



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

## Oman yrityksen perustaminen

Case: Selvitys käsityötuotteisiin keskittyvän  
matkamuistomyymälän perustamisesta

---

Hakkarainen, Anniina

2011 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Kerava

Oman yrityksen perustaminen  
Case: Selvitys käsityötuotteisiin keskittyvän matkamuis-  
tomyymälän perustamisesta

Anniina Hakkarainen  
Matkailun koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Maaliskuu, 2011

## Sisällys

1	Johdanto.....	7
1	Tutkimusprosessi .....	9
1.1	Tutkimuksen kulku .....	9
1.2	Tutkimusongelma ja teoreettinen viitekehys .....	10
1.3	Tutkimusmenetelmät .....	11
1.3.1	Kvantitatiivinen markkinointitutkimus .....	11
1.3.2	Kvalitatiivinen markkinointitutkimus .....	11
1.4	Teemahaastattelu osana tutkimusta.....	12
1.5	Teemahaastattelun suorittaminen osana opinnäytetyötä .....	13
2	Yrittäjyyden määritelmä.....	16
2.1	Yrittäjyyden muodot.....	16
2.2	Katsaus yrittäjyyteen Suomessa .....	17
2.2.1	Yrittäjyyden historia.....	17
2.2.2	Naisyrittäjyys .....	18
2.2.3	Matkailuyrittäjyys .....	19
2.2.4	Käsityöyrittäjyys.....	19
3	Yrityksen perustamisen teoria .....	20
3.1	Toiminta-ajatuksen ja liikeidean määrittely .....	20
3.2	Yhtiömuodon valinta.....	21
3.2.1	Yksityinen elinkeinonharjoittaja .....	21
3.2.2	Avoin yhtiö .....	21
3.2.3	Kommandiittiyhtiö .....	22
3.2.4	Osakeyhtiö.....	22
3.2.5	Osuuskunta .....	22
3.3	Rahoitussuunnitelman laatiminen yritykselle .....	23
3.4	Yritystoiminnassa huomioitavat uhkatekijät .....	23
4	Liiketoimintasuunnitelman laatiminen yritykselle .....	24
4.1	Toimintaympäristöanalyysi osana liiketoimintasuunnitelmaa .....	25
4.1.1	Asiakasanalyysi .....	25
4.1.2	Markkina-analyysi .....	25
4.1.3	Kilpailija-analyysi .....	26
4.2	Keskeisten valintojen määrittely osana liiketoimintasuunnitelmaa.....	26
4.2.1	Arvot ja visio .....	26
4.2.2	Tavoitteet ja strategiat .....	27
4.3	SWOT-analyysin laatiminen yritykselle .....	27
5	Katsaus toimialaan.....	28
5.1	Käsitöiden historia .....	28

5.2	Käsityöt tänä päivänä ja tulevaisuudessa .....	29
5.3	Taito Innovaatiot-hanke käsityön ja matkailun yhteistyön edistäjänä .....	31
5.4	Käsityömatkailu käsitteenä.....	33
5.5	Matkailijan määritelmä .....	33
6	Yhteenveto .....	34
	Lähteet .....	36
	Kuvat .....	39
	Liitteet.....	40

Anniina Hakkarainen

**Oman yrityksen perustaminen**

**Case: selvitys käsityötuotteisiin keskittyvän matkamuistomyymälän perustamisesta**

Vuosi 2011

Sivumäärä 55

---

Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda kattava teoriapohja käsityöalan yrityksen perustamisesta. Yritys on suunnattu erityisesti matkailijoille, joten aihetta pyrittiin käsittelemään matkailullisesta näkökulmasta. Opinnäytetyön aihe syntyi tekijän omasta tarpeesta ja lopputuloksena syntyneen selvityksen ensisijaisena tarkoituksena on toimia tietolähteenä hänelle itselleen yrityksen perustamisen tullessa ajankohtaiseksi. Perustettava yritys on käsityötuotteisiin keskittyvä matkamuistomyymälä, jonka pääasiallinen asiakaskunta koostuu niin koti- kuin ulkomaisista matkailijoista.

Tutkimus on suoritettu kvalitatiivista tutkimusmenetelmää hyödyntäen, sillä tutkimuksen kohteena oli ainutlaatuinen yksittäistapaus. Laadulliselle tutkimukselle ominaisesti tutkimuksen tarkoituksena oli aiheen kokonaisvaltainen tarkastelu sekä asian syvempi ymmärtäminen, jossa olennaista oli aineiston tulkinta omiin havaintoihin luottaen. Osana tutkimusta suoritettiin teemahaastattelu, jonka tuloksia pyrittiin käyttämään vertailupohjana tutkimuksen kohteena olevan yrityksen suunniteltuun toimintaan nähden. Haastattelun kohteeksi valittiin käsityöalan yksityisrittäjä Uudeltamaalta.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostuu yrittäjyydestä, yrityksen perustamisesta, käsityöalasta sekä käsityön ja matkailun yhdistämisestä. Työssä käsitellään yrittäjyyttä erityisesti Suomessa ja esitellään aiheen kannalta olennaiset yrittäjyydet alat. Yrityksen perustamisen teoriaan perehdytään aloittavan yrittäjän näkökulmasta ja käydään läpi toiminnan suunnittelun kannalta olennaisimpia asioita, kuten yrityksen toiminta-ajatuksen ja liikeidean määrittely, yhtiömuodon valinta sekä rahoituksen pohtiminen ja uhkatekijöiden kartoittaminen. Liiketoimintasuunnitelman sekä SWOT-analyysin laatimista käydään läpi teoreettiseen tietoon perustuen. Yritykselle on laadittu myös oma liiketoimintasuunnitelma ja SWOT-analyysi, jotka löytyvät työstä liitteinä.

Yrittäjyyden lisäksi opinnäytetyössä käsitellään käsityö-toimialaa ja luodaan katsaus sen historiaan ja tulevaisuuteen sekä asemaan nyky-yhteiskunnassa. Käsi- ja taideteollisuusliitto tai to ry on suorittanut vuosina 2001-2006 Taito Innovaatiot -nimellä kulkevan hankkeen, jonka tavoitteena oli edistää matkailun ja käsityön yhteistyötä. Hanke jakautui viiteen eri alueprojektiin, joista kaikkien tuloksena syntyi konkreettista hyötyä alojen yhteistyön kannalta. Työssä esitellään hanketta ja sen tuloksia sekä avataan käsityömatkailu -käsitettä.

Tutkimuksen tuloksena syntyi selvitys, joka tarjoaa tietoa yrittäjyydestä, liiketoiminnan aloittamiseen liittyvistä huomioitavista seikoista sekä suunnittelun kohteena olevan yrityksen toimialasta yleisesti; käsityökulttuurista sekä käsityön ja matkailun yhdistämisestä. Suurin hyöty tutkimuksesta syntyi tekijälle itselleen aiheesta hankitun teoretiedon sekä osana tutkimusta laaditun liiketoimintasuunnitelman ja suoritettujen haastattelun muodossa.

Asiasanat: yrityksen perustaminen, yrittäjyys, käsityö-toimiala, käsityömatkailu

Anniina Hakkarainen

**Founding your own company**

**Case: research on founding a souvenir shop selling hand made products**

Year	2011	Pages	55
------	------	-------	----

---

The aim of this Bachelor's thesis was to provide the author with basic knowledge of founding a company. The company would be a souvenir shop selling Finnish, handmade products, its main target group being domestic and foreign travelers. Thus the traveler's point of view has been taken into account when doing this research. The subject of this thesis evolved from the author's personal need for a research on this field. The main purpose of this research is to offer the essential information on founding a company to the author, when the time is right for her to start her own business.

This thesis has been done using the qualitative research method. The qualitative method was ideal for this use because the subject of the thesis is unique and the case of the study is individual. As characteristic of qualitative research the subject was examined all-inclusively and the meaning of the study was a thorough understanding of the subject. Essential is also interpretation of the subject-matter based on the author's own observation. A Theme interview was carried out as a part of the study. The outcome of the interview was used in this thesis as a point of comparison. The person picked out for the interview was an artisan entrepreneur from Southern Finland.

The theoretical context of this thesis is built of entrepreneurship, founding a company, the field of handwork in general and combining handwork with travelling. Themes of entrepreneurship that are particularly well considered in this thesis are entrepreneurship in Finland, starting a business seen from an inexperienced entrepreneur's point of view, different fields of entrepreneurship essential to the subject and working out a business plan and SWOT-analysis in theory. Attached to this thesis are business plan and SWOT-analysis made for the souvenir shop.

Also closely considered in this thesis is the field of hand work in business, representing its history, future and the state in today's world. The union of arts and crafts called Taito ry has carried out a project during the years 2001 to 2006, the aim of which was to improve the cooperation between the fields of hand work and travelling. The project, called Taito Innovaatiot, was divided in five different divisions according to geographical areas. Some palpable benefit was gained as a result of the project. The project in whole with its results is presented in this thesis.

The outcome of the study is a research that offers knowledge about entrepreneurship, essential facts about starting a business and founding a company and some basic information of the culture of hand work also combined with travelling. The biggest use of this study was to the author herself, but possibly other people can also find the information of the research useful.

Keywords: founding a company, entrepreneurship, field of hand work in business, hand work tourism

## 1 Johdanto

Käsityömatkailu on käsitteenä vielä melko tuntematon, vaikka sitä on harrastettu jo vuosisatojen ajan. Jo ennen yhteiskuntamme teollistumista käsitöillä käytiin kauppaa ja ne olivat suuressa arvossa tuliaisina vieraista maista. Maailman meriä seilaavat kauppiat kuljettivat mukanaan suuria määriä käsinkudottuja huiveja ja muita ylellisyystarvikkeita sekä hyödykkeitä. Teollistumisen myötä tavaroiden valmistus siirrettiin tehtaisiin ja määrät moninkertaistivat tekniikan kehittyessä. Alettiin puhua massatuotannosta. Käden taitojen arvostus laski koneen syrjäyttäessä ihmisen. Vähitellen taitojen siirtyminen sukupolvelta toiselle hiipui, sillä käsin valmistamista ei koettu enää tarpeelliseksi tai välttämättömäksi taidoksi jokapäiväisen elämän kannalta. Nyt 2000-luvulla kiinnostus kädentaitoja kohtaan on noussut uudelleen, käsin valmistettua tuotetta arvostetaan aivan uudella tavalla ja laatuun ollaan valmiita panostamaan myös rahallisesti. Nuori sukupolvi haluaa oppia ne taidot, joiden hallitseminen oli heidän isovanhemmillensa itsestänselvyyttä. Kotona käsin tekemisestä on viimeisten vuosien aikana tullut trendi-ilmiö.

Matkailu ei ole menettänyt suosiotaan maailman taloutta kohdanneesta taantumasta huolimatta. Tätä vastoin muun muassa uusien lentoyhteyksien avautumisen, kulkuyhteyksien parantumisen, lisääntyneen kilpailun, kotimaanmatkailun suosion kasvun, viisumivapauksien, yhteisen valuutan, kansalaisten parantuneen kielitaidon sekä lukuisten muiden matkustamista helpottavien tekijöiden lisääntyminen pitävät huolen maahan ja eri paikkakunnille suuntautuva jatkuvasta matkailijavirrasta. Matkailija on käsitteenä hyvin laaja ja matkailijaksi voidaan nykypäivänä lukea henkilöt ulkopaikkakuntalaisesta aina ulkomaalaiseen saakka. Kaupallisesta näkökulmasta katsottuna matkailijoissa on suuri potentiaali liiketoiminnan ja asiakaskunnan kannalta.

Opinnäyteyössäni perehdyn aiheeseen näkökulmasta, jossa olen itse perustamassa käsityötuotteisiin keskittyvää matkamuiستomyymälää. Työssä olen perehtynyt yrityksen perustamisen teoriaan ja liiketoimintasuunnitelman laatimiseen sekä yrittäjyyteen eri muodoissaan lähinnä kirja- sekä sähköisten lähteiden avulla. Olen tarkastellut käsityön asemaa nyky-yhteiskunnassa, sen suosion kasvua ja käsityömatkailua käsitteenä perehtymällä aiheen tiimoilta suoritetuista hankkeista koostettuihin raportteihin sekä aiheesta laadittuihin lehtierikkeleihin ja -haastatteluihin.

Tutkimuksen suorittamiseen käytin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, sillä kyseessä on yksilöllinen, tapauskohtainen tutkimus. Kvalitatiiviselle tutkimukselle luonteenomaisesti pyrin ymmärtämään syvällisemmin ja kokonaisvaltaisemmin tutkittavaa ilmiötä sekä valitsemaan aineiston tarkoituksenmukaisesti ja teoreettisesti perustellen, jolloin aineiston laatu nousee huomattavasti määrää tärkeämmäksi. Opinnäytetyössäni suunnittelin ja toteutin myös kvalitatiiviselle tutkimusmenetelmälle ominaisen teemahaastattelun. Haastattelu rajoittui ainoas-

taan yhteen, huolella valittuun henkilöön, jonka liiketoiminta vastaa hyvin läheisesti opinnäytetyössä käsittelemäni, perustettavan yrityksen tulevaa toimintaa. Tarkoituksenani oli peilata jo toiminnassa olevan alan yrityksen toimintaa työssä käsittelemäni, suunnitelmavaiheessa olevan yrityksen toimintaan. Haastattelun tuloksena minulle syntyi selkeä kuva alalla toimimisesta sekä hyvine että huonoine puolineen. Alan ammattilaisen haastattelemisen vahvisti monia itselläni jo olleita käsityksiä sekä antoi paljon uusia ideoita ja näkökulmia aiheeseen.

Opinnäytetyössä tavoitteenani oli hankkia kattava tietoperusta aiheesta sekä laatia suunnitelma, jonka pohjalta oman yrityksen perustamisprosessia voitaisiin lähteä toteuttamaan. Tarkoituksena oli avata tärkeimpiä aiheeseen liittyviä käsitteitä sekä listata aloittelevaan yrittäjyyteen olennaisesti kuuluvia, huomionarvoisia asioita. Opinnäytetyön pääasiallisena tarkoituksena on toimia apuna itselleni lähtiessäni toteuttamaan yritysideaani, mutta tarjota tietoa myös muille yrityksen perustamista suunnitteleville henkilöille.

Tässä opinnäytetyössä yhdistyvät kaksi suurta oman mielenkiinnon kohdettani; pitkäaikainen haave ja harrastus sekä opiskelemani ala. Käsitteet ovat olleet osa elämäni lapsuudesta saakka, kiinnostuksen käsitteihin periytyessä äidiltä tyttarelle jo useamman sukupolven takaa ja käsillä tekemisen taidon karttuessa vuosien mittaa yrityksen ja erehdyksen kautta. Tyylini ja ajatusmaailmani ovat vuosien varrella kokeneet monia, suuriakin muutoksia, mutta käsillä tekeminen on silti aina kulkenut mukana ja toiminut tärkeänä kanavana ilmaista itseäni.

Opintojen ohessa tekemäni ulkomaan matkat, niin harjoittelujen, projektien kuin huvimatkojen muodossa ovat kasvattaneet minua ihmisenä valtavasti ja avartaneet maailmankatsomustani. Mahdollisuudet päästä elämään arkea ja työskentelemään uudessa kulttuurissa, tasavertaisina eri uskonnoista ja kansakunnista tulevien ihmisten parissa ja päästä näkemään täysin uusi puoli alasta ovat jättäneet lähtemättömän vaikutuksen. Omien kokemuksieni ja kiinnostuksen kohteideni kautta elämä on antanut täydelliset ainekset viimeisen suuremman tutkimuksen tekoon ennen valmistumista. Täytyi vain oivaltaa solmia yhteen kaksi tähän saakka täysin erillisiä polkuja kulkenutta itselleni hyvin merkittävää asiaa; käden taidot ja matkailu. Jälkeenpäin ajateltuna ratkaisu tuntuu todella loogiselta. Opinnäytetyön tuloksena syntyneen selvityksen tietoja hyödyntäen on tarkoituksenani perustaa tulevaisuudessa oma yritys. Yritystoiminnan kautta pääsen toteuttamaan omaa luovuuttani tuotteiden valmistuksen muodossa sekä harjoittamaan liiketoiminnallista osaamistani ja yhdistämään näihin lisäksi kansainvälisyyden.



## 1 Tutkimusprosessi

Ensimmäisessä luvussa kuvataan tutkimuksen etenemistä pääpiirteittäin. Lisäksi siinä avataan lukijalle käsitteet tutkimusongelma ja teoreettinen viitekehys, joita pohditaan myös opinnäytetyön aiheen näkökulmasta. Tutkimusmenetelmistä esitellään molemmat kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen menetelmä sekä perustellaan laadullisen tutkimusmenetelmän valinta tämän opinnäytetyön kannalta parhaiten soveltuvaksi. Haastattelun toteuttaminen kuuluu usein oleellisena osana tutkimukseen ja haastattelumenetelmiä on useita. Eri menetelmistä lukijalle avataan teemahaastattelu, sillä se on valittu myös toteutettavaksi tässä opinnäytetyöprosessissa. Haastattelu toimii konkreettisenä kontaktina työelämään tehtäessä selvitystä yrityksen perustamisesta.

### 1.1 Tutkimuksen kulku

Tutkimuksessa on lähdetty liikkeelle tekijän omien intressien kartoittamisesta ja aiheen rajaamisesta näiden kautta. Opinnäytetyön aiheesta johtuen tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvalitatiivinen tutkimusote. Kvalitatiiviselle tutkimukselle luonteenomaisesti tutkimusongelma ja tutkimuksen varsinainen luonne määrittyivät lopullisesti vasta tutkimuksen edetessä. Aiheen ollessa selvillä tutkimuksessa keskityttiin ensin kattavan teoriapohjan rakentamiseen ja työn kannalta olennaisen teorian tiedon hankkimiseen. Tutkimukselle luotiin selkeä runko ennen kuin otettiin varsinaista kontaktia työelämään.

Tutkimuksen teoriapohja koostuu aloittelevalla yrittäjällä olennaisista aiheista, kuten yrityksen perustamisen teoriasta, yrittämisen mahdollisista eri muodoista, haasteista, rahoituksen järjestämisestä sekä liiketoimintasuunnitelman ja nelikenttäanalyysin laatimisesta. Tarvittavan tiedon löytämisessä käytettiin apuna Internetiä sekä alan kirjallisuutta. Tämän lisäksi tutkimuksessa perehdyttiin aiheen kannalta olennaiseen matkailu- ja käsityöalan käsitteistöön. Niiden yhteyttä toisiinsa selvitettiin muun muassa Käsi- ja Taideteollisuusliitto Taito Ry:n ja Pohjois-Savon taidetoimikunnan suorittamista hankkeista koostettujen raporttien pohjalta.

Opinnäytetyöprosessin kannalta olennainen työelämän kontakti syntyi haastattelun kautta. Haastattelu toteutettiin teemahaastatteluna ja haastattelun kohteeksi valittiin käsityöalan yksityisyrittäjä Uudeltamaalta. Haastattelun tavoitteena oli peilata suunniteltua liiketoimintaa alalla jo toimivan yrittäjän toimintaan sekä saada vertailupohjaa opinnäytetyönä syntyvän selvityksen pohjalta perustettavalle yritykselle.

