



Yksilöllisyys on käsityö- ja muotoilutuotteen menestystekijä

Kuluttajia kiinnostavat yksilölliset käsityötuotteet, joissa hinta ja laatu ovat kohdallaan. Yrittäjien mielestä käsityö- ja muotoilutuotteiden ostamisessa ei ole tapahtunut muutosta. Verkosta on kehittyneet käsityöalan yrittäjille tärkeä markkinointiväline. Yrittäjät ovatkin päättäneet panostaa www-sivujen ajankohtaisuuteen. Tulokset ilmenivät Käsi- ja taideteollisuusliitto Taidon selvityksessä Käsityöyrittäjä 2009.

Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry toteutti helmikuussa 2009 käsityö- ja muotoilualan yrittäjille ja sisäänostajille suunnatut internet-kyselyt yritysten tilanteesta ja tuotteiden markkinoinnista. Kyselyiden tavoitteena oli kerätä ajankohtaista tietoa käsityöalan yrityksistä ja verrata sitä aiemmin toteutettuihin selvityksiin. Kyselyihin vastasi 213 käsityö-, taidekäsityö- ja muotoilualan yrittäjää ja 18 sisäänostajaa.

Talouden taantumasta vetoapua käsityöalalle?

Selvityksen perusteella käsityöalan yritysten tilanne vaikuttaa vakaalta. Vastaukset osoittivat, että suurta muutosta ei ole tapahtunut (aiemmat selvitykset 2008, 2007 ja 1998). Enemmistö yrityksistä pyrkii kasvamaan mahdollisuuksien mukaan. Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä on 8 prosenttia. Talouden taantuma ei näkynyt kyselyn tuloksissa. Taantuma saattaa leikata rankimmin pintailmiöitä ja olla armoellinen perusasioille kuten käsityöalan yrittäjyydelle. Yksi vastaaja kirjoitti: ”Tämä talouden laantuma voi olla käsityöläisille ihan hyvä asia. Asiakkaat matkailevat enemmän kotimaan kohteissa ja käyttävät rahaa täällä. He ehkä ymmärtävät ostaa suomalaista.”

Yritykset suuntaavat markkinoinnin panostukset verkkoon ja suoramarkkinointiin

Yrittäjät kokevat markkinoinnin ja myynnin haasteellisena. Henkilökohtainen palvelu ja kontaktit asiakkaisiin ja jälleenmyyjiin koetaan tärkeiksi kuten eräs vastaaja kirjoittaa: ”Parhaiten markkinoinnissa pärjäävät yrittäjät, joilla on taito palvella hyvin asiakkaitaan. Hyvin hoidetut asiakassuhteet ja korkea laatu tuotteissa ja palveluissa tuovat pienelle yrittäjälle lisää asiakkaita”. Yrittäjät aikovat tämän vuoden aikana panostaa ajankohtaisuuteen www-sivuilla, osallistumiseen alan suoramyyntitapahtumiin, asiakastilaisuuksien järjestämiseen omalla verstaalla ja oman verkkokaupan kehittämiseen.

Käsityöyrittäjille harrastusmainen tuotemyynti on kilpailuhaaste

Tutkimustulosten myönteisyyden rinnalla yrittäjien antamissa kommentteissa näkyy huoli yrittäjien pärjäämisestä, kilpailutilanteesta, ideoiden kopioinnista ja esimerkiksi verotuksesta, joka monesti koetaan epäoikeudenmukaiseksi. Yritystoiminnan ja käsityöharrastuksen suhde sisältää jännitteitä kun koetaan, että harrastusmainen toiminta ja veroton myynti sotkevat kuluttajien hinta- ja laatukäsitystä. Sisäänostajat ja yrittäjät ovat samaa mieltä siitä, että aloittavilla yrityksillä tuotehinnoittelu tulisi saada parempaan hallintaan. Yrittäjät toivovat tukea ensimmäisen työntekijän palkkaamiseen.

Käsityöyrittäjien mielestä parhaita kehittämistoimenpiteitä ovat koulutus, verkostoituminen, markkinoinnin ja tuotekehityksen tukeminen, myyntitapahtumien järjestäminen ja tiedotuskampanjat. Sisäänostajien mielestä yrittäjillä taas on erittäin paljon kehitettävää kumppanuusvalmiudessa (yksinöikeustuotteet), markkinointimateriaaleissa ja pakkaussuunnittelussa.

Käsi- ja taideteollisuusjärjestön yhtenä tärkeänä tehtävänä on käsityöelinkeinojen edistäminen. Selvitys antaa hyviä lähtökohtia toimialan kehittämistyöhön.

Käsityöyrittäjä 2009 - selvitys on saatavissa Käsi- ja taideteollisuusliiton julkaisuna, jonka hinta on 30 e. Selvityksen voi tilata 31.5.2009 alkaen osoitteesta www.taito.fi.

Lisätiedot

Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry

Marketta Luutonen, marketta.luutonen@taito.fi tai Taina Tervonen, taina.tervonen@taito.fi