

OPINNÄYTETYÖ | ANTON PITKÄNEN | KEVÄT 2016

MUOTOILIJAN URASUUNNITTELU JA YRITTÄJYYS



TIIVISTELMÄ

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Pakkaus- ja brändimuotoilu

Anton Pitkänen
Muotoilijan urasuunnittelu ja yrittäjyys

Opinnäytetyö AMK
42 sivua
Kevät 2016

Opinnäytetyöni käsittelee muotoilijan urasuunnittelua ja yrittäjyyttä. Perehdyin opinnäytetyössä erilaisiin mahdollisuuksiin ja huomioihin, joita muotoiluyrittäjyyttä suunnittelevien on hyvä tietää ja ottaa huomioon. Uskon, että aiheen käsittely on tärkeää myös monille muille itseni lisäksi.

Haastatteluiden ja muiden aineistojen pohjalta loin kokonaisuuden, joka kattavasti kertoo aiheesta. Tutkimusosan pohjalta loin tulevaisuusskenaarion toiminimelleni Pitkantalolle ja suunnittelin kaksi verkkokauppaan myöhemmin mahdollisesti tulevaa julistetta.

Asiasanat: Muotoilu, yrittäjyys, urasuunnittelu

ABSTRACT

Lahti university of applied sciences
Institute of design and fine arts
Packaging Design and Branding

Anton Pitkänen
Designer's career planning and entrepreneurship

Final thesis
42 pages
Spring 2016

The subject of my thesis is designer's career planning and entrepreneurship. I studied different possibilities and points one needs to know and be aware of when you are planning on design entrepreneurship. I believe this subject is important also to other people besides me.

I created this package of information using interviews and other sources. My thesis talks about subject detailed and professionally. Using this study part of the thesis I created future scenario for my company Pitkanto and also designed two new posters for Pitkanto's web store.

Keywords: Design, entrepreneurship, career planning

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	1
ABSTRACT	2
SISÄLLYS	3
1. JOHDANTO MUOTOILIJAN URASUUNNITTELUUN	4
2. MUOTOILIJAN AMMATTITAITO	
2.1 Ammattitaito ja sen kehittäminen	12
2.2 Työskentely ja prosessi	13
3. URALLA ETEENPÄIN	
3.1 Urakehitys	16
3.2 Verkostoituminen ja näkyvyys	17
3.3 Myynti ja ansainta	19
4. YRITTÄJYYDEN HAASTEET	
4.1 Alkuhaasteet	22
4.2 Yllätyksiä ja kokemuksen opettamaa	23
5. AMMATTILAISTEN NEUVOJA ALOITTELIJOILLE	25
6. PITKANTON TULEVAISUUSSKENAARIO	
6.1 Tällä hetkellä	27
6.2 Lähitulevaisuuden mahdollisuudet	29
6.3 Pitkän aikavälin mahdollisuudet	36
7. ARVIOINTI	38
LÄHTEET	39

1. JOHDANTO MUOTOILIJAN URASUUNNITTELUUN

Opinnäytetyöni käsittelee muotoilijan urasuunnittelua ja yrittäjyyttä. Oman yrityksen perustaminen on yksi todennäköinen vaihtoehto monille muotoilun opiskelijoille ja Tilastokeskuksen työssäkäyntitilaston mukaan vuonna 2010 lähes kolmannes suunnittelualan ammattilaisista (27%) toimi yrittäjinä (Korva 2014). Opinnäytetyön painopisteenä on tarjota näkökulmia ja huomioita kokeneilta muotoilualan ammattilaisilta valmistuville ja uransa alussa oleville muotoilijoille. Tekijöiltä, joilla on vuosia kokemusta takana, on arvokasta käytännön tason tietoa. Tavoitteena on koota kerätyn aineiston pohjalta selkeä kokonaisuus tietoa ja vinkkejä sekä avata urasuunnittelun ja yrittäjyyden mahdollisuuksia.

Valitsin aiheen, koska se on kiinnostava ja ajankohtainen myös itselleni. Perustin oman yritykseni Pitkanton syksyllä 2015 ja valmistun nyt keväällä 2016, jonka jälkeen tavoitteenani on pikkuhiljaa päivätyön

rinnalla lähteä kehittämään yritykseni toimintaa. Yritysmuotona on toiminimi sen helppouden vuoksi näin aluksi. Toistaiseksi pyörityn yritykseni kautta verkkokauppaa, jossa myyn suunnittelemani sisustusjulisteita. Tutkimuksen ja kerätyn tietopaketin pohjalta luon myös osana opinnäytetyötä tulevaisuusskenaarion Pitkanton tulevaisuudesta ja toiminnasta.

Tiedonkeruu tapahtui prosessin aikana tehdyillä muotoilijahaastatteluilla ja jo olemassa olevien haastatteluiden sekä muiden lähteiden käytöllä. Haastateltavina olivat Saana ja Olli -tuotemerkin suunnittelijat Saana Sipilä ja Olli Sallinen, teollinen muotoilija Mikko Laakkonen, teollinen muotoilija Sebastian Jansson ja suunnittelutoimisto Koko3:en perustajajäsen sisustusarkkitehti Jukka Halminen. Haastattelut hoidettiin sähköpostitse ja puhelimitse. Jo olemassa olevia haastatteluja käytettiin graafikko ja kuvittaja Lotta Niemiseltä sekä kenkäsuunnittelija Minna Parikalta. Muotoilijoiden tarkempi esittely

seuraavilla sivuilla. Muita käytettyjä lähteitä olivat mm. Ornamon Työn iloa - muotoilijan ammatillinen opas, Ornamon vuoden 2013 toimialaraportti, Kati Kujasen opinnäytetyö Muotoiluyrittäjyys - uhka vai mahdollisuus? sekä Aino Vepsäläisen opinnäytetyö Tapaus: Muotoilija 2025 - Hypoteesi muotoilijan ammatillisesta tulevaisuudesta.

Opinnäytetyössä käytetyt muotoilijat edustavat eri puolia muotoilun kentältä ja olikin hyvä saada paljon erityyppisiä vastauksia. Kaikilla muotoilijoilla on hyvin erilaiset tarinat ja näkökulmat yrityksen perustamisesta käytännön asioihin ja mielestäni tämä tukikin hyvin ajatusta yleisesti muotoilijan urasuunnittelua ja yrittäjyyttä avaavasta tutkimuksesta.

Opinnäytetyössä käytetään yleistä termiä muotoilija kaikista suunnittelualan ammattilaisista. Opinnäytetyön yleisluontoisen aiheen vuoksi ei ole tarpeellista käyttää yksityiskohtaisempia nimikkeitä. Virallisen ammattiluokituksen mukaan muotoilualan

Vuonna 2010 lähes kolmannes suunnittelualan ammattilaisista toimi yrittäjinä - Tilastokeskus

ammattajeja ovat tuote- ja vaatesuunnittelijat, graafiset ja multimediasuunnittelijat, sisustussuunnittelijat ja käsityötuotteiden valmistajat. (Lith 2014)

Koska on olemassa paljon tietoa ja kirjoja esimerkiksi yrityksen pyörittämisestä, laskutuksesta ja sopimuksista, opinnäytetyö ei pureudu näihin kysymyksiin sen syvemmin. Niistä aiheista saa kattavaa tietoa eri yrittäjäjärjestöiltä ja yritysneuvontaa antavilta tahoilta kuten julkisista työ- ja elinkeinopalveluista (TE-palvelut). Opinnäytetyössä pyritään tarjoamaan näkökulmia esimerkiksi siihen, kuinka menestyneet muotoilijat ovat päässeet asemaansa, kuinka kehittää itseään ammatillisesti, kuinka saada jalansijaa ammattikentällä ja esityisesti siihen, mitä henkilökohtaisia huomioita menestyneet muotoilijat ovat tehneet uransa varrella.

OPINNÄYTETYÖHÖN HAASTATELLUT MUOTOILIJAT



Kuva 1. Mikko Laakkonen henkilökuva, mikkolaakkonen.com

MIKKO LAAKKONEN, teollinen muotoilija

Yritys: Studio Mikko Laakkonen

Palkinnot/nimitykset:

- Vuoden nuori muotoilija 2009
- Chicago Athenaeum's Good Design Award 2010
- Reddot design award 2012
- Reddot: best of the best design award 2013
- Vuoden huonekalusuunnittelija 2014
- Muuz International Awards 2014

Kaari -naulakko



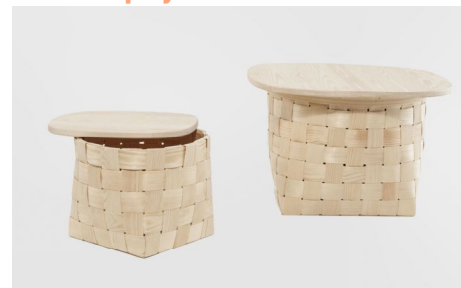
Kuva 2. Kaari -naulakko, mikkolaakkonen.com

Latva -naulakko



Kuva 3. Latva -naulakko, mikkolaakkonen.com

Ukki -pöytä



Kuva 4. Ukki -pöytä, mikkolaakkonen.com

Vege -pannu



Kuva 5. Vege -pannu, mikkolaakkonen.com



Kuva 6. Sebastian Jansson henkilökuva, sebastianjansson.com

SEBASTIAN JANSSON, teollinen
muotoilija

Yritys: Studio Sebastian Jansson

Palkinnot/nimitykset:

- SaloneSatellite Awards Milano, toinen sija (2010)
- Hopeahuippu 2012 / Vuoden huiput (Grafia ry)
- Lupaus -palkinto Muoto2013
- 2014 GOOD DESIGN™ Award, Chicago Athenaeum Museum of Architecture and Design

Folded -riippuvalaisin



Kuva 7. Folded -riippuvalaisin, Sebastian Jansson

Xstool -jakkara



Kuva 8. Xstool -jakkara, Sebastian Jansson

Compiled -valaisinsarja



Kuva 9 ja 10. Compiled -valaisinsarja, Sebastian Jansson



Kuva 11. Saana ja Olli artikkelikuva, Ornamo.

SAANA SIPILÄ JA OLLI SALLINEN,

muotoilijat

Yritys: Saana ja Olli

Palkinnot/nimitykset:

- Vuoden paras korkea-asteen NY-Yritys 2009 (Nuori Yrittäjyys Ry)
- Vuoden tekstiilituote 2012 (Muotogaala)
- Ympäristöteko 2013 -kunniamaininta (Valonia)
- Tulevaisuuden tusina 2014 (Sisustustoimittajat Ry)
- Vuoden sisustustuote 2014 -ehdokkuus (Muotogaala)
- Design From Finland - Kummisuunnittelija 2016 (Suomalaisen Työn Liitto)
- Ornamo-palkinto 2016 -ehdokkuus (Teollisuusteiden Liitto Ornamo)

Kauppareissu -kuosi



Kuva 12. Kauppareissu -kassi, Saana ja Olli

Seitsemän palaa -kuosi



Kuva 13. Seitsemän palaa -tyynynpäällinen, Saana ja Olli

Maailman synty -kuosi



Kuva 14. Maailman synty -liina, Saana ja Olli

Myrskyn jälkeen -kuosi



Kuva 15. Myrskyn jälkeen -liina, Saana ja Olli



Kuva 16. Jukka Halminen henkilökuvaa, Koko3.

JUKKA HALMINEN, sisustusarkkitehti

Yritys: Suunnittelutoimisto Koko3

Toimiston palkinnot/nimitykset:

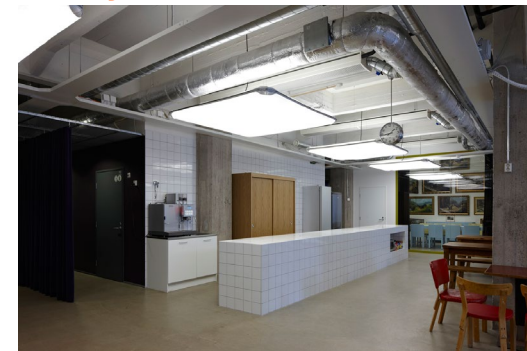
- Vuoden sisustusarkkitehti 2000 -palkinto
- Hopeahuippu 2013 / Vuoden huiput (Grafia ry), yhteistyössä Kokoro & Moi:n kanssa

Icon Medialab



Kuva 17. Icon Medialab, Koko3

7. linja



Kuva 18. 7. linja, Koko3

Warner music



Kuva 19. Warner music, Koko3

KÄYTETYT OLEMASSA OLEVAT HAASTATTELUKSET



Kuva 20. Minna Parikka artikkelikuva, Mtv

MINNA PARIKKA, jalkinesuunnittelija

Yritys: Minna Parikka Shoes Ltd.

Palkinnot/nimitykset:

- Young British Glove Designer of the Year 2002
- Vuoden nuori muotoilija 2014

Raquel red nappa -kengät



Kuva 21. Raquel red nappa, Minna Parikka

Over the rainbow baby blue laukku



Kuva 22. Over the rainbow baby blue, Minna Parikka

Pupu -kengät



Kuva 23. Bunny sneaks white nappa, Minna Parikka



Kuva 24. Lotta Nieminen henkilökuvaa, lottanieminen.com.

