



Karelia-ammattikorkeakoulu
Tradenomi – Liiketalous (AMK)

Yrityksen liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman kehittäminen SWOT-analyysin avulla

Pekka Lipponen

Opinnäytetyö, maaliskuu 2024

www.karelia.fi



OPINNÄYTETYÖ
Maaliskuu 2024
Liiketalouden koulutus

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihde)

Tekijä(t)
Pekka Lipponen

Nimeke
Yrityksen liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman kehittäminen SWOT-analyysin avulla

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena on laatia liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma yritykselle, jonka opinnäytetyön tekijä aikoo perustaa lähitulevaisuudessa. Kyseisen yrityksen toiminta perustuu freelancerina toimimiseen. Suunnitteilla olevan yrityksen toiminnan keskiössä on piirtäminen, kuvittaminen, graafinen suunnittelu sekä videoeditointi. Kohderyhmiä ovat yksityishenkilöt ja yritykset.

Kirjallisuuskatsauksessa käydään läpi yrityksen perustamiseen liittyviä asioita, luovaa alaa, SWOT-analyysiä sekä liiketoimintamallia ja yrityksen perustamissuunnitelmaa. Menetelmät-osiossa käsitellään tutkimuskysymystä, menetelmiä ja aineistoa koskevaa teoretietoa. Lisäksi Menetelmät-osiossa käsitellään puolistrukturoitua haastattelua, joka toteutettiin opinnäytetyön aikana. Tutkimuksessa on keskeisessä roolissa SWOT-analyysi, jota tekijä käytti tutkimuksen haastatteluvaiheessa, jossa haastateltiin neljää eri kohderyhmää. Kohderyhmiä olivat yritysneuvojat, toimialalla toimivat tai jo eläköityneet, potentiaaliset asiakkaat sekä ChatGPT. Haastatteluista saadun aineiston pohjalta tehtiin SWOT-analyysi, jonka avulla oli tarkoitus pyrkiä parantamaan tekijän laatimaa liiketoimintamallia sekä yrityksen perustamissuunnitelmaa.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi SWOT-analyysin avulla paranneltu liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma tulevalle yritykselle. Tuloksena saatiin uutta tietoa koskien tekijän liikeideaa, toimialaa sekä suunnitteilla olevan yrityksen toimintaa. Varsinkin liiketoimintamalli kehittyi tutkimuksen ansiosta.

Kieli
suomi

Sivuja 78
Liitteet 2
Liitesivumäärä 8

Asiasanat
yrittäjyys, yrityksen perustaminen, liiketoimintamalli, perustamissuunnitelma, SWOT-analyysi



THESIS
March 2024
Degree Programme in Business Economics

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Author
Pekka Lipponen

Title
Developing a Business Model and Business Plan for a Company Using SWOT Analysis

Abstract

The aim of the thesis is to develop a business model and a business plan for a company that the author intends to set up in the near future. The business is based on freelance work. The company will focus on drawing, illustration, graphic design and video editing. The target groups are private individuals and companies.

The literature will cover the issues involved in setting up a business, the creative sector, a SWOT analysis, the business model and the business plan. The methodology section discusses the theory of research question, methods, and theoretical information related to the data. In addition, the methodology section discusses the semi-structured interview that was conducted during the thesis. The SWOT analysis, which was used by the author during the interview phase of the study, where four different target groups were interviewed, plays a central role in the study. The target groups included business advisers, people who are working in the industry or who are already retired, potential customers and ChatGPT. The data from the interviews was used to conduct a SWOT analysis in an attempt to improve the business model developed by the author and the plan for setting up the company.

As a result of the thesis, an improved business model and a business plan for the future company were created with the help of a SWOT analysis. As a result, new information was obtained regarding the author's business idea, the industry and the planned company's activities. In particular, the business model was improved as a result of the study.

Language
Finnish

Pages 78
Appendices 2
Pages of Appendices 8

Keywords
entrepreneurship, starting a business, business model, start-up plan, SWOT analysis

