

**Eila Wiik**

**MATKAILULLISEN TEOSMYYNIN KEHITTÄMINEN  
KESÄMATKAILUSSA**

**Case kuvataiteilija, kuvanveistäjä Sanna Koivisto**

**Opinnäytetyö  
CENTRIA AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun koulutusohjelma  
Huhtikuu 2013**

**TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ**

<b>Yksikkö</b> Ylivieskan yksikkö	<b>Aika</b> Huhtikuu 2013	<b>Tekijä/tekijät</b> Eila Wiik
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun koulutusohjelma		
<b>Työn nimi</b> MATKAILULLISEN TEOSMYYNIN KEHITTÄMINEN KESÄMATKAILUSSA Case kuvataiteilija, kuvanveistäjä Sanna Koivisto		
<b>Työn ohjaaja</b> Sirpa Soukka	<b>Sivumäärä</b> 27 + 11	
<b>Työelämäohjaaja</b> Sanna Koivisto		
<p>Opinnäytetyöni aiheena oli matkailullisen teosmyynnin kehittäminen kesämatkailussa. Opinnäytetyöni toteutettiin yhteistyössä kuvataiteilija ja kuvanveistäjä Sanna Koiviston kanssa. Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää keinoja, miten saataisiin ohjattua kesämatkailijoita taiteilijan työkohteeseen.</p> <p>Ratkaisuna ongelmaan kehitettiin taiteilijalle matkailullinen tuotepaketti. Tuotoksena oli myös esite, jossa kuvataan taiteilijan työhistoriaa. Esitteet voidaan lähettää potentiaalisille asiakkaille ja jakaa taidenäyttelyissä. Esitteen liitteeksi laitetaan tuotepaketti-esitteet.</p> <p>Työn teoriaosuudessa käsiteltiin markkinointia ja mainontaa taiteilijan ammatissa kun tarkoituksena on edistää teosmyyntiä. Yksityisyrittäjän ominaisuudessa pohdittiin taiteella itsensä elättämisen näkökulmia taiteilijan haastattelun ja kirjallisuuden kautta. Tutkimuksessa käytettiin sekä laadullista tutkimusta että osittain myös määrällistä tutkimusmenetelmää.</p>		
<b>Asiasana</b> Teosmyynnin kehittäminen, matkailullinen tuotepaketti, markkinointi		

**ABSTRACT**

<b>CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b> Ylivieska Unit	<b>Date</b> April 2013	<b>Author</b> Eila Wiik
<b>Degree programme</b> Degree of Travel and Tourism		
<b>Name of thesis</b> DEVELOPING THE SALES OF WORKS OF ARTS IN SUMMER TRAVEL Sanna Koivisto		
<b>Instructor</b> Sirpa Soukka		<b>Pages</b> 27 + 11
<b>Supervisor</b> Sanna Koivisto		
<p>The thesis was implemented in co-operation with a visual artist, sculptor Sanna Koivisto. The subject of the Thesis was developing the sales of works of art in summer tourism. The goal was to find ways how to get summer travellers to visit the artist's workshop.</p> <p>As a solution product packages for travellers were developed. As another result a brochure that gives information on the working history of the artist was created. The brochure could be sent to potential customers and distributed in art-exhibitions. The product package brochures can be enclosed with the card.</p> <p>In the theory part of thesis the focus was on marketing and advertising in promoting the sales of works of art. How to make living by working as an artist was discussed on the basis of literature as well as of the interview of the artist. The research methods used in this study were mostly qualitative study and partly quantitative.</p>		
Developing the sales of works of art, marketing, travel product package		

## **KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELYT**

### **Matkailu**

Matkailu on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat pois päivittäisestä asuin -/ tai työympäristöstään. Kotipaikkakuntansa tai tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella oleskelevat korkeintaan yhden vuoden ajan työmatkalla, vapaa-ajan vietoissa tai muussa tarkoituksessa.

### **Matkailija**

Matkailijalla tarkoitetaan ihmisiä, jotka harjoittavat tämän määritelmän mukaista toimintaa eli matkustavat. Matkailijoiksi luetaan uusimman määrittelyn mukaan myös työnsä puolesta matkustavat mikä onkin perusteltua, koska matkustamisesta suurin osa on työ tai liikematkoja.

### **Taide**

Taiteilijan tavoite on saada tunnustusta työstään, mestariteoksistaan elinaikansa eikä vasta sen jälkeen, kun kuolema on korjannut taiteilijan.

### **Matkailullisen teosmyynnin kehittäminen**

Matkailutuotteella tarkoitetaan palvelupakettia, jossa on aineellisia ja aineettomia osia ja perustuvat toimintaan, toiminnan kohteessa.

### **Matkailupalvelu**

Matkailualan yrityksen tuottama palvelu on matkailupalvelu. Matkailutuotteen ja matkailupalvelun eroa on vaikea erottaa. Perusajatuksen lähtökohtana on asiakkaan käyttämä tai kuluttama matkailutuote, palvelun tai useamman palvelun muodostama kokonaisuus, johon liittyy aineettoman palvelun lisäksi tuotteen konkreettisia ominaisuuksia.

## **Matkailullinen tuotepaketti**

Asiakkaan näkökulmasta asiakkaan kokemusmaailmassa matkailutuote on laaja kokonaisuus alkaen matkan suunnittelusta. Se sisältää matkan aikana tapahtuneet kokemukset ja päättyy siihen, kun matkailija palaa kotiin matkan päätyttyä. Matkailutuote on mahdollista käsittää usealla eri tavalla riippuen siitä, kenen näkökulmasta sitä tarkastellaan. Asiakkaan kannalta matkailutuote on kokonaispaketti. Tuottajan kannalta matkailutuote voi olla yksittäinen, asiakkaan ostaman kokonaispaketin osana oleva palvelu, esimerkiksi taide-esittely, taiteen historia, taideteoksen tekeminen, ruokailu, majoitus, ohjelmapalvelu jne.

## ESIPUHE

Haluan kiittää opinnäytetyön toteuttamisen mahdollisuudesta kuvataiteilija, kuvanveistäjä Sanna Koivistoa. Hän on taiteilijan elämäntyöllään, kahden vuoden päästä koulutus mukaan lukien saavuttamassa pian neljäkymmenen taiteilijavuoden täyttymistä. Tänä aikana hän on taiteilijan ammatissa yksityisyrittäjänä tehnyt itseään tunnetuksi taideteoksillaan. Opinnäytetyöni käsittelee hänen teoksiaan sekä teosmyynnin kehittämistä kesämatkailussa.

Opinnäytetyön kirjoittajana olen kokenut kuinka välitön kontakti henkilöstä on opinnäytetyön kannalta mielekästä. Se on antanut voimaa itselleni toteuttaa opinnäytetyöni valmiiksi asti. Tapaamiset taiteilijan kanssa opinnäytetyöhön liittyen olemme ennakkoon sopineet joko hänen työhuoneelle tai minun kotiin. Jonkin verran olemme keskustelleet puhelimitse ja sähköpostin välityksellä. Opinnäytetyöni aihetta pohtiessani päällimmäinen ajatukseni oli, että rajaan henkilön työni ulkopuolelle, mutta kävikin juuri päinvastoin kuin olin ajatellut. Taiteilijan elämäntyöhön tutustuessani näen opinnäytetyöni nyt erilaisessa valossa: huomaa näkökulmia, jotka opinnäytetyössäni antavat mahdollisuuden nähdä hänen omia töitään taiteen myyntiä edistävänä mahdollisuutena matkailuun liittyen.

Sanna Koiviston ansioluettelo kertoo pitkäjännitteisestä taiteilijan työstä, päätoimisesti hän on toteuttanut itseään taiteilijana vuodesta 1977 alkaen. Edelleen kehittyvänä taiteilijana Koivisto kokee olevansa matkalla etsimässä sulan hipaisua kallion pintaan. Opinnäytetyössäni Sanna Koiviston ilmaisulla ” matkalla ” taiteen kautta edetään matkailulliseen ulottuvuuteen myynnin kehittämisessä. Taiteilijan kouluttautumisen historiasta kertovat opinnot: taideopinnot Limingan taidekoulussa 1973–1974; Lahden taideinstituutti 1974–1977; Oulun yliopisto ja Oulun läänin taidetoimikunta; julkisten tilojen taideseminaari 1980 sekä Suomen kuvanveistäjäliiton, pronssivalukurssi 1982. Opinnäytetyön tutkimuksessa kehitetään taiteilijalle kesämatkailuun sopiva tuotepaketti ilman suurempia lisäkustannuksia. Taiteilijan työpiste sijaitsee Iin kunnan vuokratiloissa Kulttuurikauppila-nimisessä kiinteistössä.

**TIIVISTELMÄ  
ABSTRACT  
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELYT  
ESIPUHE  
SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2 MARKKINOINTI JA MATKAILU</b>	<b>3</b>
<b>2.1 SWOT-analyysi</b>	<b>4</b>
<b>2.1.1 Vahvuudet</b>	<b>5</b>
<b>2.1.2 Heikkoudet ja uhat</b>	<b>6</b>
<b>2.1.3 Mahdollisuudet</b>	<b>6</b>
<b>2.2 Taide</b>	<b>7</b>
<b>2.3 Kuvataiteilijan, kuvanveistäjän työhistoriaa</b>	<b>9</b>
<b>3 TUOTTEEN KEHITTÄMINEN</b>	<b>17</b>
<b>3.1 Tuote ja asiakkaat</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Tuotepakettisuunnittelu</b>	<b>18</b>
<b>3.3 Tuotepaketit</b>	<b>20</b>
<b>3.4 Mistä kuvataiteilija saa tuloja?</b>	<b>21</b>
<b>3.5 Saatavuus ja markkinointiviestintä</b>	<b>23</b>
<b>4 KEHITTÄMISEHDOTUKSIA</b>	<b>25</b>
<b>5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA</b>	<b>26</b>

**LÄHTEET  
LIITTEET**

**KUVIOT**

KUVIO 1. Taiteilija Sanna Koivisto työssään (Koivisto 2013)	9
KUVIO 2. Paluu kolmiulotteisuuden 2010-luvulla (Koivisto 2013)	10
KUVIO 3. 2000-luvun töitä	11
KUVIO 4. 1990-luvulla pronssille. Oma tekniikka (Koivisto 2013)	12
KUVIO 5. Lasten leikit eri tekniikoilla	13
KUVIO 6. 1980-luvun realismin tyypillistä toteutustapaa	14
KUVIO 7. 1980-luvulta eteenpäin Julkisia teoksia (Koivisto 2013)	15
KUVIO 8. Pienoisveistoksia lapsiteemoista (Koivisto 2013)	16

**TAULUKOT**

TAULUKKO 1. SWOT-analyysi yksityisyrittäjästä	5
TAULUKKO 2. SWOT-analyysi kehitysehdotukset	7
TAULUKKO 3. Tuotepakettisuunnittelu	19
TAULUKKO 4. Tulojen määrä (Koistinen 2013)	21
TAULUKKO 5. Kuvataiteilijan tulojen lähteet	22
TAULUKKO 6. Tulojen keskiarvoja (Koistinen 2013)	22

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoitus on kehittää taiteilijan teosmyyntiä ja selvittää, millä tavalla taide-  
teoksen voisi markkinoida myyntituotteeksi kesämatkailussa. Taiteilija on itse tuotesuun-  
nittelija sekä tuotteen toteuttaja. Taiteilija tekee työtä omassa ympäristössä, missä taiteili-  
jalle elämisen mahdollisuus on saada tuotteitaan markkinoitua kaupalliseksi tuotteeksi.  
Taiteilijan luomisen vaihe työstää teoksensa valmiiksi taideteokseksi on pitkäjännitteistä  
työtä ja aikaa vievä työprosessi.

