuotteensa hyvinkin selkeästi, mutta sen lisäksi on mietittävä ja varmistettava, kuka tarjottua palvelua tai tuotetta ostaa. Onko asiakas valmis maksamaan siitä riittävästi ja onko asiakkaita ylipäätään riittävästi? (2006,157.)

Ensimmäinen kohderyhmäni ovat asiakkaat, jotka arvostavat käsityötä ja haluavat muistaa läheistään uniikilla kortilla. Toisessa ryhmässä ovat asiakkaat, jotka haluavat panos-

taa juhliinsa myös kutsun muodossa. He haluavat käsintehty kutsut, mutta heillä ei ole aikaa tehdä niitä itse.

Asiakkaitani ovat tähän saakka olleet enimmäkseen 30-50-vuotiaat naiset ja uskon, että korttimyyntin kohdalla näin on jatkossakin. Itellan tekemän tutkimuksen mukaan kortteja lähettävät eniten yli 65-vuotiaat naiset (Itella). Koska myyntini on keskittynyt työpaikalleni, en tavoita eläkeiän ylittäneitä potentiaalisia asiakkaita ollenkaan.



KUVIO 4. Postikorttien lähettäminen sukupuolen ja iän mukaan (Itella 2011)

Miehet ostavat nyt jo jonkun verran etenkin äitienpäivä- ja joulukorttejani. Tavoitteeni on kuitenkin tavoittaa lisää miesasiakkaita, koska naiset arvostavat erityisen paljon itse tehtyä korttia, ja uskon, että omalta mieheltä saatu kortti olisi erityisen toivottu.

Kutsut sen sijaan saattaisi tavoittaa laajemman ikäryhmän, mutta uskon heidänkin koostuvan enimmäkseen naisista. Potentiaalisia asiakkaita olisivat esimerkiksi morsiamet, kaasot sekä rippikoululaisten ja ylioppilaiden perheet.

6.4 Kilpailijat

Samantyyllisiä kortteja saa Tampereella muutamista liikkeistä ja nämä kortit ovat yrittäjien itsensä valmistamia. Korttimyynti on vain pieni osa heidän liiketoimintaansa. Sisustusliikkeistä saattaa saada satunnaisia, maalaisromanttistyyllisiä käsintehtyjä kortteja. Myös itsepalvelukirpputoreilla näkee jonkun verran samanhenkisiä käsintehtyjä kortteja, mutta en miellä sitä varsinaiseksi kilpailuksi. Muita käsintehtyjä kortteja saa esimer-

kiksi Verkarannan käsi- ja taideteollisuuskeskuksesta, jossa minunkin korttejani myydään, mutta ne poikkeavat tyyliltään ja valmistustavaltaan täysin omistani.

Painettuja kortteja myyvät esimerkiksi tavaratalojen ja kirjakauppojen lisäksi esimerkiksi Tiger ja Pentik. Myös Verkaranta ja Taito Shop myyvät painettuja kortteja, mutta niitä valmistavat käsityöyrittäjät. Kilpailijoiksi voidaan mieltää myös erilaisia sähköisiä kortteja tarjoavat palvelut. Tällaisia sivustoja on useita, ja sivuston pääasiallinen tarkoitus saattaa olla joku aivan muu: e-korttipalvelu on vain lisäpalvelu.

Internetin kautta samantyyllisiä kortteja saa useilta yksittäisiltä myyjiltä ympäri Suomea erilaisten blogien ja käsityöfoorumien kautta. Jotkut askartelutarvikkeiden verkkokaupat myyvät muiden tuotteiden ohessa myös käsintehtyjä kortteja, jotka vaikuttaisivat olevan uniikkikappaleita.