Sisältö

1	Johdanto	6
1.1	Tausta	6
1.1.1	Aiheen valinta	6
1.1.2	Tekijän tietoperusta työn aloittamisvaiheessa	7
1.1.3	Oman liikeidean kuvaus	8
1.1.4	Muut opinnäytetyöt ja uutuusarvo	10
1.2	Tarkoitus, tavoitteet ja rajaukset	11
1.3	Opinnäytetyön rakenne ja aikataulu	13
2	Kirjallisuuskatsaus	14
2.1	Yrittäjyys & yrittäjyys luovilla aloilla	14
2.1.1	Yrittäjyys	14
2.1.2	Luovat alat	15
2.1.3	Yrittäjyys luovilla aloilla	17
2.1.4	Yrityksen liikeidea	18
2.1.5	Yrityksen perustaminen ja perustamissuunnitelma	19
2.1.6	Yrityksen perustamissuunnitelma	24
2.1.7	Yrityksen perustamisen vaiheet	24
2.1.8	Perustamissuunnitelma tekijän suunnittelemassa yrityksessä	25
2.1.9	Alustava perustamissuunnitelma	26
2.2	Liiketoimintamalli	27
2.2.1	Käsitteen määrittely ja avaaminen	27
2.2.2	Liiketoimintamalli tässä opinnäytetyössä	31
2.2.3	Tekijän alkuperäinen liiketoimintamalli	31
2.3	SWOT-analyysi	34
2.3.1	Käsitteen määrittely ja avaaminen	34
2.3.2	SWOT-analyysin käyttö ja hyödyt	35
2.3.3	SWOT-analyysi tässä opinnäytetyössä	36
2.3.4	Tekijän laatima SWOT-taulukko omasta liikeideasta	36
3	Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät	38
3.1	Tutkimuskysymys	38
3.2	Tutkimusmenetelmä ja tutkimusaineisto	39
3.3	Haastattelu	40
3.3.1	Haastattelun suunnittelu ja haastattelukysymykset	41
3.3.2	Haastattelun toteutus	44
3.4	Tulosten kirjaaminen ja analysointi	45
3.5	Tutkimuksen luotettavuus	46
3.6	Tutkimuksen eettisyys	48
4	Tulokset	50
4.1	Haastattelujen tulokset	50
4.1.1	Yritysneuvojat	51
4.1.2	Alalla toimivat / alasta tietävät	53
4.1.3	Potentiaaliset asiakkaat / tauluista kiinnostuneet	55
4.1.4	ChatGPT	57
4.2	SWOT	61
4.3	Paranneltu liiketoimintamalli	62
4.4	Perustamissuunnitelma (päivitetty)	71
5	Pohdinta	72

5.1	Lähtökohdat.....	73
5.2	Prosessi.....	74
5.3	Jatkotoimenpiteet.....	74
5.4	Itsearviointi.....	75
6	Johtopäätökset	75
	Lähteet.....	77

Liitteet

Yrityksen alustava perustamissuunnitelma

Yrityksen alustava liiketoimintamalli

Liiketoimintamalli	Kuvaa, miten organisaatio luo, tuottaa ja kerää arvoa. (Osterwalder & Pigneur 2013, 19)
Yrityksen perustamissuunnitelma	Tässä opinnäytetyössä tarkoitetaan yrityksen perustamissuunnitelmalla yrityksen suunnittelun ja perustamisen vaiheita liikeidean luomisesta yrityksen perustamiseen ja toiminnan aloittamiseen.
SWOT-analyysi	Suosittu 4-laatikkoinen strategia-analyysi ja strategiakehityskehys. (Sarsby 2016, 3).

Taulukko 1. Käsitteet

1 Johdanto

1.1 Tausta

Aiheita ovat aiheen valinta, tekijän oman motivaation lähtökohdat, tämän hetken tietämys, työn tarkoitus sekä mahdolliset rajaukset, jotka on otettu huomioon opinnäytetyön suunnittelu- ja toteuttamisvaiheessa. Näiden lisäksi tekijä avaa omaa suunniteltua liikeideaansa siinä muodossa, jossa se on työn alkuvaiheessa.

1.1.1 Aiheen valinta

Opinnäytetyön tekijä valitsi kyseisen aiheen, koska yrittäjyys ja yrittäjänä toimiminen kiinnosti häntä. Tekijä on pitkään harkinnut yrityksen perustamista ja opinnäytetyö antoi hyvän mahdollisuuden laatia tekijän oman liikeidean pohjalta liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman yrityksen suunnitteluvaiheessa.

Aihe on tekijän mielestä kiinnostava, koska se antaa tekijälle mahdollisuuden tutkia tämän hetken tiedon pohjalta asioita liittyen yrityksen perustamiseen, liiketoimintamallin suunnitteluun, sekä yrittäjyyteen ja luovaan alaan. Varsinkin luova ala on keskeisessä roolissa, koska tällä hetkellä liikeidean keskiössä on kuvittaminen, graafinen suunnittelu, sekä videoeditointi. Kirjallisuuden ja tutkimukseen liittyvien haastatteluiden tavoitteena on antaa tekijälle tietoa mahdollisista vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista sekä uhkista koskien hänen omaa liikeideaansa, liiketoimintamallia sekä perustamissuunnitelmaa.