LOTTA NIEMINEN, kuvittaja, graafinen suunnittelija

Yritys: Lotta Nieminen

Palkinnot/nimitykset:

- Forbes 30 under 30 2014
- Vuoden junior 2012 -palkinto / Vuoden huiput (Grafia ry)
- ADC Young Guns 8 2010, Art Directors Club
- New Visual Artist 2010, Print magazine

Paulig



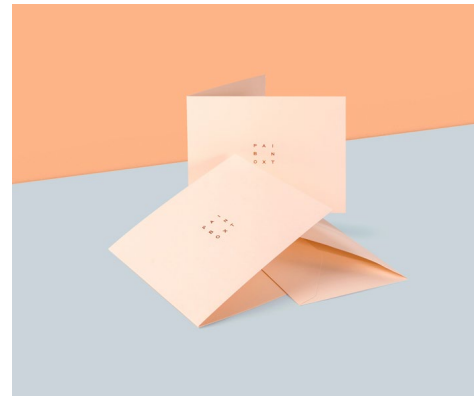
Kuva 25. Paulig, Lotta Nieminen

Habitare



Kuva 26. Habitare, Lotta Nieminen

Paintbox



Kuva 27. Paintbox, Lotta Nieminen

Bec brittain



Kuva 28. Bec brittain, Lotta Nieminen

2. MUOTOILIJAN AMMATTITAITO

2.1 AMMATTITAITO JA SEN KEHITTÄMINEN

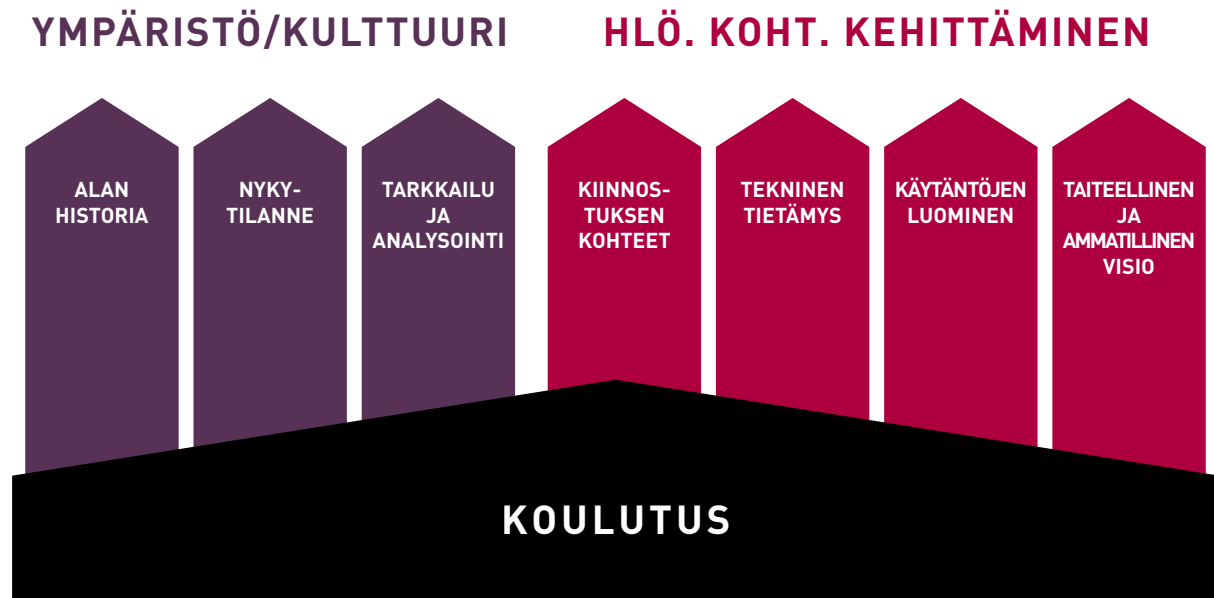
Muotoilun opinnot tähtäävät hyvään ammatilliseen valmiuteen. Esimerkiksi lähes kaikissa Lahden ammattikorkeakoulun muotoilu- ja taideinstituutin koulutusohjelmissa kerrotaan tavoitteeksi alan monipuolinen ymmärtäminen, eri ammattirooleissa toimimisen mahdollistaminen ja ilmaisen sekä työkalujen kehittäminen (www.lamk.fi). Monimuotoisissa työtehtävissä ja jatkuvasti kehittyvän kulttuurin mukana soveltaminen ja luova ongelmanratkaisu ovat myös yksi muotoilijan ammattitaidon peruspalikoista. Opinnäytetyössä pidetäänkin perusoletuksena sitä, että aloittelevalla muotoilijalla tai yrittäjällä on koulutuksen kautta tullut perusta lähteä tekemään ammatillista suunnittelutyötä.

Ammattitaidon kehittämisellä tarkoitetaan oman tekemisen ja näkemyksien kehittämistä sekä ajan hermoilla pysymistä. Yleisesti voidaan todeta luovien alojen olevan vähintään jonkinverran intohimopainotteisia

valintoja, jolloin uuden oppiminen ja ajan ilmiöiden seuraaminen tulee suunnittelutyötä tekeville ihmisillä osittain jo luonnostaan. On silti tärkeää opetella jatkuvaan tarkkailuun ja analysointiin sekä kerätä kulttuurisesta ympäristöstä eväitä omaan työskentelyyn.

Muotoilijan työssä keskeistä onkin juuri tietämyksen laajentaminen ja käytäntöjen uudistaminen. Luova tapa ratkaista ongelmia puolestaan auttaa uusien haasteiden edessä. Nämä taidon ovat korvaamaton voimavara muuttuvan muotoilun kentällä. (Vepsäläinen 2015 ,s.39)

Sebastian Jansson nostaa ammattitaidon kehittämisessä tärkeimmäksi tietoisuuden ja ymmärryksen laajentamisen koskien alan historiaa ja nykytilaa kansainvälisesti. Oma tekeminen heijastuu aina kulttuuriin ja ajallisiin kehyksiin, jonka takia on tärkeää laajentaa perspektiiviä ja tietämystä



Kuvio 1. Ammattitaidon kehittämisen osa-alueet. Pitkänen 2016.

muuta alalla tapahtuvaa ja olemassa olevaa kohtaan. Hänen mielestään myös konseptuaalisen ymmärryksen ja omien kiinnostuksen kohteiden laajentaminen on jokaisen ammattitaitoa rikastuttava tekijä. Teknistä tietämystä ja omaa taiteellista sekä ammatillista visiota kannattaa aina kehittää ja tarkentaa. Jansson myös kehoittaa luomaan kymmenen kertaa enemmän ideoita, mitä ajattelee tarvitsevansa. Näin oma luovuus tuo monipuolisemman perustan työskentelylle ja kypsentää omaa tekemistä. (Jansson 2016)

Itsensä liikkeessä pitäminen on siis tärkeää ja se, että asennoituu miettimään missä vielä voisi kehittyä lisää. On tärkeää ymmärtää sekä oman tekemisen ulkopuolella tapahtuvia asioita ja suurempia linjoja että oman työskentelyn kulmakiviä. Kaikki nämä asiat vahvistavat ja kypsentävät omaa tekemistä suhteessa muuhun alaan. On hyvä tiedostaa eri osa-alueet ja pyrkiä kehittämään itseään eri suuntiin.

2.2 TYÖSKENTELY JA PROSESSI

Tässä kappaleessa käydään läpi yleisesti muotoilijana ja muotoiluyrittäjänä työskentelyä sekä projekti-kohtaista työskentelyprosessia. Yrittämisen ja ammatissa toimimisen perusta

on luonnollisesti itse työskentely, suunnittelutyön tekeminen. Muotoilija voi työskennellä alasta tai osa-alueesta riippuen tai riippumatta hyvin monenlaisissa työtehtävissä. Jos miettii itse yrittämistä, saattaa helposti olla etukäteen epäselvää se, minkälaista muotoiluyrittäjän arki

yleispiirteisesti on ja mitä kaikkea siihen kuuluu. Tähän kappaleeseen on koottu yleisesti muotoilijana työskentelyyn liittyviä asioita esimerkkinä siitä, mitä yrittäjyyttä suunnittelevilla mahdollisesti on edessä.

Työskentelyprosessin voidaan katsoa kestävän tehtävänannosta tai tilauksesta siihen kun palvelu tai tuote on valmis. Opintojen aikana muotoilualan opiskelijat käyvät läpi paljon projekteja ja sitä kautta syntyy perusymmärrys niistä. On kuitenkin hyvä pyrkiä aina kehittämään ja monipuolistamaan tapojansa tehdä työtä ja viedä projekteja eteenpäin, varsinkin siirryttäessä ammattilaistyöskentelyyn oman työnteon ollessa tällöin toiminnan perustana. Tässä kappaleessa esitetään myös esimerkkejä ja huomioita työskentelyprosessin kulusta, rakenteesta ja haasteista ammattilaisten kokemana.

Monien muotoilijoiden on haastava nostaa työskentelystä yksittäisiä huippukohtia tai osa-alueita ylitse muiden, koska yrittäjänä toimiminen on kuitenkin koko paletin kasassa pitämistä ja kehittämistä. Minna Parikka kertoo Työ- ja Elinkeinoministeriön Esittelyssä Suomen nuoret yrittäjät



Kuvio 2. Muotoiluyrittäjänä toimimisen kokonaisuus. Pitkänen 2016.

-haastattelussa, että on vaikea nostaa tiettyjä yksittäisiä hetkiä urallaan ylitse muiden, koska työn perusaskelkuviio on kolme askelta eteen ja kaksi taakse.

Vaikka kokoajan tapahtuu valtavasti hyviä asioita, niin kokoajan on myös ratkottava ongelmia. Parikalle onnistumista on ihan se jokapäiväinen työ, joka vie asioita pikkuhiljaa eteenpäin ja lähemmäs hänen unelmiaan. (Työ ja Elinkeinoministeriö 2011).

On tärkeää tarkastella myös omia työskentelytapojaan ja asenteitaan omaan tekemiseen ja niiden kehittämiseen.

Lotta Niemisen mukaan on opeteltava suhtautumaan tunnetasolla oikein yksittäisten projektien läpiviemiseen.

Se, että on motivoitunut ja tahtoo antaa kaikkensa projektille on hänen mukaansa paljon tärkeämpää kuin valmis lopputulos mielessä. Täytyy olla ehdottomasti tunnetasolla sitoutunut projektiin että siitä välittää tarpeeksi, mutta ei liikaa ettei ota asioita henkilökohtaisesti. (www.okreal.com 2014)

Projektit lähtevät yleensä liikkeelle asiakkaan antaman briefin pohjalta.

Asiakkaasta ja muotoilun osa-alueesta riippuen briefit ovat hyvinkin erilaisia. Suunnittelutoimisto Koko3:en perustajajäsen Jukka Halminen kertoo työn alkavan aina lähtötietojen perusteella. Joskus ne ovat kattavia ja yksityiskohtaisia ja joskus hyvinkin suurpiirteisiä. Lähtötiedot ovat kuitenkin tarpeen kuten asiakkaan toivomukset ja budjettikin, jos sellainen annetaan. (Halminen 2016)

Mikko Laakkonen kertoo myös työskentelynsä lähtevän liikkeelle asiakkaan briefistä, eli yritykset kertovat mitä suurinpiirtein haluavat. Briefit kuitenkin vaihtelevat paljon. Joskus kerrotaan tarkkaan, esimerkiksi minkä hintainen, mistä materiaalista jne. työlle olisi tarvetta, toisinaan taas sanotaan että suunnittele jotain. Laakkonen kertoo tekevänsä myös edelleen itse ehdotuksia ilman varsinaista briefiä tärkeiksi katsomilleen yrityksille. Projektikohtaisesti Laakkonen yrittää aina ensiksi miettiä mitä hänen asiakkaansa tekee, miten se tekee ja kenelle se tekee. Eli hän ikäänkuin kirjoittaa itselleen oman briefin mahdollisen saadun sellaisen lisäksi. Sen jälkeen hän miettii ja suunnittelee päässään eri vaihtoehtoja.



Kuvio 3. Prosessin kulku. Pitkänen 2016.

Yleensä Laakkonen piirtää jonkin verran käsin luonnoksia. Sen jälkeen hän siirtyy mallintamaan koneella ja tekemään 1:1 malleja, jonka perusteella voi taas mallintaa lisää. (Laakkonen 2016)

Sebastian Jansson kertoo projektin alkuvaiheessa yhdeksi tärkeimmistä asioista ketterän pika-konseptoinnin ja pikaideoinnin asiakkaan tai potentiaalisen asiakkaan aktivoimiseksi. Kun projekti lähtee etenemään, painopiste on luonnostelussa, hahmomallien ja pikamallinnusten teossa. Tämän jälkeen tulee protomallien kehittäminen, mikä hänellä usein tapahtuu ulkoistettuna. Kun suunta ja tuote alkavat täsmentyä, keskitytään tuotteen tekniseen kehittämiseen, yksityiskohtiin ja mekaanisten ratkaisujen kehittämiseen. Loppuvaiheessa tulevat työkuvat ja tuotantoon vieminen. (Jansson 2016)

Saana ja Olli -tuotemerkin Saana Sipilän ja Olli Sallisen työskentely alkaa sillä, että he keskustelevat teemoista ja tunnelmista, joita haluavat käsitellä. Sen jälkeen he tekevät erikseen luonnoksia. Kun materiaalia tuntuu olevan riittävästi,

he katsovat yhdessä läpi mitä molemmilla on. Keskustelun jälkeen he vievät edelleen työtä eteenpäin mahdollisesti erikseen, taas katsovat ja työstävät työn yhdessä loppuun. Heillä on yhtenäinen näkemys hyvästä estetiikasta, mutta molempien kädenjalkien yhdistäminen tuo suunnitteluun hyvää jännitettä. (Sipilä ja Sallinen 2016)

On tärkeää hallita oma tapansa työskennellä ja viedä prosessia eteenpäin, mutta yhtä tärkeää on kyetä analysoimaan asiakasta ja asiakkaan haluja. Prosessit eri työnannoissa ja muotoilun osaluueille eroavat paljonkin toisistaan riippuen esimerkiksi suunnitellaanko fyysistä tuotetta vai tehdäänkö graafista suunnittelua tai kuvitusta ja näistä johtuen vaiheet ovat hyvinkin projektikohtaisia. Muotoilijalle on tärkeää oppia tarkastelemaan ja kehittämään sekä omaa asennetta ja tekemistä, että tapaa viedä projekti kattavasti ja ammattimaisesti läpi. On osattava keskittyä vaiheittain aina tärkeimpiin asioihin ja siihen, että esimerkiksi ulkoistaminen ja ajankäyttö on hallinnassa.

3. URALLA ETEENPÄIN

3.1 URAKEHITYS

Tässä kappaleessa tarkastellaan urakehitystä, eli asioita jotka ovat kehittäneet muotoilijan ammatissa toimivien uraa eteenpäin. Urakehitys alkaa kun aloittaa työt tai perustaa yrityksen. On tärkeää tiedostaa eri haasteet ja mahdollisuudet liittyen tuleviin askeliin ja toiminnan kehittämiseen sekä kasvattamiseen. Tällöin tiedostaminen ja suunnitelmallisuus tuo selkeämmän suunnan ja suuremmat mahdollisuudet eteenpäin. Monet uraan liittyvistä ja urakehitykseen vaikuttavista asioista tapahtuvat jo ennen varsinaista uran käynnistystä tai yrityksen perustamista. Jukka Halminen sanoo merkittävimmäksi asiaksi opintojen aloituksen ja pääsyn Taideteolliseen, jonka jälkeen eri työt ovat kasvattaneet suunnittelijan työhön. Kohokohtia ja uraa nostavia asioita on useita pitkin matkaa, joskus jopa ihan pienet kilpailuvoitot. (Halminen 2016)

Mikko Laakkonen nimeää kahdeksi eniten hänen uraansa vaikuttaneeksi asiaksi ym-

märryksen siitä, että pelkästään suomalaisille ei kannata/voi suunnitella ja näyttelyt Milanon messuilla vuosina 2005-2007.