Taiteilijan perehtyminen markkinointiin, kaupallisten kontaktien luominen, sekä tuotteiden  
markkinointi jäävät luomisen työn ja teoksen toteuttamisen varjoon. Taideteoksen luomi-  
nen sekä valmiiksi teokseksi toteuttaminen on taiteilijan koko voimavarat vaativa prosessi.  
Taideteoksen valmistuminen ei useinkaan toteudu hetkessä, vaan teos vie usein taiteilijan  
jaksamisen äärirajoille saakka. Taiteilijan elinehto yksityisyrittäjän ominaisuudessa on  
kuitenkin saada teokset markkinoitua ja myytyä, jotta hän voi hankkia elantonsa tuottamas-  
taan taiteesta.

Taiteilija ei välttämättä aina tuota taidetta omien seinien sisällä. Hän voi toimia mahdolli-  
sesti vuokralaisena kodin ulkopuolisessa kiinteistössä, jolloin taloudelliset huolet tuotteen  
markkinoinnista ja myynnistä ovat entistä suuremmat. Rahaa pitää hankkia omaan toi-  
meentuloon, säännöllisiin kiinteistöistä aiheutuviin pakollisiin kustannuksiin, vuokrame-  
noiniin ja materiaaleihin.

Taiteilijan tuotepaketin kehityksellä pyritään edistämään teosmyyntiä. Suuntaamalla mat-  
kailuun etsitään mahdollisuutta markkinoida ja tuoda maksavia asiakkaita taiteilijayrittäjän  
arkeen. Taiteilijan teosmyyntiä kesämatkailussa halutaan kehittää ohjaamalla maksavia  
asiakkaita kiinnostumaan taiteilijalle suunnitellusta tuotepaketista. Kulttuurihistoriallisessa  
miljöössä taiteilijan vuokraamassa työtilassa tapahtuvassa taide-esittelyssä matkailija ohja-  
taan kiinnostumaan taiteilijan tekemästä taiteesta sekä kohteesta. Markkinointituotteena on  
matkailullinen tuotepaketti oheistuotteineen. Opinnäytetyössäni teen tutkimusta SWOT-  
analyysillä 4P-kentän avulla. Tarkastelen myyntimahdollisuutta tuotteiden menestyksellis-  
tä myyntiä, markkinoinnin suuntauksena myyntikanavoitumisen mahdollisuutta matkailus-  
sa.



Opinnäytetyöni tutkimusongelma on, miten saadaan taiteilijalle toteutettua matkailullinen tuotepaketti. Markkinointiin ja teosmyyntiin perehdytään tutkimalla mahdollisuutta saada matkailijoita, kiinnostumaan taiteen piirissä tuotettavasta palvelusta. Tilojen yhteydessä taiteilija työstää taiteen myyntivalmiiksi tuotteeksi. Tuotannon yhteydessä tapahtuvassa taide-esittelyssä tavoitellaan matkailijoista maksavia asiakkaita myymällä samalla teoksia ja oheistuotteita. Tutkimukseni on rajattu matkailullisen teosmyynnin kehittämiseen kesämatkailussa. Toisin sanoen tavoitteena on matkailullisen tuotepaketin kehittäminen taiteilijalle.

## 2 MARKKINOINTI JA MATKAILU

Tutkimukseeni osallistuu kuvanveistäjä, kuvataiteilija, jonka arkipäivän elämä pyöri omien taideteosten luomisen ja toteuttamisen ympäristössä yksityisyrittäjänä. Tutkimuksessa käydään läpi taiteilijan tuotantoa aikakaudelta 1980–2012. Minkälaisia tuotteita taiteilija on tuottanut, ja minkälaista uutta tuotekehityspakettia taiteen ohessa mahdollisesti voisi myydä kesämatkailija asiakkaalle? Miten ympäröivä miljöö ja luonto vaikuttavat taiteen tekemiseen?

Opinnäytetyöni toteutumisen mahdollistaa taiteilijan elämään tutustuminen. Käyttämäni tutkimusmenetelmät opinnäytetyössäni ovat laadullista tutkimusta; taiteilijan henkilökohtainen haastattelu, kirjallisuus, lähteet ja internet. Tutkimuksella halutaan selvittää, millainen taiteilijan mahdollisuus taiteilijalla on yhdistää teosmyynti matkailuun.

Tutkimuksen tutkimuskysymyksenä on selvittää, kuinka saadaan hankittua maksavia asiakkaita tuomaan rahaa eli ostovolyymia taiteilijayrittäjälle myymällä taideteoksia kesämatkailussa. Hinnoittelua ja tuotteen saatavuutta tarkastellaan sekä kehitetään tuotepaketti, jolla taiteilijan toimeentulo lisääntyy ilman suurempia lisäkustannuksia. Matkailijan näkökulmasta on selvitettävä, miten matkailija löytää taiteilijan kohteeseen ongelmitta.

Tutkimuskysymyksenä on myös löytää taiteilijalle sopivia markkinointitapoja, etsiä uusia lisämyynnin kehittämiseen liittyviä mahdollisuuksia sekä selvittää, minkälainen myyntituote taiteilijalle sopisi rinnastettavaksi taiteen tekemisen ohessa. Matkailijassa nähdään potentiaalinen mahdollisuus, jos markkinointi osataan kohdistaa oikeaan kohteeseen ja saadaan matkailija kiinnostumaan taiteilijan tuote–esittelypaketista.

Asiakkaan näkökulmasta katsottuna omaperäisyydellä on merkitystä. Omaperäinen toteutustapa tai tuoteidea käsityöalalla edistää asiakasta valitsemaan juuri kyseisiä tuotteita. Ongelma käsityöalalla on kopiointi, joka vaikeuttaa markkinointia kovassa hintakilpailussa. Käsityöläisen ainoa mahdollisuus menestyä on jatkamalla työpäivän pituutta hyvin pienellä toimeentulolla. (Äyväri 2000, 19.)

Monen yrityksen ongelma on, että ylin johto, yrityksen hallitus sekä rahoittajana osakkeenomistajat näkevät markkinointia ”mustana laatikkona”, tarkkailematta yhtä huolelli-

sesti markkinointiin sijoitettuja rahoja kuin yrityksen muiden toimintojen osa-alueille sijoitettuja rahavaroja. Markkinoinnin kehityksestä huolimatta edelleen monessa yrityksessä pidetään pätevänä markkina-asema- ja markkinointipäätösten tekotapaa tätä näkemystä verrattaessa yrityksen muihin toimintoihin. (Lahtinen & Isoviita 1998, 16.)

Viime vuosina markkinointi on korostunut. (Lahtinen & Isoviita 1998, 16.) Tällä vuositu-  
hannella markkinoinnissa on tapahtunut muutoksessa enemmän kuin sadan vuoden mark-  
kinoinnin historiassa. Aikaisemmat markkinointiopit eivät palvele enää tämän päivän kau-  
pankäyntiä, eikä niillä ole enää saavutettavissa kuin keskinkertaisia tuloksia, jos edes niitä-  
kään. (Lahtinen & Isoviita 1998, 1.)

## **2.1 SWOT-analyysi**

Opinnäytetyöni markkinointitutkimuksessa käsittelen nelikenttäanalyysia SWOT, joka kattaa vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. SWOT sopii mielestäni parhaiten yksityisyrittäjän tuotteiden myynnin edistämiseen, sillä analyysissä yhdistetään ympäristön ja yrityksen merkitys. Yksityisyrittäjän ominaisuudessa yrittäjä on itse yritys (TAULUKKO 1). Taulukossa 2 puolestaan on kuvattu SWOT-analyysin avulla erilaisia kehitysehdotuksia, joilla hyödynnetään olemassa olevia tai oletettavia vahvuuksia (TAULUKKO 2).

TAULUKKO 1. SWOT-analyysi yksityisyrittäjästä

Vahvuudet Strengths	tehdyt teokset, päätoiminen taiteilija 1977 alkaen, koulutus, taiteilija aseman saavutus
Heikkoudet Weaknesses	mainostaminen, markkinointi, tarjoaa
Mahdollisuudet Opportunities	tuotepaketin kehitys lisämyynniksi oheistuotteineen, edistää toimeentuloa matkailu, yksityinen ja julkinen sektori, lisää taiteilijan näkyvyyttä
Uhat Threats	saada palkkaa työstä, raha, näkyvyys, turhautuminen,

### 2.1.1 Vahvuudet

Vahvuudet on taiteilija itse luonut omalla pitkäjännitteisellä taiteilijatyöurallaan, mistä kertoo hänen monet erilaiset kuvataideteoksensa, kuvanveistotyöt, muotokuvat, piirrokset sekä installaatiot. Aseman saavuttaminen taiteilijassa vaatii monia erilaisia asioita, jotka taiteilijan on pitänyt sisäistää, luoda ja kehittää itsessään. Sinnikkyys, lahjakkuus ja luovuus tekee taiteilijasta menestyvän ammatinharjoittajan. Taiteilija on tuottanut monenlaisia ympäristötaideteoksia, tilataideteoksia, kuvataideteoksia, monumentteja. Koivisto tuottaa taidetta sekä pienimuotoisesti tuotteita oheismyyntiä varten. Näin kerätään varoja toteutettaessa isompaa taideteosta.

Menestymisestä uralla kertovat jo saavutetut taiteelliset tuotokset sekä edelleen halu kehittää uralla etenemistä taiteilijana. Elannon hankkiminen ohella taiteilijalla on halu menestyä taiteilijana sekä tuottaa laadukasta taidetta.

Miten sitten erottaa taide ja tuotteistaminen? Tuotteistamisessa tuote kohdennetaan johonkin ryhmään, kuluttajaan. Asettumalla asiakkaan asemaan taiteen luomistyössä ei vaadita kohderyhmää, eikä taiteilijan tarvitse ajatella kenelle tai millaiselle henkilölle taide koh-

dennetaan. (Hartikainen, Korkman, Koskinen, Luutonen, Mäkelä, Mäkelä, & Sarvela 2000, 18.) Toiminta-ajatus näkyy tuotteistamisessa selvimmin vaihtuvuutena ja uusiutumisenä. Yrittäjän tuotteiden valikoimalaajuus ja uusiutuvuus ovat yrityksen toimintastrategian ylläpitävä voima. Taiteen tekemisen kasvulle on luotava jatkuvuuden edellytykset. (Häti-Korkeila & Kähkönen 1981, 44.)

Sanna Koivisto on toiminut taideaineiden opetustehtävissä koko uransa ajan ja kuvataiteilijana päätoimisesti vuodesta 1977 alkaen. Koivisto on Taidekeskus Kulttuuri-Kauppiilan perustajajäsen. Kiinteistön omistaa Iin kunta, joka vuokraa työtiloja taiteilijoille. Taiteilijan oma koti historiallisine rakennuksineen sijaitsee taidekeskuksen naapurimiljöössä.

### **2.1.2 Heikkoudet ja uhat**

Taiteilija vierastaa sanaa mainos, sillä omien tuotosten mainostaminen tuntuu taiteilijasta vieraalta ajatukselta. Kaupankäyntiä ajatellen mainos ja markkinointi kytkeytyvät yhteen. Jos aikoo myydä tuotteita, pitää myös mainostaa. Toisaalta markkinointi tuottaa tulosta. Mainostamisen ongelmaan kehitetään myyvää tuotepakettia taiteilijalle tuomaan lisää tulojen hankkimisen mahdollisuutta ilman suurempia lisäkustannuksia.

Talkootyön tekeminen monissa eri taiteen työprojekteissa on taiteilijalle harrastuksenomaiseen puuhailuun verrattavaa työtä. Useimmiten taiteilijan elämässä työ ja raha eivät kulje käsi kädessä. Pitemmällä aikavälillä taiteellisen työn näkyvyyden toteutukset voivat kantaa hedelmää ja mahdollistaa suurtakin tuloksellisuutta.