## 1.2 Tutkimusongelma ja teoreettinen viitekehys

Tutkimuksen lähtökohtana voi pitää tutkimusongelmaa, jonka muotoilemisen ja siihen vastaamisen perimmäisenä tarkoituksena on välttää turhaa tietoa tuottavan tutkimuksen suorittaminen. Tutkimusongelmaa hahmoteltaessa kannattaa ottaa huomioon muun muassa seuraavia asioita. Tutkimusongelma tulee asettaa tutkimustavoitteen kannalta sopiviin mittasuhteisiin ja sen tulee olla johdannainen tutkimusaiheesta, jotta pystytään vastaamaan asetettuun kysymykseen ja välttämään eksymästä ohi todellisen aiheen. Ensimmäinen määriteltä tutkimusongelma on harvoin lopullinen, vaan tietty muutosvalmius on hyvä muistaa tutkimuksen edessä. Erityisesti kvalitatiivisessa tutkimuksessa usein pyritään välttämään tutkimusongelman liian tarkkaa määrittelyä kovin aikaisessa vaiheessa, vaan aineiston analysointivaiheessakin ollaan vielä valmiita tarkentamaan ja täsmentämään näkökulmaa. Tutkimusongelman jakaminen osiin jo työn alkuvaiheessa on usein hyödyllistä täsmällisemmän kokonaiskuvan saamiseksi. Tämä usein paljastaa tutkimuksen todellisen laajuuden ja auttaa rajaamaan sitä. (Saukkonen.)

Tutkimusongelma tulisi kyetä ilmaisemaan kysymyksen muodossa, mikä tekee tutkimuksen lähtökohtien tarkentamisen mahdolliseksi. Tämän ansiosta tekijän on tutkimuksen kuluessa mahdollista seurata, että tutkimus todella vastaa alussa asetettuun kysymykseen ja pysyy rajatun alueen sisällä. Hyvän tutkimuskysymyksen muotoilussa keskeinen tehtävä on sen esittäminen teoreettisesti relevantilla tavalla. Tämä tarkoittaa koko tutkimuskysymyksen asettamista teoreettiseen viitekehukseen. (Saukkonen.)

Tutkimuksessa teoreettisen viitekehysten tehtävänä on ohjata tutkimusongelman muotoilua ja rajaamista. Tätä kautta pyritään löytämään tutkimusasetelma, jonka avulla saadaan parhaiten vastaukset asetettuihin kysymyksiin. Tutkimuksen lähtiessä liikkeelle asiaongelmasta, on ensin löydettävä tähän asiaongelmaan soveltuva teoreettinen viitekehys. Vasta tämän pohjalta ryhdytään suunnittelemaan varsinaista tutkimusta. Teorian tarkoitus on auttaa tutkijaa näkemään tutkimusongelman kannalta keskeiset asiat ja samalla rajaamaan tutkimuksen kannalta epäolennaiset asiat tutkimuksen ulkopuolelle. (Tilastokeskus b.)

Opinnäytetyössäni tutkimusongelmaksi muodostui oman yrityksen perustaminen. Työssä ei pyritä löytämään konkreettisesti ratkaisua asetettuun ongelmaan, vaan tehdään selvitystyötä yrityksen perustamisen vaatimista toimista. Tutkimuskysymys on muotoiltu seuraavasti: miten perustan matkailullisesti vetovoimaisen käsityöpuodin? Tutkimuskysymys on pyritty asettamaan opinnäytetyön teoreettiseen viitekehukseen, jolloin se on teoreettisesti relevantti sekä kulkee punaisena lankana läpi tutkimuksen ohjaten sen etenemistä. Työn teoreettinen viitekehys puolestaan koostuu yrittäjyyteen ja yritystoiminnan aloittamiseen keskeisesti liittyvästä

teoriasta, liiketoimintasuunnitelman laatimisen teoriasta sekä käsityökulttuurin ja käsityömatkailun nykytilan kartoituksesta ja niihin olennaisesti liittyvästä teoriasta.

### 1.3 Tutkimusmenetelmät

Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2002, 125, 126) toteavat teoksessaan Tutki ja kirjoita kvalitatiivisen eli laadullisen ja kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimusmenetelmän olevan erityisesti toisiaan täydentäviä lähestymistapoja, vaikka ne mielletään usein virheellisesti toisistaan erotetuiksi kilpaileviksi suuntauksiksi. Kvalitatiivista tutkimusta käytetään usein kvantitatiivisen tutkimuksen esikokeena, ja vastaavasti kvantitatiivinen vaihe voi edeltää kvalitatiivista vaihetta. On yleistä, että kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia menetelmiä käytetään tutkimuksessa rinnakkain.

#### 1.3.1 Kvantitatiivinen markkinointitutkimus

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa korostetaan yleispäteviä syyn ja seurauksen lakeja. Sen lähtökohtana on filosofinen suuntaus, joka korosti sitä, että kaikki tieto on peräisin suorasta aistihavainnosta ja näihin havaintoihin perustuvasta loogisesta päättelystä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeisiksi nousevat muun muassa aiemmista tutkimuksista tehdyt johtopäätökset, aiemmat teoriat, hypoteesien esittäminen, käsitteiden määrittely sekä havaintoaineiston soveltuminen määrälliseen, numeeriseen mittaamiseen. Kvantitatiiviselle menetelmälle on ominaista myös koehenkilöiden tai tutkittavien henkilöiden valinta ja usein tarkat koehenkilömäärittelyt ja otantasuunnitelmat, muuttujien muodostaminen taulukkomuotoon ja aineiston saattaminen tilastollisesti käsiteltävään muotoon sekä päätelmien teko tilastolliseen analysointiin perustuen. (Hirsjärvi ym. 2002, 129.)

Myös Mäntyneva, Heinonen ja Wrange (2008, 31, 69) toteavat teoksessaan kvantitatiivista tutkimusotetta käytettävän silloin, kun on mahdollista määritellä mitattavia, testattavia tai muulla tavalla numeerisessa muodossa ilmaistavia muuttujia. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään ensisijaisesti löytämään vastaus kysymyksiin mitä, missä ja koska.

#### 1.3.2 Kvalitatiivinen markkinointitutkimus

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen ja kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivinen tutkimus eroaa kvantitatiivisesta tutkimuksesta niin aineiston keruun kuin sen analysoinninkin osalta. (Mäntyneva ym. 2008, 69-70.) Hirsjärven ym. (2002, 152, 155) mukaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään lähinnä löytämään tai paljastamaan tosiasioita jo olemassa olevien totuusväittämien

todentamisen sijaan. Kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillisiä ovat muun muassa seuraavat piirteet. Tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedonhankintaa, jossa aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa ja tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa kuin mittausvälineillä hankittavaan tietoon. Tutkimuksessa tutkijan pyrkimyksenä on paljastaa odottamattomia seikkoja, mistä johtuen lähtökohtana ei ole teorian tai hypoteesien testaaminen vaan aineiston monitahoinen ja yksityiskohtainen tarkastelu. Aineiston hankinnassa käytetään laadullisia metodeja kuten teemahaastattelu, osallistuva havainnointi sekä ryhmähaastattelut. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimussuunnitelma muotoutuu tutkimuksen edessä ja kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti. Ominaista on myös, että tapauksia käsitellään ainutlaatuisina ja aineistoa tulkitaan sen mukaisesti. Mäntyneva ym. (2008, 31-32) kiteyttävät kvalitatiivisen tutkimusotteen tarkoituksen olevan tulkita, ymmärtää ja antaa merkitystä tutkittaville asioille, jolloin tutkimuskysymyksetkin ovat useimmiten avoimia.

Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusaineistoa keräämällä pyritään tutkittavan kohteen tai ilmiön syvällisempään ymmärtämiseen ja vastaamaan kysymyksiin miksi ja miten. Laadullisen markkinointitutkimuksen keskeisenä etuna on, että se tuottaa tutkimusaineistoa, joka ei ole määrämuotoista sekä lisää ymmärrystä tutkittavasta teemasta. Menetelmällä on kuitenkin myös omat rajoitteensa ja keskeisenä haasteena on usein juuri tutkittavien tai haastateltavien kohdehenkilöiden vähäinen lukumäärä. Tällöin otos ei välttämättä edusta koko tutkimusryhmää ja siitä tehtävien johtopäätösten yleistäminen koko tutkimusryhmää koskevaksi sisältää omat riskinsä. Laadullisen markkinointitutkimuksen lähestymistavat voidaan jakaa seuraaviin pääryhmiin: teemahaastattelut, syvähaastattelut, fokusryhmät, havainnointi sekä projektiiviset menetelmät. (Mäntyneva ym. 2008, 69-70.)

Opinnäytetyöni aiheen kannalta parhaaksi tutkimusmenetelmäksi osoittautui kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kyseessä on uuden yrityksen perustaminen ja oman liikeidean täytäntöön panno, jolloin kohdetta tulee tutkia kokonaisvaltaisesti. Tutkimusote on joustava ja tutkimuksessa pyritään vastaamaan lähinnä kysymyksiin millainen, miksi ja miten. Laadulliselle tutkimukselle luonteenomaisesti tapausta käsitellään ainutlaatuisena ja tutkimuksessa pyritään asian syvempään ymmärtämiseen. Aineistoa tulkitaan tämän mukaisesti omiin havaintoihin luottaen.

#### 1.4 Teemahaastattelu osana tutkimusta

Teemahaastattelu on yksi tutkimushaastattelun lajeista. Jari Eskola ja Jaana Vastamäki toteavat teoksessa Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1 (Aaltola & Valli 2010, 26, 28) teemahaastattelun olevan Suomessa suosituin tapa kerätä laadullista aineistoa. Puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu on lomakehaastattelun ja strukturoimattoman eli syvähaastattelun välimuoto. Teemahaastattelussa haastattelun aihepiirit eli teema-alueet on etukäteen määritetty, mutta kysymyksille ei ole määritelty tarkkaa muotoa tai järjestystä.

Hirsjärvi ja Hurme (2008, 44, 66-67) toteavat haastattelun avulla tutkittavien ilmiöiden ja niiden peruskäsitteiden hahmottuvan perehdyttäessä aiheen teoriaan ja tutkimustietoon. Haastattelurunkoa ei laadita yksityiskohtaisten kysymysten varaan, vaan se rakentuu olennaisista teema-alueista koottuun luetteloon. Haastattelutilanteessa luettelo toimii haastattelijan muistilistana ja teema-alueet tarkennetaan kysymyksillä. Tämä antaa haastattelijalle vapauden jatkaa ja syventää keskustelua niin pitkälle kuin haastattelijan edellytykset ja kiinnostus sallivat. Teemahaastattelu toimii osana tutkimuskokonaisuutta ja siitä on eroteltavissa kolme eri päävaihetta. Haastattelu etenee suunnitteluvaiheesta haastatteluvaiheeseen josta viimeisenä analyysivaiheeseen.

Haastattelun tallentaminen on välttämätöntä. Teemahaastattelussa ehdottomasti yleisin tallennustapa on nauhoittaminen. Tämä voi tapahtua esimerkiksi kasettinaurin, minidisc-tallentimen tai kannettavan tietokoneen avulla. Jo tallennustapaa valittaessa on mietittävä, miten aineisto käsitellään. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 75.)

### 1.5 Teemahaastattelun suorittaminen osana opinnäytetyötä

Opinnäytetyön aiheen ja lopputuloksen kannalta parhaiten toimivaksi haastattelutavaksi valikoitui juuri teemahaastattelu (liite 3). Teemahaastattelussa kysymykset rakennetaan keskustelun pohjalta, teemoihin nojaten, mikä antaa haastattelijalle mahdollisuuden tarkentaa kysymyksiä sekä pyytää täsmennyksiä ja perusteluja vastauksiin. Teemahaastattelun avulla sain parhaiten juuri tutkimukseni kohteen kannalta hyödyllistä tietoa ja sen tarkoituksena oli nimittäin vastata kysymyksiini ja oletuksiini alalla toimimisesta. Lomakehaastattelun sijaan henkilöhaastattelun suorittaminen osana tutkimusta tarjosi riittävät mahdollisuudet kattavien vastausten saamiseksi, sillä haastattelumenetelmänä teemahaastattelu on syvempi ja henkilökohtaisempi kuin lomakehaastattelu. Siinä haastateltavaan luodaan konkreettinen kontakti, mutta haastattelutilanne ei silti ole useiden tuntien mittainen, erittäin yksityiskohtaista tietoa tuottava, tiivis istunto, kuten syvähaastattelu puolestaan olisi ollut. Haastattelun tavoitteena oli selvittää haastateltavan toimintatapaa ja käytännön ratkaisua pääpiirteissään useammalla ennalta määritellyllä teema-alueella.

Tarkoituksena oli löytää haastateltavaksi pienyrittäjä, jonka toiminta vastaa pääpiirteissään opinnäytetyössä käsittelemäni perustettavan yrityksen toimintaa. Tämän kautta pystyn vertaamaan omaa suunnitteilla olevaa yritystäni jo tosielämässä toimivaan vastaavaan liiketoimintaan sekä peilaamaan hieman oman toimintani käynnistämistä ja tulevaisuuden visioita haastateltavan henkilön jo toteutuneeseen yrittämiseen. Ajatuksena haastattelun taustalla oli havaita mahdolliset puutteet omassa suunnitelmassani sekä löytää huomionarvoiset seikat ja

uudet näkökulmat, joita en ole omaa toimintaa suunnitellessani vielä osannut huomioida tai hyödyntää. Tavoitteena oli suuren otannan sijaan löytää yksi tutkimukseen erityisen hyvin sopiva haastateltava.

Haastateltavaksi valitsin Vihtiläisen yksityisyrittäjän Tuula Tannerin. Tanner valmistaa käsityönä erilaisia neuleita, kuten hattuja, lapasia ja ponchoja, joita on myynnissä Käpykylän nimisessä kulttuuritoimijoiden ja pienyrittäjien keskittymässä Vihdin kirkonkylässä. Käpykylän tavoitteena on kirkonkylän elävöittäminen ja keskittymän avulla pyritään luomaan edellytyksiä paikallisen osaamisen esilletuomiseen sen kaikissa muodoissaan. (Tuli ja Leimaus Oy & Käpykylä 2009.) Keskittymän toiminta on hyvin voittoa tavoittelematonta ja yrittäjälähtöistä sekä nimenomaan yrittäjien etua ajavaa, mikä näkyy muun muassa alhaisissa tilavuokrissa. Opinnäytetyöni kannalta Tanner oli ihanteellinen henkilö haastateltavaksi, sillä hänen tuotteensa edustavat kotimaista käsityötä ja tuotteiden myyntipaikka pyrkii edistämään pienten toimijoiden näkyvyyttä ja asemaa markkinoilla. Suoritin haastattelun Käpykylä-keskittymässä sijaitsevassa kahvilassa ja tallensin sen nauhoittamisen sijaan muistiinpanoja tekemällä. Katsoin haastattelun kirjaamisen ylös muistiinpanojen avulla parhaiten tilanteeseen soveltuvaksi vaihtoehdoksi, sillä kahvila oli suhteellisen ahdas ja koin nauhurin käytön häiritsevän muuta asiakaskuntaa. Haastattelun kohteena oleva henkilö Tuula Tanner on jo iäkkäämpi ja nauhurin käyttö olisi saattanut tuntua hänestä vieraalta sekä herättää epäluuloja ja aiheuttaa tätä kautta jännittyneen ilmapiirin haastattelutilanteeseen. Haastattelu kokonaisuudessaan löytyy opinnäytetyöstä liitteenä.

Teemahaastattelun tuloksena syntyneen kattavan keskustelun pohjalta sain paljon käytännön vinkkejä sekä pohtimisen aihetta tulevan yritykseni toiminnan kannalta. Tuula Tannerin liiketoiminnasta ja omasta suunnitelmastani löytyy paljon samankaltaisuuksia, mutta myös eroavaisuuksia. Tannerin tuotevalikoima on suppea käsittäen vain muutaman eri tuotteen, joiden sisällä on variaatiota värien ja mallien muodossa. Myös omassa yrityksessäni valikoima tulee ainakin toiminnan alussa koostumaan vain muutamasta päätuotteesta, joita kuitenkin mahdollisuuksien sekä kysynnän mukaan kehitän eteenpäin uusiksi ideoiksi ja jopa kokonaan uusiksi tuotteiksi. Tannerin tuotteet ovat tätä vastoin pysyneet samoina toiminnan alkamisesta saakka. Yksi merkittävä ero hänen liiketoiminnassaan omaan suunnitelmaani nähden löytyy myyntikanavista. Tannerilla ei ole kiinteää toimipistettä julkisten toimitilojen muodossa, vaan hän valmistaa tuotteita kotonaan ja myy niitä pieninä määrinä erilaisten, ympäri Suomea sijaitsevien, pienten taitoshopien kautta sekä kiertämällä vuosittain useilla eri messuilla. Omassa suunnitelmassani tätä vastoin on tarkoituksena perustaa fyysinen liike ja aihe aiheuttikin omasta näkökulmastani paljon pohdittavaa. Tanneri perusteli melko hyvin sekä kuulemansa tiedon, että oman kokemuksensa kautta, miksi kiertävä myynti on liiketoiminnan kannalta tuloksellisempi vaihtoehto, jatkuvasti samalla paikalla toimivan liikkeen myynnin puolestaan hiljentyessä alkuvuosien jälkeen merkittävästi.

Kuten omalla kohdallani, myös Tannerin liiketoiminta on alkanut aikoinaan harrastuksen kautta. Hän kertoo oppineensa kutomaan jo viisivuotiaana, mistä lähtien käsityöt ovat olleet pysyvä osa elämää. Myynti lähti liikkeelle pienimuotoisena markkinoiden ja messujen kiertämisinä, mutta muuttui nopeasti yhä kattavammaksi osaksi arkea. Itselläni tämä harrastuksen aloittamisikä oli suunnilleen samaa luokkaa ja innostukseni myynnin kehittämisestä liiketoiminnaksi asti heräsi pienten myyjäispöytien vuokraamisen kautta. Keskustelun edetessä välilämme ilmenikin paljon yhtäläisyyksiä niin toimintatavoissa kuin ajatustasolla. Vuosissa mitattuna Tannerilla oli jo liiketoimintaa aloittaessaan ehtinyt kertyä huomattava määrä kokemusta ja taitoa tuotteidensa valmistuksesta harrastuksen kautta, mikä itselläni jää huomattavasti pienemmäksi nuoresta iästäni johtuen. En kuitenkaan koe sitä esteenä tai hidastavana seikkana tulevan liiketoimintani kannalta. Suurimman motivaatiotekijänsä Tanner kertoo olevan halun valmistaa kaunista ja tyylikästä käsin ja tehdä se hyvin. Tämä on yhdistävä tekijä niin minun ja Tannerin kuin monen muunkin käsityöläisen välillä. (Tanner, 21.3.2011.)

Kannattavuudesta käyty keskustelu tukee itselläni jo olleita olettamuksia aiheesta. Tanner totesi käsitöillä rahan ansaitsemisen olevan vaikeaa, minkä olin jo itsekin mielessäni listannut suurimpiin haasteisiin alalla. Toisaalta ansaittu raha on palkitsevampaa kuin rivityöläisen ammatissa kertyvät tulot, sillä sen eteen on tehnyt töitä eri tavalla ja oman tuotoksen näkeminen ihmisten käytössä vahvistaa motivaatiota entisestään. Tannerin asiakaskunta koostuu pääosin samoista ihmisryhmistä, mitä olin pitänyt oman yritykseni kohderyhmänä, kotimaisista ja ulkomaisista matkailijoista sekä osittain myös paikkakuntalaisista. Itselleni yllätyksenä tuli Tannerin mainitsema suuri ero kansainvälisten sekä kotimaisten ihmisten kulutustottumuksissa, minkä hän kertoi toimintansa kautta havainneen. Ero tulee ehdottomasti huomioida omassa liiketoiminnassani muun muassa tuotesuunnittelussa ja -kehittelyssä. Toinen huomattava ero näkyy Tannerin mukaan sesongissa, joka suomalaisilla asiakkailla sijoittuu syksystä joulun, kun taas ulkomaiset asiakkaat ostavat tuotteita enemmän kesä-kuukausina. Sesonkien ajoittuminen perustuu luultavasti suomalaisilla joulun lähestymiseen sekä turisteilla suosituimpiin matkustuskuukausiin. Tämä ero on otettava huomioon omaa liiketoimintaa suunnitlessani. (Tanner, 21.3.2011.)