Mitä tulee kutsuihin, painettuja hääkutsuja valmistaa esimerkiksi netissä toimiva Now&Forever –palvelu. Kutsut ovat taidokkaita ja kauniita, ja näen tämän yrityksen kilpailijana ennen kaikkea valokuvakutsujeni osalta. Jos asiakas haluaa käsintehty hääkutsut, muttei osaa tai ehdi niitä itse tehdä, hän kääntyy mieluummin minun puoleeni kuin painettuja kutsukortteja toimittavan yrityksen puoleen. Muiden kutsujen osalta kilpailevaa toimintaa on esimerkiksi Tampereella Pyynikintorilla toimiva Kukkakauppa Blummari, jonka valikoimiin kuuluu muitakin kutsuja kuin hääkutsuja.

6.5 Myyntikanavat ja markkinointi

Mielestäni olisi järkevää jatkaa yhteistyötä Verkarannan kanssa, koska se ei maksa kuin vaivan. Yhteistyö muuttuisi siinä mielessä, että arvonlisäverovelvolliseksi ilmoittautuessani Verkarannan ei tarvitsisi enää hoitaa sitä puolestani. Koska omaa kivijalkamyymälää en tässä vaiheessa perusta, muitakin samantyyllisiä yhteistyökumppaneita eri puolelta Suomea on tarkoitus etsiä. Ajatus ulkomaanmyynnistä ei ole suljettu pois.

Vaikka kortit ovat sellainen tuote, joka mieluummin ostetaan kivijalkamyymälöistä kuin verkkokaupan kautta, perustaisin yritykselleni verkkosivut, jonka yhteydessä toimisi verkkokauppa. Sivulla olisi esillä mallistot eri tuotteistani. Asiakas voisi tilata tuotteet verkkokaupan kautta sekä ottaa yhteyttä kutsuasioihin liittyen. Myynti Facebookin kaut-

ta sen sijaan loppuisi, ja Facebook-sivuston tehtävä jatkossa olisi toimia markkinointivälineenä.

Suunnitteilla on yhteistyö joidenkin kukkakauppojen kanssa: kun asiakas ostaa kukkia kotiin tai lahjaksi, hän voi ostaa kortin samasta paikasta ja jopa kirjoittaa sen valmiiksi odotellessaan, kun floristi sitoo kimppua tai pakkaa ruukkukukkaa.

Koska yritykselleni on tarkoitus perustaa verkkosivut ja niiden yhteydessä toimiva verkkokauppa, on internetissä näkyvyys tärkeää. Amoriini.com on hää- ja juhlaideasivusto, jossa on valtavan paljon linkkejä erilaisten palveluntarjoajien sivuille. Palveluhakemistoon liittyminen maksaa 100 € + ALV, kyseessä on 12 kk määräaikainen sopimus (Amoriini). Tätä kautta voisi saavuttaa näkyvyyttä ja sen kautta kutsukorttiasiakkaita.

Aikaisemmin mainitsemani astubutiikkiin.fi -palvelu on myös harkitsemin arvoinen vaihtoehto, tosin toimintaa ja myyntiä kannattaa ensin kehittää ja vakauttaa, jotta 75 €:n suuruinen kuukausimaksu olisi kannattava sijoitus.

6.6 SWOT-analyysi

SWOT-analyysin tarkoitus on auttaa hahmottamaan yritystoiminnan sisäiset vahvuudet (Strengths) ja heikkoudet (Weaknesses) sekä ulkoiset mahdollisuudet (Opportunities) ja uhat (Threats).

Näkisin yritykseni toiminnan vahvuutena sen ainutlaatuisen liiketoimintakonseptin. Tietääkseni ei ole toista käsityöyritystä, jolla on samat tuotteet. Myös korttien laatu ja ulkonäkö sekä se, että suunnittelen ja valmistan kortit ajatuksella, ovat ehdottomasti vahvuuksia. Uskon, että uniikit kortit ovat edelleen myyntivaltti: ajatus siitä, että rahalleen saa täysin ainutlaatuista vastinetta, on asiakkaalle houkutteleva.