Opinnäytetyön tekijän mielestä aihetta on tärkeä tutkia, jotta on mahdollista saada ajankohtainen kuvaus asioista, jotka liittyvät aiheisiin, jotka ovat tulevan yritystoiminnan kannalta keskeisiä. Aihe on kirjoittajan mielestä ajankohtainen,

koska tekijän on tarkoituksena perustaa lähitulevaisuudessa yritys, jonka perustamisen apuna kyseinen opinnäytetyö toimii. Työstä tulee olemaan tekijälle konkreettista hyötyä työuran kehityksen ja yrittäjäksi ryhtymisen kannalta. Tekijä uskoo, että hänellä riittää motivaatiota läpi prosessin.

Tekijä kokee, että hänellä on korkea motivaatio koskien toimialalla toimimista ja yrittäjyyttä. Sen lisäksi piirtäminen, suunnittelu ja videoeditointi ovat olleet tapa toteuttaa itseään luovasti. Tähän mennessä se on kuitenkin ollut vain ajanviettotapa ja harrastus. Tekijä on kuitenkin huomannut, että töiden tekeminen todella motivoi ja ideat eivät tunnu loppuvan kesken. Tästä syystä tekijän mielestä yrittäjyys, ja itsensä työllistäminen luovalla alalla toimivana freelancerina on seuraavat askeleet hänen kohdallaan. Tekijä kokee, että opinnäytetyö antaa loistavan mahdollisuuden todella paneutua oman liikeidean kehittämiseen, analysointiin ja sen saattamiseksi todeksi. Oikeaksi yritykseksi.

1.1.2 Tekijän tietoperusta työn aloittamisvaiheessa

Tekijä on kokenut oppineensa yrittäjyydestä ja yleisesti liiketaloudesta liiketalouden opintojen aikana viimeisten kolmen vuoden aikana Karelia ammattikorkeakoulussa. Tekijä erikoistui opinnoissa markkinointiin, joten ainakin teoria koskien markkinointia on hänen mielestään melko hyvällä pohjalla, tosin hän tiedostaa, että uuden tiedon omaksuminen on tärkeä nopeasti ja jatkuvasti muuttuvassa maailmassa.

Tekijällä ei itsellään ole konkreettista kokemusta yrittäjyydestä, mutta hänen omassa lähipiirissään on yrittäjiä, joiden toimintaa hän on päässyt seuraamaan läheltä. Tekijä kokee, että vaikka hänellä ei ole kokemusta yrittäjyydestä, niin hänellä on jonkin verran alustavaa tietoa koskien itse yrittäjyyttä. Hän on tutustunut aiheeseen verkossa ja keskustellut yrittäjinä toimivien henkilöiden kanssa viimeisten muutaman vuoden aikana. Opintojen aikana hän on saanut paljon tietoa yrittäjyydestä. Tiedot koskien yrityksen perustamista, tuotteiden / palvelujen markkinointia, yrityksen lakiasioita, budjetointia ovat parantuneet

huomattavasti. Tekijä kuitenkin kokee, että tieto on kuitenkin vielä aika lailla hajanaista, joten lisätiedon saaminen on tärkeää opinnäytetyön ja mahdollisen tulevaa yrittäjyyttä ajatellen. Tekijän yhtenä tavoitteena on, että hän pääse tilanteeseen, jossa hänellä on selkeä ymmärrys asioista kokonaisuuksina.

Tekijällä on alustavaa tietoa koskien yrityksen perustamista ja siihen liittyvistä asioista, jotka pitää ottaa huomioon jo yritystä suunniteltaessa, sekä itse toiminnan aloittamisen yhteydessä. Tekijä on ottanut selvää ja saanut alustavan ymmärryksen siitä, mitä tulevia toimenpiteitä on luvassa, jos haluaa perustaa yrityksen.

SWOT-analyysi on opinnäytetyön tekijälle entuudestaan tuttu käsitteenä. Kyseinen aihe on tullut vastaan tekijälle opintojen aikana monta kertaa. Tekijä on käyttänyt SWOT-analyysiä apuna monissa opintoihin liittyvissä tehtävissä ja toimeksiannoissa. Hän kokee ymmärtävänsä SWOT-analyysin pääidean ja sen käyttömahdollisuudet.