Uhkana ovat näkyvyys ja turhautuminen. Työn tekeminen aamusta iltaan ei tuo säännöllisiä tuloja. Myynnin vaikeus ja rahattomuus vievät unen, ja stressi kuluttaa tuottavuutta.

### **2.1.3 Mahdollisuudet**

Tuotepaketteja kehittämällä on mahdollisuus saada lisää palkkaa sekä myydä pääartikkeleita taiteilijan työtiloja hyödyntäen. Kun taiteilijalla itsellään on välitön kontakti suoraan asiakkaaseen, palautetta on helpompi saada. Taiteilijan markkina-arvo kasvaa taideteosesittelystä, ja taiteilijan osaamisen arvo ja taiteilijan näkyvyys kasvavat. Kilpailuetuna on

omien tuotteiden tuntemus sekä toteutus alkuvaiheesta työn loppuun saattamiseen saakka. Taideteoksen tuotehistoria tunnetaan tarkasti ja selkeästi.

Tuotemyyntipaketeilla pyritään kasvattamaan myyntiä ja hankkimaan asiakkaita taidesittelyyn. Tuotepakettien esitleminen tuo uusia ulottuvuuksia myynnin lisäämiselle. Palveluformaattina on pitkällä aikavälillä taiteilijan tuottamat taideteokset, työtilojen hyödyntäminen sekä lisäksi kehitetyt teosmyynnin tuotepaketit oheistuotteineen.

## TAULUKKO 2. SWOT-analyysi kehitysehdotukset

<p><b>Vahvuudet</b></p> <p>Kilpailuetu: taiteilija tuotteen esittelijänä taiteilijalle sopiva oheistuote ilman suuria lisäkustannuksia kiinnostava</p>	<p><b>Heikkoudet</b></p> <p>Poista heikkoudet: markkinointi taiteilijan oheistuote lisää myyntiä mahdollistaa isompienkin ostosten päättökseen</p>
<p><b>Mahdollisuudet</b></p> <p>Käytä mahdollisuudet hyväksi: näkee mahdollisuuden matkailullisesti edistää teosmyyntiä julkinen sektori mahdollistaa isojen tuotteiden tekemiseen</p>	<p><b>Uhat</b></p> <p>Käännä uhat mahdollisuudeksi: lisää toimeentuloa taiteilijan näkyvyys lisääntyy tietää palkkapäivän</p>

## 2.2 Taide

Mielikuvaan taiteilijasta on tullut nopeita muutoksia 1900-luvulla. Taiteellisessa ilmaisussa tapahtuneet tyylivirtausten muutokset ovat muuttaneet taidemaailmaa. Taiteilijan elämä ei aikaisemminkaan ole ollut kovin tasapainoinen. Pitkällä aikavälillä arvostus on muuttunut käsityöläisestä arvostetummaksi taiteilijaksi. Yhteiskunnassa taiteilija tulee paremmin taloudellisesti toimeen. Täysi vapaus taiteilijalle saavutettiin 1900-luvulla, ja nykyisin yksilöllä on vapaus ilmaista itseään tekemällä taidetta suhteessa sekä taideyleisöön, että arvosteluun. (Ferrari 2000, 166.)

Taiteilijan tavoite on saada tunnustusta työstään ja teoksistaan elinaikana, eikä vasta sen jälkeen, kun kuolema on korjannut taiteilijan. Ihmisten mielissä kuva taiteilijasta on harhaanjohtava. Taiteilija ei halua enää olla yksinään puurtava työläinen, vaan hän haluaa luoda kontaktit ulospäin. Enää mielikuva yksinäisestä nälkää näkevästä taiteilijasta, joka jää vaille tunnustusta, on harvinainen. Taiteilijaa pidetään kuitenkin yksinäisenä nerona, jonka arvostus voi olla heikko. Taiteilijat ovat useimmiten osaavia ja ammattitaitoisia, ja he osaavat luoda kaupallisia kontakteja. (Cumming 2009, 17.)

Käännekohtana 1960-luvulla pidettiin Andy Warholin taiteilijalle tuomaa arvostusta. Hänen mielestään kuva taiteilijasta oli vanhanaikainen: sen mukaan taiteilija oli tyhjätaskuinen ilman varsinaista toimeentuloa oleva persoona, joka loi taidetta uudistajan roolissa. Kuvaus antaa taiteilijasta vastenmielisen mielikuvan. Warholin mielestä taiteilijoilla piti olla oikeus samanarvoisiin etuuksiin 1960-luvun yhteiskunnassa ja samanlaiseen asemaan, kuin arvostetulla varakkaalla liikemiehellä tai menestyvällä johtajalla liikeyrityksen toiminnassa.

Innoitus nykyajan taiteilijoille 1960-luvulla, jotka ovat syntyneet tai sen jälkeen, on edelleen Warholin ajatuksesta, muistuttamassa elämäntyyliään ja tehdessään työtä omalla urallaan. Käännekohta näkyy nykypäivän taiteilijoissa innostuksena luoda itsestään menestyviä yrittäjiä ”liikemiehenä ja naisena”.

Taiteilijalle uusin muutos on olla johtavassa asemassa myymässä teoksia rahakkaille miljonääreille verkostoitumalla internetin välityksellä, luoda kontakteja ja myydä taideteoksiin yrityksille ja yksityisille henkilöille. Taiteilijan taideteoksen luominen ei tapahdu perinteisessä mielessä, vaan taiteilijalla on yhteistyökumppaneita toteuttamassa useampien henkilöiden kanssa projektityönä. Fyysisestä työstä esimerkiksi installaation tekeminen on aliurakoitsijan vastuulla. (Cumming 2009, 19.)

### 2.3 Kuvataiteilijan, kuvanveistäjän työhistoriaa



KUVIO 1. Taiteilija Sanna Koivisto työssään (Koivisto 2013)

Sanna Koivisto kertoo omilla kotisivuillaan ajatuksiaan työstään seuraavasti: ”*Pienen ihmisen erottaminen suuresta massasta ja sitä kautta inhimillisyyden esiintuominen rakentuvat Koiviston taiteesta omaksi estetiikakseen.*” Sanna Koiviston tuotanto (LIITE 9, 10) käsittää julkisten töiden lisäksi ennen kaikkea pronssi- ja keramiikkaveistoksia, piirustuksia ja maalauksia. Lisäksi hän tehnyt isoja monumentteja ja ympäristöteoksia (LIITE 7, 8) sekä myös ympäristöteoksia, jotka on tehty lasten kanssa. Taiteilija pitää tärkeänä, että ”*Kauppila on taidekoulun myötä saanut takaisin lapsensa*”. Hän on itse opettanut koko uransa ajan. (Koivisto 2013) Sanna Koiviston CV on opinnäytetyön liitteenä (LIITE 11).

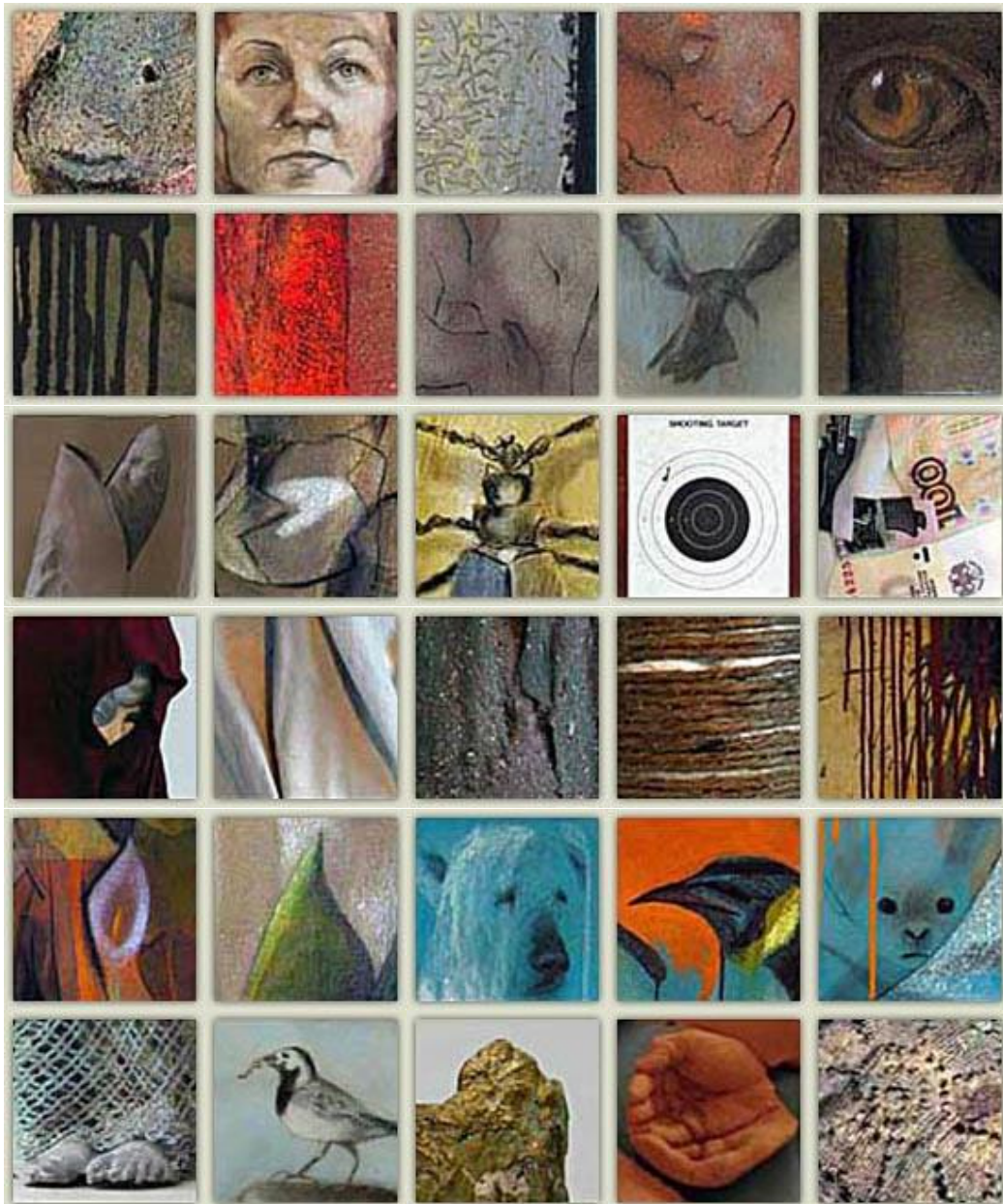
”*Olen edelleen matkalla. Etsin sulan hipaisua kallion pinnasta, painettua ajatustani kauan sitten. Tämä hetki on ainoa varma hetkemme joka pohjautuu elinikäiseen muutokseen. Tulevaisuutemme rakentuu tälle pohjalle. Haluan uskoa tulevaan, hyvyyteen joka sisältää tasapuolisuuden kaikille ja on kantavana voimanani tuottaa kuviani. Tokihan se on terapeutista, siltikin tarjoan en tyrkytä.*” Kaikilla pienilläkin asioilla ja osatekijöillä on merkityksensä luonnon suuressa kokonaisuudessa. Jokainen elää aikansa jättämättä kuitenkaan minkäänlaista jälkeä itsestään. Taiteen tekemisen eri tekniikat luovat osaltaan sen maailman, jossa on kiinnostava kulkea. (Koivisto 2013.)

Pronssitekniikan paluu 90-luvun tekniikalla toi abstrahoituja eläinhahmoja. Teoksissa oli painovoiman kumoamista, piirtämistä, sekatekniikoita. Teostekniikoita olivat keramiikka, akryyli, hiililyöt, pronssi, sekä sekatekniikka. Koivisto tekee myös hautaveistoksia, pienoispronssia lapsiaiheita, tilaustöitä kaikilla tekniikoilla, installaatioita ja yhteisöteoksia. Monumentteja oli n. 20kpl. Näyttelytoimintaa oli Oulun TM-kahviossa, Muhoksen Jurvakaisen galleriassa 2012 sekä yhteistyöprojekteja kouluissa ja päiväkodeissa 2012, sekä Art Ii Biennaalissa Suomen edustajana ”Huomaa minut”-teoksilla.