Heikkoutena saattaa olla liian pienet kohderyhmät. Myös se, että en koe myyjän roolia persoonalleni ominaiseksi, on toiminnan heikkous. Lisäksi toimintani on toistaiseksi perustunut inspiraatioon. Näin ei voi kuitenkaan toimia, kun kyse on liiketoiminnasta.

Mahdollisuutena pidän sitä, että korttimyynnin ei tarvitse rajoittua vain käsityökeskukseen vaan niitä voi olla myynnissä myös paikoissa, jotka eivät muuta käsityötä myy. Yhteistyö tai jo yhteydenpitokin eri käsityöyrittäjien kanssa saattaa poikia uusia, myyntiin johtavia kontakteja.

Uhkana on postikorteille on ennen kaikkea ennustetut, huonot näkymät. Kuten Itellan tutkimus sekä tämän kevään yt-neuvottelut osoittivat, perinteisen postin asema heikenee koko ajan. Myös laman tuomat kotitalouksien säästökuurit saattavat hillitä halukkuutta tilata perhejuhlien kutsukortit ulkopuoliselta.

6.7 Laskelmat

6.7.1 Rahoituslaskelma

Yritystoiminnan voisi aloittaa saman tien ilman suurempia hankintoja. Tarkoitus on kuitenkin panostaa parempiin työvälineisiin sekä lisätä korttien monimuotoisuutta. Hankintojen listalla ensimmäisenä on stanssauslaite, ja se sijoitetaan rahoituslaskelmasa pienhankintoihin, sillä sen arvo jää alle 850 euron ja sen taloudellinen käyttöikä on enintään kolme vuotta.

Markkinointiin panostetaan alkuvaiheessa liittymällä Amoriinin palveluhakemistoon sekä tilaamalla käyntikortit. Lisäksi tilataan Tampereen leimasintehtaalta leimasin, joka tulee korvaamaan korteissa signeeraukset. Näin myös kortin vastaanottaja saa jatkossa tiedon, mistä korttejani voi ostaa, ja näin markkinointi tehostuu.

Varaston arvo on tällä hetkellä noin 300 euroa. Stanssauslaitteen lisäksi hankitaan kattava varasto korttipohjia ja muita perustarvikkeita sekä joitakin laadukkaita työvälineitä kuten saksia ja erilaisia kuvioleikkureita. Erilaisten tarvikkeiden ja työvälineiden hankintaan tässä vaiheessa suunnitellaan käytettäväksi 250 euroa.

Lainaa suunnitellaan otettavaksi 1000 euroa. Sitä ei kuitenkaan voida hakea Finnveralta, sillä pienin heidän myöntämänsä laina on 5000 euroa. Tahoja ei ole määritelty tässä laskelmassa. Lainan lisäksi haetaan TE-keskuksen starttirahaa, jonka suuruus varmistuu vasta hakutilanteessa.

TAULUKKO 1. Rahoituslaskelma

RAHAN TARVE			
Investoinnit	Aineettomat hyödykkeet	Perustamisilmoitus	105
		Asiantuntija-/konsulttipalkkiot	85
	Koneet ja kalusto	Tuotantovälineet	0
		Atk- ja kassajärjestelmät	0
		Pienhankinta (alle 850 €)	150
		Kalusteet	0
		Puhelin, internet	0
	Liikeirtaimisto	Toimistotarvikkeet	0
		Somistus- ja sisustustarvikkeet	0
	Muut kulut	Askartelumateriaalit ja -tarvikkeet	250
Käyttöpääoma 1 kk	Markkinointi	Markkinointimateriaali	75
		Alkumainonta	100
	Vuokrat	Toimitilavuokrat	0
		Laittevuokrat/leasingmaksut	0
	Palkat	Työntekijöiden palkat	0
		Yrittäjän oma toimeentulo	1800
Muut kiinteät kulut			
Vaihto- ja rahoitusomaisuus		Alkuvarasto	300
		Kassa	
Rahantarve yhteensä			2865
RAHAN LÄHTEET	Oma pääoma	Osakepääoma	1000
		Omat sijoitukset	0
		Omat koneet ja kalusto	0
		Muut	0
	Lainapääoma	Osakaslaina	0
		Pankkilaina	0
		Finnvera	0
		Muut	1000
	Muu tulo-rahoitus	Starttiraha, enintään (brutto)	1045
	Rahan lähteet yhteensä		

Rahoituslaskelman pohja on lainattu Uusyrittäjäkeskus Neuvoa-Antavan internetsivuilta.