1.1.3 Oman liikeidean kuvaus

Seuraavaksi käydään opinnäytetyön tekijän oma näkemys tämänhetkisestä liikeideasta opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa, jossa haastatteluja ja SWOT-analyysiä ei ole vielä tehty. Tekijä tiedostaa jo alkuvaiheessa, että kyseinen liikeidea tulee mahdollisesti muuttumaan ainakin osittain opinnäytetyön aikana, kun tekijä saa lisätietoa kirjallisuuden ja lopulta haastattelujen ja SWOT-analyysin avulla. Pohdinta ja johtopäätökset osiossa on mahdollista käsitellä liikeidean, liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman muuttumista tästä kirjoitushetkestä siihen, kun paranneltu versio on tuloksena avulla saatu muodostettua.

Opinnäytetyön alkuvaiheessa liikeidean keskiössä on piirtäminen, kuvien luonti / muokkaus sekä videoeditointi. Tekijän ideana on toimia freelancerina, joka ottaa

ulkopuolelta töitä itselleen vastaan, projektimuotoisina. Luova freelancer tarkoittaa Chon ja Ilascon (2010) mukaan sellaista henkilöä, joka toimii itsenäisenä alihankkijana, joka tarjoaa luovia palvelujaan ostajille (Cho & Ilasco 2010, 12).

Tekijällä on tavoitteena olla visuaalisten palvelujen ja tuotteiden tarjoaja aluksi Suomessa. Kansainvälisyys on ajankohtaista mahdollisesti tulevaisuudessa, kun jalansijaa on ensin hankittu kunnolla Suomesta ja saatu kokemusta alalta.

Suunnitellun yrityksen palvelut ja tuotteet ovat listattu seuraavanlaisesti:

- Piirroksset (*taulut, tulosteet, taustakuvat, luonnokset, lisensointi*)
- Concept art (*peleihin, maisema / alueluonnokset ja suunnittelut*)
- Graafinen suunnittelu (*logot, mainokset, markkinointimateriaali yrityksille*)
- Videot (*urheiluvideot keskiössä, myös muu videotuotanto mahdollista*)
- Muut visuaaliset tuotteet / palvelut

Toiminta yrittäjänä on tarkoitus aloittaa tekijän kohdalla kevytyrittäjänä. Uusyrittäjäkeskuksen (2021) mukaan ”kevytyrittäjä on yrittäjämäinen ja joustava tapa myydä omaa työtä ilman Y-tunnusta.” Laskuttaminen sekä palkanmaksu tapahtuu laskutuspalvelun avulla. Kevytyrittäjä ei ole juridinen yritysmuoto. (Uusyrittäjäkeskus 2021, 10).

Opinnäytetyön tekijän on tarkoituksenaan aloittaa toiminta kevytyrittäjänä loppuvuodesta 2023, koska kevytyrittäjä on hänen mielestään matalan kynnyksen palvelu ja se mahdollistaa yrittäjämäisen toiminnan aloittamisen. Se antaa tekijälle mahdollisuuden testata omaa liikeideaansa ja sen lisäksi se antaa kokemusta ja kuvan oman liikeidean toimivuudesta.

Tällä hetkellä tekijällä on tarkoituksena valita yritysmuodoksi toiminimi kevytyrittäjyysvaiheen jälkeen. Toiminimellä tarkoitetaan Uusyrityskeskukseen (2021) mukaan yksityistä elinkeinoharjoittajaa. (Uusyrityskeskus 2021, 42–47). Toiminimi on tekijän mielestä paras vaihtoehto, koska yritystoimintaa on tarkoituksena tehdä yksin freelancerina. Yhteistyön tekeminen on mahdollista, mutta tekijä kokee, että sillä ei ole vaikutusta yritysmuodon valintaan.

1.1.4 Muut opinnäytetyöt ja uutuusarvo

Opinnäytetyön tekijä etsi Theseus.fi sivustolta opinnäytetöitä, jotka liittyivät tämän kyseisen opinnäytetyön aiheisiin. Hakujen tulokset olivat seuraavanlaiset. Hakusanalla ”Liiketoimintamalli” löytyi 3401 työtä. Hakusanalla ”Perustamissuunnitelma” löytyi 88 työtä. Edellä mainittujen hakusanojen yhdistäminen tuotti tulokseksi 7 työtä. (Theseus 2023.)

Hakusanalla ”SWOT-analyysi” löytyi 13180 työtä. Hakusanalla ”Luova ala” löytyi 12033 työtä. Hakusanalla ”Graafinen sisällöntuotanto” löytyi 467 työtä. Hakusanalla ”Graafisen alan kevyt yritys” löytyi 2 työtä. (Theseus 2023.)