Näiden näyttelyiden johdosta Laakkonen sai paljon kontakteja joiden kanssa työskennellä. Pelkkä Suomessa työskentely tarjoaa hyvin rajallisia mahdollisuuksia ja kansainvälistyminen taas avaa suuret kentät ja moninkertaistaa mahdollisten asiakkaiden määrät. (Laakkonen 2016)

Urakehitykseen vaikuttavia asioita voi katsoa olevan jo ennen varsinaista uraa. Sebastian Jansson kertoo yhdeksi merkittäväksi uraansa vaikuttaneeksi asiaksi Masters of Arts -luennon Taideteollisen korkeakoulun aikaisina opintoinaan. Hän sanoo luennon saaneen hänet tietoiseksi kansainvälisistä tarpeistaan ja tavoitteistaan, ja luennon pohjalta hän päätti hakeutua MEDes ohjelmaan ja monipuolistua suunnittelijana. Merkittäviksi asioiksi hän sanoo myös vaihtovuotensa sekä Milanossa että Pariisissa, hakeutuminen omien esikuviansa luokse, verkostoituminen



Kuvio 4. Urakehitykseen vaikuttavat asiat. Pitkänen 2016

paikallisten ammattilaisten kanssa ja omien prototyypimallistojen kehittäminen niiden aikana. Myös työharjoittelun New Yorkissa Stephen Burksin toimistolla ja siellä konseptinkehittämisen useille eurooppalaisille huippubrändeille ja näyttelyihin osallistumisen Zurichissa, Baselissa sekä Lodz:ssa Jansson listaa uraansa kehittäneisiin asioihin. Luonnollisesti tärkeä askel oli myös hänen yrityksensä Beacon Helsinki Oy:n perustaminen ja sen kautta näyttelyiden järjestäminen Tukholmassa ja Milanossa vuosina 2012-2015. (Jansson 2016)

On hyvin tärkeää tiedostaa mahdollisuudet mitä eri järjestöt ja ohjelmat tarjoavat. Suunniteltuaan ensimmäiset jutut toisen vuoden opiskelijoina Saana Sipilä ja Olli Salonen menivät Nuori Yrittäjyys -ohjelmaan, ja voitettuaan Korkea-asteen kategorian he menivät luovien alojen yrityshautomo Creveen. Nämä toivat tärkeää nostetta ja lisää ymmärrystä ja päättäväisyyttä omaan tekemiseen.

Todella tärkeänä Sipilä ja Sallinen pitävät myös osallistumistaan Korjaamon Design-markettiin jossa japanilaisyrityksen Hiramekin tuottaja kiinnostui heidän tyylistään ja pyysi heitä mukaan Tokioon näyttelyyn. He kertovat, ettei menestys tullut sattumalta, vaan on tulosta hyvin suunnitellusta yritys-ideasta, avoimesta asenteesta ja uskalluksesta pyytää apua. Yrityskiihdyttämöohjelma ja mentorit auttoivat Saanan ja Ollin alkuun ja matkan varrella he ovat saaneet apua sekä kokeneilta muotoilijoilta että omilta kavereiltaan. Turkulaisessa yrityskiihdyttämössä Sipilän ja Sallisen mentoreina olivat Samu-Jussi Koski ja Globe Hopen Seija Lukkala. (Sipilä ja Sallinen 2016)

Kuten käy ilmi, aloittelevilla muotoilijoilla on paljon erilaisia mahdollisuuksia lähteä suunnittelemaan ja kehittämään uraansa. Kannattaa seurata eri alan järjestöjä ja ottaa selvää, minkälaista neuvontaa ja tukea ne mahdollisesti tarjoavat. On hyvä päästä tekemisiin alan konkareiden kanssa, jolloin heiltä voi kysyä neuvoa monissa alaa ja työskentelyä koskevissa asioissa. Tämä tuli ilmi monien suunnittelijoiden vastauksista. Aluksi on siis tärkeää rakentaa ja löytää hyvät tukirakenteet omalle tekemiselle.

Samalla on hyvä keskittyä näkyvyyteen ja tunnettavuuden kasvattamiseen, jossa mahdollisuuksia on mm. erilaiset näyttelyt, markkinat ja messut. Kun toimintaa saa kasvatettua, mukaan tulevat tietenkin myös mahdollisuudet erilaisiin palkintoihin ja mainintoihin, jotka luonnollisesti vahvistavat yrityksen ja suunnittelijan asemaa markkinoilla.

"Pelkästään suomalaisille ei kannata tai voi suunnitella."

- Mikko Laakkonen

3.2 VERKOSTOITUMINEN JA NÄKYVYYS

Verkostoituminen ja näkyvyys ovat luonnollisesti avainasemassa muotoilijana ja yrittäjänä menestymisessä, koska niiden kautta saa töitä. Kun oma tekeminen tunnetaan ja tunnustetaan, se lisää asiakaskuntaa. Hyvin paljon asiakkaan päätöksiin tilata työ vaikuttaa maine ja tunnistettavuus. Se, että tekee hyvin työnsä, lisää aina mahdollisten asiakkaiden luottoa ja kiinnostusta. Näkyvyys tuo kiinnostusta ja mainetta ja sitä myöten lisää asiakkaita ja työtehtäviä, mikä on juuri se mihin työskentelyssä pyritään. Verkostoitumista ja näkyvyyttä kannattaa tietoisesti suunnitella ja miettiä vaihtoehtoja sekä konkreettisia toimia tulosten saavuttamiseksi. Kun pyöritetään yritystä on tärkeää osata ajatella myös bisneskantilta omaa toimintaansa ja tavoitteitaan ja siinä avainasemassa on sekä verkostoituminen että näkyvyys.

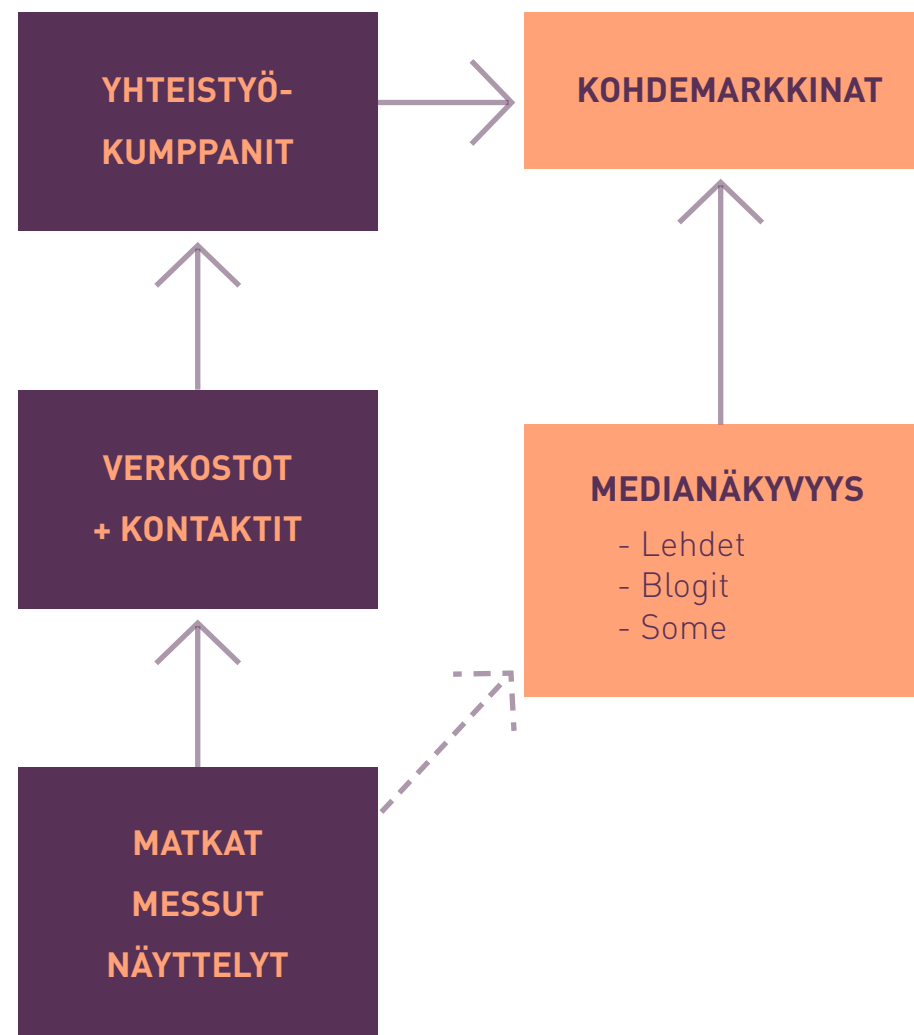
Minna Parikka toteaa hänelle olleen alusta asti selvää Suomen riittämättömyys hänen kenkiensä markkina-alueeksi. Näkyvyyttä on hankittava etenkin ulkomailta, ja siinä hyvät verkostot ovat kullannarvoisia. Suomessa verkostoituminen on Parikan mukaan helppoa, koska kilpailu huomiosta

on melko vähäistä. Kenelle tahansa voi soittaa tai lähettää sähköpostia ja viestiin saa yleensä myös vastauksen. Yleisesti ottaen parhaiksi kontaktointikeinoiksi ovat osoittautuneet matkat. Ikinä ei tiedä, keitä matkojen aikana tapaa, Parikka kertoo. Esimerkiksi messuilla tai ihan vain suurkaupungeissa ulkona käydessä voi törmätä hyvin tärkeisiin ihmisiin. Kontaktit tuovat lisää mahdollisuuksia, joiden tapahtuessa saavuttaa taas uusia asioita. Saavutuksista kuitenkin iloitsee vain hetken ja sitten siirtyä miettimään että mitä seuraavaksi, mitä sitten voin saavuttaa vielä pidemmälle? (Työ ja Elinkeinoministeriö 2011)

Sipilän ja Sallisen mielestä nykyään on helpompaa ryhtyä muotoiluyrittäjäksi kuin aikaisemmin, koska esimerkiksi eri medioiden ansiosta on paljon kanavia saada näkyvyyttä. Ei tarvitse olla luonteeltaan myyntimies, mitä harva luovan työn tekijä on, vaan oman tekemisen ja yrittämisen tietoisuudella on hyvin mahdollisuuksia kasvaa ja levitä. (Sipilä ja Sallinen 2016)

Kuten jo aiemmissa kappaleissa on tullut ilmi, kaikkien opinnäytetyössä käsiteltyjen muotoilijoiden merkittävimpiin tapahtumiin on kuulunut messut ja näyttelyt. Suomessa

muotoilun kenttä on melko pientä, jolloin esimerkiksi messuilla ja markkinoilla saatavaa tärkeitä kontakteja ja tärkeää näkyvyyttä. Tärkeä työkalu on myös medianäkyvyys, esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja blogeissa. Varsinkin sosiaalinen media on työkalu, jossa itse voi vaikuttaa paljon, ja siellä näkyvyydellä on suuret mahdollisuudet levitä.

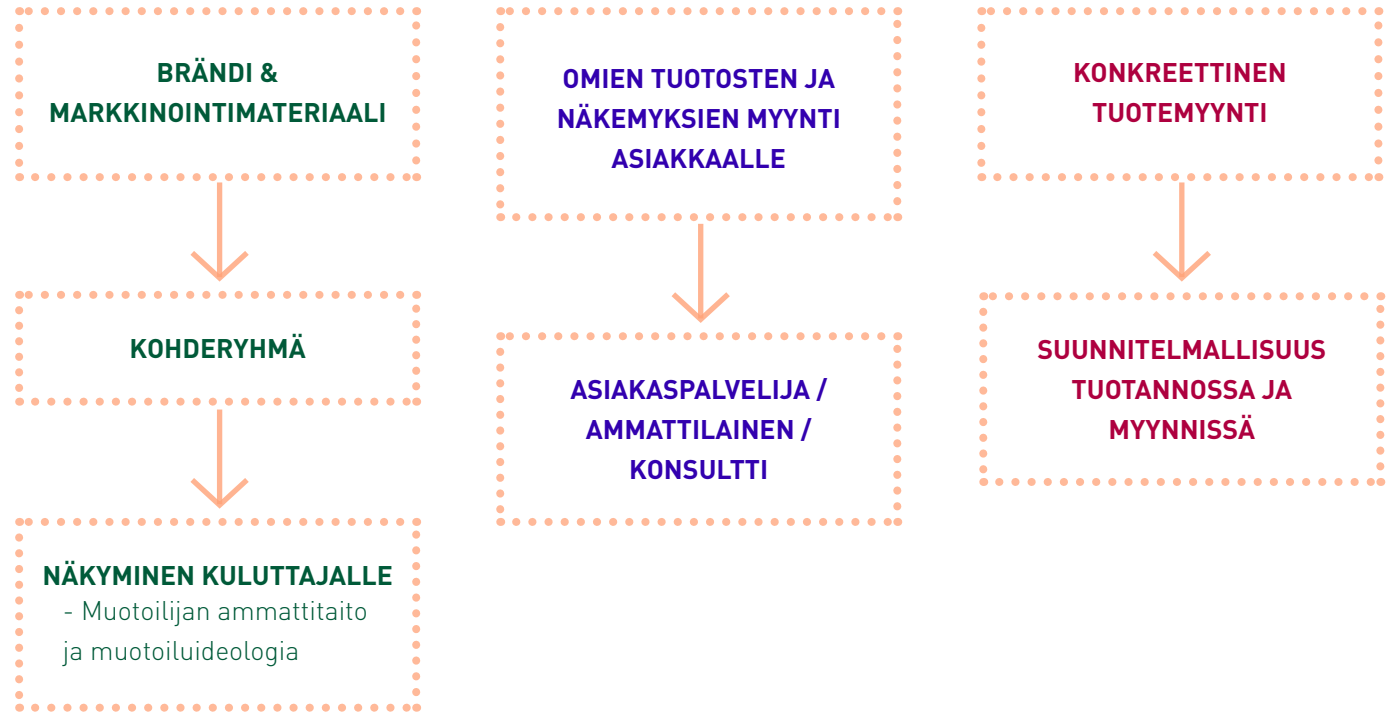


Kuvio 5. Verkostoituminen ja näkyvyys. Pitkänen 2016.