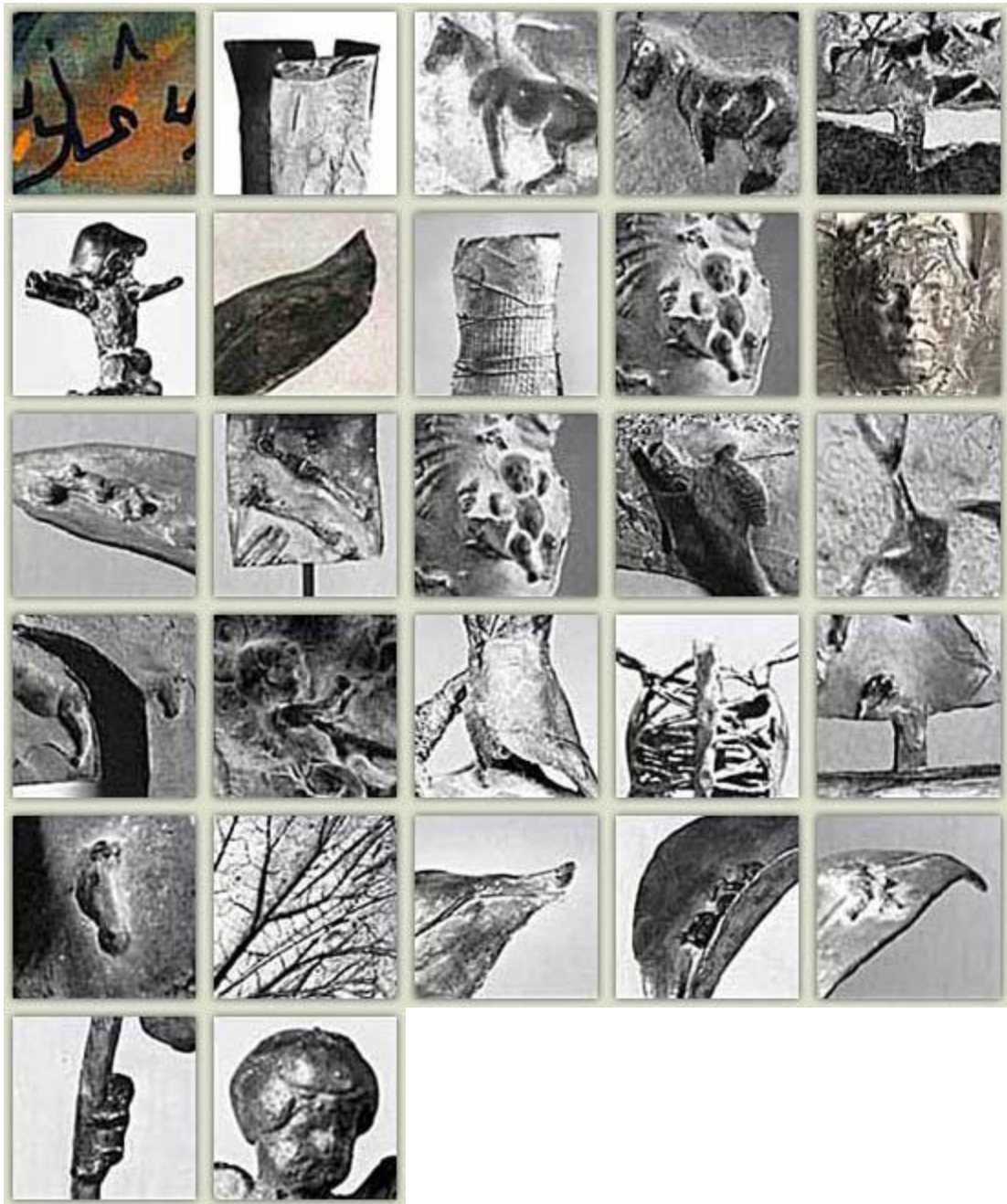
KUVIO 2. Paluu kolmiulotteisuuteen 2010-luvulla. (Koivisto 2013)



KUVIO 3. 2000-luvun töitä

”Sanna Koiviston 2000-luvun töissä vuorottelevat akryyli ja sekatekniikat” Teemat olivat voimakkaasti kantaaottavia ja käsittelivät mm. luonnonsuojelua ja ihmisenä olemista. (Koivisto 2013)





KUVIO 5. Lasten leikit eri tekniikoilla

1990-luvulla lasten myötä lasten leikit, omat lapsuusleikit, hetken oivallukset toistuivat aiheissa. Teknisesti edelleen realismin eri tekniikat vuorottelivat pronssi, betoni, piirtäminen, maalaaminen (Koivisto.)



KUVIO 6. 1980-luvun realismin tyypillistä toteutustapaa  
 Aiheena kantaaottavuus ja maailman parantaminen (Koivisto 2013)





KUVIO 8. Pienoisveistoksia lapsiteemoista (Koivisto 2013)

Hyvän teoksen aikaansaaminen edellyttää tilaajalta taiteilijan vapauden kunnioittamista. Tekijät, joista monumentti rakentuu, ovat paikan valinta, ja ympäröivä arkkitehtuuri, joka on tärkeä lähtökohta. Budjettiin vaikuttavat mittasuhteet ja materiaalit.

Sisällöllisesti teokseen vaikuttaa perusteellinen paneutuminen. Suunnitteluun ja toteutukseen on varattava riittävästi aikaa. Tilaajataholla on usein liian kiire. Aikaa toteutukseen on varattava riittävästi, eli vähintään kaksi vuotta.

Palapeliä kaikkien osien on loksahdettava hyvin yhteen. Taiteilija on kuin orkesterinjohtaja, jonka on saatava kaikki yhteistyötahot toimimaan yhteisen tavoitteen hyväksi.

### 3 TUOTTEEN KEHITTÄMINEN

Taiteilija Sanna Koivisto kuvaa taidettaan siten, että hän on edelleen matkalla etsimässä sulanhipaisua kallion pinnasta. Taiteilijan ydinpalvelu, taide yhdistettynä hänen ajatuksensa matkalla olosta luo edellytykset kehittää matkailuun suunniteltua tuotepakettia. Tuotteen kehittämisen kannalta on suositeltavaa rakentaa palvelulle formaatti selkeyttämään asiakaspalvelutyötä yksityisyrittäjänä. Tavoitteelliseen tulokseen pääseminen formaattiajattelulla on monin tavoin selkeämpää. Sillä pyritään pääsemään pois prosessituotannosta jossa tavoitteelliset toimet jäävät paperiksi hyllylle pyörimään ilman, että ne jalostuvat tuottavaksi palvelutuotteeksi asti. (Parantainen 2007, 110.)

Taiteilijan onnistuessa rakentamaan hyvän palveluformaatin asiakkaat ovat kiinnostuneita palvelusta ja haluavat nähdä enemmän. Asiakkaissa herättää uteliaisuuden se, mitä mahdollisesti seuraavaksi on tulossa. (Parantainen 2007, 126.) Palvelutoimintaan rakennetulle formaatille väitetään olevan hyötyä palveluliiketoiminnassa, Jopa yritysjohtajan kannalta on innostavaa, jos hänen asiakkaansa ovat aktiivisia ja innostuneita pakollisista osista, joita palveluformaatti sisältää (Parantainen 2007, 127). Aikataulut ja formaatit ovat toisiinsa sitoutuneita, sillä tiukkaa aikataulua on palvelussa noudatettava. Vaikuttaa tuloksen saavuttamiseen, että pysytään määrättyssä ajassa. Palveluformaatin noudattamisella ei ole vaaraa eikä luovuutta heikentävää voimaa, päinvastoin järjestelmällisyydellä voidaan saada ihmeitä aikaan ja kirkastettua yrityksen ja yrittäjän imagoa. Paineenkin keskellä on mahdollisuus toteuttaa tavoitteet. (Parantainen 2007, 115.)

Myynnin ammattilaiset kyseenalaistavat palveluformaattia osallistuessaan asiakkaana projekteihin: ”Skeptinen suhtautuminen asiakkaan osallistumisesta on sitoutua aikatauluihin”. Kerran viikossa kokoontunut Noste-palveluformaatti on sisältänyt kursseja tietyinä kiinteinä aikana viikonpäivästä. Ongelmatilanteita ei ole koskaan syntynyt siitä, ettei isojen ja pienten yritysten johtajia tai johtoryhmään kuuluvia henkilöitä olisi saatu yhtä aikaa samaan paikkaan yhtäaikaaisesti. Kysymys on lopulta siitä, mitä asiakas pitää tärkeänä. Kyseenalaistamisessa voi olla kysymys heikosta myyjästä tai kulttuurista johon tällaiset toimenpiteet eivät tunnu organisaatiossa sopivan. (Parantainen 2007, 120.)



### 3.1 Tuote ja asiakkaat

Matkailun taloudellinen hyöty lisää kiinnostusta kehittää matkailullista tuotekehitystä. Matkailussa kestävän kehityksen ja taloudellisen hyödyn kannattavuus on tavoitteena. Pitää saada matkailijat kiinnostumaan markkinoitavasta kohteesta. Matkailuala mahdollistaa alueelliselle kehitykselle monenlaista parannusta. Kehittämistä pidetään aluepoliittisesti tärkeänä ja vaikuttavana tekijänä. (Immonen 2003, 88.)

Matkailullista kysyntää MEK: in mukaan on monenlaiselle tarjonnalle. Kysynnän tarjontaan matkailullinen tuotekehitys on elinehto, johon vaikuttaa se, miten otetaan huomioon paikallisen tarjonnan ja mahdollisuuden voimavarat. Yleisen kysynnän mukaan kehitetään samanlaisia matkailullisia tuotteita. Matkailullisen kehityksen kannalta olisi parempi tulla esille huomioiden tarjontatekijät. (Immonen 2003, 88.)

Matkailijan kannalta maiseman huomioiminen on merkittävä tekijä. Maiseman visuaalisuus muodostuu näkyvistä tekijöistä, ja se voi olla myös muistoja herättävä kokemus. Historiasta saadaan maisemaan vahvistetekijöitä ja siihen perehtyminen sekä kohteessa viipyminen voivat vaikuttaa matkailijaan syvästi. Kiinnostavuus maisemaa kohtaan syntyy paikallishistorian kautta. Maisema muuttuu kiinnostavaksi, vaikka historia ei ole itse kokenutkaan paikanpäällä. Ihmisten ja ympäristössä asuneiden elämään liittyvistä tarinoista saadaan luotua merkityksellinen matkailukokemus. (Immonen 2003, 54–55.)

Suomalainen väestöstä yli 65-vuotiaita oli vuosituhannen vaihteessa 16 % . Vuonna 2020 yli 65-vuotiaiden osuus on ennusteen mukaan 22 % . Vuoteen 2030 mennessä kaksinkertaistuu yli 75-vuotiaiden eläkeläisten määrä, ja ennusteen mukaan naisten elinikä pitenee. Väestö kasvu hidastuu ja ikäluokat nuorisossa pienevät. (Äyväri 2000, 22.)

### 3.2 Tuotepakettisuunnittelu

Minkälaisia matkailijoita Sanna Koivista yritykseensä tavoittelee? Sopiviksi kohteiksi tuotepakettisuunnittelussa valitaan neljä erilaista matkailun kohderyhmää. Ryhmiksi on valittu ryhmämatkailijat, yritysmatkailijat, kuntavierailumatkailijat sekä seurakuntavierailumatkailijat.