6.7.2 Kannattavuuslaskelma

Kannattavuuslaskelma on tehty aivan yrityksen perustamisvaiheeseen, joten tavoitetulos on nolla euroa. Tärkein tavoite on, että toiminta ei ole tappiollista ja että se elättää minut. Kun toiminta vakautuu ja asiakaskunta laajenee, voi toiminnalle asettaa uudet ta-

voitteet. Käytössäni ollut Excel-pohjainen kannattavuuslaskelman malli löytyy Tilitoimisto ACC Orlandon verkkosivuilta.

TAULUKKO 2. Kannattavuuslaskelma

KANNATTAVUUSLASKELMA (toiminimi)			
Euroa		Kuukaudessa	Vuodessa
TAVOITETULOS		0	0
lainojen lyhennys		100	1 200
TULOT VEROJEN JÄLKEEN			0
verot (valtio+kunta)			0
RAHOITUSTARVE		0	0
yrittyslainojen korot 4%		3	40
KÄYTTÖKATETARVE (1)		103	1 240
Kiinteät kulut: (alv 0 %)			
<i>oma palkka</i>		1 800	21 600
<i>sivukulut</i>	2,29 %	41	495
<i>yrittäjän eläkevakuutus (YEL)</i>	18,174 %	273	3 270
<i>muut vakuutukset</i>		0	0
<i>vuokrat</i>		0	0
<i>sähkö ja vesi</i>		0	0
<i>puhelin, internet</i>		0	0
<i>kirjanpito</i>		0	0
<i>toimistotarvikkeet</i>		0	0
<i>ajoneuvokulut</i>		0	0
<i>matkakulut ja päivärahat</i>		0	0
<i>markkinointi</i>		15	180
<i>koulutus</i>		0	0
<i>kirjat, lehdet yms.</i>		0	0
<i>pienhankinnat</i>		0	0
<i>muut mahd. kulut</i>		0	0
KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ (2)		2 129	25 545
MYYNTIKATETARVE (1+2)		2 232	26 785
<i>ostot (alv 0 %)</i>		200	2 400
LIKEVAIHTO		2 432	29 185
Arvonlisävero	24 %	584	7 004
KOKONAISMYYNTI/-LASKUTUS		3 016	36 189
MYYNTI / viikko		696	
MYYNTI / päivä		116	

Laskelmassa myyntiviikkoja on ajateltu olevan 52 vuodessa ja myyntipäiviä 6 viikossa.

Kannattavuuslaskelma on tehty liiketoiminnan ensimmäistä vuotta varten. Kuukausi-bruttopalkaksi määrittelin alkuun 1800 euroa. Kaikki kiinteät kustannukset kuten vuokra, sähkö, vesi, puhelin ja internet ovat henkilökohtaisia menoja, joten niitä ei ole huomioitu tässä. Kuukausiostot on arvioitu olevan 200 euroa. Tämä saattaa olla joko liikaa tai liian vähän, riippuen siitä, minkälaisista materiaaleista tuotteet tehdään, mistä materiaalit tilataan ja etenkin siitä, minkälaisia volyymeja tuotteita myydään.

6.7.3 Päätelmät

Kannattavuuslaskelman pohjalta laadin laskelman, jossa on tarkasteltu myyntitarvetta eri tuotteiden kohdalla niin päiväkohtaisesti kuin viikkotasollakin. Päivämyyntitarve 116 euroa ja viikkomyyntitarve 696 on jaettu tilauksen euromäärällä. Hinnat tai tuoteryhmät eivät ole lopullisia, vaan ne on keksitty auttamaan hahmottelua.