3.3 MYYNTI JA ANSAINTA

Yksi muotoilijan ammatissa toimimisen perusasioista on myynti ja on todella tärkeää kiinnittää huomiota tähän osa-alueeseen. On osattava myydä omat tuotteensa ja näkemyksensä asiakkaalle, jotta asiakas ostaa ja tulovirta jatkuu. Omien tuotteiden ja osaamisen myynti voi olla sekä konkreettista toimintaa ja puhetta tai välillistä, jolloin tuotteet ja muut aiemmat tekemiset myyvät itsessään sitä mitä tekee. On ensiarvoisen tärkeää osata tai opetella puhumaan ja avaamaan omat ajatuksensa ja työnsä auki niin että asiakas ymmärtää ne. Omaa toimintaa myynnin saralla tulee kehittää, ja tottakai halutessaan voi mennä ihan jollekin myyntitaitoja kehittäväälle kurssille. Muotoilijalle etenkin myynnissä tärkeintä on puhuminen, se että osaa puhua omista töistään ja ajatuksistaan niin, että uskoo niihin myös itse. Tämän lisäksi ammattimaisuutta osoittaa se, että osaa käydä keskustelua omista töistään ja suhtautua rakentavasti kritiikkiin ja muuhun palautteeseen.

Muotoiluyrittäjyyttä tutkimuksessaan käsittelevä Kati Kujanen pitää yhtenä tärkeänä seikkana sitä, että muotoilijan ammatti-



Kuvio 6. Myynnin osa-alueet. Pitkänen 2016.

taito sekä muotoiluideologia näkyy myös tuotteessa, oli se sitten eettinen, ekologinen tai muotoilullinen. Muotoilijan täytyy pystyä seisomaan suunnittelemiensa tuotteiden takana ja se heijastuu myös kuluttajalle. Tärkeää on myös, että tuotteilla on selkeä kohderyhmä. Kohderyhmän määrittely helpottaa tuotteiden suuntaamista markki-

noille sekä oikeiden jälleenmyyntikanavien löytymistä. Yrityksen brändi ja kokonaisuus vaikuttavat myös menestykseen. Usein tavatessaan aloittelevia muotoilijoita ja käsitteellisiä Kujanen on huomannut brändin luomisen jääneen kesken. He ovat keskittyneet ainoastaan tuotteen suunnitteluun ja sen valmistamiseen, eikä kokonaisuutta ole

harkittu loppuun asti. Tuotteen pakkauksella sekä yrityksen visuaalisella ilmeellä on hyvin tärkeä rooli tuotemyynnissä. Kuluttajat haluavat tietää usein kuka ja millainen suunnittelija on tuotteen takana ja hyvin suunniteltu markkinointimateriaali on tässä tärkeässä osassa. (Kujanen 2014, s.78)

Asiakkaiden puhuminen puolelleen on jotain minkä nimeen Lotta Nieminen vannoo. Hänen mielestään suunnittelijoina me työskentelemme asiakaspalvelijoina ja meidän tulee toteuttaa täsmälleen se, mitä meiltä on tilattu. Sen lisäksi olemme kuitenkin ammattilaisia ja konsultteja. Ei saa antaa periksi liian helposti, mutta täytyy olla valmis joustamaan niistäkin asioista, joita kohtaan kokee erityistä intohimoa. Joskus asiakas kaipaa vain pientä tönäisyyttä, kun he näkevät heille uusia asioita, joita eivät välttämättä niele ilman hyvää perustelua ja avaamista. (www.thegreatdiscontent.com 2012)

Minna Parikka painottaa sitä, kuinka tärkeää hänen luovuudelleen on ollut saada kaupallinen muoto, kuinka tärkeää on saada brändi toimimaan myös bisnespuolella. Se on haastavaa, mutta myös Parikan mielestä mielenkiintoisin osa tästä tekemisestä. (Työ ja Elinkeinoministeriö 2011)

Monet muotoilijat myyvät tuotteitaan esimerkiksi verkkokaupan kautta, joka on helppo tapa tarjota tuotteita suoraan kuluttajille, halutessaan myös kansainvälisesti. Saana Sipilä ja Olli Sallinen avasivat

verkkokaupan, jotta erityisesti ulkomailla halukkaat kuluttajat voivat paikallisten jälleemyyjiä puuttumisesta huolimatta ostaa tuotteita. Verkkokaupan pyörittämisessä ja tuotteiden itse myymisessä he kehottavat tarkkaan suunnitelmallisuuteen. Jos itse hoitaa tuotannon järjestämisen ja tuotteiden myynnin, kannattaa pitää tarkasti huoli siitä, että sen tekee järkevästi. Eli niin, että tuotannon, logistiikan, myynnin ja postitusten jälkeen jää myös itselle rahaa käteen, jotta toiminta on ylipäättään järkevää. (Sipilä ja Sallinen 2016)

Myynti johtaa siis siihen, että yritykselle tulee tuloja esimerkiksi suunnittelusta tai suoraan tuotteiden myynnistä riippuen siitä, minkälaista toimintaa yrityksellä on. Kuinka paljon siis mistäkin osa-alueesta mahdollisesti tulee? Sebastian Jansson kertoo karkeaksi tulojaokseen 30% tuotemuotoilua, 15% tilasuunnittelua, 30% graafista suunnittelua, 10% royaltyistä ja 15% apurahoista. Apurahat ovat henkilökohtaisia kun taas muut tulot yrityksen laskutettavia tuloja. Tulolähteisiin voisi kuulua myös opetusta, asiantuntijatehtäväänsioita (jury, luennot, hallitustehtävät jne.), sekä alihankintapalveluiden välittämi-

nen, josta jää katetta yritykselle. Jansson sanoo, että ansaintamalleja kannattaa pitää monipuolisena siten, että asiakaskunta on mahdollisimman laaja eri aloilta ja että myy asiantuntijatyötä alihankintana myös muille toimistoille. Vaaratilanne on aina olla riippuvainen harvasta asiakkaasta ja tulonlähteestä. Hänen mukaansa yksi tulonlähde ei saisi vastata yli 30% kokonaistuloista.

Jansson myös muistuttaa asiakassuhteiden ylläpidon ja potentiaalisten asiakassuhteiden syventämisen olevan jatkuva prosessi ja oma osuutensa yrittämisestä kokonaisuudessaan. (Jansson 2016)

Ansioiden jakautumiset vaihtelevat helposti muotoiluuyrittäjillä paljonkin sesonkien ja

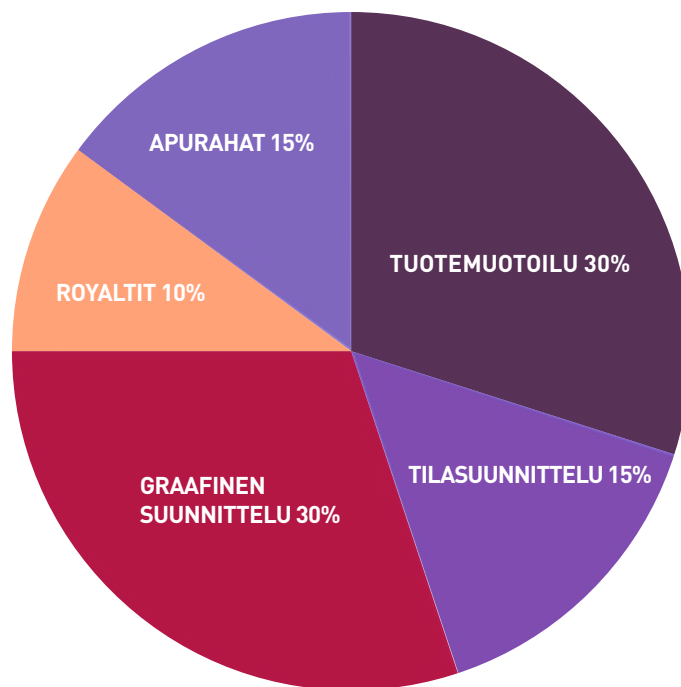
"Jos itse hoitaa tuotannon järjestämisen ja tuotteiden myynnin, kannattaa pitää tarkasti huoli siitä, että sen tekee järkevästi. Eli niin, että tuotannon, logistiikan, myynnin ja postitusten jälkeen jää myös itselle rahaa käteen, jotta toiminta on ylipäättään järkevää"

- Saana Sipilä ja Olli Sallinen

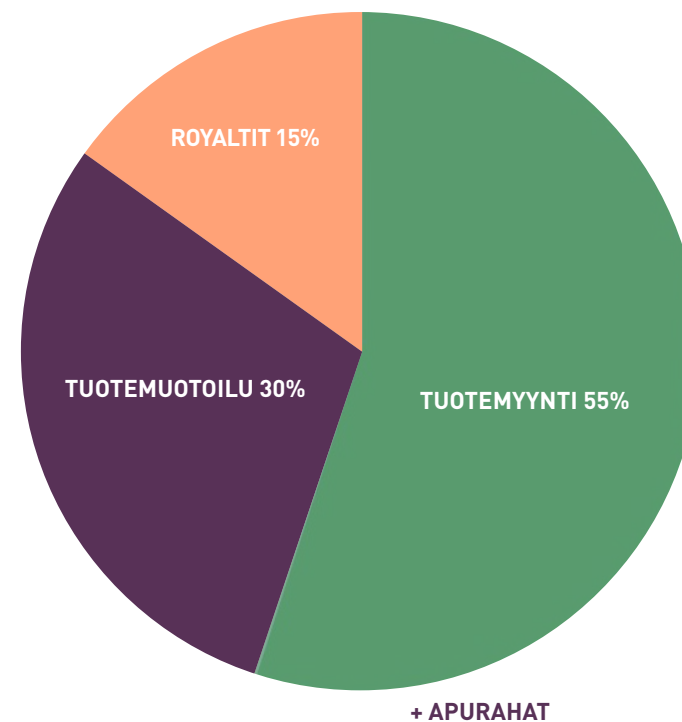
päällä olevien projektien ja hankkeiden mukaan. Saana Sipilä ja Olli Sallinen kertovat vaihtelun olevan välillä suurtakin, mutta tällä hetkellä jakona on suurinpiirtein royaltit 15%, tuotemyynti 55% ja tuotemuotoilu 30%. Tämän lisäksi he ovat saaneet muutaman kerran taideteollisia apurahoja. (Sipilä ja Sallinen 2016)

Mikko Laakkonen kertoo ansionsa tulevan pääasiassa royaltystä. Sen lisäksi hän saa rahaa myös niinsanotuista piirustus-palkkioista ja pieni osa tulee opetustyöstä. (Laakkonen, 2016) Tästä näemme sen, että ansiolähteet vaihtelevat hyvinkin paljon riippuen minkälaisista muotoilu yrittäjä tekee ja millä muotoilun osa-alueilla toimitaan. Aloittelevien muotoilijoiden onkin siis hyvä tiedostaa eri ansaintamahdollisuudet ja toiminnan kehittämisen monipuoliseksi.

SEBASTIAN JANSSON



SAANA JA OLLI



Kuvio 7. Ansaintavertailu. Pitkänen 2016.

4. YRITTÄJYYDEN HAASTEET

■ "KUOLEMANLAAKSO"

■ YRITTÄJYYDEN OPETTELU

- Tekemisen rutinoituminen
- Yrityksen pyörittäminen
- Käytäntöjen luominen

■ TALOUDELLISET JA AJANKÄYTTÖÖN LIITTYVÄT HAASTEET

■ BISNESTAI DOT

■ ENSIMMÄISET REFERENSSIT

■ ELANTO ENSIMMÄISTEN VUOSIEN AJAN

4.1 ALKUHAASTEET

Tässä kappaleessa käsitellään uran ja yrittämisen alkuvaiheessa mahdollisesti vastaan tulevia haasteita ja kompastuskiviä. On paljon asioita joita aloitteleva muotoilija ei ilman kokemusta välttämättä voi tiedostaa. Yleisesti yrittäjyysmaailmassa puhutaan ns. "kuolemanlaaksosta", eli yrityksen perustamista seuraavista n. 3-5 vuodesta, minkä aikana moni yritys joutuu lopettamaan toimintansa kannattamattomana. Noiden ensimmäisten vuosien aikana yrityksen täytyy päästä siihen pisteeseen, että toiminta muuttuu kannattavaksi ja yrityksen talous pyörii yrityksen omilla tuloilla eikä alkurahoituksella tai lainalla. Tämä tilanne koskee kuitenkin lähinnä tilanteita, jossa vakityö vaihdetaan suoraan täysipäiväiseen yrittäjyyteen, eikä tilanteita, joissa muotoilija esimerkiksi työskentelee ensin sivutoimise- na yrittäjänä päivätyönsä rinnalla.