Ryhmämatkailijoita houkutellaan tutustumaan taiteilijan opastamalle Ruustinnanreittikulttuuripolku-esittelykierrokselle. Polku toimii sopivana ulkoilu- ja levähdystaukuna matkan varrella, jossa kiinnostavat historia, taiteen esittely sekä teoksen syntyhistoria oheistuotteineen. Yritysvierailulla matkailijoita tavoitellaan virkistäytymispäivälle taiteilijan tuotepaketilla, johon liittyvät historia, taiteenesittely, työnäytös sekä teoksen syntyhistoria oheistuotteineen. Kuntavierailulla tavoitellaan ostovoimaa eri maakunnista tutustumaan taiteilijan opastamana historiaan, taiteeseen sekä taiteen syntyhistoriaan. Ruustinnanreittikulttuuripolku esittelykierros oheistuotteineen kuljetaan myös läpi.

Teosmyynnin kehittämiseen suunnitellaan sopiva paketti oheistuotteineen, joita voidaan myydä jokaiselle ryhmälle. Kohderyhmiä lähestytään taiteilijan työhistoriasta kertovalla esitteellä, jonka pääotsikkona on taiteilijan ajatus ”matkalla” Tuotepakettiin kuuluu taiteilijan opastamana historia, taiteen esittely, teoksen syntyhistoria, työnäytös sekä Ruustinnanreitti kulttuuripolku esittelykierros. Taulukossa 3 on kuvattu tuotepakettisuunnittelua.

TAULUKKO 3. Tuotepakettisuunnittelu

<b>Julkinen sektori</b>	<b>Minkälaiset asiakkaat</b>
Kuntamatkailijat	Työssä käyvät aikuiset Koulujen taideluokat
Seurakuntamatkailijat	Työssä käyvät aikuiset/virkistyspäivät Nuorisoryhmät
<b>Yksityinen sektori</b>	<b>Minkälaiset asiakkaat</b>
Ryhmämatkailijat	Eläkeläiset, yhdistysmatkailijat
Yritysmatkailijat	Työssä käyvät aikuiset

Ryhmämatkailijoita houkutellaan tutustumaan taiteilijan opastamalle Ruustinnanreittikulttuuripolku-kierrokselle sopivana ulkoilu ja levähdystaukuna matkan varrella. Historia, taiteen esittely sekä teoksen syntyhistoria oheistuotteineen kuuluvat ohjelmaan. Ryhmämatkailijoista pääkohderyhmänä ovat seniorimatkailijat. Ikäihmisten tiedetään saavuttaneen jo työelämänsä varallisuuden kasvun, mikä mahdollistaa käyttämään rahaa enemmän omiin tarpeisiinsa, jos vain osataan toteuttaa sellaisten ihmisten toivomuksia sekä odotuk-

sia, jotka ovat jo nähneet paljon, jotka haluavat elämälle uusia mielekkäitä kokemuksia ja palveluille rahanarvoista vastinetta.

Yritysvierailulla matkailijoita tavoitellaan virkistäytymispäivälle taiteilijan tuotepaketilla, johon sisältyy historiaa, taiteenesittelyä, työnäytöksiä sekä teoksen syntyhistoria oheistuotteineen. Yritysvierailijoilla tavoitellaan yritysasiakkaita tuomaan henkilökuntaryhmiä virkistyspäivän merkeissä tutustumaan kohteeseen. Yrittäjävierailut mahdollistavat taiteilijan tekemään yritysten kanssa isompienten teosten ja monumenttien myyntipäätöksiä. Kuntavierailulla tavoitellaan ostovoimaa eri maakunnista. Taiteilijan kertoo historiasta, esittelee taidetta sen syntyhistoriaa, sekä esittelee Ruustinnanreitti kulttuuripolun oheistuotteineen. Julkisella sektorilla kaupankäynti ja ostopäätökset toteutuvat useimmiten pitkällä aikavälillä.

Ostopäätösten tekoon osallistuu useampia henkilöitä. Päätökset syntyvät prosessimaisesti vaiheittain. Päätäjillä on asemaansa nähden virallinen tai epävirallinen valta tehdä ostopäätökset ja määrätä tavarantoimittajat. (Äyväri 2000, 28–29.) Eri maakuntien seurakunnista tavoitellaan seurakunnan virkistyspäivänä matkailijoita tutustumaan taiteilijan opastamana historiaan, taiteeseen ja taiteen syntyhistoriaan. Lisäksi järjestetään työnäytös. Myös Ruustinnanreitti-kulttuuripolku-esittelykierros oheistuotteineen on ohjelmassa.

### **3.3 Tuotepaketit**

Tuotepaketina tarjotaan asiakkaalle pientä ostettavaa, mikä edistää matkailija-asiakkaan huomaamatta isompiin ostoksiin. Taiteilijayrittäjälle se mahdollistaa esittelyn yhteydessä myynnin kasvun. Sopivalla tavalla voidaan näin yhdistää tuotteet ja palvelu toisiinsa, mikä voi auttaa tuotteistamista ja mahdollistaa paketoimaan kokonaisuuksia. (Parantainen 2007, 47.) Tuotteistamista vaikeuttaa asiakkaan kannalta tietämättömyys siitä, kuka on asiakas ja kenelle palvelua tarjotaan. Asiakkaan vaihtuessa muuttuvat myös asiakkaan tarpeet, siinä tapauksessa pitää ottaa huomioon mahdollisuus muuttaa ja uudistaa palvelutuotetta joko kokonaan tai osittain. On vaarana että jo olemassa olevat aikaisemmin toteutetut tuotteet ja palvelu muuttuvat sopimattomaksi. (Parantainen 2007, 26.)

Jo tiedossa olevat hyvät esimerkit ja menetelmät tuotteistamisessa saavat helposti päättemään, ettei osaa tuottaa asiakkaalle mitään hyvää. Tuotteistaminen siinä missä muukin on tuotekehitystä, ja vaatii ainoastaan talonpoikaisajattelua ja järjestelmällisyyttä riittävästi. Jos periaate on, että tehdään sitten kun ehditään, hanke tuotteistamisessa onnistuu vain harvoin. Epäonnistumiseen vaikuttaa olemattoman niukasti suunniteltu rahoitus, sillä budjetilla hankkeen edistämiseksi on merkitystä. Tuotekehitys on yleensä pitkäjännitteistä työtä. Pitkällä aikavälillä tapahtuva prosessi, jonka vuoksi kehitystyö on mahdollista sysätä syrjään ja tahtoo jäädä oman työn ohessa ensiksi toteutettavien töiden jalkoihin. (Parantainen 2007, 26-27.)

Vahva asiantuntemus yrityksen toimintoihin ja niiden välisiin sidoksiin organisaation sisällä on kilpailuetu. Organisaatiossa piilevä kyvykkyys on tuotteistettavissa. Asiantuntemus tuntuu tosi hyvältä ajatuksena mutta on niin spesiaalista moninkertaistettavaksi. On olemassa väittämä, jonka mukaan mikään universumissa ei ole niin ainoaa laatuaan, että etteikö sitä olisi mahdollisuutta tuotteistaa ja jatkojalostaa. Vaikeidenkin taitojen esiintuominen tuotteistamisen avulla mahdollistaa monistamisen muillekin, kuin harvoille huipputaitajille tekemään näyttäviä saavutuksia. (Parantainen 2007, 15-16.)

### 3.4 Mistä kuvataiteilija saa tuloja?

Taitelijan työn tulon muodostuminen ja hinnoittelu on kuvattu tarkemmin liitteessä 1. Taulukoissa 4-6 on kuvattu hieman eri tavoin taiteilijan tulojen muodostumista.

TAULUKKO 4. Tulojen määrä (Koistinen 2013)

<b>taiteesta saadut myyntitulot</b>	<b>viimeisin vuosi</b>
vaihtelevat paljon	63 %
vaihtelevat jonkin verran	26 %
pysyvät samoina	11 %

## TAULUKKO 5. Kuvataiteilijan tulojen lähteet

omataiteellinen työ (esim. teosten myynti) esityskorvaukset/palkkatyö joka vaatii oman taiteen alan tuntemusta	64 %
apuraha	44 %
muu palkkatyö	32 %
oma yritys, liiketoiminta (esim. oma galleria)	14 %
työttömyyskorvaus	10 %
taiteilijaeläke	14 %
opintoraha	8 %
vuorottelu- tai virkavapaaseen liittyvät korvaukset	5 %
muu (mm. muut eläkkeet, puolison tms. avustus, säästöt)	0 %

20% vastaajia yhteensä 425 Koistinen yrittäjyyden ja palkkatulojen rajapinnalla. Työn ja toimeentulon rakentuminen eri ammateissa 2000-luvun Suomessa (Koistinen 2013.)

## TAULUKKO 6. Tulojen keskiarvoja (Koistinen 2013)

Suomalainen taiteilija ulkomailla ulkomaan tulojen, keskiarvo	7055 €
kotimaan tulojen, keskiarvo	15405 €
miehet tienasivat	tuplasti naisiin nähden
yli 15 vuotta uraa tehneet	triplassi 1-5 vuotta toimineisiin nähden
eniten tienasivat valokuvaajat, keskiarvo	13380 €
vähiten graafikot	2170 €

Sanna Koiviston mukaan valmiin teoksen hinta rakentuu materiaalikuluista, taiteilijan työkorvauksesta, esimerkiksi tuntipalkasta ja työhuonekuluista. Sähköstä, vuokrasta, myyntivoitosta ja verottajan kulut. Etsiessäni hintatietoutta taiteen hinnoittelulle huomasin että sitä on aika mahdoton löytää, laskentatapaa ei joko haluta julkiseksi, tai sitten hinnoittelun julkaisijoista ei ole reaaliaikaista tietoa. Kirjallisuudesta etsimäni tieto oli myös päivitetty muutamia vuosia aikaisemmaksi mikä ei vastannut enää nykypäivään verrattavaa tietoa. Kirjallisuuden tiedonhausta luovuin ja etsin tietoa internetistä.

Pauliina Laitinen-Laiho, filosofian tohtori ja taideasiantuntija, kirjoittaa taiteen hintaan vaikuttavista tekijöitä. Millä tavalla taideteos on toteutettu, taiteilijan taustatekijöitä kuinka kuuluisa ja maineikas taiteilija? Millä hinnalla taiteilijan töitä on aikaisemmin myyty ja minkälaisiin kokoelmiin kuuluu taiteilijan teoksia? Teoksen aitouden toteamiseen vaikuttaa, kuka on aitouden todennut, onko teosta restauroitu ja minkälainen on teoksen kunto. Taidehistoriallinen teoksen arvo ja se kiinnostaako taiteilija. Vaikuttavat myös onko taiteilijan teoksia julkisesti myyty huutokauppaamalla ja minkälaiseen hintaan? Millaisissa lehdissä taiteilijasta puhutaan ammattilehdissä, populaari- vai molemmissa? Onko julkaisuja tehty taiteilijan tuotannosta. Teoksen tyyliin vaikuttava tekijä on, onko tyyli muodissa. Taidekauppiat ovat kiinnostuneita taiteilijasta, ja siitä miltä tuotannon ajanjaksolta taiteilijan teos on peräisin. Teoksen markkinointiin vaikuttaa myös, kuka välittää ja markkinoi. Teoksen tyyli kiinnostaako onko se taiteilijalle ominainen. Tyylistä tunnistaa taiteilijan helpoiten. Onko taiteilija teos paljon tunteita ja keskustelua herättävä? Elämänmyönteisyys, iloisuus ja positiivisuus aiheissa korottavat hintaa. Suurikokoisilla teoksilla saattaa olla hintaa laskeva vaikutus. (Laitinen-Laiho 2013.)