TAULUKKO 3. Myyntitarve-esimerkkejä

Tuote	Hinta/kpl	Tilausmäärä	Tilaus €	Päivämyyntitarve	Viikkomyyntitarve
Mallistokortti	5	1	5	23,2	139,2
Uniikkikortti	8	1	8	14,5	87
Kutsu A (yli 100 kpl)	2,5	100	250	0,46	2,78
Kutsu B (50-99 kpl)	3	60	180	0,64	3,87
Kutsu C (1-49 kpl)	3,5	50	175	0,66	3,98

Taulukosta voi selkeästi huomata, että kutsukorttitilaukset olisivat kaikkein kannattavinta liiketoimintaa. Erilaisia juhlia järjestetään ennen kaikkea kesäisin, joten kutsujen myynti keskittyisi touko-elokuulle. Kutsutilauksissa täytyy ottaa huomioon, ettei niitäkään määräänsä enempää ehdi tekemään. Toisaalta taas joulukorttisesonki on korttimyynnin suhteen kaikkein voimakkain, joten loka-joulukuussa voisi mallisto- ja uniikkikorttien voimin yltää tähän tavoitteeseen. Muita sesonkeja korttimyynnissä ovat äitien- ja isänpäivä, joiden vaikutus näkyisi huhtikuun-toukokuun alun ja lokakuun-marraskuun alun myynnissä.

Määrät tuntuvat melko hurjilta, enkä laskelman tehtyäni ole alkuunkaan varma, haluaisinko näillä tuotteilla lähteä yrittäjäyshaavettani toteuttamaan. Toisaalta esimerkiksi omaa tavoitepalkkaa laskemalla lukemat voisivat olla inhimillisempiä, mutta yritystoiminnalla pitäisi tulla toimeen, mikäli siihen lähtee täysipäiväisesti mukaan.

7 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Yrittäjyyteen liittyy valtavan paljon erilaisia näkökulmia, jotka pitää ottaa huomioon, kun siitä suunnittelee itselleen elinkeinoa. Pelkkä into ja ideat eivät riitä, ne pitää saada myös kannattamaan taloudellisesti. Tämä yrittäjyydessä ehkä juuri pelottaakin: mitä sitten, jos toiminta ei kannata ja jään tyhjän päälle? Yrittäjyydessä silti jokin houkuttelee: oman vision toteuttaminen omilla ja tietysti myös asiakkaan ehdoilla.

Käsityöala on toimialana kiehtova kokonaisuus. Siihen liittyy kiinteästi taiteellisuus, ja taitelijoitahan usein pidetään väärinymmärrettyinä ja nälkiintyneinä itsensä toteuttajina, joiden arvo huomataan vasta heidän kuolemansa jälkeen. Käsityöala kaikessa luovuu-
dessaan, kauneudessaan ja pehmeudessaan voidaan silti onnistuneesti yhdistää kylmään rahan maailmaan ja näin saada aikaan menestyvä ja samaan aikaan antoisa liiketoiminta. Menestyminen ei vähennä käsityön kauneutta ja muita pehmeitä arvoja. Omasta työstä voi ja pitääkin veloittaa: niinhän ihminen tekee työskennellessään toiselle ihmiselle.

Niin teorian kuin haastattelujen pohjalta tulin siihen tulokseen, että menestyäkseen Suomessa käsityöyrittäjän on tehtävä yhteistyötä eri tahojen kanssa. Kun erilaisia kustannuksia jakaa toisten kanssa, vaikuttaa se kaikkien tulokseen positiivisesti – siitäkkin huolimatta, että myös osa asiakkaista saattaa pian olla yhteisiä. Yhteistyön aloittaminen ei ole koskaan myöhäistä, eikä se missään tapauksessa ole häpeä.