Yksi alkuhaaste on tietenkin se, että aloittelevana yrittäjänä ja muotoilijana rutinoituu

tekemisessä ja nimenomaan yrityksen pyörittämiseen liittyvissä asioissa. Mikko Laakkonen sanoo alun olevan aina hankala. Jostain pitäisi saada ensimmäiset referenssin, eli tuotteet tuotantoon. Toinen ja ehkä tärkeämpikin asia on saada elanto jostain ensimmäisen viiden vuoden ajan. Hänen mukaansa dilemma on siinä, että jos on jossain "oikeissa" töissä, ei ole enää aikaa ja jaksamista edistää omaa uraansa. Jos taas ei ole missään töissä, ei oikein pysty elämään ja ei ole rahaa edistää uraansa (Laakkonen 2016). Samaa mieltä on Sebastian Jansson, joka toteaa ansaintatalouden hallinnan olevan yksi ongelmallisimmista asioista yrittämisen alkuvuosien aikana. (Jansson 2016)

Kun Minna Parikka aloitti yrittämisen, hän panttasi asuntonsa ja lähti täysillä tekemään hommaa. Parikka kertoo tehneensä työssään aina sitä, mikä on tuntunut kulloinkin hyvältä ja oikealta. Mentoria hänellä ei ole ollut koskaan, vaikka onkin sitä mieltä että varsinkin yleisissä bisnestaidoissa

opastava konkari olisikin ollut tervetullut tuki varsinkin alkuvuosien tiukoissa tilanteissa. (Työ ja Elinkeinoministeriö 2011)

Lotta Nieminen työskenteli alusta saakka freelancerina kokopäivätyönsä rinnalla. Kun hän oli pisteessä, jossa hänen täytyi kieltäytyä joistain töistä ajanpuutteen vuoksi, hän päätti että oli aika siirtyä kokonaan itselleen työskentelyyn. Nieminen vakuuttui, että hänellä olisi täysipäiväisesti töitä ainakin muutamaksi kuukaudeksi, joten päätti ottaa mahdollisuuden vastaan. Hän ajatteli voivansa aina yrittää löytää uuden täysipäiväisen työn, jos se ei olisikaan onnistunut. Se mikä Niemistä auttoi päättämään siirtymisestä täysipäiväiseen yrittäjyyteen oli se seikka, että hän oli tehnyt sitä jo päivätyönsä rinnalla. Päivätyön tuoman taloudellisen turvan ansiosta hän pystyi freelancerina valitsemaan vain työt, jotka koki inspiroiviksi. Se taas auttoi luomaan portfolioon töistä, joista hän oli todella ylpeä. Se minkälaisia töitä suunnittelijan portfolioista löytyy on se, minkälaisia tilauksia häneltä pyydetään,

muistuttaa Nieminen. Hän halusi antaa vahvan näytön siitä, minkälaisia projekteja ja asiakkaita haki, ja se toimi. (www.juneletters.com 2014)

Tutkimuksessaan Kati Kujanen kirjoittaa kaikkien hänen haastattelemiensa muotoilijoiden kokeneen jonkin asteisia haasteita yritystoiminnassaan, etenkin yrityksen alkuvaiheessa. Heidän suurimmat haasteet ovat olleet joko taloudellisia tai ajankäyttöön liittyviä. Ajanhallinta ja ajanpuute ovatkin haasteellisia pienissä yrityksissä, joissa ollaan niin yrittäjiä kuin työntekijöitäkin. Käytäntöjen luominen vie aikaa toiminnan alussa ja monet yrittäjät oppivat yrittämisen tekemisen kautta. Vaikka se voi olla hyväksi hyväksi havaittu tapa, vie se aikaa ja syö myös taloudellisia resursseja. Kaikki Kujasen haastattelemat muotoilijat mainitsivatkin oppineensa yrittämisen tekemisen ja erehdyksien kautta. He kokevat, ettei muotoilukoulutus ole antanut heille ammattitaidon lisäksi käytännön työkaluja yrittämiseen. Vaikka koulussa olisi business-tietoa enemmän, ovat opiskelijankin resurssin sisäistää asioita neljässä vuodessa rajalliset. Tärkeämpää olisi opiskeluaikana saada tietää enemmän koko tuotantoketjusta,

hinnoittelusta ja siitä, mistä kustannukset tulevat ja mistä ne johtuvat. Haastatellut muotoilijat kertovat hankkineensa ymmärryksen näihin itse ja oppineensa kokemuksen kautta. (Kujanen 2014, s.68)

Jokaisen aloittelevan muotoilijan ja yrittäjän kannattaa kuitenkin muistaa, että vaikka edessä on paljon haasteita, myös apua on löydettävissä. Yrittäjille on tarjolla erilaisia rahoitustapoja toiminnan aloittamiseen ja kehittämiseen. Erilaisilla yritysrahoitusta myöntävillä tahoilla on usein myös neuvontaa ja muita asiantuntijapalveluita, joita kannattaa hyödyntää aktiivisesti. (Korva 2014)

4.2 YLLÄTYKSIÄ JA KOKEMUKSEN OPETTAMAA

Tässä luvussa käydään läpi yllätyksiä ja odottamattomia asioita, joita etukäteen muotoiluyrittäjät eivät osanneet odottaa. Alkavana yrittäjänä on tärkeää olla tietoinen mahdollisesti vastaantulevista asioista, jolloin niihin pystyy valmistautua ja varautua ja sitä vakaammalla pohjalla oma ymmärrys on yrittäjyydestä ja toimimisesta. Yrittäjänä oleminen on jatkuvaa työhön oppimista, ja onkin hyvä ihan yleisesti huomioida, että yllätyksiä tulee joka tapauksessa jossain vaiheessa, jolloin on hyvä olla mahdollisuuksien mukaan pelivaraa.

Opinnäytetyötä varten haastatellut muotoilijat kertoivat omia huomioitaan siitä mitä he ovat oppineet matkan ja uran varrella ja mitä asioita he olisivat toivoneet tietävänsä alussa.

Asia, mistä moni puhuu, on yrittämisen koko paletin hallitseminen. Opiskeltu ammatti on kuitenkin vain pieni osa yrittäjyyttä. Jukka Halminen sanoo ettei tiedä, onko mikään yllättänyt tai sitten kaikki on yllättänyt ja se, kuinka vähän osasikaan mitään

muuta kuin suunnittelua valmistumisen jälkeen. Suunnittelijan ammatissa tarvitaan kuitenkin niin paljon muutakin kuin vain suunnittelutaitoa. Kielitaidon tarpeen hän kertoo myös olleen asia jota aluksi ei osannut odottaa, sillä siitä on selkeä hyöty globaalilla muotoilun kentällä ja markkinointa miettiessä. Käytännön tason oppia vuodet ovat tuoneet siitä, kuinka projekteja johdetaan, kuinka toimistoa pyöritetään ja kuinka suunnataan koko ajan suunnittelun tason jatkuvaan ylittämiseen. Hän toivoo erityisesti tienneensä enemmän myymisestä ja kaupallisuudesta, vaikka ei olekaan varma olisiko opiskelijana ollut kovin vastaanottavainen näille aiheille. Nyt hän arvostaisi sitä, että olisi opiskellut myös jotain yrittäjyyttä tukevaa asiaa, kuten juuri myymistä ja kaupallisuutta. (Halminen 2016)

Sebastian Jansson olisi toivonut tietävänsä enemmän yrittäjyyden sisällöstä, taloushallinnasta ja eri rahoitusmahdollisuuksista. Hän kuitenkin korostaa omien ajatusten ja asenteen tärkeyttä aloittelevana yrittäjänä ja muotoilijana. Tulosta saa sillä, että uskalletaan unelmoida tarpeeksi suurista asioista ja kommunikoida niistä avoimesti sekä olemalla sinnikäs ja päämäärätietoinen.

Täytyy olla kokeilunhaluinen ja tehdä rohkeasti asioita. Yhteistyön tärkeyttä hän myös alleviivaa, niin konkreettisesti kuin asenteellisestikin. Matkan pituus siihen, että saa asioita valmiiksi on yllättävänkin pitkä ennenkuin sen on kokenut, ja sen takia hyvä ja avoin asenne oppimiseen sekä ympärillä oleviin on tärkeä. (Jansson 2016)

Asiakkaissa ja tuotteissa on monia asioita joita kokemuksen myötä oppii näkemään, Mikko Laakkonen kertoo. Hänen mukaansa yksi merkittävä asia on ymmärtää, ettei tuotteen "mahtavalla" innovaatiolla tai hyvyydellä ole paljoakaan tekemistä sen kanssa, kuinka paljon suunnittelija saa siitä korvausta. Laakkonen tarkoittaa tällä sitä, että mikäli suunnittelijalla on royaltypohjainen sopimus tuotteesta, on enemmän merkitystä sillä, millä yrityksellä tuote on kuin sillä, minkälainen tuote on. Esimerkiksi, jos olet myynyt mahtavan ideasi jollekin pienelle yritykselle, he eivät pysty myymään tuotetta niin että saisit isoja roylatyja. Kun taas yritys, jolla on isot jälleenmyyntikanavat, pystyy jakelemaan tuotetta aivan eri tavalla. Myös suunnittelutyön ymmärrys on syventynyt ammattivuosien aikana. Yksiselkeytynyt asia on ollut se, ettei hyvän

tuotteen välttämättä tarvitse olla mitenkään "ihmeellinen", eli siinä ei tarvitse olla mitään jippiä, uutta mahtavaa innovaatiota tai monikäyttöisyyttä. Hyvä tuote on hyvä tuote, koska se toimittaa tehtävänsä ja on lisäksi kaunis. Toisaalta tällaisen tuotteen suunnittelu onkin kaikkein vaikeinta, Laakkonen muistuttaa. On helppo piilottaa epävarmuus jonkin jipon tai monikäyttöisyyden verhon taakse. (Laakkonen 2016)

Uransa varrella selvinneistä asioista Lotta Nieminen nostaa ajanhallinnan. Hän kertoo suurimman osan ajasta menevän yrittämisen päivittäisten asioiden hoitoon ja se vie aikaa siltä kun pitäisi tehdä varsinaista suunnittelijan työtä. Niemisen mukaan ideaalia olisi työskennellä yhden projektin parissa kerrallaan, jotta voisi keskittyä kunnolla siihen mitä tekee. Kiireisimpinä aikoina ei ole tilaa kokeiluille tai virheille, jotka Nieminen kuitenkin kokee tärkeäksi osaksi luovaa työtä. Jos ei ole aikaa kokeiluille ja epäonnistumisille, ei myöskään saa samaa tyydytystä lopullisesta tuotoksesta. Hän on oppinut luovan alan tyydytyksen tulevan epäonnistumisesta: aluksi yrität jotain, jonka luulet olevan mahtavaa, mutta sekä asiakas että sinä itse inhoat sitä. Sen jälkeen palaat taaksepäin ja aloitat

uudelleen ongelmien ratkaisemisen - ajattelet uusiksi ja kokeilet jotain muuta. Ehkä sekään ei vielä toimi, mutta sitten jossain kohti kaikki vain napsahtaa paikoilleen ja lopputulos on paljon parempi mitä alkuperäiset ideat. Niemiselle tämä on sitä mitä tarkoittaa työskentely luovalla alalla, mutta valitettavasti se melko usein hukkuu yrityksen pyörittämisen jalkoihin. (www.juneletters.com 2014)

Olisi yleisesti kannattavaa jokaiselle aloittelevalle muotoilijayrittäjälle, jos olisi joku tai jotain tukemassa alkumatkaa. Yrittäjyyteen perehtyminen ja rutinoituminen on oma työsarkansa ja siinä auttaa kummasti jos on henkisenä tukena joku jo saman polun käynyt ja homman tunteva ihminen. Toki neuvontaa saa myös kirjoista ja erilaisista TE-palveluista aina. Liikaa ei kannata sitäkään pelätä, että jotain oleellista jäisi huomaamatta, kunhan itse kysyy ja etsii tietoa. On suuri etu, jos tuntee tai hankkiutuu tekemisiin jonkun kokeneemman kanssa, joka jollainlailla tekee samaa juttua ja kysyä neuvoa pienistäkin asioista. On turha ajatella, että etukäteen pitäisi tietää kaikki. Yrittäjyys on asia, johon oppii sisälle vuosien myötä.

"Tuotteen 'mahtavalla' innovaatiolla tai hyvydellä ei ole paljoakaan tekemistä sen kanssa, kuinka paljon suunnittelija saa siitä korvausta."

- Mikko Laakkonen

5. AMMATTILAISTEN NEUVOJA ALOITTELIJOILLE

Kuten jo aiemmista kappaleista on käynyt ilmi, paljon käytännön asioita ja oppeja ker-
tyy vasta yrittämisen ja uran myötä. Tähän
kappaleeseen on kuitenkin koottu asioita,
joita haastatellut ja eri lähteistä käytetyt
muotoilijat osoittavat suoraan aloittelijoille.

Lähes jokainen muotoilija korosti tavoit-
teellisuutta. Minna Parikka kertoi hänelle
olleen alusta asti selkeä tavoite perustaa
kansainvälisesti tunnettu brändi. Tällöin
mutkiin ja töyssyihin matkan varrella on
helpompi suhtautua. Hän muistuttaa että
omista unelmista voi tehdä totta, vaikka
ne tuntuisikin aika mahdottomilta. Kovalla
työllä ja sillä, että on avoin uusille asioille
ja avoin oppimaan asioita, pystyy saavutta-
maan vaikka mitä. (Työ ja Elinkeinoministe-
riö 2011)

Sebastian Jansson muistuttaa oman
verkostoitumisen ja kansainvälisyyden
tärkeydestä, mikä syntyy tekemällä asioita
eri kohdekaupungeissa, osallistumalla eri
tapahtumiin ja laajentamalla sekä vakiin-

nuttamalla verkostoa jatkuvasti. On tärkeää
olla jatkuvasti utelias ja kiinnostunut alan
historiaa ja nykytilaa kohtaan ja laajentaa
ymmärrystä niistä ja itselle uusista asioista.
On tärkeää kehittää teknistä tietämystään ja
omaa taiteellista ja ammatillista visiotaan.
Ja aina saavuttaessaan jotain, tavoitetasoa
kannattaa kasvattaa joka osa-alueella. Hän
neuvoo aloittelijoita luomaan kymmenen
kertaa enemmän ideoita, mitä itse ajattelee
riittävän. Terve tyytymättömyys kannattaa
pitää mukana aina, eikä ajatella olevan-
sa koskaan työssään valmis tai tarpeeksi
hyvä. Aina pitää tähdätä yhä parempaan.
Tässä tärkeänä on tarpeeksi korkeiden/
merkittävien kriteerien, esikuvien, kunni-
anhimon ja tekemisen tason asettaminen.
Keskinkertaisuutta tulee välttää ja viedä
asioita loppuun saakka yhä korkeatasoi-
semmalla viimeistelyllä. Esikuvat ovat hyvä
apu jokaiselle aloittelijalle. Jansson neuvoo
hakeutuvansa heidän luokseen neuvonan-
toa ja henkistä sparrausta ja samaistumista
varten. Jokainen esikuva on ollut joskus
nuori ja aloitteleva, hän muistuttaa. Ongel-

mien ja haasteiden ilmetessä ajattele, mitä
esikuvasi tekisi kulloisessakin tilanteessa.
(Jansson 2016)

Lotta Nieminen korostaa järjestelmälli-
syyden merkitystä. Hän neuvoo pitämään
tiedostot ja kansiot tarkasti järjestyksessä.
Järjestelmällisyys auttaa pitkälle kun täytyy
löytää tai jakaa asioita myöhemmin. Myös

**“Keskinkertaisuutta tulee
välttää ja viedä asioita
loppuun saakka yhä
korkeatasoisemmalla
viimeistelyllä.”**

- Sebastian Jansson

yleistä ryhdikkyyttä hän painottaa. Vaikka
työskentelisi kotoa käsin, on hänen mu-
kaansa tärkeää, ettei vietä koko päivää pyja-
massa noutoruokia syöden, vaan että hakee
päiviin ryhtiä ja sitä myöten tehokkuutta.
Hän sanoo oppineensa asian aloittaessaan
itse freelancerina. (www.juneletters.com
2014)

Saana Sipilä ja Olli Sallinen antavat aloitteli-
joille neuvoksi sen, että kannattaa ymmär-
tää missä asioissa kysyä ja ottaa neuvoja
vastaan ja missä ei. Oma visuaalinen tyyli ja
tekeminen kannattaa viedä varmalle pohjal-
le ollen itse paras asiantuntija siinä, mutta
esimerkiksi taloudellisissa asioissa on hyvä
etenkin aluksi pyytää paljonkin apua. (Sipilä
ja Sallinen 2016)

Onkin hyvä pohtia jo aluksi, mitä asioita ot-
taa omalle vastuulleen ja mitä taas ulkois-
taa, jotta omalle luovalle työlle jää riittävästi
aikaa. Kirjanpidon järjestäminen on yksi
yrityksen toiminnan tärkeimmistä asioista.
Kirjanpitäjän valintaan kannattaa käyttää

aikaa. Ja huolehtia aina, että kaikki yrityksen taloudenpitoon liittyvät asiakirjat ja tositteet ovat järjestyksessä. (Korva 2014)

Kati Kujanen haastatteli muotoilija Eero Hintsasta opinnäytetyössään Muotoiluyrittäjyys -uhka vai mahdollisuus? ja Hintsanen mainitsee haastattelussa mestari-kisälli suhteen, Kujasen kysyessä mitä neuvoja hän antaisi aloittelevalle muotoiluyrittäjälle. Hintsanen näkisi, että malli olisi hyvin toimiva tänäkin päivänä, niin käsityöammateissa, muotoilussa, kuin yrittäjyydenkin oppimisessa. Muotoiluyrittäjyyttä harkitsevan kannattaisi pyrkiä jo opiskeluaikana harjoittelijaksi sellaiseen oman alan yritykseen, jollaista on perustamassa, näin oppien samalla niitä toimintatapoja ja käytäntöjä, joita yrityksen pyörittäminen vaatii. Hintsanen toteaaakin mestari-kisällijärjestelmän perustuvan siihen, että kisälli kiertää ammattikuntansa tekijöiden luona ja oppii samalla tarvittavia taitoja. Menetelmää voisi soveltaa myös tänä päivänä muun muassa yrittäjäksi oppimiseen. (Kujanen 2014, s.62)

Näiden seikkojen lisäksi kaikki haastatellut muotoilijat käskivät aloittelijoita uskomaan itseensä ja tekemiseensä, olemaan sinnikkäitä ja tekemään sydämellä.