### **3.5 Saatavuus ja markkinointiviestintä**

Koiviston mukaan taideteoksia on hyvin saatavilla, jos olemassa olevista teoksista ei löydy sopivaa taideteoksen voi tilata. Pronssista työstetyn taideteoksen aikataulun toteuttamiseen menee noin kaksi kuukautta, jos kyseessä täysin uusi malli. Vanhan jo olemassa olevan mallin toimitusaika kestää noin yhden kuukauden. Jos maalaus tehdään tilaustyönä, on aikataulu koosta ja sisällön haasteesta riippuvainen. Monumentin saatavuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat materiaalit, mittasuhteet, ja paikan valinta. Aikaa taideteoksen toteuttamiseen on varattava vähintään kaksi vuotta.

Markkinointi- ja tiedotusvälineenä käytetään esitteitä, taidenäyttelyjä, julkisentaiteen kuvagalleriaesittelyä ja sosiaalista mediaa. Henkilökohtainen tv-, radio-, tai lehdistön haastattelujuttu kuvanveistäjästä ja kuvataiteilijasta on myös mahdollinen. Markkinointiviestintävälineenä taiteilijalle on suunniteltu tuotepaketti, taiteilijan taideteosten eri vaiheista suunniteltu esite se on taiteltu kolmeen osaan haitarimaisesti, esite on luettavissa molemmin puolin, ja esitteessä on kuvia ja kirjoitettua tekstiä.

Esitteen sisälle laitetaan erillisenä tuotepaketeista tiedotteet, (LIITE 4, 5, 6). Esitteitä lähetetään taiteilijan tuotepakettiesittelyä kuntiin, seurakuntiin, yhdistyksiin ja matkanjärjestäjille. Esite tulee esille taiteilijan taidenäyttelyihin, sillä esite on näyttelyissä kävijöille lukemisen arvoinen esite.

Sanna Koivistosta matkalla esite ja tuotepakettiesite suunniteltiin taiteilijan toiveen mukaisesti. Esitteissä tuodaan esille myös taiteilijan matkailullinen näkyvyys: se, mitä hän haluaa tuoda itsestään esille. Esitteiden graafisen sekä visuaalisen ilmeen toteuttaa henkilö, jonka kanssa taiteilija on tehnyt yhteistyötä jo aikaisemminkin Kulttuurikauppilassa. Taiteilijan Matkalla-esitteet on esitetty liitteessä 2 ja 3. Taiteilijasta kertova esite tekstin osalta on tässä vaiheessa vielä hieman keskeneräinen.

#### 4 KEHITTÄMISEHDOTUKSIA

Matkailijoita pyritään ohjaamaan taiteilijan työkohteeseen ja tuomaan lisämyyntimahdollisuuksia taidemyyntiin. Matkailijassa on potentiaaliset mahdollisuudet tuoda lisää palkkaa taiteilijalle. Taiteilijalle suunniteltu taiteenesittelytuotepaketti mahdollistaa yhdistämään kulttuurimatkailua ja taidetta paikkakunnalla. Taiteilijan kannalta matkailu tuo henkilölle lisäarvostusta henkilönä ja auttaa esille tuloa teosten kautta.

Taiteilijan työhuone sijaitsee kauniin Iijoen rannalla. Maiseman kauneuden sekä kulttuurihistoriallisen miljööän avulla on mahdollista tuoda kohteelle matkailullista lisäarvoa kesämatkailussa. Matkailijoista halutaan saada maksavia asiakkaita tuomaan rahaa, yhdistämällä taiteeseen maisema ja kulttuurihistoria kestävän kehityksen periaatteen mukaisesti.

Iin kunnalle matkailu tuo näkyvyyttä ja edistää vuorovaikutusta matkailualalla. Kulttuurihistorian ja kulttuurillisten arvojen kannalta kohde on merkittävä, sillä se mahdollistaa ympäristön merkityksen säilyvyyttä tuleville sukupolville. Iijoen ja Perämeren läheisyys luo matkailulle uudenlaisia mahdollisuuksia joko yksityisen tai julkisen sektorin alueelle.

Markkinoinnin merkitystä taideteosten myynnissä on mahdollista tehostaa. Markkinoinnin ja mainonnan osa-alueilla on uudistuttava ajanhenkeä vastaavaksi, ja nopeasti muuttuvassa yhteiskunnassa on tarkistettava näkemyksiään markkinoinnin keinoista. Markkinointi luo edellytykset lisäkaupankäynnille ja pitää hintatason vertailukelpoisena muihin kilpailijoihin nähden.



## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Taiteen eri osa-alueilla tehtyä taidetta kohtaamme jokapäiväisessä arkisessa elämässä. Aistimme pitäisi olla herkkinä sekä avoimina vastaan ottamaan, näkemään ja kuulemaan taiteilijoiden työn tuotoksia.

Toteutin laadullisen tutkimukseni taiteilijan henkilökohtaisen haastattelun kautta tutkimalla eri tietolähteitä; kirjallisuutta taiteesta, teosmyynnin kehittämisestä, tuotteistamisesta, yrittäjyydestä, mainonnasta ja markkinoinnista. Taiteilijan työn hinnoittelusta löytyi reaaliaikaista tietoa jonka halusin nostaa esiin. Tältä pohjalta on mahdollista seurata miten työn hinta tulevaisuudessa muuttuu.

Mainonnan ja markkinoinnin osalta tuntuu, että taiteilijat kuuluisivat ikään kuin johonkin salaseuraan, pelkäävät tehdä itseään tunnetuksi mainostamalla omia töitään julkisesti. Mainonta ja markkinointi taiteilijalle itselleen sekä hänen toteuttamille taideteoksilleen yksityisyrittäjän ominaisuudessa on myyntiä edistävää toimintaa. Markkinoinnin ja mainostamien tarkoitus on olla muita edellä, saada kilpailuetu yritystoiminnalle tuomaan myynnin kasvua ja kestäväää kehitystä alalla. Taiteen myynti on kaupallista alaa jossa yrittäjällä pitää olla tuntosarvet herkkänä joka ilmansuuntaan yhtä aikaa, jotta saadaan rahaa kertymään omaan tilipussiin.

Haasteellisinta oli opinnäytetyöni rajaaminen kaiken sen kirjallisuudesta ja eri tietokannoista tutkimani tiedon jälkeen. Kaikkein tärkeimpänä pidin kuitenkin teosmyynnin kehittämistä kesämatkailussa. Tämä oli lähtökohta, josta lähdettiin alun perin liikkeelle toteuttamaan opinnäytetyötäni.

## LÄHTEET

Cumming, R. 2009. Taide. Helsinki: WSOY.

Ferrari, S. 2000. 1900-luvun taide. Helsinki: Tammi.

Hanhela, A. 2012. Sanna Koivisto visual artist Www- dokumentti. Saatavissa: [www.sannakoivisto.fi](http://www.sannakoivisto.fi). Luettu 12.10.2012.

Häti-Korkeila, M. & Kähönen, H. 1985. Tuotesuunnittelun perusteita. Helsinki: WSOY.  
Innanen, K. 2003. Iijokilaakson kulttuurimaisema matkailullisena voimavarana. 799119S  
Pro gradu tutkielma. Oulun yliopisto. Maantieteellinenlaitos.

Koistinen, M. 2011. Art 360 hanke 2011 Matti Koistinen.  
[www.art360.fi/blokimanageri@tamperentaiteilijaseura.fi](http://www.art360.fi/blokimanageri@tamperentaiteilijaseura.fi). Dokumentti. Saatavissa:  
[www.slideshare.net/koistinen](http://www.slideshare.net/koistinen). Luettu 25.11.2012.

Lahtinen, J. & Isoviita, A.. 1998. Markkinoinnin suunnittelu. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Laitinen-Laiho, P. 2012 Taiteen hinnan muodostus. Wwww. dokumentti. Saatavissa: [www.pauliina@laitinenlaiho.com](http://www.pauliina@laitinenlaiho.com). Luettu 14.12.2012.

Naskinen, K. 2011. Mustaa valkoisella. Wwww.dokumentti naskinen.blokspot.com/2011 arshive.html. Saatavissa: Taideteoksen hinta. [kari.naskinen@gmail.com](mailto:kari.naskinen@gmail.com). Luettu 17.9.2011.

Parantainen, J. 2007. Tuotteistaminen. Helsinki: Talentum.

Ruohomäki, H. 2000- toimittanut. Kirjoittajatyöhuonekunta. Hartikainen, H., Korkman, K., Koskinen, J., Luutonen, M., Mäkelä, L., Mäkelä, M. & Sarvela, H. 2000. Käsintehty brändi. Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra. Helsinki.

Äyväri, A. 2000 Käsityöyrityksen markkinointi. Käsi- ja taideteollisuusliitto. Helsinki: Yliopistopaino.

## TAITEILIJAN TYÖN TULON MUODOSTUMINEN JA HINNOITTELU

Kari Naskinen on julkaissut 31 elokuuta 2011 [kari.naskinen@gmail.com](mailto:kari.naskinen@gmail.com) miten kuvataiteilija Pekka Hannula on laskenut kuinka paljon taideteoksen pitäisi maksaa: Suomessa on 220 arkityöpäivää vuodessa. Verrataan että jos taiteilijan kulut ovat esimerkiksi 20 000 tuhatta euroa, silloin jokaisen työpäivän kulut olisivat noin 91 euroa. Mikäli tavoitteena olisi myös 20 000 euron vuosipalkka, työpäivälle hinta olisi noin 182 euroa + arvonlisävero 8%. Mikäli taiteilija valmistaa keskimääräisesti 40 taideteosta vuodessa, niin voitaisiin ajatella että yhteen teokseen käytetyn työajan oletetaan olevan viisi ja puolipäivää. Elikkä rahasumma mitä taiteilijan tulisi saada keskimäärin teoksesta on 1000 euroa, lisätynä arvonlisävero 8%. Mikäli teokset myytäisiin välittäjän kautta, hinta on 1500 – 2000 euroa + arvonlisävero 8 % riippuen myyntiprovisio prosentista (30 – 50%) Tämä pätee vain silloin, kun kaikki teokset 40 kpl tulevat myydyksi. Esimerkin taiteilija jos myy vuodessa puolet tuotannostaan, elikkä 20 teosta, hinnat galleriassa ovat tällöin keskimäärin 2000 – 3000 lisätynä arvonlisävero 8%.

Toimivimpana hintatasona käytännössä pidetään samaa hintaa riippumatta siitä myykö taideteoksen itse välittäjän kautta. Tällä esimerkillä yksi yhtäläinen hintataso on etu taiteilijalle pitkällä tähtäimellä. Taiteilijaesimerkkimme joka tapauksessa pitäisi saada rahaa kassaan viikossa reilut 900 euroa lisätynä arvonlisävero 8% tai 4000 euroa kuukaudessa lisätynä arvonlisävero 8% kymmenenä kuukautena vuodessa.

Pekka Hannula kuvataiteilija, taidegraafikko hänen sivustoiltaan löysin tietoa taiteen hinnasta, mitä taiteilijan työ maksaa? Pekka Hannulan päivittää usein tiedostojaan ajan tasalle. On kaksi erilaista tapaa pohtia hintaa markkinoiden tai kulujen mukaan (yleinen käytäntö mm. taidegraafikan hinnoittelussa).

Markkinoiden mukaan selvitetään ensin mihin hintaan myydään vastaavaa taidetta markkinoilla. Samalle tasolle hinnoitellaan vastaavan tasoiset taiteilijat, tuotannon laajuus, taiteilijan tunnettavuus, ikä, uran pituus. Kulujen mukaan lasketaan kaikki kulut, seuraavaksi määritellään palkka, työlle tuntihinta ja työ hinnoitellaan sen mukaisesti. Taiteilijalla on hyvä olla tietoisuus kulurakenteestaan vaikka hintatasonsa joutuisi määrittelemään markkinoiden mukaisesti.