Kuten omassa elämässäni, Tannerin arjessa käsityön merkitys on valtava. Hän kertoo käsillä tekemisen olevan hänelle itsestäänselvyys, mistä mieleeni juontaa vahvasti käsite ”homing”, jota tarkastellaan opinnäytetyössä myöhemmin. Tanner kuuluu ikänsä puolesta vielä siihen sukupolveen, jolle käsityön merkityksen ymmärtäminen ja tekemisen taito olivat olennainen osa kasvatusta. Käsiyömatkailu on Tannerille käsitteenä täysin vieras, mutta hän näkee ajatuksella olevan suurta potentiaalia erityisesti käsityön aseman edistämisen sekä käsityön ja matkailun yhdistämisen kannalta. (Tanner, 21.3.2011.)

## 2 Yrittäjyyden määritelmä

Suomen sivistyssanakirja määrittelee yrittäjyyden seuraavasti. ”Yrittäjyys on uusien toimintaorganisaatioiden, erityisesti liiketoiminnallisten yritysten, luomista vastauksena havaittuihin mahdollisuuksiin tai puutteisiin markkinoilla” (sivistyssanakirja.com). Yrittäjyys ei ole pelkkää liiketoimintaa, vaan se on kokonaisvaltainen ajattelu- ja toimintatapa sekä asenne. Yrittäjältä vaaditaan tiettyjä ominaisuuksia, kuten hyvää elämän hallintaa ja oma-aloitteisuutta. Joustavuus, hyvä organisointi- ja päätöksentekokyky, stressinsietokyky sekä innovatiivisuus ovat keskeisiä ominaisuuksia yrittäjäksi aikovalle. Myös sosiaalisuus ja ulospäin suuntautuneisuus sekä kyky tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa ovat yrittäjälle eduksi olevia luonteenpiirteitä. (Raatikainen 2006, 20-21.)

Markkinataloudessa yrittäjillä on tärkeä asema tuottaessaan yhteiskunnalle vaurautta ja työpaikkoja sekä kuluttajille palveluita ja hyödykkeitä. Yritysten olemassaolo pitää talouden tasapainossa ja uusien yritysten perustaminen lisää maan tuottavuutta ja edistää kilpailua markkinoilla. Tällä puolestaan on positiivinen vaikutus sekä maan omien markkinoiden kannalta että talouden kilpailukyvyllä kansainvälisesti. (Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 25.)

Myös Viitala ja Jylhä (2006, 13) toteavat yrittäjyyden lisääntyneen Euroopassa ja yrityssektorin olevan pienyritysvaltainen koko EU:n alueella. Kaikista yrityksistä pieniä ja keskusuuria yrityksiä on yli 99 prosenttia, työllistäen noin 70 prosenttia koko työvoimasta. Euroopassa on käytössä yleinen määritelmä, jossa yritykset jaetaan kokoluokkiin tiettyjen raja-arvojen mukaisesti. Pienin yritysmuoto, eli mikroyritys työllistää alle kymmenen henkilöä ja sen liikevaihto tai taseen loppusumma on korkeintaan kaksi miljoonaa euroa. Seuraavana tulevat pienet yritykset, joissa henkilökuntaa on alle 50 henkilöä ja liikevaihto tai taseen loppusumma jää alle 10 miljoonan euron. Keskisuuret yritykset puolestaan työllistävät korkeintaan 250 henkilöä liikevaihdon ollessa enimmillään 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumman 43 miljoonaa euroa.

### 2.1 Yrittäjyyden muodot

Yrittäjyydestä voidaan erottaa ulkoinen ja sisäinen sekä omaehtoinen yrittäjyys. Ulkoinen yrittäjyys mielletään usein pienyrityksen omistamiseksi ja johtamiseksi ja sen tunnusmerkkinä toimiikin oma itsenäinen yritys. Ulkoiseen yrittäjyyteen kuuluu muun muassa markkinointia, liikeidean suunnittelua, tavaroiden ja palvelujen tuotantoprosessien hallintaa, henkilöstön johtamista sekä talouden suunnittelua, kuten budjetointia, hinnoittelua ja rahoitusta. (Yrittäjyyskasvatus 2010b.)

Sisäisellä yrittäjyydellä tarkoitetaan työntekijöiden ajattelu-, toiminta- ja suhtautumistapaa työhönsä. Se on suurelta osin positiivista asennetta omaa työyhteisöä ja sen kehittämistä koh-



taan, jolle on ominaista innovatiivinen toiminta. Sutinen ja Viklund (2004, 59) ovat määritelleet sisäisen yrittäjyyden käsitteen kirjassaan seuraavasti ”sisäiset yrittäjät ovat ihmisiä, joilla on luovuutta, visioita ja kunnianhimoa, mutta jotka mieluummin tekevät töitä toisten perustamissa organisaatioissa kuin omissaan”.

Omaehtoinen yrittäjyys puolestaan tarkoittaa yksilön yrittäjämäistä toimintatapaa. Se on vanhin yrittäjyyden muoto, joka voidaan määritellä yksilön omaksi kehityskertomukseksi. Omaehtoisen yrittäjyyden käsite viittaa yrittäjämäiseen asennoitumiseen koko elämää kohtaan, jolloin yksilö ottaa vastuun omasta oppimisestaan tai toimeentulostaan. Näkemys, halu ja mahdollisuus vaikuttaa omaan tulevaisuuteensa korostuvat. Omaehtoinen yrittäjyys onkin perusta sisäisen ja ulkoisen yrittäjyyden kehittymiseen. Hyvä esimerkki itsensä työllistämistä juuri omaehtoisella yrittäjyydellä ovat käsityöyrittäjät ja taiteilijat. (Kyrö; Raatikainen 2006, 16-19; Sutinen & Viklund 2004, 59; Yrittäjyyskasvatus 2010a.)

## 2.2 Katsaus yrittäjyyteen Suomessa

Yleisen harhaluulon vastaisesti Suomi on hyvä maa ryhtyä yrittäjäksi ja yrittäjyys näyttää kannattavan paremmin kuin muissa EU-maissa. Kuitenkin Suomessa yrittäjien osuus väestöstä on pienempi kuin länsieurooppalaisissa maissa keskimäärin, yrityksiä perustetaan harvemmin ja kasvu on hitaampaa. (Tilastokeskus 2003.) Terho Puustinen (2004, 22) listaa teoksessaan Suomalaista yrittäjyyttä puoltaviksi seikoiksi muun muassa yhteiskuntamme avoimuuden ja poliittisen vakauden, julkisen sektorin reilun tuen yritysten investointeihin ja tuotekehitykseen, korruption vähäisyyden sekä oikeuslaitoksen riippumattomuuden.

Tilastokeskuksen (2003) yritysrekisterin tietojen mukaan vuonna 2008 Suomessa toimi 320 952 yritystä, jotka työllistivät yhteensä 1 502 213 henkilöä palkansaajina tai yrittäjinä. Vuotta myöhemmin, vuonna 2009, yrittäjien määrä oli noin 251 000, eli yhdeksän prosenttia työllististä. Lukemassa ei ole huomioitu alkutuotantoa ja avustavia perheenjäseniä. Tilastojen mukaan Suomessa on tällä hetkellä enemmän yrityksiä kuin koskaan aikaisemmin. Yksi merkittävimpiä tekijöitä yrittäjyyden kasvun taustalla on yhteiskunnan palvelurakenteen muutos. (Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 25; Naisyrittäjyyskeskus 2010.)

### 2.2.1 Yrittäjyyden historia

Yrittäjyys on tulonhankinnan muotona palkkatyön tekemistä vanhempaa. Maatalousyhteiskunnassa yrittäjiä olivat muun muassa kauppiaat ja tehtaiden omistajat, joille yrittäjyys oli lähinnä välttämätön selviytymiskeino. Sotien jälkeen muotoutunut teollisuusyhteiskunta rakentui yrittämisen ja palkkatyön varaan. Tehdasteollisuuden kasvu tarjosi yhä enemmän työpaikkoja ja ihmiset muuttivat työn perässä maalta kaupunkeihin. Kaupunkien kasvaessa ja väkilu-

vun noustessa tarvittiin yhä enemmän palveluita vastaamaan kasvavan kysynnän tarvetta, mikä avasi väyliä uusien yritysten, kuten ravitsemis- ja kuljetuspalveluiden sekä elintarviketuotannon perustamiselle. Yksi merkittävä murrosvaihe Suomen historiassa on teollisuuden vankestuminen toisen maailmansodan jälkeen, jolloin metsäteollisuus sai rinnalleen metalliteollisuusklusterin. Maatalousyhteiskunta alkoi muuttua teollisuusyhteiskunnaksi. Toinen merkittävä muutos tapahtui 1980- ja 1990-luvuilla, kun palvelu- ja tietoyhteiskunta alkoi vallata alaa ja murtaa vuorostaan teollisuusyhteiskunnan rakenteita. Myös yrittäminen ja yrittäjyys ovat muuttaneet muotoaan muutosten tahdissa. Rakennemuutoksien aikana yrittäjyyden merkitys korostuu, sillä se toimii yhteiskunnassa muun muassa taloudellista kasvua, työllisyyttä ja tuotantorakennetta vahvistavana voimana. (Kallio ym. 2008, 21-25.)

### 2.2.2 Naisyrittäjyys

Naisyrittäjyyden edistämistyöryhmän väliraportin (2008) mukaan naisyrittäjyys määritellään eri tavalla eri yhteyksissä. Raportissa tukeudutaan Finnveran määritelmään, joka on määritetty eri yhtiömuotojen mukaan seuraavasti: ”yksityinen elinkeinonharjoittaja on nainen, avoimessa yhtiössä vähintään puolet yhtiömiehistä on naisia sekä yli puolet yhtiöpanoksista naisten sijoittamia, kommandiittiyhtiössä vähintään puolet vastuunalaisista yhtiömiehistä on naisia ja yli puolet vastuunalaisten yhtiömiesten yhtiöpanoksista on naisten sijoittamia, osakeyhtiössä yli 50 prosenttia yhtiön osakkeista ja niiden tuottamasta äänimäärästä on naisilla, yksi naispuolisista omistajista johtaa yritystä päätoimisesti”. Ominaista naisyrittäjyydelle on raportin mukaan erityisesti paikallisuus, sosiaalinen vuorovaikutus sekä yhteisöllisyydestä lähtevä toiminta (Naisyrittäjyys tänään ja huomenna 2008, 3, 5).

Naisyrittäjiä on noin kolmannes kaikista maamme yrittäjistä ja määrä on ollut kasvussa koko 2000-luvun. Syinä tähän voidaan pitää muun muassa kuntien palvelutuotannon avautumista kilpailulle, kotitalousvähennysjärjestelmää sekä osto-palvelujen lisääntymistä sosiaali- ja terveyspalveluissa. Miesyrittäjiin verrattuna naisyrittäjät ovat keskimäärin hieman nuorempia ja koulutetumpia sekä toimivat useammin yksinyrittäjinä. Valtaosa naisten yrityksistä, noin 80 %, on yritysmuodoltaan toiminimiä ja vain loput 20 % yhtiömuotoisia. Vain joka viides naisyrittäjä toimii työnantajana. (Naisyrittäjyyskeskus 2010.)

Naisyrittäjyydessä merkittävinä nähtäviä haasteita ovat muun muassa vanhemmuudesta aiheutuva kustannusrasite ja sen aiheuttamien kustannuksien huomiointi verotuksessa ja sairausajan korvauksissa, naisyrittäjyyden yleisimpien toimialojen pääomanhankinta sekä naisyrittäjyyden toimialojen huomiointi yritysten erilaisissa tukijärjestelmissä. Näiden lisäksi palvelualojen yritysten kasvua tukevien rakenteiden sekä naisyrittäjien neuvontapalveluiden vähäisyys ja konsulttien tarve aiheuttavat osaltaan haasteita monelle yrittäjälle. (Naisyrittäjyyskeskus 2010.)

### 2.2.3 Matkailuyrittäjyys

Matkailu määritellään palvelualaksi, jossa menestyään tarjoamalla asiakkaiden arvontuotantoprosessiin oikeaan aikaan heidän tarpeitaan ja halujaan täyttäviä hyödykkeitä, informaatiota, palvelua sekä ohjeita. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito Ry:n julkaisemasta Käsityön ja matkailun verkostot - raportista (2006a) selviää tilastokeskuksen tietojen mukaan matkailulle tyypillisten yritysten lukumäärän Suomessa vuonna 2004 olleen 24899. Raportissa todetaan matkailuelinkeinon ja - palvelun määrittelyn sekä luokittelun olevan ongelmallista, sillä matkailu koostuu monesta eri elinkeinosta. Lähes kaikki toimialat ovat joko suoraan tai välillisesti tekemisissä matkailun kanssa, mutta ensisijaisesti matkailuelinkeinon kuuluviksi lasketaan välitöntä matkailutuloa saavat toimialat. (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito Ry 2006a, 5-6, 8.)

### 2.2.4 Käsityöyrittäjyys

Pekka Lithin (2005, 13) Kauppa- ja teollisuusministeriölle tekemästä tutkimuksesta selviää, että Suomessa toimi vuonna 2003 arviolta 9000-10000 käsityöyritystä. Nämä työllistivät suoraan noin 14000 työntekijää ja välilliset työllisyysvaikutukset mukaan lukien yhteensä noin 21000 henkeä. Liikevaihtoa yritykset tuottivat 1,4 miljardia euroa. Maassamme toimivien mikroyritysten määrästä, henkilöstöstä ja liikevaihdosta käsityötoimialojen osuus on 3-5 %. Tutkimuksessa käsityöyrityksiksi luetaan ”kaikki ne määrättyillä toimialoilla toimivat alle 10 työntekijän yritykset, jotka valmistavat konkreettisia tuotteita käsin ja käsin ohjattuja koneita apuna käyttäen tai tuottavat näiden tuotteiden korjauspalveluja”. Suurin osa käsityöyritysten valmistamista tuotteista on joko yksittäiskappaleita tai hyvin pienimuotoista sarjatuotantoa ja tuotteet ovat usein huonekaluja, tekstiileitä, kotitaloustarvikkeita, vaatteita tai jalkineita.

Lähtökohtana käsityöyrityksen perustamiselle on usein yrittäjän oma ammatillinen osaaminen ja tuoteidea. Tutkimuksessa todettiin, että suurin osa käsityöyrityksistä on toiminimimuotoisia, pieniä yrityksiä, työllistäen usein vain yrittäjän itsensä. Käsityöyritykset toimivat pääosin kotimaan markkinoilla, mutta monilla markkina-alue on kuitenkin valtakunnanlaajuinen. Omiin laadukkaiden tuotteiden merkitystä korostetaan ja muun muassa erilaiset messut ovat olleet suosittuja paikkoja toiminnan esiintuomisessa ja uusien kontaktien solmimisessa. Yrittäjistä vain harvat käyttävät markkinoinnissaan suoraa mainontaa. Myös alihankinta on käsityötoimialoilla suhteellisen yleistä. 1990-luvun puolivälistä lähtien niin käsityöyritysten määrä, henkilöstö kuin liikevaihto ovat kasvaneet hitaasti. Lithin mukaan käsityöelinkeinojen osuus tuotannosta ja työllisyydestä on alentunut Suomessa jatkuvasti. Tämä johtuu muun muassa sarjatuotantoon perustuvan halpatuonnin kasvusta, mikä on suuri uhka erityisesti tekstiilien, vaatteiden ja nahkatuotteiden valmistukselle. (Lith 2005, 9, 13, 35, 60.)

Lithin suorittama käsityöalan yrittäjyyteen liittyvä tutkimus vahvistaa Raatikaisen (2006, 26) päätelmiä aiheesta. Myös hän toteaa teoksessaan käsityöyrittäjien olevan usein yksinyrittäjiä, joille tärkeiksi asioiksi liiketoiminnassa nousevat työn hyvä laatu ja oman osaamisen arvostaminen. Usein itsenäisyys ja riippumattomuus työssä ovat käsityöläisille keskeisiä ominaisuuksia yritystä perustettaessa.

### 3 Yrityksen perustamisen teoria

Tässä kappaleessa käsitellään yrityksen perustamisen kannalta tärkeitä asioita, jotka tulee ottaa huomioon kun yritystoiminnan aloittamista vasta suunnitellaan. Toiminta-ajatus ja liikeidea luovat yrityksen toiminnalle perustan ja määrittelevät sen tarjoaman tuotteen tai palvelun. Ennen yrityksen rekisteröimistä ja tuotteen saamista markkinoille täytyy yrittäjän tehdä useita tulevan toiminnan kannalta oleellisia ratkaisuja. Hänen tulee valita yritykselleen yhtiömuoto, mihin vaikuttaa muun muassa perustajien lukumäärä sekä pääoman tarve. Lisäksi yrittäjän on laadittava toiminnalleen rahoitussuunnitelma. Toiminnan luonteesta riippuen rahoituksen järjestämiseen on olemassa useita eri tapoja ja yrittäjän oman pääoman lisäksi toiminnalle voidaan mahdollisuuksien mukaan hakea esimerkiksi ulkopulista rahoitusta. Yritystoimintaan liittyvät riskit ovat samoin alkavan toiminnan kannalta hyvin oleellinen asia. Niin mahdolliset riskit kuin niiltä suojautuminen tulee olla mietittynä ennen yrityksen perustamista.

#### 3.1 Toiminta-ajatuksen ja liikeidean määrittely

Yritystoiminnan alkamisen ehdoton edellytys on yritysidea, joka kertoo, mihin yrityksen olemassaolo perustuu. Yritysidea tarkentuu toiminta-ajatuksiksi ja liikeideaksi. Toiminta-ajatus vastaa kysymykseen, miksi yritys on olemassa. Se on toiminnan perusta, jolle kaikki yrityksen suunnitelmat ja tavoitteet rakentuvat. Liikeidea puolestaan on yritysideoan jäsentyneempi muoto, joka määrittelee palvelun tai tuotteen vastaamalla kolmeen peruskysymykseen; mitä, kenelle ja miten. Se kuvaa yrityksen menestystekijöitä sekä kertoo, miten yrittäjyys muuttetaan liiketoiminnaksi. Liikeidealla tarkoitetaankin kuvausta yrityksen tavasta menestyä ja ansaita rahaa valitulla toimialalla, ollen näin yrityksen kokonaisvaltaisen ja jatkuvan kehittämisen tulos ja kohde. Hyvä ja toimiva liikeidea on yritystoiminnan menestymisen perusedellytys. (Holopainen 2010, 13; Opetushallitus b; Suomen Yrittäjät 2008; Töyrylä; Viitala & Jylhä 2006, 51.)

## 3.2 Yhtiömuodon valinta

Yhtiömuotoja ovat yksityinen elinkeinonharjoittaja, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö sekä osuuskunta. Yritysmuodon valintaan vaikuttavat monet tekijät, joista merkittäviä ovat muun muassa perustajien lukumäärä, pääoman tarve ja yrityksen toiminnan laajuus. Näiden lisäksi valinnassa tulee huomioida yrityksen toiminnan joustavuus, yrityksen jatkuvuus, vastuun jakautuminen, voitonjako ja tappion kattaminen sekä verotus. (NettiTieto Oy.)

### 3.2.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja

Yksityisellä elinkeinonharjoittajalla viitataan joko toiminimeen tai yksityisliikkeeseen. Suomessa yksityisenä elinkeinonharjoittajana voi toimia luonnollinen henkilö, jolla on asuinpaikka Euroopan talousalueella (ETA). ETA:n ulkopuolella asuva henkilö tarvitsee toiminnan harjoittamiseen patentti- ja rekisterihallituksen luvan. Yksinkertaisin tapa ryhtyä yrittäjäksi on perustaa toiminimi, sillä se ei vaadi kirjallisia sopimuksia eikä perustamiseen tarvittavalle pääomalle ole minimimäärää. Yrittäjä itse on ainoa toimielin, joka myös itse edustaa yritystään. Yksityinen elinkeinonharjoittaja kantaa vastuun yritystoiminnastaan koko omaisuudellaan. (Holopainen 2010, 23; Raatikainen 2006, 69; Yrityssuomi 2008.)