6. PITKANTON TULEVAISUUSKENAARIO

Tässä osassa opinnäytetyötä esittelen yritykseni Pitkanton tulevaisuusskenaarion. Kerätyn tietopaketin pohjalta valitsen yritykselleni erilaisia mahdollisuuksia tarjoavat seikat ja sovellan niitä mahdolliseen toimintaan tulevaisuudessa.

6.1 TÄLLÄ HETKELLÄ

Perustin toiminimeni Pitkanton alkusyksystä 2015 ja avasin verkkokaupan lokakuussa 2015. Verkkokaupassa on myynnissä seitsemän erilaista suunnittelemaani sisustusjulistetta. Ja se on tällä hetkellä ainoa toimintaa. Tavoitteeni yritykselleni tämän viimeisen opintovuoden aikana on ollut pienet lisätienestit ja yrittäjyyteen tutustuminen. Markkinointiin käytän sosiaalisen median kanavista Facebookia ja Instagramia. Markkinointiyhteistyötä olen tehnyt Sopivasti sikin sokin- ja Mustarttu -blogien kanssa. Opinnäytetyön visuaalisena osana suunnittelen kaksi uutta myyntiin tulevaa julistetta, jotka esittelen myös tässä tulevaisuusskenaario -osiossa.

PITKANTO

KAUPPA BIO OTA YHTEYTTÄ

Hae tuotetta...








 Julisteet

Tuoteryhmät

Julisteet



Oletus Hinta Nimi

 <p>Sademetsä -juliste (harmaasävyninen)</p> <p>26,00 €</p> <p>Osta</p>	 <p>Sademetsä -juliste</p> <p>26,00 €</p> <p>Osta</p>	 <p>Meriharakat -juliste</p> <p>26,00 €</p> <p>Osta</p>	 <p>Mäkeä ylös -juliste</p> <p>26,00 €</p> <p>Osta</p>
 <p>Korppi -juliste</p>	 <p>Kaktus -juliste</p>	 <p>Hauki -juliste</p>	

Kuva 29. Pitkanton verkkokauppa, kuvankaappaus, Pitkanto 2016.

MUSTARTTU

ETUSIVU ABOUT STREETSTYLE INSTAGRAM BLOGLOVIN YOUTUBE

TYÖPISTEELLÄ



Vihdoin saan kirjoitetuksi teille omasta huoneesta, jota kuukausia sitten aloin sisustamaan. Lupailin kirjoittaa lisää, kunhan huone on kuvausvalmis. Sitä se on ollut jo hetken, mutta sain vasta hieman ennen reissua otettua materiaalia tänne blogiin. Ironista sinänsä, sillä elämä on vienyt siihen tilanteeseen, että edessä on muutto kun palaan takaisin Suomeen. Ajattelin kaikesta huolimatta julkaista kuvat työpisteestäni, nimittäin pidän aikaansaannoksesta. Ja mitä luultavammin seuraavan kämön työnieste saa iatkumoa nvkvisestä.

Miesten muotiblogi, jossa pääpainossa ovat kuvat ja fiilisfilmit, tyylivinkkejä unohtamatta. Tervetuloa mukaan!

Men's fashion blog where beautiful pictures, films and of course style tips are in a main role. Welcome!

Kuva 30. Markkinointiyhteistyö Mustarttu -blogin kanssa, kuvankaappaus, Mustarttu -blogi.

6.2 LÄHITULEVAISUUDEN MAHDOLLISUUDET

Lähitulevaisuudessa tärkeimmäksi mahdollisuuksia lisääväksi asiaksi koen näkyvyyden ja kontaktien lisäämisen. Ne ovat seikkoja, jotka suoraan lisäävät myyntiä ja jotka avaavat mahdollisuuksia toiminnan laajentamiseen. Koska toiminta painottuu tällä hetkellä verkkokaupan kautta tapahtuvaan myyntiin, on sen kehittäminen olemassa olevan toiminnan tärkeintä tukemista. Tähän liittyy tietenkin tarjonnan kasvattaminen, eli suunnittelemani uudet julisteet.

Verkkokaupan toimintaa on mahdollista kehittää myös julisteiden lisäksi muita tuotteita myymällä. Koska toimitustapa on Postin palvelut, on mahdollisten uusienkin tuotteiden oltava helposti postitettavia ja toiminnan järkevänä pitämisen takia helposti teetettäviä. Helpoin tapa kasvattaa tuoteliikettä tällä hetkellä on käyttää olemassa olevien julisteiden grafiikoita ja soveltaa niitä muihin tuotteisiin. Tällaisia tuotteita voisivat olla esimerkiksi kangaskassit, kalenterit, postikortit ja muut vastaavat pientuotteet. Tässä haasteena on tietenkin uusien tuotteiden teettämiseen tarvittava raha, jota tällä hetkellä opiskelijana minulla ei ole.

Markkinoinnin saralla uudet blogiyhteistyöt ovat aina yksi hyvä vaihtoehto. Koska Pitkanton omat sosiaalisen median kanavat (Facebook ja Instagram) ovat kuitenkin perusta markkinoinnissa, koen niissä tapahtuva toiminnankehityksen ja kampanjat ehkä jopa yhteistöitä tärkeämmäksi. Olen ideoinut mahdollista kampanjaa toteutettavaksi lähitulevaisuudessa. Kuten jo aiemmin tuli ilmi, Kujanen kirjoittaa tutkimuksessaan, että usein kuluttajat haluavat tietää kuka ja millainen suunnittelija on tuotteiden takana. Suunnittelemani kampanjan ideana olisi avata jo olemassa olevia julisteita tarinankerronnallisesta näkökulmasta, eli kertoa suunnittelijana omia ajatuksiani ja inspiraatioita kunkin julisteen kohdalla, ehkä niiden prosesseista myös. Tämä avaisi julisteet uudella tavalla ihmisille ja esittelisi itseäni myös tekijänä. Ihmiset yleensä pitävät tämänkaltaisesta henkilökohtaisesta tarinankerronnasta, ja uskonkin, että kampanja saisi hyvin positiivista huomiota ja sitä kautta lisää näkyvyyttä ja myyntiä. Esimerkkinä, Sademetsä julisteesta voisin kertoa kampanjassa sen, että inspiraationani oli lapsuusmuistot. Lapsena haaveilin olevani tutkimusretkeilijä, luin kaikki Edgar Rice Burroughsin alkuperäiset Tarzan

-kirjat ja omistinpa Disneyn Tarzan -pelin PlayStation 1:lle. Olemassa olevista julisteista Sademetsä -julisteeissa onkin kaikista naiivein tai lapsekkain inspiraatio/ajatus taustalla, vaikka toki konkreettinen lopputulos on huomattavasti vakavampi ja totisempi, kuten tyylilleni on ominaista.

Tällä hetkellä yksi merkittävä näkyvyyden, myynnin ja kontaktien lisäämisen keino on erilaiset markkinat. Monet haastattelemistani suunnittelijoista ovat saaneet tärkeitä kontakteja osallistumalla erilaisille markkinoille. Käytännön tasolla Pitkantolla on jo olemassa kaikki tarvittava, eli myytävät

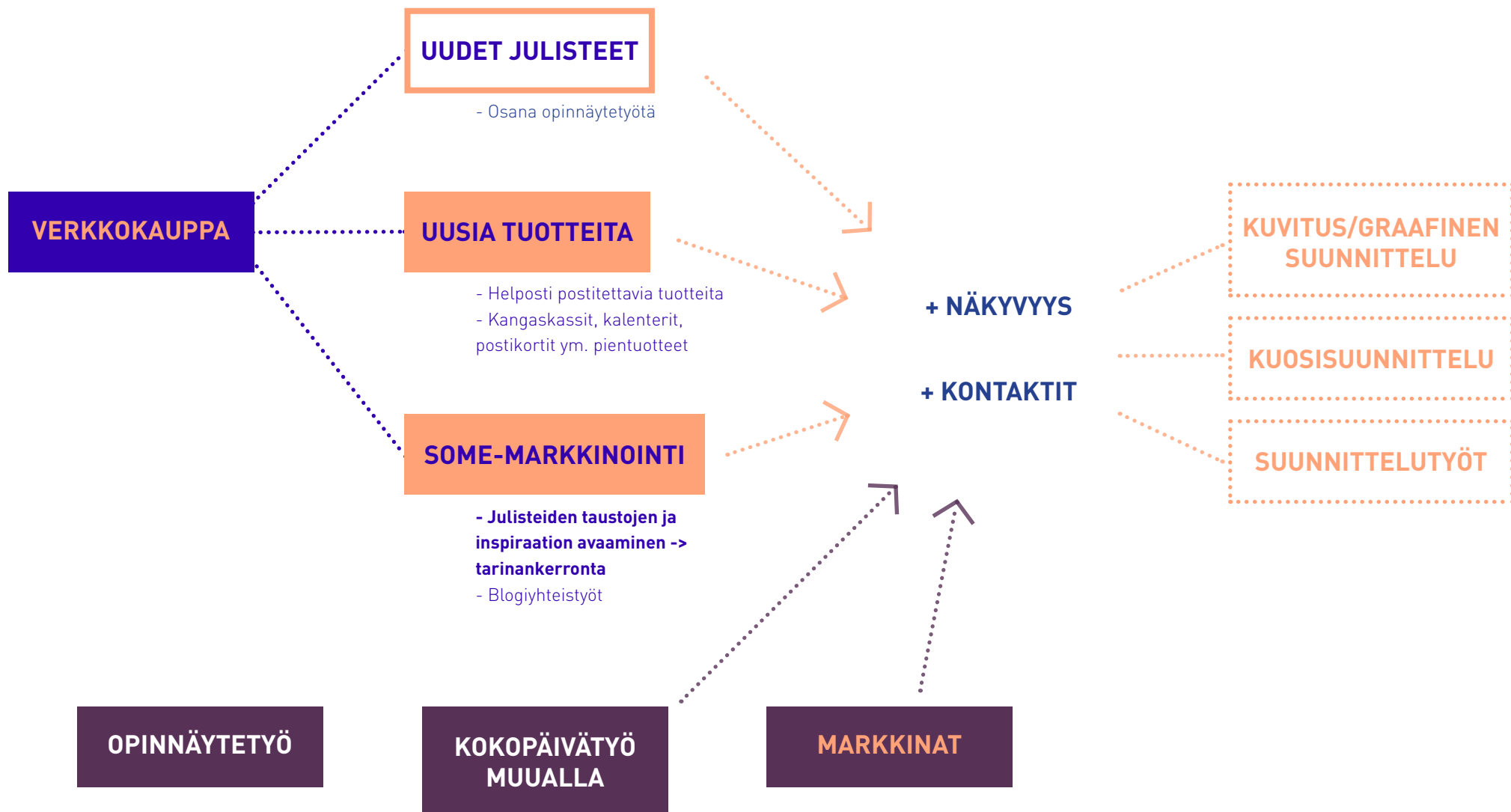
julisteet. Itse kuitenkin koen, että tuotevalikoiman olisi hyvä olla hieman laajempi kun osallistutaan markkinoille, mutta mahdollisista lisätuotteista kirjoitinkin jo ylempänä.

Tässä vaiheessa, valmistuessa ja siirryttäessä työelämään, yksi merkittävä kontakteja lisäävä asia on työpaikka. Koska aikomukseni ei ole kiirehtiä yrityksen toiminnan kasvattamisessa, tärkeää on tietenkin saada muotoilualan kokemusta ja kollegojen sekä ammattilaisten kontakteja. Myös itse tämä opinnäytetyö on osa niiden lisäämistä, sillä monet haastattelemistani muotoilijoista ovat olleet kiinnostuneita yrityksestäni, ja ikinä ei tiedä mitä mahdollisuuksia puskaradion kautta saattaa tulla.

Mitä sitten tavoittelen sen jälkeen kun Pitkanto saa lisää näkyvyyttä ja kontakteja? Lisätuloja tietenkin, mutta myös mahdollisuuksia laajentaa toimintaa verkkokaupan ulkopuolelle, varsinaisiin suunnittelutöihin. Julistegrafiikat esittelevät omaa graafista tekemistäni hyvin ja aikomukseni onkin jossainvaiheessa saada erilaisia kuvitus-, graafisen suunnittelun ja kuosisuunnittelun töitä. Ne ovat tällä hetkellä seuraava suurempi askel, johon yritystoiminnan kanssa toivon pääseväni.



Kuva 31. Sademetsä -juliste, Anton Pitkänen/Pitkanto 2015.