Myös asiakkaan kuuntelemisen ja ymmärtämisen merkitys kirkastui minulle tämän työn myötä. Jos haluan menestyä yrittäjänä, en voi vain tehdä niitä asioita, joista pidän, vaan on tehtävä asioita, jotka menevät kaupaksi. Asioita, joista asiakas pitää. Omia toiminta-
periaatteitaan kannattaa tutkia ja miettiä, voisiko niissä kuitenkin joustaa ilman, että se sotii omaa moraalialia tai omatuntoa vastaan. Minä esimerkiksi en voi jatkossa tehdä pelkkiä uniikkikortteja, jos haluan itselleni menestyvän liiketoiminnan.

Pohdin opinnäytetyön aihevalintaa jo syksyllä 2012, kun aloitin opintoni. Opiskelun varrella sain kuitenkin usealta taholta sellaisen käsityksen, ettei ideastani ole opinnäytetyöksi. Opinnäytetyöorientaation jälkeen huokaisin helpotuksesta, kun sain palata alkuperäisen aihevalintani pariin.

Olin siinä käsityksessä, että opinnäytetyön tekeminen on vaivalloista, stressaavaa ja tylsääkin. Kaikki nämä luulot ovat karisseet jo alkuvaiheessa. Tuottaessani tekstiä ja lukiessani eri materiaaleja huomasin, että opinnäytetyön merkitys oli minulle suurempi kuin pakolliset 15 opintopistettä ja enemmän kuin edellytys tradenomin papereille. Oli kiinnostavaa tutustua yrittäjyyteen sekä käsityöalaan yrittäjyyden näkökulmasta.

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen oli melko haastavaa, koska työ on julkinen. En paljastanut aivan kaikkea, mutta jäin miettimään, jättikö se suunnitelmani liian epämääräiseksi. Mitä tulee yrittäjyyteen, irtisanoutuminen nykyisestä työstäni ja ryhtyminen täysipäiväiseksi käsityöyrittäjäksi pelottavaa vielä jonkun verran, joten jätän asian toistaiseksi hautumaan. Vaikka toimintani olisikin osa-aikaista, aion silti kehittää sitä esimerkiksi laajentamalla verkostoani. Harkinnan arvoisia vaihtoehtoja ovat myös toiminnan perustaminen sekä osuuskuntaan liittyminen. Mikäli menestys yllättää positiivisesti ja päivätyö jää yritystoiminnan jalkoihin, silloin tiedän, mikä on oikea suunta.

Olen työhöni suurelta osin erittäin tyytyväinen. Löysin monipuolista tietoa ja käyttämäni lähteet olivat suurelta osin laadukkaita. Haastatteluissa sain paljon sellaisia käytännön vinkkejä, joita varmasti tulen hyödyntämään tämän opinnäytetyön ulkopuolellakin. Työssäni olisin voinut käyttää enemmän kansainvälistä materiaalia.

Opinnäytetyön tekeminen on ollut antoisa ja sivistävä matka. Toivoisin, että jokainen opiskelija voisi löytää sellaisen aiheen, joka motivoi yhtä paljon kuin oma aiheeni on motivoinut minua. Työ ei tunnu niin työläältä eikä koneen ääreen istuminen ole niin vastenmielistä, kun kiinnostus on aitoa.

Lopuksi haluan kiittää kaikkia sähköpostikyselyyn vastanneita ja haastattelemani käsityöyrittäjiä, joiden avulla sain työhöni elämänmakuisen ja todentuntuisen otteen sekä paljon vinkkejä ja pohdittavaa omaan unelmaani liittyen.

LÄHTEET

ACC Orlando. Lomakkeita. Luettu 7.4.2014.

<http://www.orlando.fi/site/lomakkeita/>

Amoriini. Hää- ja juhlaideasivusto. Luettu 2.4.2014.

<http://www.amoriini.com/fi/PALVELUHAKEMISTO/#lomake>

Caan, J. 2013. Start your business in 7 days. England: Penguin Group.