Opinnäytetyön kohteena oleva perustettava yritys tulee aloittamaan toimintansa yksityisenä elinkeinonharjoittajana. Perustajia on vain yksi ja toiminta tulee lähtemään käyntiin melko rauhallisesti, joten toiminimi on yrityksen kohdalla toimivin ratkaisu. Toiminnan käynnistymisen jälkeen ja tuotteiden todellisen kysynnän selvittyä yrittäjä voi mahdollisesti miettiä jakavansa vastuuta yrityksestä ottamalla osakkaaksi toisen henkilön ja muuttamalla yhtiömuodon osakeyhtiöksi. Tälle ei kuitenkaan välttämättä ole tarvetta, sillä toiminta tulee pysymään melko pienimuotoisena.

### 3.2.2 Avoin yhtiö

Avoimessa yhtiössä on oltava vähintään kaksi yhtiömiestä. Yhtiömiehet voivat olla joko luonnollisia henkilöitä tai yhteisöjä, joista ainakin yhdellä on oltava asuinpaikka tai, jos yhtiömies on oikeushenkilö, kotipaikka ETA-alueella. Avointa yhtiötä perustettaessa on laadittava yhtiösopimus, joka on suositeltavaa tehdä kirjallisesti. Yhtiön sisällä tehtävät päätökset tehdään yhtiösopimusta noudattaen. Avoimen yhtiön perustamiseen ei vaadita rahapanosta ja toiminnassa jokainen yhtiömies vastaa yhteisvastuullisesti kaikella omaisuudellaan myös muiden yhtiömiesten tekemistä sitoumuksista. (Holopainen 2010, 24; Raatikainen 2006, 69.)

### 3.2.3 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiössä yhtiömiehiä tulee olla kaksi tai useampia. Heistä vähintään yhden on oltava vastuunalainen yhtiömies, joka toimii varsinaisesti yhtiön nimissä, tekee päätökset ja on vastuussa niistä. Yhtiössä on oltava myös vähintään yksi äänetön yhtiömies, jonka tulee sijoittaa yhtiöön omaisuuspanos. Tämä katsotaan yhtiön pääomaksi. Äänettömällä yhtiömiehellä ei ole päätöksentekovaltaa, eikä oikeutta edustaa yritystä. Vähintään yhdellä vastuunalaisista yhtiömiehistä on oltava asuinpaikka tai, jos yhtiömies on oikeushenkilö, kotipaikka ETA-alueella. Tämä edellytys ei koske äänettämiä yhtiömiehiä. Kommandiittiyhtiötä perustettaessa on yhtiömiesten laadittava yhtiösopimus. (Holopainen 2010, 27; Raatikainen 2006, 70.)

### 3.2.4 Osakeyhtiö

Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi henkilö. Osakeyhtiölaki ei aseta yhtiön perustajalle asuinpaikka- tai kotipaikkavaatimuksia, jolloin perustajaosakas voi olla ETA:n ulkopuolelta. Perustajana voi toimia juridinen henkilö, joka voi olla esimerkiksi toinen yritys, säätiö, kunta tai valtio. Yksityisen osakeyhtiön pääoman vähimmäismäärä on 2500 euroa ja julkisen yhtiön vastaava summa on 80 000 euroa. Yhtiön perustamiskokouksessa on valittava yritykselle johto sekä yhtiölle hallitus ja tilintarkastajat. Hallituksen on edelleen nimettävä toimitusjohtaja sekä puheenjohtaja. Osakeyhtiö on merkittävä Patentti- ja rekisterihallituksen ylläpitämään kaupparekisteriin kolmen kuukauden sisällä perustamissopimuksen allekirjoittamisesta. Vasta tämän jälkeen yhtiön katsotaan juridisesti syntyneen. (Raatikainen 2006, 72; Yrityssuomi 2007.)

### 3.2.5 Osuuskunta

Osuuskunnassa tulee olla vähintään kolme perustajajäsentä. Perustajina voivat toimia sekä luonnolliset henkilöt että yhteisöt, säätiöt tai muut oikeushenkilöt. Perustajien on tultava osuuskunnan jäseniksi. Perustamisesta on laadittava kirjallinen sopimus, josta käyvät ilmi osuuskunnan säännöt. Niin osuusmaksun suuruudesta kuin muun muassa monista hallitukseen ja toimielimiin liittyvistä asioista määrätään säännöissä. Osuuskunta syntyy juridisesti vasta, kun se merkitään Patentti- ja rekisterihallituksen ylläpitämään kaupparekisteriin. Tämän on tapahduttava kuuden kuukauden kuluessa perustamiskirjan allekirjoittamisesta. (Osuuskunta 2011; Raatikainen 2006, 72; Yrityssuomi 2011.)

### 3.3 Rahoitussuunnitelman laatiminen yritykselle

Keskeisiä tekijöitä alkavan yritystoiminnan rahoitusta suunniteltaessa ovat toimintaan sijoitettavissa olevan pääoman määrä, käytettävissä olevat vakuudet ja rahan korko. Perustettavan yrityksen toimialasta sekä sijaintipaikasta riippuen toiminnan aloittamisen tueksi on mahdollista saada myös julkista rahoitusta. Rahoitusta haettaessa yrittäjän itsensä hankkeeseen sijoittamalla pääomalla on suuri merkitys, sillä se antaa mahdollisille rahoittajille uskottavuutta hankkeeseen. Yleisesti yrittäjän oman sijoituksen minimimääränä pidetään 20 % koko pääomantarpeesta. Lainojen myöntämiseen puolestaan vaikuttaa yrittäjän tai yrityksen omaisuuden vakuusarvo, kuinka paljon rahaa on mahdollista saada vakuuksia vastaan. Merkittävimpiä aloittavan yrityksen erityisrahoitusmuodoista ovat yrityksen kehittämisavustus sekä Finnveran naisyrittäjälaina ja pienlaina. (Holopainen 2010, 157.)

Yrityksen rahoitus voidaan jakaa karkeasti tulo- ja pääomarahoitukseen. Näistä tulorahoituksella tarkoitetaan myyntituloista saatua rahoitusta vähennettynä vastaavilla menoilla. Pääomarahoitus taas voidaan jakaa omaan sekä vieraaseen pääomaan, joista vieras pääoma edelleen lyhytaikaiseen ja pitkäaikaiseen pääomaan. Lyhytaikaisen pääoman takaisinmaksu on suoritettava vuoden kuluessa, kun taas pitkäaikaisella pääomalla takaisinmaksuaikaa on yli vuosi. (Raatikainen 2006, 118.)

Ammatinharjoittaminen on yleensä pienimuotoista yritystoimintaa, perustuen yrittäjän henkilökohtaiseen osaamiseen tai erityistaitoon, jonka aloittaminen ei vaadi suuria investointeja. Erityisesti yritystoiminnan alkaessa sivutoimisena on ulkopuolisen rahoituksen saaminen hankalaa. (YritysHelsinki.)

### 3.4 Yritystoiminnassa huomioitavat uhkatekijät

Yritystoimintaan liittyy monenlaisia riskejä, joilla tarkoitetaan vahingon tai tappion uhkaa tai vaaraa. Riskit on luokiteltu yleisesti kuuteen eri tyyppiin. Nämä ovat liikeriskit, omaisuusvahingot, rikokset, keskeytys- ja riippuvuusvahingot, henkilöriskit sekä vahingonkorvausvaatimukset. Vielä tätä jakoa karkeammin riskit voidaan jakaa kahteen pääryhmään: yrityksen sisäisiin eli toiminnasta aiheutuviin riskeihin sekä yrityksen ulkopuolella oleviin riskeihin. (Viitala & Jylhä 2006, 343.)

Monet yrittäjät eivät ole edes tietoisia toimintaansa liittyvistä riskeistä. Tästä syystä yritystä perustettaessa olisi suositeltavaa laatia riskianalyysi, jolloin mahdolliset riskit tulee huomioida. Riskianalyyssissä eritellään yrityksen toiminnot ja selvitetään niiden riskialttius. Lisäksi siinä määritellään vahinkojen sattumisen todennäköisyys ja mietitään keinoja niiden välttämiseksi. Riskianalyysin pohjalta rakentuu riskien hallintaohjelma. (Raatikainen 2006, 104.)

Riskienhallinta koostuu kolmesta pääalueesta, joita ovat riskien tunnistaminen, analysointi sekä hallintakeinojen määrittely. Hallintakeinoja ovat puolestaan riskin välttäminen, riskin pienentäminen, riskin siirtäminen ja jakaminen sekä riskin pitäminen omalla vastuulla. Riski vältetään poistamalla sen aiheuttava prosessi yrityksen toiminnasta tai jättämällä kokonaan tekemättä asia johon riski liittyy. Esimerkkinä toimivat vientitoiminnan riskit, jotka voidaan välttää toimimalla pelkästään kotimaassa. Riskin pienentäminen onnistuu vaikuttamalla tapahtuman todennäköisyyteen ja seurauksiin. Riskin todennäköisyyttä voi pienentää esimerkiksi huoltamalla ja tarkastamalla yritystoimintaan kuuluvan kaluston säännöllisesti sekä henkilökunnan ajantasaisella kouluttamisella. Riskiä siirrettäessä ja jaettaessa osa vastuusta siirretään toiselle taholle. Tämä tapahtuu sopimusteitse, esimerkiksi kuljetus- ja alihankintasopimukset. Toinen yleinen tapa riskin siirtämiseen on vakuuttaminen. Riskin pitäminen omalla vastuulla tarkoittaa riskin ottamista eli sen hyväksymistä. Toisinaan riskin todennäköisyys ja sen aiheuttamat kustannukset osoittautuvat lopulta pienemmiksi kuin tarvittavien turvallisuustoimenpiteiden aiheuttamat kustannukset. Tällaisia ovat muun muassa pienet ja usein toistuvat vahingot, jotka eivät haittaa liiketoiminnan jatkuvuutta. Yritystoimintaan liittyviä riskejä pystytään minimoimaan hyvällä suunnittelulla ja ennakoinnilla. Osa riskeistä tulee esiin kuitenkin vasta liiketoiminnan alettua, jolloin niihin on mahdotonta varautua etukäteen. Tästä syystä yritykset tarvitsevat toimintansa tueksi vakuutuksia. (Kallio ym. 2008, 110; PK-RH; Viitala & Jylhä 2006, 344-345.)

#### 4 Liiketoimintasuunnitelman laatiminen yritykselle

Liiketoimintasuunnitelma, eli business plan, on kirjallinen esitys yrityksestä ja sen toiminnasta. Se on kaikessa lyhykäisyydessään selkeä ja johdonmukainen, looginen ja todenperäinen kuvaus, joka on ensisijaisesti tarkoitettu työkaluksi yrittäjälle itselleen. Usein se on kuitenkin merkittävässä roolissa myös esiteltäessä yritystä ulkopuolisille, kuten mahdollisille asiakkaille, alihankkijoille sekä rahoittajille. Hyvä liiketoimintasuunnitelma toimii siltana tulevaisuuteen ja siitä löytyvät ainakin tiivistelmä, markkina-analyysi, oman yrityksen kuvaus, rahoitus-suunnitelma ja riskianalyysi. Liiketoimintasuunnitelman rakentamiseen löytyy useita eri malleja, eikä siihen ole olemassa yhtä oikeaa kaavaa. Tietyn tyyppinen suunnitelma saattaa palvelella yhden alan yritystä paremmin kuin toisen, tästä syystä jokainen suunnitelma onkin omannäköisensä. Viimeisten vuosikymmenien aikana on vakiintunut tapa kirjoittaa paperille yhdeksi asiakirjaksi yrityksen menestyksen kannalta tärkeät asiat, suunnitelma liiketoiminnasta, sen lähtökohdista, toiminnasta, markkinoista, asiakkaista sekä kilpailijoista. Liiketoimintasuunnitelma voi myös muuttua yrityksen toiminnassa tapahtuvien mahdollisten muutosten myötä ja sitä olisikin hyvä päivittää vähintään kerran vuodessa. (Rissanen 2003, 42.)



Liiketoimintasuunnitelman teorian pohjalta on opinnäytetyön liitteeksi laadittu perustettavalle yritykselle oma, yksinkertaistettu liiketoimintasuunnitelma (liite 2). Liiketoimintasuunnitelma on aina tapauskohtainen ja sitä laadittaessa kirjataan tulevan yrityksen ja sen toimintaympäristön tiedot ylös perusteista lähtien. Opinnäytetyön kohteena olevalle yritykselle laadittuun suunnitelmaan pyrittiin kirjaamaan kaikki ne perustamisen kannalta olennaiset asiat, jotka tässä vaiheessa on kyseisen yrityksen kohdalla mahdollista kirjata. Mahdollisen tulevan asiakaskunnan, kilpailevien yritysten sekä yrityksen markkinoiden pohtimisesta kuten myös yrityksen imagon sekä palveluiden ja tuotteiden määrittelystä etukäteen on valtavasti käytännön hyötyä. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen selkeyttää yrityksen perustamisprosessia ja auttaa rajaamaan aihetta sekä nostamaan tärkeitä näkökulmia esiin.

#### 4.1 Toimintaympäristöanalyysi osana liiketoimintasuunnitelmaa

Seuraavissa kohdissa käsitellään toimintaympäristöanalyysin laatimista yritykselle. Toimintaympäristön tarkastelu ja siihen liittyvien eri seikkojen huomiointi sekä suunnittelu ennen liiketoiminnan aloittamista ovat yrityksen tulevaisuuden kannalta merkittäviä tekijöitä. Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa erityisesti huomioitavia tekijöitä ympäristössä ovat yrityksen tuleva asiakaskunta, markkinat sekä kilpailevat yritykset, joiden analysoinnista on tässä luvussa kerrottu tarkemmin.

##### 4.1.1 Asiakasanalyysi

Asiakasanalyysin laatimisen tarkoituksena on asiakaskunnan profilointi, jonka tuloksena syntyvä asiakasprofiili sisältää luokittelun demografisten ja psykografisten tekijöiden perusteella. Analyysin avulla yritys voi selvittää asiakkaidensa asenteita niin omaa toimintaansa kuin kilpailijoitaan kohtaan sekä asiakkaiden osto- ja kulutustottumuksia. Yrityksen toiminta pyritään rakentamaan aina asiakkaiden tarpeiden ja odotusten pohjalle. Tarpeiden kautta voidaan johtaa syitä miksi ja millaisia tuotteita asiakkaat haluavat ostaa sekä miten ostaminen tapahtuu. Ostokäyttäytyminen noudattaa usein tiettyä kaavaa, mikä voi johtua muun muassa budjettikäytännöstä, kausivaihtelusta, yritysasiakkaan tuotantoprosessista tai sopimuskäytännöstä. Tähän yrityksen tulisi sopeutua pystyäkseen ajoittamaan markkinointinsa oikein. Kattava asiakasprofiili onkin tärkeä apuväline markkinoinnin kohdentamisessa. (ComTieto Oy 2010; Ruuska, Karjalainen & Johnsson 2001, 58, 60.)

##### 4.1.2 Markkina-analyysi

Markkina-analyysin perimmäisenä tarkoituksena on selvittää onko uudelle tuotteelle markkinoita tai löytää keinoja etsiä uusia asiakkaita olemassa olevalle tuotteelle. Analyysiä laadittaessa markkinat segmentoidaan eri tekijöiden perusteella, jossa erottelevina tekijöinä voidaan

käyttää muun muassa demografisia ja psykografisia tekijöitä sekä kulutustottumuksia. Tämän jälkeen jokaiselle asiakassegmentille voidaan suunnitella markkinointi sille sopivimmalla tavalla tai vaihtoehtoisesti käsitellä jokaista segmenttiä erillisenä markkinana. (ComTieto Oy 2010.)

#### 4.1.3 Kilpailija-analyysi

Kilpailija-analyysin laatimisen tavoitteena on, että yritys pystyy tarkastelemaan suhdettaan kilpailijoihinsa muun muassa kannattavuuden, tehokkuuden, vakavaraisuuden ja kehityksen perusteella. Kilpailukeinojen merkitys vaihtelee eri toimialojen mukaan ja kilpailutilanne muuttuu jatkuvasti. Markkinoinnin lisäksi kilpailua käydään muilla osa-alueilla, kuten tuotekehityksessä sekä henkilökunnan ammatillisen osaamisen tasossa. Tietyn toimialan kilpailua analysoitaessa yrityksen tulee kyetä tunnistamaan tärkeimmät kilpailukeinot juuri omaa strategiaansa varten. Kilpailevien yritysten vahvuuksien ja heikkouksien sekä strategioiden analysointi auttaa yritystä terävöittämään omaa toimintaansa ja asemoimaan sijaintinsa markkinoilla paremmin. (Ruuska ym. 2001, 66, 68.)

#### 4.2 Keskeisten valintojen määrittely osana liiketoimintasuunnitelmaa

Seuraavissa kohdissa käsitellään yrityksen keskeisiä valintoja, jotka on tärkeää määritellä ja listata ennen varsinaisen yritystoiminnan aloittamista. Keskeiset valinnat ovat aina yrityskohdaisia ja ne lähtevät yrityksen perustajan omasta ajattelu- ja arvomaailmasta sekä liiketoiminnallisista tavoitteista. Yrityksen sisäiset arvot ja visio ovat tärkeässä asemassa ohjaamassa yrityksen toimintaa ja valintoja. Tavoitteet ja strategia puolestaan auttavat pyrkimään haluttua tulosta kohti ja saavuttamaan kaavaillun voiton.

##### 4.2.1 Arvot ja visio

Viitala ja Jylhä ovat määritelleet teoksessaan Liiketoimintaosaaminen, Menestyvän yritystoiminnan perusta (2006, 69, 379) arvojen olevan lyhyellä tähtäimellä muuttumattomia, yrityksen toimintaa ohjaavia periaatteita. Arvot ovat asioita, joihin yrityksessä uskotaan ja ne luovat yrityksen sisäisen perustan. Ne juuri luovat yritystoiminnalle puitteet, joissa alkuperäisestä yritysideasta johdettu toiminta-ajatus toteutuu. Arvoja ovat julkistetut arvot sekä toiminnalliset arvot.

Viitala ja Jylhä (2006, 388) esittävät lyhyesti vision olevan arvoihin ankkuroitu tulevaisuuden tahtotila. Ari Pitkämäki toteaa kirjassaan Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma (2000, 86-87) oikein osuneen vision olevan yrityksen tärkeintä pääomaa. Visio on kirjoittamaton joukko toiveita, haluja ja haaveita, näkemys tulevasta, jonka avulla yritys hahmottaa toimialan kehitys-

suunnan ja tulevaisuuden tavoitetilan. Se ohjaa yrityksen perustajan valintoja, jolloin oikea visiointi johtaa oikeisiin ratkaisuihin. Pitkämäki painottaa, ettei visiota voi luoda tietoisin päätöksin, vaan se syntyy keskusteluiden, toisten kuuntelemisen ja ympäristön tarjoamien vihjeiden arvioinnin pohjalta.

#### 4.2.2 Tavoitteet ja strategiat

Pitkämäen (2000, 89) mukaan hyvän strategian tunnistaa ensisijaisesti siitä, että yritys menestyy. Hänen mukaansa toimiva strategia onkin ollut perinteisesti pienen yrityksen menestymisen kulmakivenä. Strategian luominen on pohtimista sekä uusien mahdollisuuksien ja vaihtoehtojen löytämistä, jolloin asioita katsotaan luovasti monesta eri perspektiivistä ja todellisuutta pyritään tarkastelemaan oman näkökulman ulkopuolelta. Pitkämäki toteaa menestymisen perustuvan kuitenkin hyvän strategian lisäksi aina myös sattumaan ja onneen. Toisaalta yrittäjän taitavuudesta ja osaamisesta kertoo kyky havaita näiden tarjoamat mahdollisuudet ja tarttua niihin.