Kuvio 8. Lähitulevaisuuden mahdollisuudet. Pitkänen 2016.

HUIPPU –JULISTE

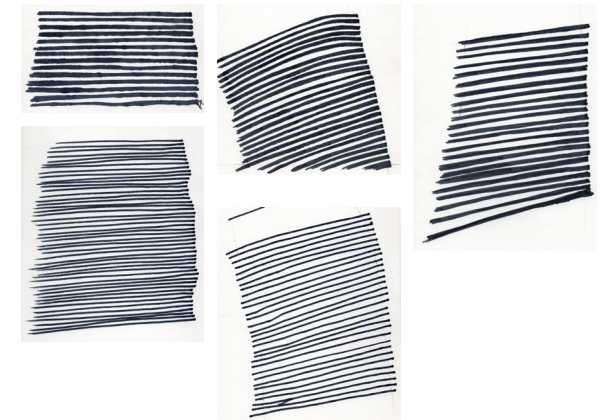
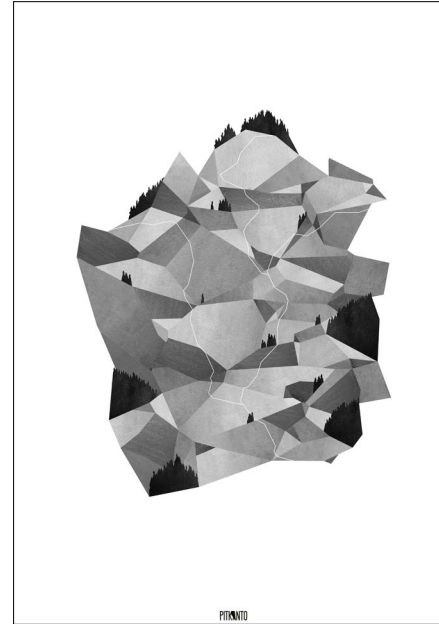
Uutena asiana näiden opinnäytetyön osana suunnittelemissani julisteissa oli analytyisyys ja suunnitelmallisuus. Aikaisemmat, olemassaolevat julisteet olen suunnitellut ennen verkkokauppatoiminnan aloittamista vapaa-ajallani ja ne kehittyivät pitkällä aikavälillä omalla painollaan. Näitä julisteita suunnitellessani minulla oli jo kokemusta menekistä ja kommentteja sekä palautetta ihmisiltä ja otinkin tämän informaation lähtökohdaksi ja huomioksi uusien suunnitellukseni.

Huippu –julisteessa perustana on tietenkin oma graafinen tyylini: särmä, kulmikas tietokoneella tehty grafiikka yhdistettynä käsintehtyihin pintoihin. Tähän julisteeseen hain tietoisesti samaa henkeä kuin tähän mennessä myydyimmässä Mäkeä ylös – julisteessa. Kurki –idea oli kehitelty jo aiemmin omana kokonaisuutenaan ja päätin yhdistää sen tähän julisteeseen.

Verkkokaupan aukiolon aikana olen saanut kommentteina esimerkiksi sen, että olisi mielenkiintoista nähdä koko julisteen pinnan kattava grafiikka tai värillinen tausta.

Tämä oli tässä julisteessa suunnitteluuni mukaan ottamani huomio.

Tämän suunnitelmallisuuden ja analytyisyyden pohjalta koen työstäneeni taiteellista ja ammatillista visiotani, kuten Jansson haastattelussa sanoji tärkeäksi.

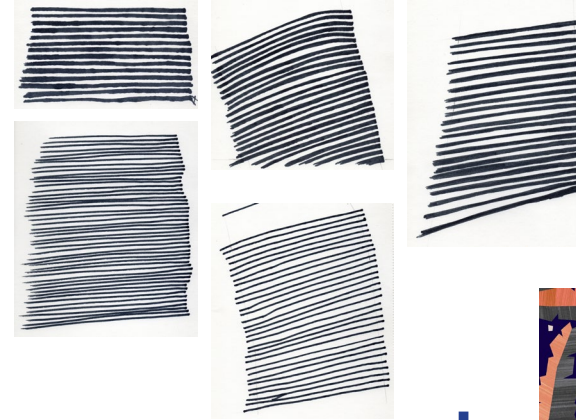


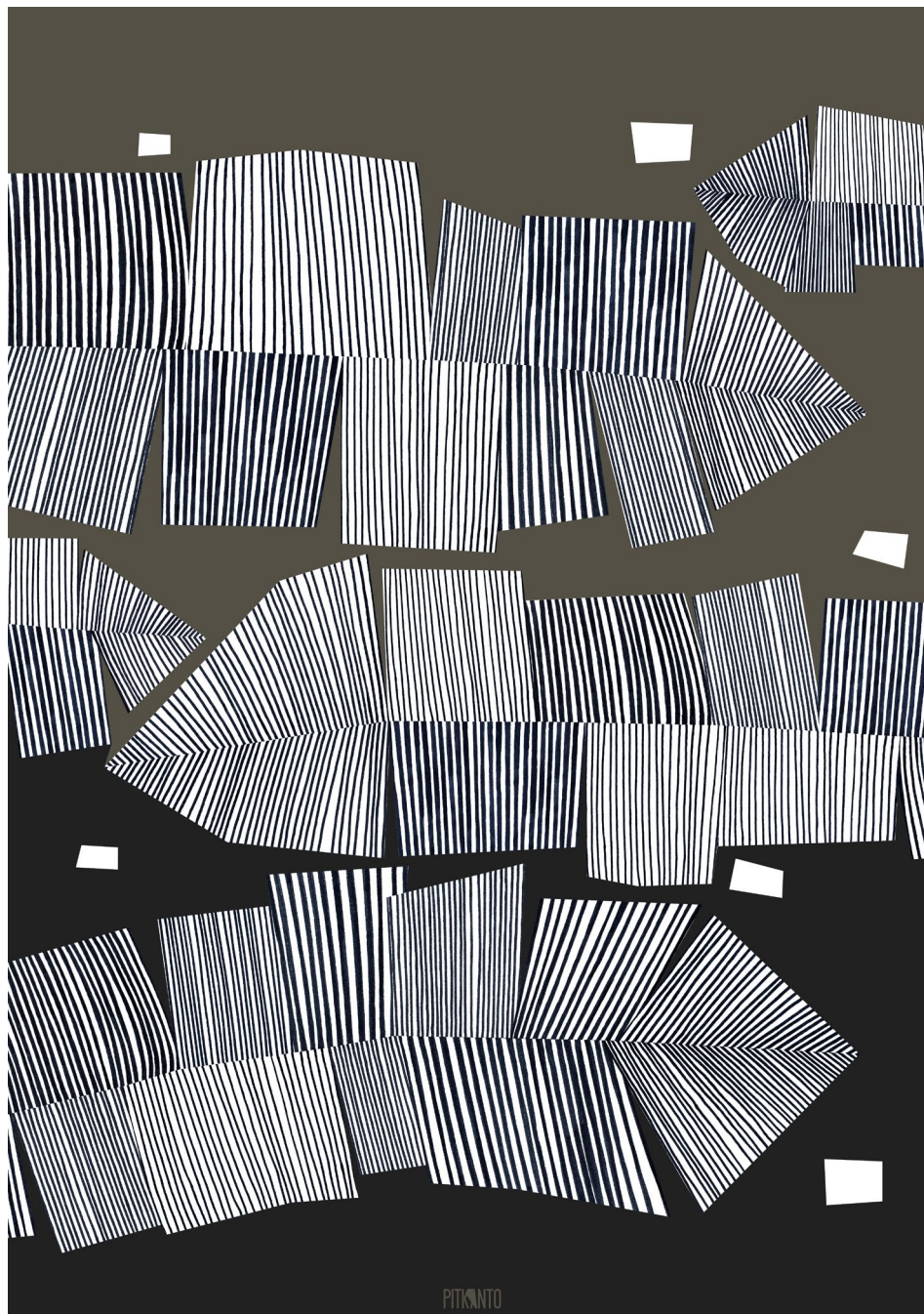


Kuva 32. Huippu -juliste, Anton Pitkänen/Pitkanto 2016.

BANAANINLEHDET –JULISTE

Samoin kuin Huippu –julisteessa, tässä Banaaninlehdet –julisteessa lähtökohdat olivat aiemmista julisteista tulleissa kommenteissa: koko pinnan kattava grafiikka ja väripohja. Näiden lisäksi itse julisteen aiheeseen sain ajatuksen vuodenvaihteessa tekemistäni Banaanikärpäset –teoksesta sekä Banaanimetsä -kuosista. Tyyllilliset seikat ovat samoja, oma graafinen tyylini. Tässä julisteessa kuitenkin näkyy edellistä julistetta vahvemmin oma kiinnostuksen kohteeni ja inspiraationi, joka tällä hetkellä on erilaiset kasviaiheet. Vuoden 2016 yhdeksi sisustustrendiksi on myös ennustettu erilaiset viherkasvit ja luontoaiheet, joten se menee myös hyvin yksiin tämän julisteen suunnittelussa. Verrattuna Huippu –julisteeseen, tätä julistetta aloittaessani minulla oli hyvin selkeä visio, mitä tahdon tehdä. Kokonaisuus ja sommitelma syntyi jo olemassa olevien ideoiden pohjalta hyvin helposti. Ainoa, jota jouduin pyörittelemään ja pohtimaan pidempään oli värimaailma ja sävyt.





Kuva 33. Banaaninlehdet -juliste, Anton Pitkänen/Pitkanto 2016.

6.3 PITKÄN AIKAVÄLIN MAHDOLLISUUDET

Pitkän aikavälin mahdollisuuksissa katson tulevaisuutta pidemmälle ja silloin skenaariota rakentaessa asiat luonnollisesti menevät suurpiirteisemmiksi. Tässä osassa otan enemmän huomioon asioita, joita tällähetkellä ajattelen minua mahdollisesti kiinnostavan pidemmällä tulevaisuudessa. Jatkan eteenpäin siitä skenaariosta, että tähän mennessä toiminta sisältää verkkomyynnin lisäksi varsinaisia graafisen suunnittelun, kuvituksen ja kuosisuunnittelun töitä.

Pidän itseäni monipuolisena tekijänä, ja jossain vaiheessa ammattiuuraa toivonkin, että pystyisin laajentumaan myös tuote- ja huonekalumuotoilun pariin. Tämä tietenkin lähtee käyntiin prototyyppien suunnittelulla ja kehittämisellä. Tällä hetkellä eniten tällaista toimintaa estää tiedon, tuote/huonekalumuotoilun koulutuksen puute ja rahoitus, koska poiketen graafisesta tekemisestä, tuote- ja huonekalumuotoilussa (toki riippuen asiasta) tarvitsee enemmän tietoutta ja rahaa materiaaleihin, tutkimiseen, työkaluihin ja mahdollisiin työpajoihin sekä tottakai työtuntien tulot on jollain tapaa turvattava. Pidänkin hyvin mahdol-

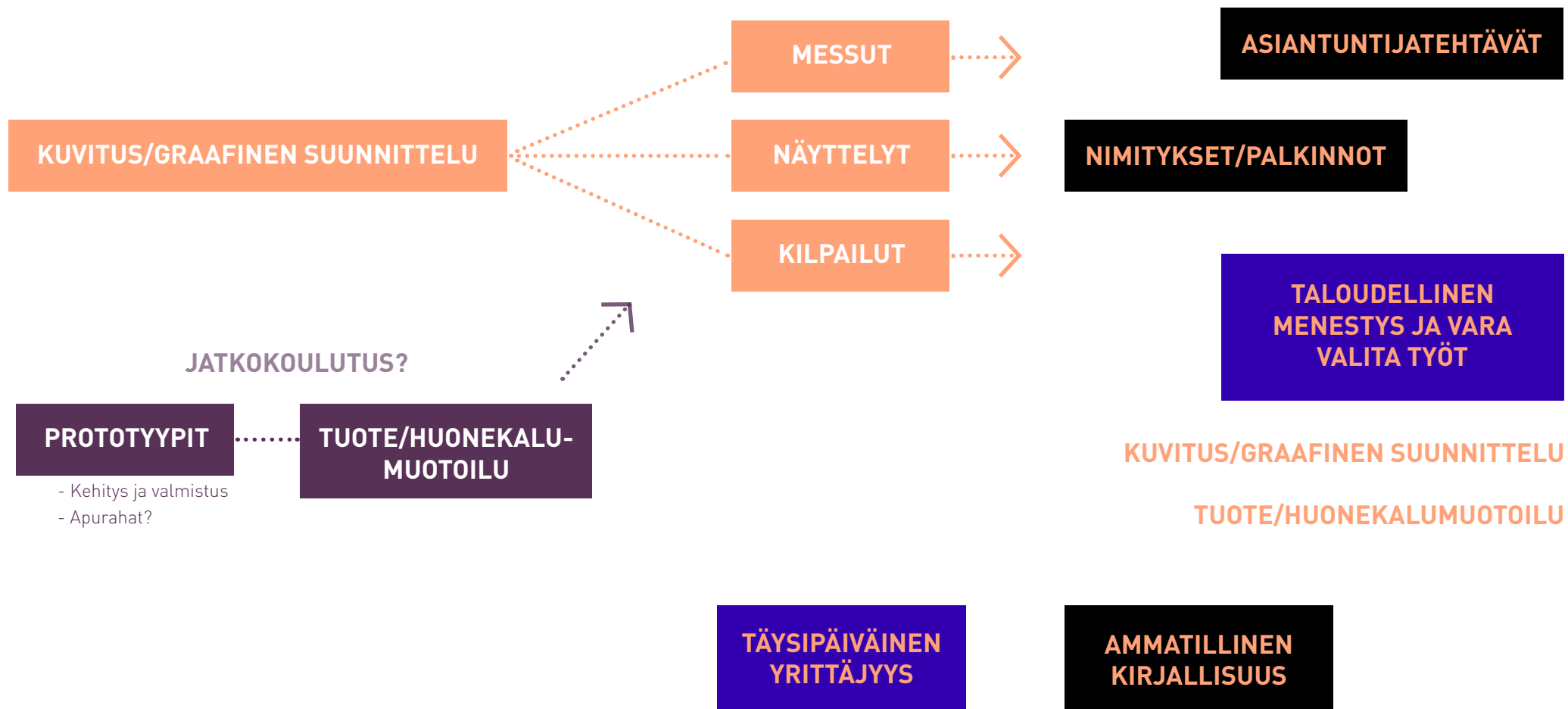
lisena, että jatkaisin jossain vaiheessa jatko-opintojen tai muun koulutuksen pariin liittyen tuotemuotoiluun tai huonekalumuotoiluun. Rahoituksen kanssa ehkä paras vaihtoehto on anoa apurahaa joltain sitä tarjoavalta taholta, sillä varsinkaan aluksi tuskin kovin helposti saa yritystä tilaamaan tuotetta, ennenkuin on esittää referenssejä.