Taiteilijan kulut kuukaudessa työhuoneen vuokra, sähkö, vesi arviolta 300 – 600 euroa. Puhelinkuluja 20 – 50 euroa. Materiaalikulut 200 – 500 euroa voivat olla jopa 1000 – 2000 euroa. Yrittäjäneläkemaksut 120 – 500 euroa, 400 euroa kuukaudessa jos tavoitteena on 1000 euron kuukausieläke, minimi maksu on 120 euroa kuukaudessa yrittäjäneläkemaksua. Laitehankintoihin 100 – 300 euroa tietokone, kannettava tietokone, tietokoneohjelmat, puhelinparaatti, kamera, koneet, laitteet, kalusteet jne. Muita kuluja 200 – 300 euroa käyntikortit, esitteet, kirjanpito, jäsenmaksut, vakuutukset, postimaksut, lehdet ja ammattikirjallisuus, teosten kuljetus, auton käyttö, pakkauskulut, postimaksut, valokuvat, portfolioit jne. = 800 – 2000 euroa/kk.

Kohtuulliset kulut

? 10 000 euro /vuosi?

?enemmän? vähemmän?

Työtunnin arvo (minimi), palkansaajan työaika on keskimäärin vuodessa noin 1620 työtuntia ja yrittäjän noin 2400 työtuntia.

Taiteilijalla jos työaika on 1800 tuntia = 45 viikkoa x 40 työtuntia 10 000 euroa kulu = työtunti maksaa taiteilijalle 5, 56 euroa.

Taiteilijan työaika jos on 1640 työtuntia = 41 viikkoa x 40 työtuntia 10 000 euroa kulu = työtunti maksaa taiteilijalle 6 10 euroa.

Taiteilijalle 2400 tunnin työajalla, yhden työtunnin kulu on 4, 17 euroa.

Taiteilijan palkkatavoitteena ansaita keskiansiota 2900 euroa kuukaudessa eli noin 35 000 euroa vuodessa (1800 työtuntia) niin kulujen päälle pitää lisätä 19,45 euroa tunti. = taiteilija tuntipalkkio on 25 euroa + lisätynä arvonlisävero.(20 000 euroa vuosiansiolla = 16,70 euroa + arvonlisävero).

1640 työtuntia 35 000 euroa = 27,50 + arvonlisävero (20 000 euroa = 18,30 euroa + arvonlisävero).

? 20 – 25 euroa työtunti +arvonlisävero 9 % tai 23 % ?.

Tuntitaksoja eri ammateissa 10/2010 hinnat internetistä.

Siivoustyö 20- 30 euroa tunti + alv 23 %. Putkimies 30 – 40 euroa tunti + alv 23 %. Timpurit rakentaminen 25 – 35 euroa tunti + alv 23 %. Laulutunti 25 – 45 euroa tunti + alv 23 %. Arkkitehti 50 – 70 euroa tunti + alv 23 %. Suunnittelijat 40 – 50 euroa tunti + 23 % alv. Freelancer / Toimittaja 56 euroa tunti + alv 23 %.

Mikä on taiteen hinta -? ajateltuna työtuntien kautta.

Taiteilijan työnarvo 25 euroa työtunti, tarkoittaa 1800 tunnin työajalla.

Jos teoksia tehdään 20 kpl vuodessa, niin yhden teoksen tekeminen vie työaika 90 tuntia.

Hinta = 90 tuntia x 25 euroa = 2250 euroa + välittäjän prosentti + arvonlisävero 9 % = 4000 – 5000 sisältäen arvonlisäveron 9 %. Taiteilijan kulut teosta kohden = 500 euroa.

40 teosta(1/viikko) = 40 työtuntia x 25 euroa = 1000 euroa + välittäjän % + arvonlisävero 9 % = 1500 – 2200 euroa sisältäen arvonlisäveron 9 %. Taiteilijan kulu teosta kohden = noin 220 euroa.

Hintamäärittelyä mikä on muun taidetyön hinta.

Konsultointi, asiantuntijatehtävät, kuraattorina toimiminen, taulun ripustuspalvelu, seinämaalaukset tuntuksena jne. Työpäivä 8 tuntia x 35 euroa = 280 euroa + arvonlisävero 23 %. (Mitä teoksen suunnitteluun tulee, sitä ei yleensä pysty laskuttamaan vaan se sisältyy teoksen hintaan).

? Taidekonsultointi/päivä 280 euroa + arvonlisävero 23 % ?.

? vai 300 – 400 euroa? 8x 40 euroa/päivä = 1600 euroa/viikko+ arvonlisävero 23 %.

Mistä koostuvat näyttelyn kulut?

Gallerian vuokra 0 – 3500 euroa, kaupalliset galleriat 50/50 % (jopa 60/40 %) tai vuokra 3000 – 2500 euroa + myynnistä 35 – 45 %.

Kehyskulut 1000 – 3000 euroa

25 teosta ja 50 euroa kehys = 1250 euroa, 100 euroa kehys = 2500 euroa, 150 euroa kehys = 3750 euroa.

Muita kuluja 500 – 2500 euroa

Avajaisista koituvat kulut, paikkakunnalla yöpymisen kustannukset, vakuutukset, kuljetukset, ulkopuolisten henkilöiden käyttö eli mahdolliset avustajat, postikuluista aiheutuvat kustannukset, kutsukortit ja julisteet. Mainokset, lehdistötiedotteet, valokuvaajan käyttö, nettipäivitykset, portfolion teko, ulkomaan kielten käännöstyöt englanti, ruotsi jne.

Näyttelyn kulut 5000 euroa + näyttelyä varten työn tekemistä 6 kuukautta = kokonaiskulu 6000 euroa (näyttelykulu 5000 euroa + 6 kuukautta vakiokulu 5000 euroa).

Valmistuminen 1 teos/viikko = 26 teosta/ 6 kk.

Mahdollisesti jos galleristi ottaa 38 % tarvitaan 17 000 euroa myyntiä kattamaan kulut. Palkkatoive 10 000 euroa (1650 euroa kuukaudessa) tarkoittaa 34 000 euroa + (arvonlisävero) myyntiä. ( ”ilmaisessa” galleriassa tarvitaan 15 000 – 20 000 euroa että päästään palkoille).

Teoksista jos myydään 26, niin hinta/teos 1425 euroa (1307 euroa/kpl +arvonlisä 9 %).

Kuvion pitää toistua kaksi kertaa vuodessa, että taiteilija pysyy leivässä.

Näyttelyn auki oleminen kolme viikkoa 6 työtuntia päivässä = noin 100 työtuntia.

Näyttelyvieraiden laskeminen 200 vierasta (2/h tai 12/päivä) = hiljainen näyttely.

Näyttelyvieraiden laskeminen 500 vierasta (5/h tai 30/päivä) = hyvä näyttely.

Näyttelyvieraiden laskeminen 1000 vierasta (10/h tai 60/päivä = ”unelmanäyttely”

Mikäli taidenäyttelystä ei tule myyntiä, niin 10 000 euroa kulu = taiteilija maksaa jokaiselle unelmanäyttelyn käyneelle vieraalle 10 euroa ja taiteilija maksaa hiljaisen näyttelyn käyneelle vieraalle 50 euroa.

34 000 euron myyntitavoite lipputuloina. Unelmanäyttely 43 euroa lippu (34 euroa + arvonlisävero 23 %). Hiljaisen näyttelyn lippu maksaa 209 euroa lippu (170 euroa + arvonlisävero 23 %).

Tekijöitä mitkä vääristävät taiteilijan työn hinnoittelua.

Apurahat, ilman apurahaa järjestää näyttelyä on raskasta taloudellisesti. Näyttelyn pitämiseksi apurahan saaneella on kilpailuetu. Taidekentällä aihe on tabu miten eriarvoiseen tilanteeseen apurahat asettavat taiteilijat ammatinharjoittamisen ja kilpailuedun näkövinkkelistä katsottuna.

Epäammattimainen asenne. Taidetta ei hinnoitella oikeiden todellisten kulujen mukaan, eletään perheessä puolison tai jonkun muun elinkustannukset korvaavan tuella. Ammattilaisten ja harrastelijoiden toisistaan erottuminen taideyleisön mielestä eivät erotu riittävästi.

Jälkimarkkinat, kun taide myydään jälkimarkkinoilla, esimerkiksi huutokaupoissa niin taitteen hinta yleensä laskee. Ensimmäisillä markkinoilla on myynti taiteilijan lukuun ja jälkimarkkinoilla myynti tapahtuu jonkin muun toimesta.

Helppo ja yksinkertainen kaava palkkatavoitteelle on. Palkkatavoite x 2 + arvonlisävero = kuukauden laskutus/myynti. Taiteilijan tavoitteena 2000 euroa kuukausitulo = taidemyyntiä oltava 4000 euron edestä, kaikki yhteenlaskettuna (brutto) – galleriamyynti, oma myynti, tilaustyöt ja muut taidetyöt.

Taiteilijan kaikki myynti jos tapahtuu, vain ja ainoastaan jälleenmyyjien kautta kertoimen on oltava 2,5 – 3 (3 x 2000 euroa).

Tuntihintaehdotus 35 euroa tunti + arvonlisävero 23 % + kulut, matkat ja kaikki muut työhön liittyvät lisäkustannukset.







# *Natkalle*

*Kuvataiteilija, kuvanveistäjä  
Sanna Koiviston kanssa*

**Vierailu ryhmille taiteilijan ateljeessa  
KulttuuriKauppilassa**

*Paikallishistoriaa  
Taiteen esittelyä  
Tarinaa teosten synnystä*



€  
sop.mukaan kahvittelu  
€

*Sanna Koivisto  
kuvataiteilija, kuvanveistäjä  
040-5530088  
sanna.koivisto@kulttuurikauppila.fi  
www.sannakoivisto.fi*

# *Sanna Koivisto*

*Kuvataiteilija, kuvanveistäjä  
Sanna Koiviston kanssa*

**Vierailu ryhmille taiteilijan ateljeessa  
KulttuuriKauppilassa**

**Opastettu Ruustinnanreitti kulttuuripolkukierros  
ympärisö- ja veistotaiteen keskelle ja lin Wanhaan  
Haminaan**

*Paikallishistoriaa  
Taiteen esittelyä  
Tarinaa teosten synnystä*

€  
sop. mukaan ruokailu ja kahvittelu  
€



*Sanna Koivisto  
kuvataiteilija, kuvanveistäjä  
040-5530088  
sanna.koivisto@kulttuurikauppila.fi  
www.sannakoivisto.fi*

*Natkalle*

*Kuvataiteilija, kuvanveistäjä  
Sanna Koiviston kanssa*

**Taidetyöpaja ryhmille taiteilijan opastuksella  
ateljeessa KulttuuriKauppilassa**

€  
sop.mukaan kahvittelu  
€



Sanna Koivisto  
kuvataiteilija, kuvanveistäjä  
040-5530088  
sanna.koivisto@kulttuurikauppila.fi  
www.sannakoivisto.fi



KUVIO 7. Ajan Kulku, Oulun kaupunki 400-v.