Tavoitteiden listaaminen on tärkeää, sillä niiden kautta yritys pyrkii toteuttamaan strategiaansa. Pitkämäen (2000, 102-104) mukaan tavoitteiden tulisi olla riittävän yksinkertaisia ja selkeitä ja ne on asetettava niin, että ne täyttävät yrityksen oleellisen toiminnan. Tavoitteet ovat normaalisti aikaan sidottuja ja ne toimivat mittareina, joiden seuraaminen osoittaa strategian toteutumista. Yrityksen itselleen määrittelemä tehtävä, esimerkiksi taloudellisen toimeentulon suhteen, asettaa tavoitteille perustan sekä keskeisen lähtökohdan. Keskeisimmät, usein pienille yrityksille riittävät tavoitteet liittyvät maksuvalmiuksiin, voittoon, kannattavuuteen, tuottavuuteen, imagoon, osaamisen lisääntymiseen ja innostukseen työtä kohtaan.

#### 4.3 SWOT-analyysin laatiminen yritykselle

SWOT-analyysi on liiketoiminnan suunnittelun työkalu, joka soveltuu niin liikeyrityksen muotoilemiseen jo varhaisessa vaiheessa kuin yrityksen ja sen toiminnan jatkuvaan kehittämiseen eri tilanteissa. Nimi tulee englannin kielen sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). Analyysin laatimisen tarkoituksena on, että yrittäjä pystyy tarkastelemaan yhtä aikaa sekä yrityksen ulkopuolisia että sisäisiä tekijöitä. Asioiden kirjaaminen nelikenttään selkiyttää ajattelua ja helpottaa oman yrityksen tulevaisuuden kuvan hahmottamista. (Viitala & Jylhä 2006, 59.)

Pitkämäki (2000, 79-80) painottaa huolellisen ympäristöanalyysin olevan edellytys käyttökelpoisen nelikentän tekemiseen. On pyrittävä näkemään yrityksen mahdollisuudet käyttäen ympäristön tarjoamat resurssit menestymiseen sekä toisaalta mietittävä onko yrityksellä juuri niitä kykyjä, joita ympäristö odottaa. Yritys pyrkii vertaamaan toimialan menestymisen edel-

lytyksiä omaan osaamiseensa ja muuttamaan edellytykset sisäisiksi vahvuuksiksi tai heikkouksiksi. Tällöin toimintaympäristön ulkoiset tekijät yhtyvät yrityksen sisäiseen toimintaan. Vahvuudet ja mahdollisuudet yhdessä luovat edellytykset liiketoiminta-alueen hallintaan sekä yrityksen menestymiseen. Heikkoudet ja uhat puolestaan vastaavasti estävät hallinnan ja menestymisen.

SWOT-analyysin laatiminen on prosessi, jossa asioiden ylös kirjaamista tulisi seurata kaavion pohjalta käyty keskustelu. Tämän avulla asioita nostetaan esille, selkiytetään ja dokumentoidaan. Lopputuotoksena syntyy toimenpidemäärittely, jossa yrityksen vahvuuksia korostetaan ja pyritään vahvistamaan entisestään, kun taas heikkoudet ja uhat pyritään omien toimien ja strategioiden avulla muuttamaan mahdollisuuksiksi. Analyysin avulla yrittäjä oppii kohdistamaan huomion oikeisiin asioihin. (Viitala & Jylhä, 2006, 59.)

Näihin teorioihin nojaten on tämän opinnäytetyön liitteeksi laadittu SWOT-analyysi perustettavalle yritykselle (liite 1). Siinä on pyritty mahdollisimman laaja-alaisesti miettimään niin yrityksen sisäisiä kuin ulkoisia voimavaroja, mahdollisuuksia, uhkia sekä heikkouksia ja huomioimaan olennaisimmat tekijät juuri kyseisen yrityksen perustamisen kannalta. SWOT-analyysin laatiminen selkeyttää myös omia ajatuksia sekä käsityksiä yrityksen mahdollisuuksista menestyä ja toisaalta auttaa selkeämmin huomioimaan mahdolliset yritystoiminnan esteenä olevat seikat.

## 5 Katsaus toimialaan

Tässä luvussa perehdytään käsitöiden historiaan ja pohditaan käsitöiden asemaa nyky-yhteiskunnassa sekä tulevaisuuden näkymiä toimialalla. Alaan on tutustuttu sähköisiä lähteitä ja artikkeleita apuna käyttäen ja esitely muun muassa homing-guru Anu Harkin näkökulma aiheeseen. Lisäksi esitellään Taito Ry:n suorittama Taito Innovaatiot -hanke, jonka tavoitteena oli edistää käsityön ja matkailun yhteistyötä viiden eri alue-projektin avulla sekä kerrotaan projektin tuloksista. Käsityömatkailu-käsitettä pyritään avaamaan muun muassa aiheesta laadittujen tutkimusraporttien pohjalta.

### 5.1 Käsitöiden historia

Varhaisin neulelöytö on 400- tai 500-luvulta Egyptistä, josta löytyvät varhaisimmat neulonnan taitajat. Euroopassa neulomisen taito omaksuttiin 700-luvulla arabeilta, jotka Egyptin valloittamisen jälkeen rantautuivat Espanjaan. Taito yleistyi Euroopassa vasta keskiajalla, ja neuleet olivat pitkään silkistä ja pellavalangoista valmistettua ylellisyystavaraa. Vasta 1600-1700-luvulla neuleiden valmistus ja käyttö levisivät alempiin yhteiskuntaluokkiin kun kansanomaisia neuleita alettiin tehdä villasta. Neulontataidon leviämisessä Suomeen keskeinen asema on

Naantalilaisella birgittalaisluostarilla. Neulominen oli Naantalin nunnaluostarin nunnien pääelinkeinoja 1500-luvulla ja he opettivat taitoa myös paikkakuntalaisille. Nunnien välityksellä neulontataito levisi Suomessa kansan pariin ja sukkieneulomisesta tulikin tärkeä elinkeino myös Naantalin asukkaille 1600-luvulla. (Pukkila.)

Tekstiilejä ihmisen arvellaan alkaneen käyttää noin 12 000 vuotta sitten löytäessään kasvien kuidut. Ensin punottiin nauhoja ja kudottiin verkkoja, mikä tapahtui ulkona puiden oksiin sidottuihin loimilankoihin. Egyptissä kankaan valmistukseen on käytetty pystypuita kuitenkin jo 1500 vuotta ennen ajanlaskumme alkua. Suomesta varhaisimmat villakangaslöydöt on tehty 300 jKr. 1500-1600-luvulla kankaita kudottiin kotona jo suuremmissa määrin ja myytiin kaupunkeihin. Suomen ensimmäinen tehdasmainen kutomo perustettiin Turkuun vuonna 1738, mutta suurteollisuutta tekstiilivalmistuksesta on tullut vasta 1900-luvulla. (Historiaa.)

## 5.2 Käsityöt tänä päivänä ja tulevaisuudessa

Omiin havaintoihini perustuen vanhat käsityöperinteet ja kädentaiteiden arvostus ovat heräämässä jälleen eloon. Kiinnostus käsityöitä kohtaan lisääntyy kansalaisten keskuudessa jatkuvasti ja arvostus sen taitajia ja heidän kädenjälkeään kohtaan on kasvussa nuoremmassa, oman ikäluokkani edustajissa. Kuluttamisesta on tullut taloudellisen notkahduksen seurauksena selvästi harkitumpaa ja turhia ostoksia karsitaan. Tämän myötä ihmisistä tuntuu tulleen laatu- ja kestävyyttä koskevia kysymyksiä. Tuotteeseen ollaan valmiita panostamaan rahallisesti, mutta siltä vaaditaan suurta kestävyyttä ja pitkää käyttöikää. Tuotteen alkuperään kiinnitetään enenevässä määrin huomiota ja kotimaisuuden suosiminen on kasvussa. Hyödykkeisiin käytetty raha jätetään mielellään oman maan markkinoille.

Taloustaito -lehden artikkelissa Netistä kauppapaikka harrastajan käsityöille (Lammi 2010, 50-52), todetaan käsintehdyn ja luonnonmateriaalien arvostuksen olevan kasvussa. Harrastuksena se kiinnostaa yhä useampaa jopa siinä määrin, että omilla töillä ansaitsemista aletaan suunnitella tosissaan. Tähän netti tarjoaa halvan ja helpon ratkaisun. Käsityöiden suosion kasvusta, niin Suomessa kuin muissakin maissa, kertoo räjähdysmäisesti kasvanut käsityö- ja neuleblogien määrä. Internetissä vaihdetaan vinkkejä, esitellään uusia tyylejä ja malleja sekä myydään itse tehtyjä tuotteita. Internet-kauppojen perustaminen ja omien tuotteiden myynti niin kauppojen kuin blogienkin kautta on lisääntynyt huomattavasti viime aikoina.

Trendi-ilmiö ”homing” on vielä terminä erittäin uusi, mutta kasvattaa tunnettuuttaan muun muassa julkisuudesta tutun Anu Harkin johdolla. Kotivinkin artikkelissa Kotona on hyvä olla (Gyldén 2010, 20) hänen kerrotaan tekevän sitä jopa työkseen. ”Homing” eli suomalaisittain ”kotoilu” käsittää laajuudessaan kaikkien kodin taitojen arvostamisen ja harjoittamisen kotiruuan valmistamisesta käsityöiden kautta sisustamiseen ja kierrätykseen (Homing.fi). Samaa

toteaa Anu Harkki (Reinikainen 2010, 54) 101 Ideaa -lehden tekemässä haastattelussa ”miel-  
län käsillä tekemiseksi myös leipomisen, ruuanlaiton ja säilömistä. Nekin ovat osa arkeani,  
samalla tavalla kuin vaikkapa virkkaaminen.”

Harkki pitää positiivisena sitä, että kerrankin kyseessä on trendi-ilmiö, joka ei välttämättä  
vaadi rahaa ja toteaa kotoilun olevan vastailmiö kerskakuluttamiselle ja kertakäyttöilmiöille.  
Muutos työkuultuurissa, töiden vieminen kotiin ja suorittaminen sieltä käsin etätöinä edistää  
Harkin mukaan entisestään kotoilun harjoittamista ja sen suosion kasvua. Hän kertoo, että  
asioiden tekeminen itse ja käsin valmistaminen ovat aina sujuneet häneltä luontevasti ja ol-  
leet hänelle jopa eräänlainen tapa ajatella. (Gyldén 2010, 18-22.)

Vaikka kotoilu sinänsä tuntuu olevan käsitteenä uusi, ajatus sen takana on kuitenkin ikivanha.  
Kotoilua on harrastettu iät ja ajat ja vanhemmille sukupolville käsitteen kattavien askareiden  
osaaminen on ollut lähinnä välttämättömyys sekä elinehto. Kodin työt ja käsillä tekeminen  
ovat olleet isovanhempien sukupolvelle itsestään selviä taitoja, jotka jokaisen on tullut ope-  
tella. 2000-luvun ihminen selviää jokapäiväisessä elämässään hyvin ilman näiden taitojen  
hyödyntämistä, mutta ehkä juuri siitä syystä kiinnostus vanhoja perinteitä kohtaan on nous-  
sut.

Sibelius-Akatemian ja Taidehallinnon julkaiseman selvityksen Luovat toimialat ja kulttuuri-  
matkailu; Luovien toimialojen keskus-hankkeen osaselvitys (Pohjois-Savon taidetoimikunta  
2007) loppuraportissa todetaan käsityöalalla olevan mahdollisuuksia kehittyä elinvoimaiseksi  
ja kilpailukykyiseksi elinkeinoksi. Suomessa toimii Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito Ry, jonka  
toiminta-ajatuksena on edistää suomalaista käsityötä kulttuurina, taitona ja elinkeinona. He  
määrittelevät toimintansa tavoitteeksi käsityön arvostuksen nostamisen, käsityötaiton ylläpi-  
tämisen ja uuden korkeatasoisen käsityön kehittämisen sekä käsityöyrittäjyyden vahvistami-  
sen. Taito Ry on toteuttanut muun muassa käsityöalan kehitystyössä vatureina toimineet Tai-  
to Innovaatiot- sekä Taito Craftnet - projektit, jotka ovat johtaneet pysyväisluonteisiin vaiku-  
tuksiin alalla.

Yhdessä Kauppa- ja teollisuusministeriön kanssa toteutettu Taito Innovaatiot -hanke oli osa  
Käsityöyrittäjyyden kehittämissuunnitelmaa vuosina 2001-2006. Hankkeessa on tuoteistettu ja  
otettu käyttöön uusia, toimialarajat ylittäviä käsityöalan toimintamalleja sekä kehitetty ko-  
konaan uusia tuotteita ja palveluja. Hankkeen avulla on myös parannettu osanottajien verkos-  
to-osaamista ja kansainvälistymisvalmiuksia. Taito Craftnet -projektin avulla käsityöalalle on  
luotu sähköisen viestinnän ja verkkoliiketoiminnan palvelukonsepti sekä verkko-ohjauksen  
opetusmenetelmä ja oppimateriaalia. Tämän lisäksi projektin avulla on kehitetty käsityön  
markkinapaikan, Suomen Taitoverkon, hyödynnettävyyttä. Projektin kohderyhminä ovat olleet

käsityöalan yrittäjien lisäksi käsi- ja taideteollisuusyhdistysten yritysneuvojat. (Käsi- ja taide-teollisuusliitto Taito Ry 2006b, 5.)

Taito Innovaatiot 2001-2006 -projektin toiminta ja tulokset - raportissa Kristiina Soini-Salomaa (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito Ry 2006b, 5) toteaa asiakkaiden kulutustottumuksien olevan muuttumassa elämishakuisiksi ja kokonaisvaltaisten palveluiden kysynnän kasvavan. Määrän sijaan panostetaan yhä enemmän laatuun ja osallistumisen mahdollistavien tekemisen prosessien sekä laadukkaiden hyvinvointia lisäävien kokemusten arvostus kasvaa. Hän toteaa näiden uusien arvoinnovaatioiden olevan käsityöyrittäjille sekä haaste että suuri mahdollisuus.

### 5.3 Taito Innovaatiot-hanke käsityön ja matkailun yhteistyön edistäjänä

Käsi- ja Taideteollisuusliitto Taito Ry on kehittänyt käsityöyrittäjyyden ja matkailun yhteistyötä Taito Innovaatiot 2001-2006 -projektinsa avulla. Projektin tavoitteena oli käsityöyrittäjyyden vahvistaminen luomalla edellytyksiä kansainvälistymiselle sekä yhteistyölle matkailualan kanssa. Projektin kohderyhmiä olivat käsityö- ja matkailualan yrittäjät, kulttuurialan organisaatiot, käsi- ja taideteollisuusyhdistykset, koulutusorganisaatiot sekä kunnat. Hankkeessa käsityö nähtiin osana laajempaa kokonaisuutta, jossa käsityö yhdessä matkailun ja elämystalouden kanssa muodostaa monipuolisen, alueen kulttuuriin liittyvän palvelukokonaisuuden. (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2006b, 6; Pohjois-Savon taidetoimikunta 2007, 15.)

Taito Innovaatiot - hanke jakautui viiteen eri alueprojektiin, joissa kaikissa tavoitteena oli edistää käsityön asemaa niin kulttuurillisesta kuin matkailullisesta näkökulmasta. Ensimmäinen näistä viidestä hankkeesta oli nimeltään Käsityöreitti, jonka tarkoituksena oli edistää käsityön ja matkailun verkostoitumista Etelä-Pohjanmaalla. Hankkeella pyrittiin kehittämään käsityömatkailun sisältöjä ja markkinointia rakentamalla vahvoja, käsityöhön perustuvia palvelukonsepteja. Tavoitteena oli, että konsepteja pystyttäisiin myöhemmin käyttämään moduuleina matkailutuotteiden rakentamisessa alueellisella tasolla. Käsityöreitti-hankkeessa kehitettiin käsityömatkailuverkosto Etelä-Pohjanmaalle ja siinä oli mukana noin 35 käsityöalan yritystä. (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2006b, 12.)

Toinen käsityömatkailun osalta merkittävä hanke oli nimeltään Käsityökulttuurimatkailuhanke, joka sijoittui Uudellemaalle. Hankkeen tavoitteena oli kehittää käsityökulttuurivetoisia keskuksia, joissa kulttuuri nähdään tuotteistettuna, elävänä elinkeinona. Hankkeen avulla käsityön ja matkailun välille pyrittiin rakentamaan yhteistoimintaa, jolla olisi molempien osapuolten toimintaedellytyksiä vahvistava vaikutus. Tavoitteena oli samalla vahvistaa alueen vetovoimaisuutta matkailukohteena. Hankkeessa keskityttiin innovatiivisten tuotteiden ja

palveluiden kehittämiseen järjestämällä käytännönläheistä koulutusta, seminaareja sekä ryhmäneuvontaa aiheesta. Lisäksi luotiin uusia asiakasyhteyksiä eri markkinointi- ja jakelukanavien kanssa sekä kehitettiin uusia toimintamalleja. Käsityökulttuurimatkailu-hankkeessa oli mukana 78 osallistujaa, joista lopulta 48 yrittäjää jäi aktiivisiksi toimijoiksi. Hankkeen aikana sekä innoittamana syntyi yhteensä 28 uutta tuotetta tai palvelua. (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2006b, 13.)

Taito Innovaatiot -hankkeen kolmas alueprojekti oli nimeltään Musiikki Kainuu, joka sijoittui Kainuun alueelle. Tavoitteena oli sisällyttää Kainuulaista käsityökulttuuria musiikkitapahtumien yhteyteen sekä tuottaa tapahtumiin sopivia lahjaesineitä paikallisten käsityöläisten kanssa. Kainuun Käsi- ja taideteollisuus ry on tehnyt yhteistyötä kainuulaisten musiikkitapahtumien kanssa jo vuodesta 2001 alkaen. Yhteistyön taustalla projektin tavoitteena on ollut tutkia uusia, entistä innovatiivisempia lähestymistapoja käsityökulttuurin ja musiikin yhdistämiselle. (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2006b, 13.)

Incentive Innovaatiot - osaprojektin lähtökohtana olivat kannustematkailuun liitettävät lahjatarpeet. Tavoitteena oli luoda organisoitu ja kehittyvä käsityötuotteiden markkinointiverkosto ja kehittää toimintamalli, joka soveltuu muihinkin yritysten teemamatkoihin ja liikelahjatarpeisiin. Projektissa asiakaskohderyhmänä olivat työsidonnoisia matkoja järjestävät yritykset. Hankkeen loppuraportin mukaan osaprojektissa pyrittiin verkostoitumisen, nykYTEknologian käyttöönoton ja yhteisen markkinoinnin kautta hakemaan käsityöyrityksille uusia, innovatiivisia toimintamalleja, kasvun mahdollisuuksia sekä yhteistyön jatkuvuutta. Projekti toteutettiin käytännönläheistä ja asiakaslähtöistä tuotekehitystyötä tekemällä. Se sisälsi muun muassa yhteisiä koulutuspäiviä, järjestelmän kehittämistä sekä yritys kohtaista ohjausta. Projektin tuloksena syntyi uusi Lappilaisen käsityön markkinointikanava, käsityö- ja lahjakokoelma Taikarumpu, joka tuo yhteen sekä perinteisten, että uusien käsityön tekijöiden laadukkaita tuotteita ja palveluja. Taikarumpu kehitettiin palvelemaan esimerkiksi matkailualan yrityksiä lahjaesinetarpeissa ja muiden alojen yrityksiä liikelahjatarpeissa. Projektissa toteutettiin myös koulutusohjelma. (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2006b, 14-15.)