Kun jossain vaiheessa on valmiita tuotteita tai prototyyppjä, ehdottoman tärkeä askel on osallistua messuille ja näyttelyihin ja yrittää niitä kautta saada mahdollisia tuottajia tai kiinnostuneita yrityksiä. Niinkuin haastatellut muotoilijatkin sanoivat, haastavinta on saada ensimmäiset kunnolliset referenssit eli tuotteet tuotantoon. Tämän jälkeen homma hieman kevenee, mutta tottakai referenssienkin kanssa on jokainen uusi tuote myytävä ja kehitettävä hyvin.

Erilaiset kilpailut on tärkeä keino saada näkyvyyttä ja se koskee myös graafista tekemistä. Suomessa monet muotoilu- ja sisustusalan mediat huomioivat yleensä erilaisten kilpailuiden tuloksia ja tuotoksia. Kilpaluvoitot ja palkinnot ovat tehokas huomio CV:ssä ja omaa tekemistä myydesä. Kun on päässyt tekemään muotoilu- ja

suunnittelutyötä ja referenssejä alkaa olla, on hyvin onnistuessa mahdollista saada nimityksiä ja palkintoja, joita voikin pitää uraa vakauttavina ja myös nostavina asioina.

Mitä pidän lopullisena tavoitteenani muotoiluuyrittäjyydessä? Tavoitteenani on joku päivä menestyä taloudellisesti oman yritykseni kautta niin, että on vara valita tekemäni työt. Tahdon kehittää osaamistani ja tekemistäni tasaisesti, monipuoliseksi. Siinä vaiheessa kun on repertuaarissa erilaisia graafisen suunnittelun ja kuvituksen sekä tuote- ja huonekalumuotoilun töitä ja mahdollisia nimityksiä/palkintoja, tulee varmasti myös tilaisuuksia erilaisiin asiantuntijatehtäviin. Kun on kannuksia ja nimeä, voisin kuvitella myös jonkinlaisen ammatillisen kirjallisuuden tekemisen kiinnostavan. Jossain vaiheessa matkaa yksi merkittävimmistä tavoitteista on tietenkin siirtyminen sivutoimisesta yrittämisestä kokonaan itselleen työskentelyyn. Toki se olisi jo melko nopeastikin mahdollista, mutta tässä vaiheessa, valmistuessa ja vasta siirryttäessä ammattilaistyöskentelyyn, koen itselle tärkeimmäksi asiaksi työskentelyn muualla ja sitä kautta ammattiin ja tekemiseen oppimisen.



Kuvio 9. Pitkän aikavälin mahdollisuudet. Pitkänen 2016.

7. ARVIOINTI

Valitsin opinnäytteen aiheeksi muotoilijan urasuunnittelun ja yrittäjyyden, koska koin sen ajankohtaiseksi ja tärkeäksi aiheeksi minulle tällä hetkellä. Opinnäytetyön myötä pureduin hyvin muotoiluyrittäjyyden mahdollisuuksiin ja toimintaan. Koen, että tarvitsin tällaista tietoutta ja ymmärrystä, mitä tämä prosessi minulle tarjosikin. Monessa kohdassa yllätyin, kuinka vähän näin etukäteen osaa ajatella mahdollisia urasuunnitteluun ja yrittäjyyteen liittyviä asioita. Oman yritykseni ja sen mahdollisuuden tulevaisuuden kannalta tämä prosessi oli todella tärkeä. Opinnäytetyötä varten jouduin pohtimaan ja punnitsemaan paljon asioita omakohtaisesti. Muutaman kerran huomasin jopa kyseenalaistavani tahtoni lähteä laajentamaan toimini toimintaa, saati sitten suuntaamaan kohti täysipäiväistä yrittäjyyttä. Mielestäni se kertoo sen, että aiheiden käsittely on ollut kattavaa sekä realistisia, eikä niitä peitelty liikaa optimistisuuteen tai kaunisteluun.

Ensimmäinen ajatukseni opinnäytetyökseni oli suunnitella vain uusia julisteita Pitkantonlehdelle, mutta ohjaajien kehotuksesta lähdin laajentamaan aihepiiriä. Olen siihen todella tyytyväinen. Matkan varrella painopiste siirtyi enemmän julisteista tutkimusosaan.

Prosessi kulki keskimäärin tasaisen hyvin eteenpäin koko ajan. Helmikuussa sain haastateltua opinnäytetyössä käytettyjä muotoilijoita, jotka vastasivat hyviä ja kattavia vastauksia ja olivat mukavasti mukana. Suurempia ongelmia ei itse aiheen ja sisällön käsittelyssä ollut missään vaiheessa.

Suunnittelemani uudet Huippu- ja Baananinlehdet -julisteet onnistuivat jopa paremmin kuin osasin odottaa. Koen, että ne kehittivät tyyliäni ja ajattelua visuaalisista asioista, jossa otetaan huomioon markkinat, kommentit ja henkilökohtainen kehitys. Julisteet ovat selvästi minun käsialani, selvästi Pitkanton julisteita. Tyyli on vahva ja tunnistettava, mutta silti eteenpäin kehittyntä.

Asia, joka vaikutti todella paljon prosessiin, oli työharjoitteluni tammikuusta maaliskuun loppuun. Kuljin päivittäin Lahdesta Helsinkiin, jossa työskentelin täyspäiväisiä päiviä, joka johtikin siihen, että opinnäytetyöhöni ehdin paneutua kunnolla vain viikonloppuisin. Tämä vaikutti prosessiin ja varmasti jollain lailla lopulliseen tuotokseen. Tästä huolimatta olen todella tyytyväinen koko opinnäytetyöhöni.

LÄHTEET

HAASTATELUT

- Halminen Jukka. 2016. Sisustusarkkitehti/senior designer, Suunnittelutoimisto Koko3.
- Jansson Sebastian. 2016. Teollinen muotoilija, Studio Sebastian Jansson.
- Laakkonen Mikko. 2016. Muotoilija, Studio Mikko Laakkonen.
- Sipilä Saana ja Sallinen Olli. 2016. Muotoilijat, Saana ja Olli.

ELEKTRONISET JULKAISUT

- Korva Janita. 2014. Työn iloa! Muotoilijan ammatillinen opas (verkkodokumentti). Helsinki: Teollisuustaitteen liitto Ornamo ry (viitattu 22.2.2016). Saatavissa: <https://www.ornamo.fi/app/uploads/2016/02/Ty%C3%B6n-iloa-opas-Ornamo.pdf> ISBN 978-952-68247-4-1 [PDF]
- Kujanen Kati. 2014. Muotoiluyrittäjyys - uhka vai mahdollisuus? Muotoiluyrittäjyyden haasteet ja menestystekijät pienyrittäjän kokemana (verkkodokumentti). Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti (viitattu 22.2.2016). Saatavissa: <https://www.theseus.fi/handle/10024/80138>
- Lith Pekka. 2014. Muotoilualan yritysten suhdanne- ja toimialaraportti 2013 (verkkodokumentti). Paikka tuntematon: Teollisuustaitteen liitto Ornamo (viitattu 22.2.2016). Saatavissa: https://www.ornamo.fi/app/uploads/2015/11/ornamo_toimialaraportti_2013.pdf ISBN 978-952-314-002-8 [PDF]
- Vepsäläinen Aino. 2015. Tapaus: Muotoilija 2025 - Hypoteesi muotoilijan ammatillisesta tulevaisuudesta (verkkodokumentti). Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti (viitattu 22.2.2016). Saatavissa: <https://www.theseus.fi/handle/10024/97014>

SÄHKÖISET LÄHTEET SEKÄ VERKKOSIVUSTOT

- Essmaker Ryan & Tina. 2012. Lotta Nieminen interview (viitattu 22.2.2016). Saatavissa: <http://thegreatdiscontent.com/interview/lotta-nieminen>
- Woodside Amy. 2014. Lotta Nieminen interview (viitattu 22.2.2016). Saatavissa: <http://www.okreal.co/articles/lotta-nieminen/>
- Levitz Jess. 2014. Freelance wisdom: Lotta Nieminen (viitattu 22.2.2016). Saatavissa: <http://www.juneletters.com/blog/2014/10/4/freelance-wisdom-lotta-nieminen>
- Ruhanen Johanna. 2013. Haastattelussa Minna Parikka: Ura oman lestin mukaan (viitattu 22.2.2016). Saatavissa: <http://www.woman-ry.org/?x103997=128699>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2011. Minna Parikka haastattelu - esittelyssä Suomen nuoret yrittäjät (viitattu 22.2.2016). Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=MFxOyNzSjto>
- www.lamk.fi

Kuviot

Kuvio 1: Ammattitaidon kehittämisen osa-alueet. Anton Pitkänen. 2016.

Kuvio 2: Muotoilu-yrittäjänä toimimisen kokonaisuus. Anton Pitkänen. 2016.

Kuvio 3: Prosessin kulku. Anton Pitkänen. 2016.

Kuvio 4: Urakehitykseen vaikuttavat asiat. Anton Pitkänen. 2016.

Kuvio 5: Verkostoituminen ja näkyvyys. Anton Pitkänen. 2016.

Kuvio 6: Myynnin osa-alueet. Anton Pitkänen. 2016.

Kuvio 7: Ansaintavertailu. Anton Pitkänen. 2016.

Kuvio 8: Lähitulevaisuuden mahdollisuudet. Anton Pitkänen. 2016.

Kuvio 9: Pitkän aikavälin mahdollisuudet. Anton Pitkänen. 2016.

KUVALÄHTEET

Kuva 1: Kuvaaja tuntematon. Mikko Laakkonen [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.mikkolaakkonen.com/about/>

Kuva 2: Kuvaaja tuntematon. Kaari -naulakko, Mikko Laakkonen [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.mikkolaakkonen.com/work/kaari/>

Kuva 3: Kuvaaja tuntematon. Latva -naulakko, Mikko Laakkonen [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.mikkolaakkonen.com/work/latva/>

Kuva 4: Kuvaaja tuntematon. Ukki -pöytä, Mikko Laakkonen [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.mikkolaakkonen.com/work/ukki/>

Kuva 5: Kuvaaja tuntematon. Vege -pannu, Mikko Laakkonen [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.mikkolaakkonen.com/work/vege/>

Kuva 6: Kuvaaja tuntematon. Sebastian Jansson [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.sebastianjansson.com/information/>

Kuva 7: Salazar Alfredo. Folded -valaisin, Sebastian Jansson [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.sebastianjansson.com/#/lightfiction-lamps/>

Kuva 8: Kuvaaja tuntematon. Xstool -jakkara, Sebastian Jansson [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.sebastianjansson.com/#/objects-2-1/>

Kuva 9: Särkilahti Jussi. Compiled -valaisinsarja, Sebastian Jansson [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.sebastianjansson.com/#/compiled-lamps/>

Kuva 10: Särkilahti Jussi. Compiled -valaisinsarja, Sebastian Jansson [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.sebastianjansson.com/#/compiled-lamps/>

Kuva 11: Koponen Anni. Ornamo-palkintoehdokkaat Saana Sipilä ja Olli Sallinen [22.2.2016]. Saatavuus: <https://www.ornamo.fi/fi/artikkeli/saana-ja-olli-modernin-yrittäjyyden-esimerkki-tapaus/>

Kuva 12: Rautio Unto. Kauppareissu -kuosi, Saana ja Olli [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.saanajaolli.com/kauppareissu-en/>

Kuva 13: Kesäläinen Suvi. Seitsemän palaa -kuosi, Saana ja Olli [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.saanajaolli.com/seitseman-palaa-en/>

Kuva 14: Rautio Unto. Maailman synty -kuosi, Saana ja Olli [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.saanajaolli.com/maailman-synty-en/>

Kuva 15: Rautio Unto. Myrskyn jälkeen -kuosi, Saana ja Olli [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.saanajaolli.com/myrskyn-jalkeen-en/>

Kuva 16: Kuvaaja tuntematon. Jukka Halminen [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.koko3.fi/contact/>

Kuva 17: Kuvaaja tuntematon. Icon medialab [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.koko3.fi/projects/icon-medialab/>

Kuva 18: Kuvaaja tuntematon. 7. linja [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.koko3.fi/projects/7.-linja/>

Kuva 19: Kuvaaja tuntematon. Warner music [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.koko3.fi/projects/warner-music-kamppi/>

Kuva 20: Aimo-Koivisto Antti. Minna Parikka [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.mtv.fi/uutiset/talous/artikkeli/lehti-minna-parikka-taistelee-tuotemerkistaan-kiinassa/4760934>

Kuva 21: Kuvaaja tuntematon. Raquel red nappa [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.minnaparikka.com/fi/raquel-red-nappa>

Kuva 22: Kuvaaja tuntematon. Over the rainbow baby blue [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.minnaparikka.com/fi/over-the-rainbow-baby-blue>

Kuva 23: Kuvaaja tuntematon. Bunny sneaks [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.minnaparikka.com/fi/pupu>

Kuva 24: Simonen Elina. Lotta Nieminen [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.lottanieminen.com/>

Kuva 25: Kuvaaja tuntematon. Paulig [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.lottanieminen.com/illustration/paulig/>

Kuva 26: Kuvaaja tuntematon. Habitare [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.lottanieminen.com/illustration/habitare/>

Kuva 27: Kuvaaja tuntematon. Paintbox [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.lottanieminen.com/graphic-design/paintbox/>

Kuva 28: Kuvaaja tuntematon. Bec brittain [22.2.2016]. Saatavuus: <http://www.lottanieminen.com/graphic-design/bec-brittain/>

Kuva 29: Kuvankaappaus. Pitkanton verkkokauppa [10.4.2016]. Saatavuus: <http://pitkanto.com/fi/tuoteryhma/229544>

Kuva 30: Kuvankaappaus. Mustarttu -blogi [10.4.2016]. Saatavuus: <http://mustarttu.blogspot.fi/2016/02/tyopisteella.html>

Kuva 31: Pitkänen Anton/Pitkanto. Sademetsä -juliste. 2015.

Kuva 32: Pitkänen Anton/Pitkanto. Huippu -juliste. 2016.

Kuva 33: Pitkänen Anton/Pitkanto. Banaaninlehdet -juliste. 2016.