Time is running, City of Oulu 400 years. Pronssi a granitti. Bronze and granite 2005 (Sanna Koivisto kotisivut)



KUVIO 8. Sotalapsipatsas, Pieni Ikuisuus, Kemi

Statue of War Child, Small Eternity, Kemi. Pronssi ja betony. Bronze and concrete (Sanna Koivisto kotisivut)



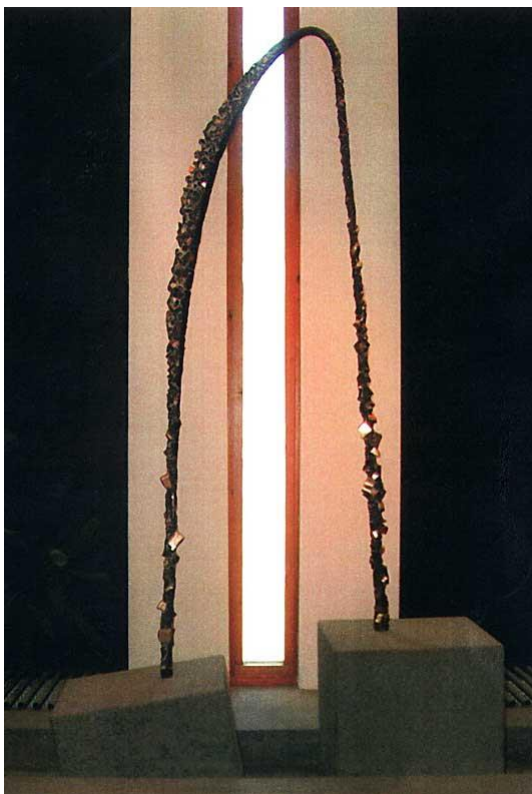
KUVIO 9. Pieni Auttaja. Oulun Lastensairaala

Little Helper. Children's Hospital of Oulu. Pronssi. Bronze 1990 (Sanna Koivisto kotisivut)



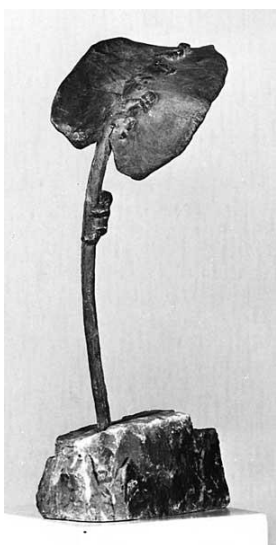
KUVIO 10. Ijoen uitolle, uittomuistomerkki

Memorial for Ii river. Pronssi---Bronze 2003 (Sanna Koivisto kotisivut)



KUVIO 11. Elämänkaari, Keminmaa, kunnantalo

The life-cycle, Keminmaa municipality. Pronssi. Bronze 1985 (Sanna Koivisto kotisivut)



KUVIO 12. Matkalla

Under way 4. Pronssi- Bronze (Sanna Koivisto kotisivut)





KUVIO 13. Sateen jälkeen

After the rain, ~77x30x15 cm. Pronssi, kivi. Bronze, stone 2012 (Sanna Koivisto kotisivut)



KUVIO 14. Tiernapojat 1

Star boys' singing procession 1. Pronssi. Bronze 2012 (Sanna Koivisto kotisivut)

SANNA KOIVISTO ANSIOLUETTELO 9.2.2011

Kuvataiteilija, kuvanveistäjä

Kauppilantie 15 B, FIN-91100 Ii

GSM +358-(0)40-553 0088

sanna.koivisto@kulttuurikauppila.fi

www.sannakoivisto.fi, www.pronssitaidetta.net, www.kulttuurikauppila.fi

#### TAIDEOPINNOT

Limingan taidekoulu 1973-1974

Lahden taideinstituutti 1974-1977

Oulun yliopisto ja Oulun läänin taidetoimikunta, julkisten tilojen taideseminaari 1980

Suomen kuvanveistäjäliitto, pronssivalukurssi 1982

#### OPETUSTOIMINTA

KulttuuriKauppila, Ii / kuvataideleiri 2007-2012 lasten taidekurssit Kulttuuri-Kauppila, kalliotaidekurssi 2008

KulttuuriKauppila, Ii ja Kierikkikeskus, Yli-ii / kalliotaideopetus 2007

Lasten kuvataidekoulu, Ii 2008

Oulun yliopiston arkkitehtuuriosaston ja Avoimen korkeakoulun  
plastisen muotoilun/mallipiirustuksen opetus 2000-2001

Ympäristö- ja taidekasvatusprojekti: ”Taituli arpeeti”

yhteistyössä Haukiputaan kirkonkylän koulun opettajien ja oppilaiden kanssa 1999-2001

Muotokuvaprojekti Haukiputaan Kellon ala-asteen kanssa 2000

Yhteisötaideprojektit Venäjän Kiestingin orpokodin ja Sosnovyn koulun kanssa 1996-2006

Lasten kuvataidekoulu, Ii 1990-1997, 2000-2008

Iin, Yli-Iin, Haukiputaan ja Kiimingin kansalais- ja työväenopistojen  
mallipiirustus-, kuvanveisto- ja keramiikkakursseja 1994-

Lapin taidekoulu, Tornio: Kuvanveiston opettaja 1988, 1985, 1979-1981, 1977

Luotola, Kemi: Kuvanveiston opettaja 1978-1987

Maalauksen ja piirustuksen opettaja 1980, 1979

#### JÄSENYTYDET

KulttuuriKauppila ry:n perustajajäsen 2009 ja puheenjohtaja 20011-

Suomen Kuvanveistäjäliitto ry 1981-

Taiteilijoiden rauhanjärjestö PAND 1982-

Lapin ammattitaiteilijat ry 1982-1988

Kemin kuvataiteilijat ry 1978-1988

Oulun Taiteilijaseura 2010-

#### TEKNIIKAT

Pronssi-, Betoni- ja keramiikkaveistokset

Kivi ja pronssi yhdessä

Sekatekniikat

Tilateokset

Ympäristöteokset

Akryylimaalaukset

Hiilipiirustukset

#### TUOTANTOA

Muotokuvat eri tekniikoilla.

Julkiset muistomerkit ja taideteokset.

Hautaveistosten suunnittelu ja toteutus.

Taideohjaus ja yhteistyöprojektit eri oppilaitosten kanssa.

Näyttelytuotanto käsittää pronssi- ja keramiikkaveistoksia, piirustuksia ja maalauksia.

#### JULKISIA TEOKSIA

2008 "Virran voima", Merikosken voimalaitos 60 vuotta -muistomerkki, pronssi/graniitti,

Oulu, Tervaporvarin puisto

2006 "Luonnon ihmeet", yhteisötaideteos tekstiili/keramiikka, Sosnovyn koulu, Karjala

- 2005 ”Ajan kulku”, Oulu 400 vuotta -juhlateos, pronssi/jalusta punagraniittia,  
Oulu, Maria Silvfanin puisto kaupungintalo
- 2003 Iijoen uittomuistomerkki, pronssi, Ii, kunnantalo
- 2001 ”Taituli arpeeti”, ympäristötaideteos, betoni, Haukipudas, kirkonkylän koulu
- 1998-2001 ”Tarinanpaikka”, ympäristötaideteos, puu/kivi/pronssi/kasvit, Oulunsalo
- 1999 "Lehtori Alli Heikkinen" – reliefi, pronssi, Kemin lyseo
- 1999 ”Väinö Raappana” – reliefi, pronssi, Oulu, Sanomalehti Kalevan kokoelmat
- 1997 Kemin lyseo 100 vuotta -muistomerkki, pronssi, Kemin lyseo
- 1996 ”Pieni ikuisuus”, Sotalapsiveistos, pronssi/betoni, Kemi
- 1995 Iin koululaitos 120-vuotisreliefi, pronssi, Iin ala-aste
- 1995 Eemil Halosen muistolaatta, pronssi, Helsinki
- 1991 Runonlaulaja Marina Takalon muistoreliefi, pronssi, Kemin kaupunginkirjasto
- 1990 ”Pieni auttaja” -pronssiveistos, Oulu, OYS
- 1990 Iin Säästöpankin 100-vuotisreliefi, pronssi, Ii
- 1990 ”Kuka tietää” -lasimaalaus, Kemi, Hepolan koulu
- 1987 ”Elämänkaari”, pronssi/kivi, Keminmaan kunnantalo
- 1985 ”Musta joutsen”, Timo K. Mukka – muistomerkki, pronssi, Pellon kirjasto
- 1984 "Elämän välitunti" -pronssireliefi, Kemi, Karihaaran koulu
- 1980 Luotolan 30-vuotisjuhlareliefi, pronssi, Kemi, Veitsiluodon kansalaisopisto

#### TEOKSIA KOKOELMISSA

##### Taidemuseot:

Kemi, Lahti, Lappeenranta, Oulu, Tornio, Vaasa

##### Kaupungit ja kunnat:

Ii, Haukipudas, Raahe, Rovaniemi, Valkeakoski

##### Muut:

Lapin seutukaavaliitto, Vakuutusyhtiö Pohjola, Gummerus Oy, Turun Sanomat,  
Sanomalehti Kaleva, Stora-Enso Oy, Tamro Oy, Folkögskolan (Haaparanta, Ruotsi)

## TILAUSTEOKSIA (palkinnoiksi)

- "Vuoden pankkilainen" -palkinto, Oulun Osuuspankki, 2009  
"Pohjois-Pohjanmaa"-palkinto, Pohjois-Pohjanmaaliitto, 2004  
"Pikkukarhu", kotimaisen lastenelokuvafestivaalin pääpalkinto, 2004  
"Tähtipoika", Oulun kansainvälisen lastenelokuvafestivaalin pääpalkinto, 2003  
"Vauvan kanssa", Oulun kaupungin päivähoito, 2001  
"Alkuhärkä"-palkinto, Oulun maaseutukeskus, 1995  
"Lempi"-patsas, Kemin sarjakuvatapahtuman pääpalkinto, 1987

## YKSITYISNÄYTTELYT

- O. Jauhaisen museo, Kiiminki 2006, 2010  
Kirjasto, Ranua, 2010  
Neliögalleria, Oulu 2010  
Taidekeskus KulttuuriKauppila, Ii 2009  
Taidegalleria Voima, Kemi 2006  
Rovaniemi 2003, 1989  
Taidetalo Kassu Halonen, Vaala 2003  
Rauma-talo 2001  
Helsinki 2000, 1995, 1992  
Kempele, Pudasjärvi 2000  
Oulu 1999, 1996, 1993, 1986  
Joensuu 1999  
Szigetszentmiklós ja Szentendre, Unkari 1997  
Lahti, Vaasa, Kuusamo 1996  
Turku, Oulainen 1995  
Jyväskylä 1993  
Ii 1992, 1987  
Haukipudas 1991, 1977  
Lapinlahden taidemuseo 1991  
Aineen taidemuseo, Tornio 1991  
Raahe 1990, 1985  
Tampere 1986  
Oulun taidemuseon näyttelyt 1993-1994

## YHTEISNÄYTTELYT

Toimintaa kotimaassa vuodesta 1976-2007

## SUOMEN TAITEEN NÄYTTELYT ULKOMAILLA

Genius Logi, Venäjä 2007

20x20 -taidenäyttely, Unkari 1999, 1998

Volgograd, Venäjä 1988

Haaparanta, Ruotsi 1984

Ringköping, Tanska 1983

Piteå, Ruotsi 1980

## KANSAINVÄLISET NÄYTTELYT

Art-Ii biennale 2012

”Face to”, Rauma 2001

Taidesymposium, Varjakka, Oulunsalo 1998

Arcus-Luleå, Ruotsi 1991

International Small Sculpture Triennial of Budapest, Unkari 1990

Pohjanlahden Biennale, Rauma 1981

## STIPENDIT JA APURAHAT

Oulun läänin taidetoimikunnan 1½-vuotinen työskentelyapuraha 2002

Oulun läänin taidetoimikunnan kohdeapuraha 2000, 1992, 1989

Suomen Kulttuurirahasto: Pohjois-Pohjanmaan rahasto 1999, 1998, 1994, 1989

Valto Pernun säätiö 1998, 2008

Suomen Kulttuurirahasto 1997

Oulun läänin taidetoimikunnan yksivuotinen työskentelyapuraha 1996, 1990

Suomen Taiteen Keskustoimikunnan kohdeapuraha 1995, 1985, 1982, 1980

Suomen Taideyhdistyksen stipendi 1990

Suomen Taiteen Keskustoimikunnan työskentelyapuraha 1987

Lapin läänin taidetoimikunnan työskentelyapuraha 1984, 1982, 1980

Lapin läänin taidetoimikunnan kohdeapuraha 1983

Suomen kulttuurirahasto: Lapin rahasto, kohdeapuraha 1979

Oulun läänin taidetoimikunta 1978

Lahden kaupunki 1977 (Sanna Koivisto kotisivut)