Craft business pro. 2013-2014. Master your own craft business. Luettu 24.3.2014.

<http://www.craftbusinesspro.com>

Craft business pro. 2013-2014. The benefits of selling crafts. Luettu 24.3.2014.

<http://www.craftbusinesspro.com/Selling-Crafts.html>

Craft business pro. 2013-2014. Starting a Craft Business. Luettu 24.3.2014.

<http://www.craftbusinesspro.com/Starting-a-Craft-Business.html>

Diges Ry. Luovien alojen liiketoiminnan kehittämissyhdystys. Luettu 29.3.2014.

<http://www.diges.info/>

Eezy. Kenelle Eezy sopii? Luettu 7.4.2014

<http://www.eezy.fi/kenelle-eezy-sopii>

Eezy. Näin se toimii. Maksamme sinulle palkan. Luettu 7.4.2014.

<http://www.eezy.fi/nain-se-toimii/maksamme-sinulle-palkan>

Greeting Card Association. 2013. Facts and Figures. Luettu 24.3.2014.

<http://www.greetingcardassociation.org.uk/resources/for-publishers/the-market/facts-and-figures>

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannus-osakeyhtiö Tammi.

Itella. 20.9.2011. Tutkimus: Kuluttaja ja postikortit -tiivistelmä. Luettu 24.3.2014.

http://www.itella.fi/tiedotteet/attachments/2011/Kuluttaja_ ja _postikortti_tiiivistelma_2011.pdf

Kälviäinen, M. & Junnila-Savolainen R. 2005. Käsityön kuluttamiseen liittyvät hyvinvointikokemukset. Selvityksessä Kälviäinen M. (toim.) Käsityö – Yrittäjyys – Hyvinvointi. Uusia liiketoimintapolkuja. Kauppa- ja teollisuusministeriö.

Käsityöyrittäjä. 2014. Puhelinhaastattelu 3.4.2014. Haastattelija Istolainen, A. Tampere

Käsityöyrittäjä. 2014. Haastattelu 8.4.2014. Haastattelija Istolainen, A. Tampere

Käsityöyrittäjien vastaukset sähköpostikyselyyn. Lähettäjä- ja osoitetiedot luottamuksellisia. Luettu 2.-9.4.2013.

- Laukkanen, M. 2006. Yritykset tervetuloa! Kehittämistoimi seututalouden käynnistäjänä. Tampere: Talentum Media Oy.
- Luutonen, M. 2013. Käsityö- ja muotoilualanyrittäjä 2013. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry. Luettu 6.4.2014.
http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/kuvat/group/kannanotot_tiedotteet/Kasityo_ja_muotoilualanyrittajaselvitys_2013_nettiin.pdf
- Muukkonen, H. 2013. Käsityöyritysten markkinointipäällikköpalvelu. Markkinointi & Mainonta 16/2013, 19. Talentum lehtiarkisto. <http://la-static.talentum.fi/pdf/mm/2709201319-ef6a61a582f95da17054907f7c120344.pdf>
- Mäkinen, O. 2006. Tutkimusetiikan ABC. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Parkkinen, M-L. 2006. Anu Pentik: Saven sytyttämä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Puoti Boden. Kädentaitaja, tule mukaan! Luettu 25.3.2014
<http://puotivaasa.blogspot.fi/p/kadentaitaja-tule-mukaan.html>
- Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä? Helsinki: WSOYpro Oy.
- Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Sivula, K. 2006. Käsityöyritykset verkostotaloudessa. Artikkelikokonaisuudessa Vehkasalo, J. (toim.) Käsityön ja matkailun verkostot. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito Ry.
http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/yrityspalvelut/yrityspalvelu_pdf_tiedostot/Kja_Mverkostot.pdf
- Storbacka, K., Blomqvist, R., Dahl, J. & Haeger, T. 1999. Asiakkuuden arvon lähteillä. Juva: WSOY
- Sue, V. & Ritter L. 2007. Conducting Online Surveys. U.S.A.: SAGE Publications.
- Taito Group. Taito-hinnoittelu. Luettu 25.3.2014.
[\(http://www.taito.fi/yrityspalvelut/palvelupaketit/taito-hinnoittelu/](http://www.taito.fi/yrityspalvelut/palvelupaketit/taito-hinnoittelu/)
- Taito Group. Tietoa järjestöstä. Luettu 25.3.2014. <http://www.taito.fi/taito-group/tietoa-jaerjestoestae/>
- Taito Group. Taito-yrityspalvelut. Luettu 25.3.2014.
<http://www.taito.fi/yrityspalvelut/palvelupaketit/>
- Taito Group. Taito-startti. Luettu 25.3.2014.
<http://www.taito.fi/yrityspalvelut/palvelupaketit/taito-startti>
- Taito Group. Taito-tuotearvio. Luettu 25.3.2014.
<http://www.taito.fi/yrityspalvelut/palvelupaketit/taito-tuotearvio/>
- TE-palvelut. 2014. Ammattinetti. Ammattialat. Käsityöala. Luettu 29.3.2014.
http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/4/93_ammattiala