Viimeisenä Taito Innovaatiot - hankkeen osa-projektina oli Taidolla menestykseen -hanke. Tämä hanke sijoittui Pirkanmaalle ja sen tarkoituksena oli luoda paremmat edellytykset alueella toimiville kädentaitajille. Tavoitteena oli valita asiakasmallistoja, koordinoita tuotteita, kartoittaa käsi- ja taideteollisuusalan toimijakenttä sekä luoda toimivat yhteydet kahteen vientimaahan. Lisäksi pyrittiin luomaan edellytykset viennin ja kotimaisen myynnin kasvulle sekä sähköiselle kaupalle. Taidolla menestykseen -hanke kartoitti valittujen tuotelinjojen mukaiset raaka-aineresurssit ja jakelukanavat sekä kotimaassa että vientimaissa. Tämän lisäksi hankkeessa tehtiin tuotearviointeja ja asiakastarveanalyysi, koottiin Pirkanmaan taitajaluettelo sekä analysoitiin käsi- ja taideteollisuusyrityksiä. Hankkeeseen osallistuneet yrityk-



set saivat mahdollisuuden tarjota tuotteitaan Arnet-vientimallistoon, jota esiteltiin Japaniin, Saksaan ja USA:han. (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2006b, 15.)

Taito Innovaatiot-hankkeen loppuraportin mukaan käsityö- ja matkailualojen yhteistyön rakentamista tukevia palveluja on jo otettu käyttöön ja palaute on ollut hyvää (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2006b, 4).

#### 5.4 Käsityömatkailu käsitteenä

Luovien toimialojen keskus-hankkeen osaselvitys (Pohjois-Savon taidetoimikunta 2007, 13) kertoo pienten käsityöyrittäjien muodostavan Suomen luovien toimialojen yrittäjistä suuren osan. He ovat liikevaihdoltaan kuitenkin pääosin hyvin pieniä toimijoita. Taito Innovaatiot 2001-2006 -projektin toiminta ja tulokset - raportissa (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2006b) todetaan käsityöalan tarvitsevan uusia näkökulmia ja arvoinnovaatioita elinkeinon kehittämiseen sekä muuttuvan yhteiskunnan tarpeisiin. Käsien tekemisen mahdollisuudet kasvavat matkailun vetovoimatekijöinä tulevaisuudessa ja käsityöalan markkinointiyhteistyön tärkeyttä matkailun kanssa painotetaan.

Soini-Salomaa (Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2006b, 5) toteaa ympäri Suomea jo syntyneen monipuolisia käsityömatkailuun liittyviä kulttuurikeskuksia. Käsityömatkailukeskukset kokoavat yhteen alueelliset kulttuuri- ja käsityöalan toimijat ja tarjoavat konkreettisia liiketoimintamahdollisuuksia käsityöyrittäjille tuotemyynnin, markkinoinnin, palvelutuotannon ja tapahtumien kautta. Hänen mukaansa käsityöyritysten markkinointiyhteistyö muun muassa juuri matkailun kanssa on elintärkeää ja käsityön tulisi olla kiinteä osa vetovoimaisten kulttuurimatkailukeskusten palveluntarjontaa. Sähköiset viestimet mahdollistavat käsityöyrittäjien kansainvälistymisen ja valtakunnanlaajuiset, yhteisölliset sivustot tarjoavat heille kontakteja sekä tuotteilleen näkyvyyttä ja uusia jakelukanavia.

#### 5.5 Matkailijan määritelmä

Tilastokeskus on määritellyt matkailijalla tarkoitettavan yöpyvää matkailijaa, joka viettää vähintään yhden yön matkan kohteessa, joko maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa. Kansainvälinen matkailija on henkilö, joka viettää ainakin yhden yön matkan kohteena olevassa maassa, kun taas kotimaanmatkailija on henkilö, joka viettää ainakin yhden yön matkan kohteena olevassa paikassa. Päivämatkailijaksi luokitellaan puolestaan matkailija, joka ei yövy yhtään kertaa matkansa aikana. (Tilastokeskus a.)

## 6 Yhteenveto

Kyseessä oli tutkimuksellinen opinnäytetyö, joka suoritettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää hyödyntäen. Konkreettista, uutta tutkimustietoa tuottavaa tutkimusta ei tehty vaan tutkimuksen tarkoituksena oli opinnäytetyön tekijän eli itseni perehdyttäminen aiheeseen. Opinnäytetyöprosessin aikana omaksuin paljon uutta teoreettista tietoa yrittäjyydestä sekä yrityksen perustamisesta ja yrittäjäksi ryhtymisestä Suomessa. Tiedonhankinta tapahtui pääosin Internetiä apuna käyttäen sekä alan kirjallisuuteen perehtyen. Aiheeseen liittyvien käsitteiden avaaminen, aiheen systemaattinen tutkinta sekä yrittäjyyteen liittyviin muodollisuuksiin ja tilastollisiin faktoihin tutustuminen auttoivat näkemään yrityksen perustamisen osana laajempaa kokonaisuutta.

Osana opinnäytetyöprosessia laatimistani SWOT-analyysistä ja liiketoimintasuunnitelmasta on suurta hyötyä itselleni tulevaisuudessa yrityksen perustamisen tullessa ajankohtaiseksi. Aiheiden teoriaan perehtyessäni opin, että molemmat niin liiketoimintasuunnitelma kuin SWOT-analyysi voivat kokea suuriakin muutoksia vuosien varrella. Yrittäjän suunnitelmat muuttuvat ja ajatusmallit uudistuvat toisinaan hyvinkin nopeasti. Liiketoiminta muokkautuu usein vasta käytännön kautta parhaiten tarkoitustaan palvelevaksi ja saattaa jo alkutaipaleen jälkeen olla kaukana alkuperäisestä suunnitelmasta. Tästä syystä yrittäjän on hyvä palata laatimiinsa liiketoimintasuunnitelmaan ja SWOT-analyysiin tasaisin väliajoin sekä päivittää ja muokata niitä uuden vision mukaiseksi. Oman yritykseni kohdalla näkemykseni ehtivät luultavasti muuttua ennen varsinaisen liiketoiminnan aloittamista. Vanhoissa suunnitelmissa on kuitenkin paljon hyviä ja käyttökelpoisia ajatuksia, joiden ylöskirjaamisesta ei ole ainakaan haittaa. Päinvastoin, ajan kuluessa paljon tärkeitä ideoita ja ajatuksia saattaa unohtua, jolloin on hyvä olla olemassa dokumentteja, joista tarpeellinen tieto löytyy vielä myöhemminkin. Suurin konkreettinen hyöty tämän opinnäytetyön tuloksena syntyneestä selvityksestä liitteineen onkin suunnitellun yrityksen perustajana juuri itselleni.

Yrittäjyyden lisäksi opinnäytetyössäni perehdyin käsityöalaan kokonaisuudessaan sekä käsityöalan ja matkailun yhteistyön edistämiseen. Käsityöalasta esittelin muun muassa sen historiaa sekä asemaa nyky-yhteiskunnassa. Aineistoon perehtyessäni sain paljon hyödyllistä ja mielenkiintoista tietoa muun muassa tekstiilin matkasta aina sen valmistuksen alkuajoista nykypäivään sekä tekstiilituotteen siirtymisestä ylimmän yhteiskuntaluokan yllellisystavarasta rahvaan pariin, tavallisen kansalaisen hyödykkeeksi. Julkisuudesta tunnettu Anu Harkki on käsityökulttuurin uskollinen puolestapuhuja ja opinnäytetyössäni hyödynsin hänestä kirjoitetuja lehti-artikkeleita esitellessäni trendiksi nousutta ”homing”-ilmiötä. Harkin ajatukset olivat osittain itselleni tuttuja jo entuudestaan, mutta sain silti uusia näkökulmia aiheeseen. Käsityöalan ja matkailun yhteistyön edistämistä tutkin lähinnä erään aiheesta suoritettun hankkeen pohjalta. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry on vienyt läpi Taito Innovaatiot -

nimisen hankkeen, jolla on ollut paljon positiivisia vaikutuksia käsityömatkailun edistämisen kannalta.

Osana opinnäytetyöprojektia suoritin haastattelun, joka osoittautui paitsi aiheeni kannalta hyödylliseksi myös itselleni erittäin mielenkiintoiseksi. Haastateltavani oli käsityöalan yrittäjä Uudeltamaalta, jonka liiketoiminta vastaa pääpiirteissään oman yritykseni tulevaa toimintaa. Yrittäjän lähtökohdat olivat itseeni verrattuna kovin erilaiset hänen ollessaan jo eläköitynyt varsinaisesta päivätyöstään ja toiminut käsityöalalla useita vuosia. Koin tämän kuitenkin eduksi, sillä keskustelun kautta sain täysin uutta perspektiiviä käsityöyrittäjyyden tarkasteluun. Löysin suunnitellun toimintani kannalta paljon uutta ideoitavaa ja pohdittavaa katsoessani omaa tilannettani hänen asettamastaan näkökulmasta. Läkkäämmän yrittäjän mielipiteet ja näkemykset ovat tärkeitä muun muassa tulevaa asiakaskuntaa sekä oman yritykseni valikoiman tuotteistamista ajatellen. Samalla haastattelun tuloksena syntyi yksi uusi kontakti alan työelämään.

Erityisinä haasteina opinnäytetyöprojektin edetessä koin aiheen rajaamisen ja tarpeellisen tiedon löytämisen sekä aikataulutuksen, joka osoittautui yllättävän haasteelliseksi. Opinnäytetyön tekemisen itselleen ilman ulkopuolista toimeksiantajaa voi nähdä sekä etuna että haittana. Yhtäältä se antaa vapauksia toimia oman, parhaaksi katsomansa mallin mukaan sekä muotoilla lopullisen tutkimusaiheen ja räätälöidä aikataulut omaan kalenteriin sopiviksi. Toisaalta toimeksiantajan puuttuminen saattaa hidastaa projektin etenemistä sekä vaikuttaa työskentelymotivaatioon ja -tavoitteeseen kielteisesti, kun tutkimusta ei varsinaisesti suoriteta kenenkään ulkopuolisen tahon hyödynnettäväksi. Liialliset vapaudet saavat opinnäytetyön teon kuulostamaan helpolta ja mukavalta, mutta kääntyvät helposti itseään vastaan ja vaikuttavat työn etenemiseen lopulta negatiivisesti. Näin kävi omalla kohdallani ja usein inspiraatiota sai yrittää houkutellessa esiin. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyön tekeminen oli opettavainen ja hyödyllinen kokemus, jonka aikana opin muun muassa hahmottamaan asioita pitkällä aikajänteellä ja ennakoimaan tekemisiäni paremmin sekä hyödyntämään julkista aineistoa tiedonhankinnassa. Sisällöllisesti työ antoi itselleni paljon.

## Lähteet

Aaltola, J. & Valli, R. 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalla tutkijalla. 3. uudistettu ja täydennetty painos. PS-kustannus.

ComTieto Oy. 2010. Markkinatutkimus. Viitattu 28.2.2011.

[http://www.comtieto.fi/index.php?option=com\\_content&task=view&id=26&Itemid=40](http://www.comtieto.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=26&Itemid=40)

Gyldén, O. 2010. Kotona on hyvä olla. Kotivinkki 18/2010, 18-22.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2002. Tutki ja kirjoita. 6.-8. Painos. Vantaa: Tammuvooren kirjapaino Oy.

Historiaa. Viitattu 8.1.2011.

[http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/esine\\_elaa/tekstiili/historia.html](http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/esine_elaa/tekstiili/historia.html)

Holopainen, T. 2010. Yrityksen Perustamisopas, käytännön perustamistoimet. 19. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Homing.fi. Kodin kaikki kuviot. Viitattu 4.2.2011. <http://www.homing.fi/>

Kallio, J. & Ripatti, E. & Tanni, K. 2008. Oma yritykseni. Tampere: TAT-Palvelu Oy.

Kyrö, P. Yrittäjyyden muodot kuvauskohteina. Viitattu 29.12.2010.

<http://internetix.fi/opinnot/opintojaksot/6tekniikkatalous/yrittajyys2/yrittajyyden.htm>

Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito Ry. 2006a. Käsiyön ja matkailun verkostot. Viitattu 19.1.2011.

[http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/yrityspalvelut/yrityspalvelu\\_pdf\\_tiedostot/KjaMverkostot.pdf](http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/yrityspalvelut/yrityspalvelu_pdf_tiedostot/KjaMverkostot.pdf)

Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito Ry. 2006b. Taito Innovaatiot 2001-2006 -projektin toiminta ja tulokset. Viitattu 19.1.2011.

<http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/tiedostot/loppuraportti.pdf>

Lammi, M. 2010. Netistä kauppapaikka harrastajan käsitoille. Taloustaito 8/2010, 50-52.

Lith, P. 2005. Käsiyöyrittäjyys Suomessa 2000-luvulla. Viitattu 19.1.2011.

[http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm\\_jur/ktmjur.nsf/All/35CE2977AB29F24DC2256FF5002B9EEB/\\$file/jul10elo\\_2005.pdf](http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/35CE2977AB29F24DC2256FF5002B9EEB/$file/jul10elo_2005.pdf)

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.

Naisyrittäjyys tänään ja huomenna. Naisyrittäjien edistämisyöryhmän väliraportti. 2008. Viitattu 28.3.2011. [http://www.tem.fi/files/20722/Naisyrittajyyden\\_valiraportti.pdf](http://www.tem.fi/files/20722/Naisyrittajyyden_valiraportti.pdf)

Naisyrittäjyyskeskus. 2010. Yrittäjistä kolmannes on naisyrittäjiä. Viitattu 2.2.2011.

<http://www.naisyrittajyyskeskus.fi/uutiset.php?aid=11370>

NettiTieto Oy. Yritysmuodon valinta. Viitattu 1.2.2011. <http://www.exfore.fi/index?page=15>

Opetushallitus a. Liikeidea ja rahoitus. Viitattu 1.1.2011.

<http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=40>

Opetushallitus b. Yritysidea liikeidean työstämisen perusteena. Viitattu 1.1.2011.  
<http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=211>

Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

PK-RH. Pk-yrityksen riskienhallinta. Viitattu 19.1.2011. <http://www.pk-rh.fi/>

Pohjois-Savon taidetoimikunta. 2007. Luovat toimialat ja kulttuurimatkailu, luovien toimialojen keskus-hankkeen osaselvitys. Viitattu 19.1.2011.  
<http://mylly.pohjoissavontaidetoimikunta.fi/mylly/wp-content/uploads/2009/04/luovat-toimialat-ja-kulttuurimatkailu.pdf>

Pukkila, K. Neulontan historiaa maailmalla ja meillä. Viitattu 8.1.2011.  
[http://www.kaspaikka.fi/neulonta/mita\\_neulonta\\_on/historia.html](http://www.kaspaikka.fi/neulonta/mita_neulonta_on/historia.html)

Puustinen, T. 2004. Avain omaan yritykseen. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. 5. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Reinikainen, K. 2010. Koukussa & puikoissa. 101 Ideaa 1/2010, 50-56.

Rissanen, T. 2003. Yrittäjän käsikirja 2003. Saarijärvi: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti PoleStar Ltd.

Ruuska, M., Karjalainen, L. & Johnsson, R. 2001. Miten laaditaan hyvä Liiketoimintasuunnitelma Business plan. 5. Uudistettu painos. Kuopio: Finnvera Oyj.

Saukkonen, P. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymys. Viitattu 24.2.2011.  
<http://www.valt.helsinki.fi/staff/psaukkon/tutkielma/Tutkimusongelma.html>

Sivistyssanakirja.com. Yrittäjyys. Viitattu 1.1.2011.  
<http://sivistyssanakirja.com/yritt%C3%A4jyys>

Strang, L. 2000. Yritystoiminnan uhkatekijät -tunnista, ennakoi, selviydy. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Suomen asiakastieto oy. Päivitetty 28.8.2009. Kilpailija-analyysi. Viitattu 28.2.2011.  
[http://www.asiakastieto.fi/luottoriski/yritysanalyysit/kilpailija\\_analyysi/](http://www.asiakastieto.fi/luottoriski/yritysanalyysit/kilpailija_analyysi/)

Sutinen, M. & Viklund, E. 2004. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta, mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. 9. uudistettu painos. Kirjakas KY.

Suomen Yrittäjät. 2008. Yritysideoita. Viitattu 1.1.2011. <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/yritysideoita/>

Tilastokeskus a. Matkailija. Viitattu 26.3.2011.  
<http://www.tilastokeskus.fi/meta/kas/matkailija.html>

Tilastokeskus b. Teoreettinen viitekehys. Viitattu 24.2.2011.  
<http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/02/03/>

Tilastokeskus. 2003. Yrittäminen kannattaa Suomessa. Viitattu 1.2.2011.  
[http://www.stat.fi/tup/tietoaike/tilaajat/ta\\_01\\_03\\_faktuaari.html](http://www.stat.fi/tup/tietoaike/tilaajat/ta_01_03_faktuaari.html)

Tilastokeskus. 2009. Yritysten määrä lisääntyi edelleen vuonna 2008. Viitattu 1.2.2011.  
[http://tilastokeskus.fi/til/syr/2008/syr\\_2008\\_2009-11-27\\_tie\\_001\\_fi.html/](http://tilastokeskus.fi/til/syr/2008/syr_2008_2009-11-27_tie_001_fi.html/)

Tuli ja Leimaus Oy & Käpykylä. 2009. Käpykylä - kohtaamispaikka. Viitattu 18.3.2011.  
<http://www.kapykyla.com/site/?act=k%E4pykyl%E4>

Töyrylä, P. Oman toiminta-ajatuksen ja liikeidean selkiinnyttäminen. Viitattu 28.2.2011.  
<http://www.consunion.fi/artikkeli2liikeidea.pdf>

Viitala, R. & Jylhä, E. 2006. Liiketoimintaosaaminen, menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.

Yrittäjyyskasvatus. 2010a. Omaehtoinen yrittäjyys. Viitattu 29.12.2010.  
[http://www.yvi.fi/sanakirja/o/omaehtoinen\\_yritt%C3%A4jyys](http://www.yvi.fi/sanakirja/o/omaehtoinen_yritt%C3%A4jyys)

Yrittäjyyskasvatus. 2010b. Ulkoinen yrittäjyys. Viitattu 29.12.2010.  
[http://www.yvi.fi/sanakirja/u/ulkoinen\\_yritt%C3%A4jyys/](http://www.yvi.fi/sanakirja/u/ulkoinen_yritt%C3%A4jyys/)

YritysHelsinki. Kirjanpito. Viitattu 4.2.2011.  
<http://www.yrityshelsinki.fi/fi/yritysjaksi/yrityksen-perustamisen-vaiheet/kirjanpito>

Yrityssuomi. 2007. Osakeyhtiö. Viitattu 2.2.2011.  
<http://www.yrityssuomi.fi/default.aspx?nodeid=15607>

Yrityssuomi. 2008. Yksityinen elinkeinonharjoittaja. Viitattu 2.2.2011.  
<http://www.yrityssuomi.fi/default.aspx?nodeid=15555>

Yrityssuomi. 2011. Osuuskunta. Viitattu 2.2.2011.  
<http://www.yrityssuomi.fi/default.aspx?nodeid=15608>

## Kuvat

Kuva 1: Leijona t-paidassa .....	44
Kuva 2: Possut t-paidassa.....	45
Kuva 3: Hevonen t-paidassa .....	46
Kuva 4: Pöllö t-paidassa .....	47
Kuva 5: Korvaläppäpipot.....	48

## Liitteet

Liite: 1. Liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle

Liite: 2. SWOT-analyysi perustettavalle yritykselle

Liite: 3. Osana opinnäytetyötä suoritettu teemahaastattelu



## Liite: 1. Liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle

### Liiketoimintasuunnitelma

#### Yrityksen ja yrittäjän perustiedot

Perustettava yritys on käsitöitä myyvä lahjatavaraliike. Yrityksen nimi on toistaiseksi avoin. Yrityksen toimitilat sijoitetaan pääkaupunkiseudulle tai sen välittömään läheisyyteen. Tarkoituksena on hankkia pieni omakotitalo, jonka yhteyteen liike avataan mahdollisuuksien mukaan. Tavoitteena on löytää kaksikerroksinen, rinnetontille rakennettu kiinteistö, jossa oma sisäänkäynti molempiin kerroksiin. Yläkerta jätetään asuinhuoneistoksi ja ala-kerta muutetaan liiketiloiksi. Rakennuksen tulisi sijaita keskeisellä paikalla vilkkaasti liikennöidyn valtatievarrella, jotta työmatkaliikenteen saisi hyödynnettyä mahdollisimman hyvin. Myös tunnettuuden lisäämisen ja asiakaskunnan kasvattamisen kannalta yrityksen tulisi olla näkyvällä paikalla, suhteellisen helposti saavutettavissa omalla autolla ja mielellään julkisten kulkuyhteyksien varrella, kaupungin ydinkeskustan läheisyydessä. Mahdollinen sijainti voisi olla Helsinki-Espoo-Vantaa -akselilla. Yrityksen toimiala on teollisuus. Yritys harjoittaa tekstiilien valmistusta ja myyntiä.