Turtola, I. 13.3.2013. Itellan YT-neuvottelut ohi – irtisanoo noin 500. Yle Uutiset, talous. Luettu 2.4.2014. http://yle.fi/uutiset/itellan_yt-neuvottelut_ohi_-_irtisanoo_noin_500/7134477

Uusyrittäjäkeskus Neuvoa-Antava. Apuvälineet. Luettu 8.4.2014
<http://www.neuvoa-antava.fi/wp-content/uploads/2013/01/investointilaskelma.pdf>

Vartiainen, L. 2010. Yhteisöllinen käsityö. Verkostoja, taitoja ja yhteisiä elämyksiä. Itä-Suomen yliopisto. Dissertations in Education, Humanities, and Theology. Väitöskirja.

Äyväri, A. 2006. Käsityöyrittäjien verkosto-osaaminen. Helsingin kauppakorkeakoulu. Väitöskirja.

LIITTEET

Liite 1. Sähköpostikyselyn ja haastattelujen kysymykset

1. Yrittäjän perustiedot: nimi, ikä, sukupuoli, koulutustausta, työkokemus
2. Mikä on yrityksesi nimi?
3. Mitä tuotetta/tuotteita valmistat?
4. Missä tuotteitasi myydään? (liiketila, nettikauppa, tori, käsityökeskus, markkinat ym.)
5. Onko yritykselläsi muuta järjestettyä toimintaa esimerkiksi kursseja tai ohjattuja askarteluiltoja?
6. Kuinka kauan olet ollut yrittäjä?
7. Mikä sai aloittamaan yrittäjätoiminnan?
8. Työllistävätkö käsityöt sinut kokonaan vai osa-aikaisesti?
9. Työllistääkö yrityksesi muita? Perustele lyhyesti.
10. Minkälaista yhteistyötä yritykselläsi on muiden tahojen (esim. muiden käsityöyrittäjien) kanssa?
11. Minkälaisia ominaisuuksia mielestäsi käsityöalan yrittäjältä vaaditaan verrattuna muihin yrittäjiin?
12. Millaisena näet käsityön tulevaisuuden Suomessa?
13. Mistä ja miten hankit raaka-aineet tuotteellesi?
14. Oletko ulkoistanut taloushallinnon tehtäviä kuten kirjanpidon? Perustele vastauksesi lyhyesti
15. Minkälaista yrityksesi markkinointi on pääpiirteittäin?
16. Oletko hyödyntänyt Taito-yrityspalveluja tai vastaavia käsityöalan yrittäjille suunnattuja yrityspalveluja? Perustele vastauksesi lyhyesti
17. Mikä on parasta käsityöyrittäjyydessä? Mikä on ikävintä?