Yrittäjän koulutus pohja koostuu ylioppilastutkinnosta sekä ammattikorkeakoulun restonomitutkinnosta, matkailun koulutusohjelmasta. Tutkintojen tukena on laaja kokemuspohja eri aloilla työskentelemisestä, vahvimpana asiakaspalvelukokemus. Työkokemusta on kertynyt hyvin erilaisista työtehtävistä, kuten myynnistä, PR-työstä eri alojen messuilla, elintarvikkeiden valmistuksesta, hoiva-alan työstä, majoitustoiminnasta, elämyspalveluiden tarjoamisesta sekä erilaisista projekteista ja kerhotoiminnasta. Osaamisena voidaan myös nähdä taiteellinen kyky ja vahva tarve toteuttaa itseään taiteen kautta. Piirtäminen on ollut yrittäjällä harrastuksena & intohimona pienestä saakka sekä kiinnostus käsillä tekemistä kohtaan. Itse tehdyn työn palkitsevuus työn tuloksen sekä oman kehityksen konkreettisuuden kautta motivoivat tekemään lisää ja yrittämään uutta

Yrittäjän vahvuuksia ovat vahva tahto ja usko omaan tekemiseen sekä halu saada julkisuutta omille tuotteilleen. Etuja ovat myös luovuus, humoristinen ja positiivinen elämänsäsenne, mikä näkyy myös tuotteissa sekä kyky havaita minkälaiselle tuotteelle olisi kysyntää. Uralla eteenpäin vieviä ominaisuuksia ovat myös hyvä asiakaspalveluasenne ja kokemus alalta, halu miellyttää ja tuottaa positiivinen kokemus asiakkaalle sekä kyky asettua ostajan/asiakkaan asemaan, luonteenpiirteinä sosiaalisuus ja positiivisuus ja erityisesti kiinnostus oman yritystoiminnan pyörittämistä kohtaan. Yrittäjäominaisuuksia yrittäjältä löytyy muun muassa luovuus, joustamiskyky sekä hyvä ajankäytönhallinta ja kyky suunnitella omat aikataulunsa sekä pysyä niissä. Yrittäjäksi ryhtymisen syitä ovat ennen kaikkea mahdollisuus olla oman itsensä

työnantaja; vapaus asettaa itse omat työaikansa & aikataulunsa, valta päättää asioista, kuten myytävistä tuotteista, hinnoittelusta, toimintatavoista ja yrityksen toiminnasta kokonaisuudessaan. Halu kokeilla omia siipiä ja tehdä omaa nimeä tunnetuksi, saada oma tuote ja liikeidea maailmalle ja nähdä onko sitä kohtaan kiinnostusta. Mahdollisuus yhdistää työnteko ja sydäntä lähellä oleva harrastus, rakentaa niistä elämäntapa ja olla oman itsensä herra. Suurin motivaatiotekijä yrittäjäksi ryhtymisessä on ajatus siitä, että saa tehdä juuri sitä mistä oikeasti nauttii ja tätä kautta hyvä elämä.

#### Asiakkaat

Yrityksen tuotteiden ja palveluiden potentiaalisinta asiakaskuntaa ovat työikäiset, mahdollisesti perheelliset ihmiset. Palveluiden markkinointi kohdistetaan ihmisiin, jotka arvostavat laatua ja tuotteen yksilöllisyyttä enemmän kuin edullista hintaa ja osaavat antaa arvoa käsityölle koneellisen valmistamisen sijaan. Tämä tarkoittaa usein jo aikuisia ihmisiä, joilla elämäntilanne on vakiintunut ja toimeentulo turvattu; mahdollisuus ostaa yrityksen tuotteita ja nimenomaan panostaa laatuun. Tarkoituksena on myydä laadukkaita, kotimaisia käyttövaatteita ja hyödykkeitä niin ihmisten itsensä käyttöön matkamuistoiksi kuin myös lahjatarvikkeiksi ja tuliaisiksi. Myös ulkomaista asiakaskuntaa on tarkoitus tavoitella nostamalla markkinoinnissa esille juuri käsityön suomalaisuuden ja yksilöllisyyden. Käsityötuotteet on tarkoitettu ihmisille, jotka eivät juokse trendien perässä, vaan kaipaavat mukavuutta ja persoonallisuutta ja joilla silti on pilkettä silmäkulmassa. Käsityömyymälän tiloissa on tarkoitus tarjota kahvia ja jotain makeaa sen kanssa tuomaan rentoutta, rauhoittumista ja hyvää oloa myymälävisiitin lomassa. Nykypäivää olevien suurten ketju-myymälöiden sijaan toiminnalla tavoitellaan yksilöllisyyttä ja halutaan tarjota hetken irrottautumista arjen kiireistä, kiireetöntä oman ajan maksimointia pienen nautinnon äärellä vilkkaan ja ruuhkaisen tusina-liikkeen sijaan.

Toimintaa aloiteltaessa suurimman osan asiakaskunnasta muodostavat varmasti ystävät, sukulaiset ja tuttavat sekä ”tutun tutut”, sanan levitessä lähipiirin kautta. Liikkeeseen eksyvät ihmiset, jotka tietävät paikasta joko etukäteen, tai kuullun kokemuksen perusteella, eivät niinkään markkinoinnin houkuttelemat yksilöt. Yrittäjä uskookin liikkeen suosion kasvavan pikkuhiljaa, ostokokemusten levitessä puskaradion kautta. Mahdollisesti liikkeelle muodostuu oma kanta-asiakasjoukko, jotka säännöllisesti poikkeavat kahvilla ja tarkastamassa onko valikoimaan ilmestynyt uusia malleja. Yrittäjä uskoo myös henkilökohtaisen siteen muodostuvan monen asiakkaan kanssa ja tarkoituksena onkin, että asiakkaita kohdellaan yksilöinä, ei pelkkänä asiakasvirtana. Kaiken kaikkiaan tuotteet ja palvelut on tarkoitettu kaikenikäisille ja -kokoisille ”tavallisille ihmisille”.

## Tuotteet

Yrityksen liikeideana on harjoittaa pienimuotoista käsityömyymälä-toimintaa. Varsinaiselle myymälälle on varattu noin kaksi kolmannesta liiketilasta. Myymälän päätuotteita ovat t-paidat ja hupparit, joihin on käsin maalattu hauska printti sekä erilaiset käsin kudotut asusteet, kuten pipot. Kaikki tuotteet on yksilötyönä tehty ja tarkoitus onkin saada mahdollisimman erilaisia malleja myyntiin, tyylin noudattaessa pääpiirteissään kuitenkin samaa linjaa. Tuotevalikoima käsittää siis vain muutaman eri perustuotteen, joiden sisällä löytyy variaatiota. Osa liikkeen viehätyksestä perustuukin juuri siihen, että tuotteiden joukosta löytyy yksittäiskappaleita ja uusia malleja syntyy jatkuvasti. Yrittäjän oman rajallisen tuotteiden valmistusajan takia sekä saadakseen tuotevalikoimaan hieman variaatiota, myymälässä on mahdollisesti myynnissä muidenkin valmistajien, kuten perheenjäsenten, omia tuotteita. Ehtona kuitenkin on, että tuote on valmistettu käsin. Esillä on kansio, jossa on kuvat kaikista valmistetuista tuotteista. Tämän tarkoitus on mahdollistaa asiakkaille yksittäiskappaleina valmistettujen tuotteiden tilaaminen, mikäli kyseinen tuote on jo mennyt kaupaksi. Tuotteita valmistetaan siis myös tilaustyönä ja asiakkaiden on halutessaan mahdollista ehdottaa uudenlaista printtiä/mallia, jonka yrittäjä parhaan kykynsä mukaan toteuttaa katsoessaan sen mahdolliseksi. Myymälä toimii varsinaisen liiketilan lisäksi netissä, josta on mahdollista tilata tuotteita kotiin toimitettuna.

Yksi nurkkaus liiketilasta on varattu yrittäjän työpisteelle. Tällöin yrittäjä voi työskennellä yrityksen aukioloaikoina myynnin lomassa, pitäen samalla silmällä mahdollisia saapuvia asiakkaita. Näin työt saa paremmin pidettyä poissa kotoa, jolloin vapaa-aika ja työaika on helpompi pitää erillään, vaikka liiketila onkin asuinhuoneiston yhteydessä. Lisäksi tarkoituksena on, että asiakkaat pääsevät seuraamaan yrittäjän työskentelyä ja näkemään kuinka tuotteet valmistuvat.

Kilpailijoistaan yritys erottuu muun muassa juuri kotoisalla ja lämminhenkisellä tunnelmallaan ja välittömyydellään. Tuotteiden yksilöllisyys, erilaisuus ja kädenjäljen näkyminen työssä ovat erona koneellisesti valmistetuille tuotteille. Tekemisessä on mukana tunne ja se välittyy asiakkaille. Yrityksen tuotteet ja palvelut tyydyttävät asiakkaiden tarpeita juuri tunnelmallaan, liikkeessä pistäytyminen ja kahvikupposen nauttiminen ostoksia tehdessä tarjoavat asiakkaalle mahdollisuuden nauttia omasta ajasta sekä hetkellisen paon arjesta. Tuotteiden yksilöllisyys antaa asiakkaalle tärkeän ja erityisen olon ja tieto tuotteiden kotimaisuudesta ja käsin valmistuksesta sekä positiivinen palvelukokemus tuovat lisäarvoa. Osittain samoista syistä tuotteita ja palveluja kannattaa ostaa, sillä kotimaisia raaka-aineita toiminnassaan hyödyntäviä pieniä puoteja ja nuoria, uusia yrittäjiä tulisi kannustaa työssään. Jatkuvasti teollistuvassa yhteiskunnassa pienet liikkeet, joiden tarjoamissa palveluissa näkyy massatuotannon sijaan

tekemisen meininki, ovat niitä valopilkkuja, joiden määrää tulisi lisätä ja jotka osaltaan auttavat taloutta nousemaan takaisin jaloilleen laman jäljiltä.

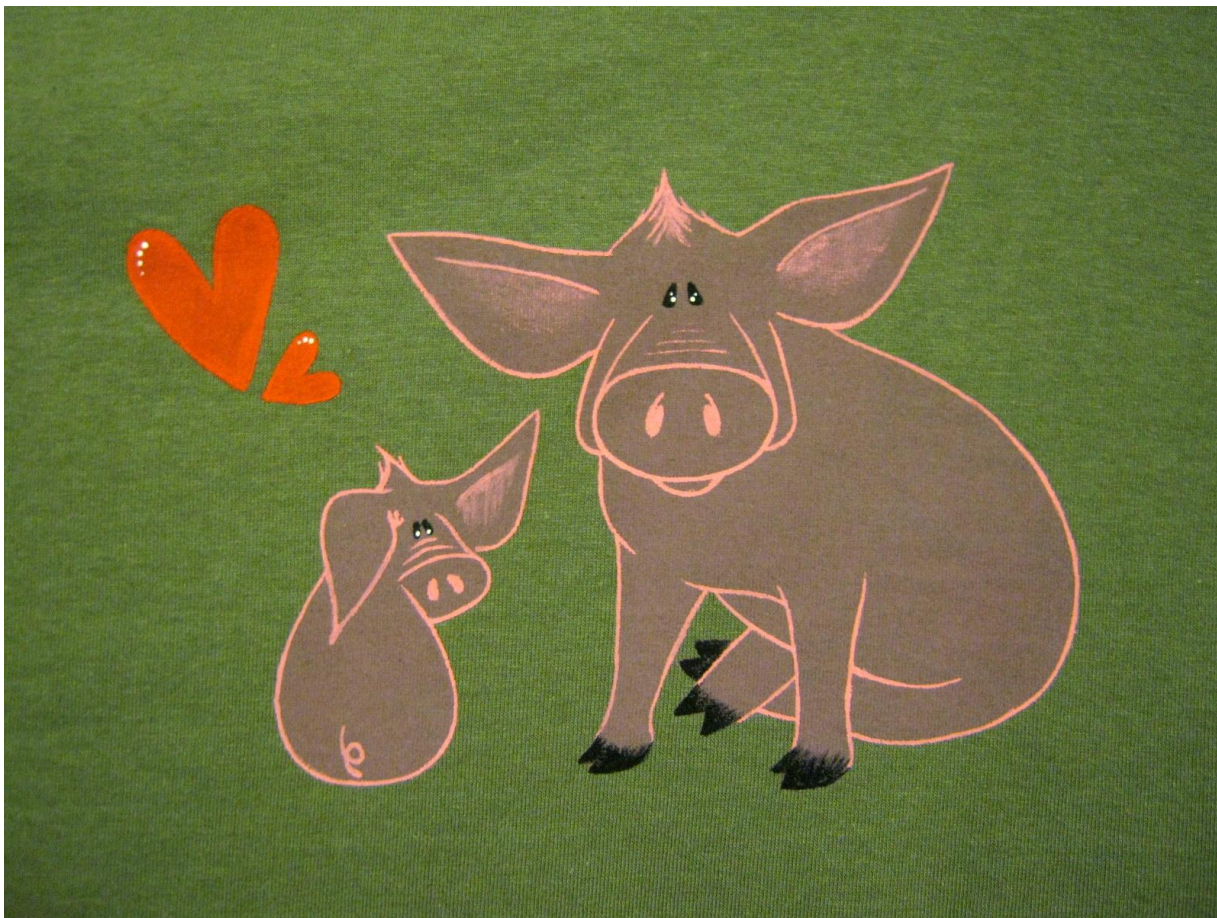
Liikkeenharjoittamisen ollessa sivutoimista yritys on avoinna asiakkaille vain muutamana päivänä viikossa. Yrittäjän tarkoituksena on hankkia lisätuloja muun muassa järjestämällä erilaisia teemailtoja ja kursseja liiketiloissa sekä vuokraamalla tiloja yksityistilaisuuksien käyttöön sellaisina päivinä kun liike on suljettu.

Alla kuvia yrityksen tulevista tuotteista.



Kuva 1: Leijona t-paidassa



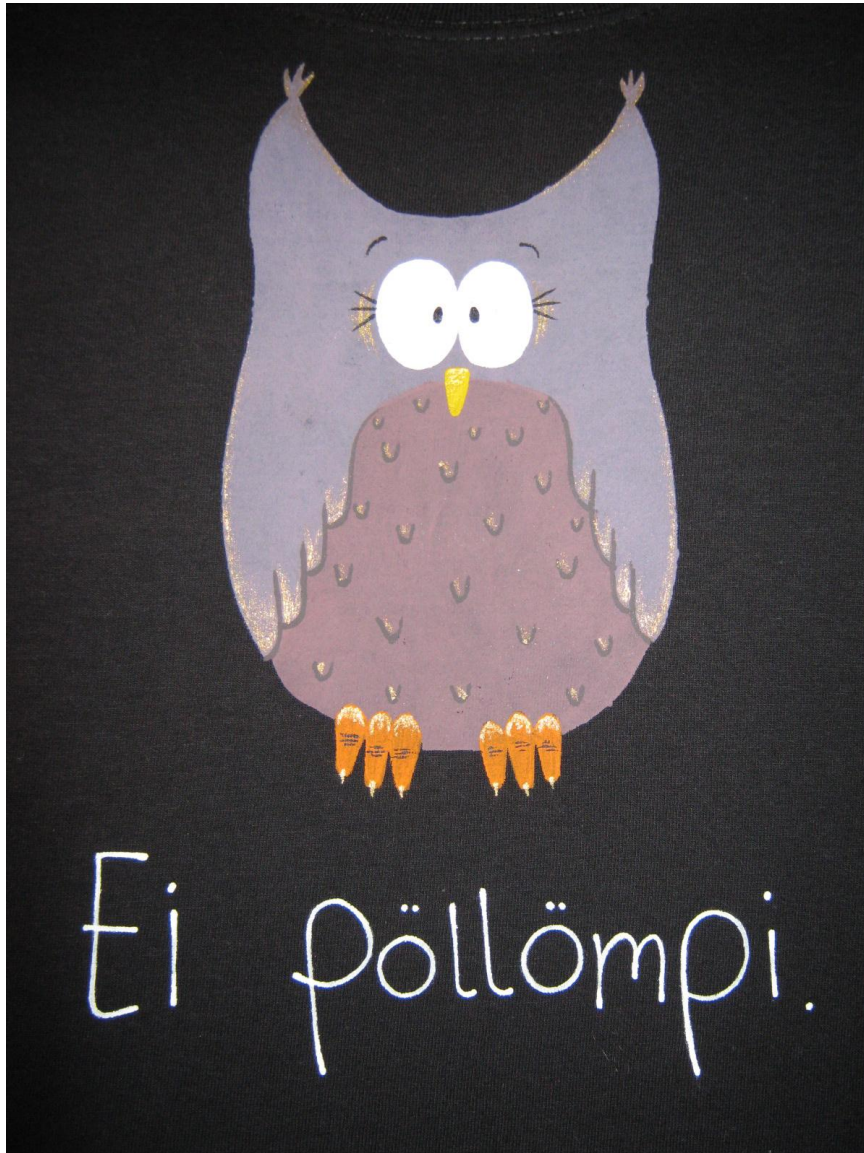


Kuva 2: Possut t-paidassa





Kuva 3: Hevonen t-paidassa



Kuva 4: Pöllö t-paidassa





Kuva 5: Korvaläppäpipot



## Yritysmuoto

Yrittäjä toimii ainakin alussa yksityisenä elinkeinonharjoittajana, eli yritysmuotona on toiminiemi. Tämä on helpoin vaihtoehto perustajien lukumäärän ollessa vain yksi, sillä se ei vaadi suuria perustamistoimia, ilmoitus kauppa- ja rekisterihallintoon riittää. Käsiyötuotteiden myynti kuuluu ilmoituksenvaraiseen elinkeinotoimintaan, kun taas kahvilatoiminta on puolestaan luvanvaraista. Yrityksen täytyy siis saada viranomaishyväksyntä toimitiloilleen ennen kuin toiminnan voi aloittaa kokonaisuudessaan. Yrityksen kirjanpito ulkoistetaan tilitoimistolle.

## Voimavarat

Yrityksen taloudellisia voimavaroja ovat pankkilaina, perustajan säästöt sekä toinen osa-aikainen työpaikka, joka takaa säännölliset tulot. Henkisiä voimavaroja ovat yrittäjän osaaminen sekä vahva usko toimintaansa ja halu toteuttaa itseään. Myös vahva perheen, ystävien ja tuttujen muodostama tukiverkosto on ehdoton voimavara. Fyysisinä voimavaroina voidaan pitää yrityksen sijaintia hyvien liikenneyhteyksien varrella asiakkaiden helposti saavutettavissa. Myös yrittäjän omistuksessa oleva liiketila vuokrahuoneiston käytön sijaan voidaan nähdä fyysisenä voimavarana.

## Tulevaisuuden näkymät

Yrityksen myynti on luultavasti alkuun melko vähäistä. Tunnettuuden lisääntyessä asiakasmäärä kuitenkin kasvaa ja palveluiden ja tuotteiden ostajista muodostuu mahdollisesti tietty vakioasiakaskunta satunnaisten kävijöiden rinnalle. Yrityksen toiminnasta ei odoteta miljoonamyyntiä, mutta tavoitteena on, että tulot kattaisivat menot ja voittoa tulisi sen verran, että toiminta olisi kannattavaa ja yritystä voisi ryhtyä pyörittämään jopa täysipäiväisesti. Ihmisten kiinnostuksen lisääntyminen ja asiakaskunnan sekä myyntitulojen kasvaminen mahdollistaisivat toiminnan laajentamisen ja apuvoiman palkkaamisen.

## Perustelut

Yrityksen perustaminen tälle toimialalle ja alueelle on kannattavaa, sillä kiinnostus kädentaitoja sekä käsitöitä kohtaan on herännyt uudelleen eloon ja lisääntyy vauhdilla. Ihmiset ovat valmiita maksamaan kotimaisesta ja laadukkaasta tuotteesta. Vaikka alalla on paljon kilpailua, variaatiota myytävien tuotteiden välillä on melko vähän. Tekstiili- ja vaatetusteollisuutta on pääkaupunkiseudulla paljon, mutta harva myy itse käsin tekemiään tuotteita. Jo tästä syystä täysin samanlaisen tuotteen tai palvelun tarjoajaa on lähes mahdoton löytää. Konsepti

on kilpailukykyinen ja menestymiselle ei ole estettä kunhan tunnettuutta saadaan kasvatettua. Perinteisten arvojen nostaessa päätään ja ihmisten kiinnostuksen käsintehtyä kohtaan lisääntyessä käsityömyymälälle uskoisi olevan kysyntää teollistuneilla markkinoilla.

#### Markkinat ja kilpailijat

Niin toimialalla kuin -alueellakin markkinat ovat suuret, laadukkailla käyttöhyödykkeillä on jatkuva kysyntä. Palvelut ja tuotteet on vain saatava ensin kansan tietoisuuteen. Valtaosan väestöstä sijoittuessa pääkaupunkiseudulle asiakaspotentiaali on suuri. Toisaalta vaatii enemmän työtä erottua joukosta edukseen kilpailijoiden määrän ollessa alueella muuta Suomea suurempi.

Yrityksen kilpailukeinoja ovat aito tunnelma, josta välittyy rauhallisuus, rentous ja aito kiinnostus asiakkaita kohtaan yksilöinä, erilaisuus, mikä näkyy myymälätuotteiden tyyliässä ja valmistustavassa sekä tietynlainen omaleimaisuus ja kotikutoisuus, joista syntyy paikan viehättävyys. Tuotteiden valmistus tapahtuu ilman teollista tuotantolinjaa. Yrityksen valtti yleisesti on sen kotimaisuus ja persoonallisuus. Paikan on tarkoitus näyttää omistajaltaan. Haluttu mielikuva luodaan oikeanlaisella markkinoinnilla ja totuudenmukaisilla sekä mahdollisimman hyvin yrityksen kokonaiskuvaa ja tunnelmaa peilaavilla mainoslauseilla. Lisäksi toimitilojen ja koko toiminnan ilme pyritään luomaan halutun mielikuvan kaltaiseksi ja logo omannäköiseksi.

#### Imago

Yrityksestä ja sen palveluista halutaan antaa nimenomaan ystävällinen, rento, kotoisa ja viihtyisä kuva asiakkaalle. Yritys myy laatua ja seisoo sanojensa takana; on mitä lupaa. Asiakkaita houkutellaan nettisivujen avulla sekä sosiaalista mediaa, kuten Facebookia apuna käyttäen. Tietoa yrityksestä ja sen palveluista pyritään levittämään paljon niin kutsutun puskaradion kautta, suusta suuhun ja naapurilta toiselle, omakohtaisen kokemuksen kautta. Paikallislehdissä julkaistaan mainoksia. Yrityksen palveluiden ja tuotteiden hinnat rakennetaan raaka-aineiden hintojen ja työhön käytettyjen materiaalien ja muiden kustannusten sekä käytettyjen työtuntien pohjalta. Tämän jälkeen hintoihin lisätään vielä arvonlisävero. Tuotteita katsotaan kuitenkin myös kokonaisuuksina ja verrataan kilpailevien tuotteiden hintatasoon, jotta vältetään ylihinnottelulta. Ymmärrettävästi käsityönä ja yksittäiskappaleina valmistettua tavaraa ei kuitenkaan voi täysin pilkkahintaan myydä sen valmistuksen vaatiman työmäärän takia. Juuri tästä syystä yrityksessä halutaan panostaa enemmän hyvään laatuun.

## Liite: 2. SWOT-analyysi perustettavalle yritykselle

## SWOT-analyysi

	Vahvuudet	Heikkoudet
Sisäiset	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taiteellinen kyky</li> <li>- Luja tahto ja usko omaan osaamiseen</li> <li>- Yrityksen yksilöllisyys</li> <li>- Henkilökunnan palveluasenne &amp; -kokemus</li> <li>- Rajaton potentiaali kehittää tuotteita sekä palvelua</li> <li>- Joustavat aukiolo-ajat</li> <li>- Henkilökohtainen palvelu, asiakkaiden kohtelu yksilöinä</li> <li>- Mahdollisuus muokata tuotetta asiakkaan mieltymyksen mukaisesti</li> <li>- Persoonallisuus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Näkymättömyys (pienen budjetin markkinointi, liiketilojen sijainti)</li> <li>-Tuotteiden valmistustekniikan hitaus</li> <li>-Aikaisemman yrittäjyykokemuksen puute</li> <li>-Yksin yrittämisen riski</li> <li>-Pieni pääoma</li> <li>-Tuotteiden korkea hinnoittelu</li> <li>-Apuvoiman palkkaamisen hankaluus tuotteiden valmistuksessa vaadittavan taidon &amp; niissä näkyvän persoonallisen leiman takia</li> </ul>
	Mahdollisuudet	Uhat
Ulkoiset	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Keskeinen sijainti</li> <li>-Ihmisissä uudestaan herännyt kiinnostus käsityötä kohtaan (käsityö-trendi)</li> <li>-Pienten liikkeiden suosion kasvu</li> <li>-Kotimaisuuden kannattaminen</li> <li>-Yksilöllisyyden tavoittelu</li> <li>-Vastaavien yritysten vähäisyys tuotteen omaleimaisuudesta johtuen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Talouden taantuma</li> <li>-Hinnoittelun haasteellisuus</li> <li>-Halpaketjut sekä samankaltaisten tuotteiden massamyynti &amp; -valmistus</li> <li>-Mahdollisten asiakkaiden mielenkiinnon puute uutta yritystä kohtaan</li> <li>-Erottumisen ja tunnettuden kasvattamisen vaikeus</li> </ul>

### Liite: 3. Osana opinnäytetyötä suoritettu teemahaastattelu

Haastattelu suoritettiin 21.3.2011 Käpykylän liiketiloissa sijaitsevassa kahvilassa. Haastateltavana oli Tuula Tanner, joka myy itse valmistamiaan käsitöitä eri puolilla Suomea, muun muassa kyseisessä Käpykylä-keskitymässä. Haastattelun kesto oli noin puolitoista tuntia ja muistiinpanot tehtiin käsin, mikä katsottiin haastattelutilanteen kannalta edullisimmaksi tallennusmuodoksi. Haastattelijalla oli mukanaan etukäteen koottu lista teema-alueista, joiden pohjalta hän ohjasi keskustelua ja esitti kysymyksiä.

#### Haastattelun teemat

Haastattelurungon olennaisimmiksi teemoiksi valikoituivat seuraavat aihepiirit: myytävät tuotteet ja palvelut, yritysmuoto, yrittäjyyden alkutaival ja liiketoiminnan historia, yrittäjyys, toiminnan lähtökohdat ja kannattavuus, motivaatio, asiakaskunta, käsityön merkitys, käsityömatkailu.

#### Haastattelun purku

Teemojen sekä niistä syntyneen keskustelun pohjalta esitin haastateltavalle tarkentavia kysymyksiä, jotka tuntuivat olennaisilta opinnäytetyöni aiheen kannalta. Keskustelu oli runsasta ja luontevaa, edeten sujuvasti teema-alueesta toiseen. Kirjasin vastauksia ja tärkeitä huomioita jatkuvasti ylös keskustelun edetessä. Aiheen ollessa itselleni niin mielenkiintoinen ja sydäntä lähellä tuntuu, ettei paperia tai muunlaista tallentamista olisi edes tarvittu; pystyisin toistamaan keskustelun lähes sanasta sanaan pelkkään muistiin perustuen.

Tuula Tanner kertoi tuotevalikoimansa koostuvan käsin kudotuista päähineistä (pipot, lierihaatut), lapasista sekä ponchoista. Osa tuotteista on valmistettu niin kutsutulla huovutus - menetelmällä, osa ihan tavallista neulosta tekemällä. Tuotteiden välillä on eroja väreihin, lanka-laatuihin sekä malleihin perustuen ja lisäarvoa on tuotu asusteiden päälle kirjailtujen kuvioiden ja tuotteisiin upotettujen strassien avulla. Pääasiallisesti hän valmistaa tuotteita valmiiksi hyllyyn, josta niitä myydään eteenpäin, mutta kertoo tekevänsä töitä myös tilauksesta. Tuotevalikoima on melko suppea, keskittyen muutamaaan päätuotteeseen. Valikoima ei ole kokenut juurikaan muutoksia vaan on pysynyt lähes samana toiminnan aloittamisesta lähtien. Tannerilla on tuotteita myynnissä Käpykylän lisäksi ympäri Suomea, muun muassa Mikkeliissä, Seinäjoella, Iso-Kyrössä, Oulussa sekä Vaasassa. Hänen pääasiallisia myyntikanaviaan ovat erilaiset taitoshopit, joissa tuotteet ovat esillä jatkuvasti sekä lukuisat alan messut, joita hän kiertää ympäri vuoden. Tanner listaa myynnin olevan suurinta Mikkelin Kenkäverossa sekä messuista muun muassa Kädentaito Elma- sekä Osaava nainen -messuilla.

Kiinteästä toimipisteestä kysyttäessä Tanner kertoo, ettei hänellä ole koskaan ollut varsinaisia toimitiloja tai fyysistä liikettä. Hän ei myöskään ole suunnitellut perustavansa sellaista, vaan aikoo jatkaa toimintansa harjoittamista jatkossa samalla tavalla kuin tähänkin asti; myymällä tuotteita eri messuilla sekä pienten putiikkien kuten taitoshoppien kautta suurempien keskittymien yhteydessä. Syyksi tähän ratkaisuun hän mainitsee ikänsä, mutta toteaa heti perään, että samalla paikalla toimiminen ei ole pidemmän päälle kannattavaa. Hän kertoo aikanaan kuulleensa väittämän, jonka mukaan myynti on hyvää samalla paikalla korkeintaan kolme vuotta. Tämän jälkeen tulisi vaihtaa toimitilojen sijaintia ja siirtyä jopa täysin uudelle paikkakunnalle. Hän totesi huomanneensa tämän väitteen paikkansapitävyyden käytännön kautta omassa toiminnassaan. Käpykylä-keskittymässä sijaitseva pieni toimipiste myi alkuun hyvin, mutta noin kolmen vuoden kuluttua siellä aloittamisesta myynti loppui kuin seinään.

Yritysmuotona on Tannerilla toiminut tähän saakka avoin yhtiö, jossa hän toimi yhtiökumppaneina yhdessä miehensä kanssa. Tannerin miehellä oli tilintarkastus-yritys, johon Tanner meni osakkaaksi ja toiminta laajennettiin käsittämään myös käsityötuotteiden valmistuksen. Mies hoiti yrityksen kirjanpidon ja Tanner itse tuotteiden valmistuksen sekä myynnin. Tannerin miehen äskettäin tapahtuneen poismenon johdosta tulee yritysmuotoon sekä käytännön järjestelyihin muutoksia lähitulevaisuudessa. Ulkopuolista rahoitusta toiminnalleen Tanner ei ole koskaan hakenut, ja muun muassa erilaiset starttirahat eivät olisi tulleet edes kyseeseen, sillä uutta yritystä ei toiminnan alkaessa varsinaisesti perustettu. Myöskään tietoa yrittäjyydestä hän ei erityisemmin hankkinut, sillä mies tiesi yritystoiminnasta paljon jo oman kokemuksensa pohjalta. Tanner oppi häneltä sekä uusilta ystäviltä ja kontakteilta joita hän sai nopeasti käsityöalan verkostojen kautta. Yrittäjyyden teoriatietoon hän ei siis ole ikinä varsinaisesti perehtynyt, vaan oppinut juuri tekemisen ja kokemisen kautta konkreettisesti.

Tuula Tanner kertoo oppineensa kutomaan jo viisivuotiaana, mistä eteenpäin käsityöt ovat kulkeneet mukana harrastuksen muodossa läpi elämän. Varsinaisen tuotteidensa myynnin ja liiketoiminnan hän aloitti kahdeksan vuotta sitten. Hän kertoo toiminnan alkaneen ystävänsä innoittamana, joka suostutteli hänet mukaansa erilaisille markkinoille ja kesämyyjäisiin. Tämän myötä hän innostui itsekin ja alkoi myydä käsitöinä valmistamia tuotteita kyseisissä tapahtumissa. Myöhemmin myyjäiset muuttuivat alan messuiksi sekä erilaisiksi pieniksi myyntipisteiksi taitoshopeissa ym. ja tuotevalikoima sekä määrä kasvoivat.

Tuula Tanner kertoo lukeneensa itselleen aikoinaan kaksi eri ammattia, kosmetologi sekä vapaa taiteilija. Hän ei ole koskaan tehnyt töitä muille, vaan on aina ollut itsensä työllistämä, toimien kyseisillä aloilla. Käsitöiden myynti alkoi Tannerin kohdalla aikoinaan harrastuksena, josta se muuttui paljon myöhemmin sivutoimiseksi liiketoiminnaksi, josta edelleen päätoimiseksi yrittämiseksi hänen jäädessään eläkkeelle vapaan taiteilijan ammatistaan muutama vuosi sitten. Käsitöiden myynti työllistää Tanneria ympärivuotisesti, sillä alan messuja ja tapah-

tumia järjestetään jatkuvasti ja niihin valmistautuminen täytyy aloittaa useita kuukausia etukäteen. Messumyynnin lisäksi usealla eri paikkakunnalla sijaitsevat, hänen tuotteitaan myyvät liikkeet ja keskittymät tarvitsevat varastoihinsa täydennystä jatkuvasti.

Suurimmaksi motivaatiotekijäksi ja perimmäisiksi syiksi toiminnalleen Tanner kertoo olevan halun tehdä kaunista ja tyylikästä ja tehdä se hyvin. Rakkaus käsillä tekemiseen ja juuri tekemisen tuottama ilo pitävät toimintaa yllä ja takaavat tuotteiden jatkuvan valmistumisen. Kysyttäessä käsityöyrittäjän toiminnan kannattavuudesta saa Tannerilta vastaukseksi ensin lähinnä pään puistelua. Tuotteiden valmistus niin ajallisesti kuin raaka-ainekustannukset huomioiden suhteutettuna kohtuulliseen myyntihintaan, jättää myyntikatteen niin pieneksi, että tuntipalkaksi myynnistä syntyvää tuloa on turha edes yrittää muuttaa. Miinukselle yrittäjä ei kuitenkaan sentään jää, vaan myynnistä saatavat tulot kattavat menot ja jotain jää aina käteenkin. Nyky-yhteiskunnassa ja käsityön tämän hetkisen aseman tuntien ei käsityöyrittäjällä kuitenkaan varsinaisesti ole mahdollisuutta liiketoiminnallaan rikastua.

Asiakkaista puhuttaessa Tanner kertoo tärkeimmän asiakaskuntansa muodostuvan kotimaisista messu-kävijöistä. Suurimmilla alan messuilla liikkuvat, niin bussilasteittain tulevat kotimaiset ulkopaikkakuntalaiset, matkailijat kuin paikkakunnilla asuvat messuvieraat ovat tärkeä tulonlähde hänen liiketoiminnalleen. Ulkomaisia asiakkaita löytyy myös ja muun muassa Mikkelissä sijaitsevassa Kenkävero-keskitymässä Tannerin tuotteiden myynti on erinomaista juuri turistien ansiosta. Toinen myyntipaikka, jossa ulkomaiset ostajat muodostavat merkittävän asiakasryhmän on Helsingin kauppatori. Tanner kertoo ulkomaisille ja kotimaisille asiakkaille myytävien tuotteiden välillä olevan selkeitä eroja. Ulkomaiset turistit haluavat tuotteista löytävän kimalletta ja strasseja, kun taas suomalaiset suosivat koruttomampaa tyyliä. Suomalaisen keskuudessa ehdoton suosikki onkin ollut pelkistetty, huovutus-tekniikalla valmistettu lie-rihattu. Kotimaisten ja ulkomaisten asiakkaiden ostohalukkuudessa näkyy selkeä ero myös ajankohdallisesti. Suomalaisille myytäessä varsinainen sesonki alkaa syksyllä ja jatkuu joulun. Talvella tuotteet käyvät yleisesti paremmin kaupaksi kuin kesäaikaan. Ulkomaalaiset turistit taas ostavat tuotteita jopa enemmän kesäkaudella, mikä on selkeästi yhdistettävissä suosituimpiin matkustuskuukausiin.

Tannerin omassa elämässä käsityön merkitys on valtava. Asiaa suoraan kysyttäessä hänelle tuottaa jopa hieman hankaluuksia muotoilla vastausta, joka ilmaisisi merkityksen kaikessa kattavuudessaan. Hän kertookin elämänsä olevan tällä hetkellä täyttää käsityötä, vain ja ainoastaan sitä itseään. Ja tämä ei siis millään tavoin negatiivissävytteisesti, päinvastoin. Käsityön ollessa niin suuressa roolissa lapsuudesta saakka, on jokapäiväistä elämää lähes mahdoton edes kuvitella ilman sitä; käsillä tekeminen on itsestäänselvyys.

Haastattelun päätteeksi heitin vielä ilmaan käsityömatkailu-käsitteen ja kysyin Tannerilta, onko se hänelle millään tavoin entuudestaan tuttu. Hän ei muistanut edes kuulleen termiä, mutta avattuani käsitteen hänelle lyhyesti hän kertoi näkevänsä käsityömatkailulla olevan suurtakin potentiaalia. Jo omassa toiminnassaan hän on huomannut turistien olevan kiinnostuneita ostamaan käsin valmistettuja tuotteita. Suomalaista käsityötä tulisikin tehdä paremmin tunnetuksi ja yrittäjien asemaa parantaa. Käsityöyrittäjälle haasteita asettavat erityisesti tuotteiden hidas valmistus sekä myynnin kannalta monet välikädet ja hinnoittelun haasteellisuus. Käsityömatkailuun liittyen hän kertoo vielä esittäneensä aikaisemmin ajatuksen, että Käpykylä-keskittymä liitettäisiin osaksi Vihdin keskustaan suuntautuvia, matkailijoille järjestettäviä turistikierroksia. Paikan päällä matkailijat pääsisivät tutustumaan paikallisten ihmisten lukuisiin erilaisiin käsin valmistamiin tuotteisiin ja tekemään ostoksia sekä mahdollisesti nauttimaan lounasta tai iltapäiväkahveja saman katon alla. Tämä olisi myös Vihdin kunnan kannalta ajatellen loistavaa matkailupotentiaalin hyödyntämistä.