Samaan aihekokonaisuuteen liittyvää opinnäytetyötä tekijä ei Theseus.fi sivustolta löytänyt. Muutama sellainen opinnäytetyö kuitenkin löytyi, joiden aihe oli tekijän mielestä osittain lähellä tämän työn aihetta. Kahta niistä käsitellään seuraavaksi.

Ensimmäisenä työnä on Munterin (2023) opinnäytetyö, jonka nimi on Aloittavan yrittäjän liiketoimintamalli. Munterin opinnäytetyön tavoitteena on kehittää liiketoimintasuunnitelma opinnäytetyön tekijälle. Työssä selvitetään liiketoimintamallin ja brändin merkitystä liiketoimintasuunnitteluun. Työn toiminnallisessa osuudessa käytetään Business Model Canvasia, SWOT-analyysiä, sekä Uusyrityskeskukseen liiketoimintasuunnitelma- ja laskelmapohjia.

(Munter 2023). Kyseisen opinnäytetyön teoriaosuudessa sekä toimintaosuudessa korostuvat suoramyynnin näkökulma. (Munter 2023, 1) Munterin työn yhtenä tarkoituksena on selvittää esimerkiksi mikä on liiketoimintamalli ja mistä se koostuu? Munterin (2023) opinnäytetyön tuloksena syntyy liiketoimintamalli, jota Munter voi hyödyntää omassa yrittäjyydessä. (Munter 2023, 2). Tämän opinnäytetyön tekijä valitsi nostaa esille kyseisen työn, koska siinä käsitellään Business Model Canvasia ja SWOT-analyysiä, jotka ovat merkittävässä roolissa myös tämän opinnäytetyön tekijän työssä.

Toisena käsiteltävänä opinnäytetyönä on Korpelan (2020) työ nimeltä Alkaisinko freelanceriksi. Korpelan tarkoituksena on toimia graafisen alan freelancerina. Työ on rajattu käsittelemään yrityksen perustamisvaihetta. Korpelan työn tavoitteena on kartoittaa freelancerina työskentelyn luonnetta, sekä sitä millaiset yritysmuodot soveltuvat freelancerina toimivalle. (Korpela 2020). Korpelan työ nostettiin esille, koska siinä käsiteltiin freelancerina toimimista, joka on myös tämän opinnäytetyön tekijän yritystoiminnan keskiössä.

Tämän opinnäytetyön uutuusarvona voidaan pitää sitä, että kyseinen opinnäytetyö liittyy vahvasti tekijän itse laatimaan liikeideaan ja tulevaan suunnitteilla olevaan yritystoimintaan. Toisena asiana voidaan pitää SWOT-analyysin hyödyntämistä niin liiketoimintamallin, kuin myös perustamissuunnitelman kehittämisessä. Kolmantena uutuusarvoa tuovana asiana voidaan pitää tekoälyn hyödyntämistä haastatteluvaiheessa.

1.2 Tarkoitus, tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön tarkoituksena on saada ajankohtaista tietoa yrittäjyydestä, luovasta alasta, graafisesta suunnittelusta, freelancerina toimimisesta, alan eri liiketoimintamalleista, sekä yrityksen perustamissuunnitelmasta. Saatujen tietojen avulla on tarkoituksena kehittää omaa liikeidea ja laatia paranneltu liiketoimintamalli ja yrityksen perustamissuunnitelma.

Opinnäytetyön päätavoitteena on laatia toimiva liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma, josta on oikeasti hyötyä tekijälle liikeidean kehittämisen ja yrityksen perustamisen kannalta. Tavoiteltuun kokonaisuuteen kuuluu tarpeellinen määrä teoretietoa kirjallisuudesta sekä haastattelujen avulla saatu aineisto ja tieto koskien liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa. Sen lisäksi tavoitteena on huolella suunniteltu ja toteutettu laadullinen tutkimus, josta saadun aineiston perusteella laaditaan SWOT-analyysin mukainen nelikenttä, johon on kirjattu liiketoimintamalliin ja yrityksen perustamissuunnitelmaan liittyviä asioita. Kyseinen SWOT-analyysi rakentuu syksyllä 2023 toteutettujen haastatteluista saadun aineiston pohjalta. Sen lisäksi tavoitteena on tutkimuksen tulosten ja siitä tehtyjen johtopäätösten huolellinen esiintuonti oikein menetelmin. Eettisyys on pyritty huomioimaan prosessin aikana.

Opinnäytetyön tekijä toivoo, että jokainen tämän kyseisen opinnäytetyön lukija saa kyseisestä opinnäytetyöstä lisätietoa omaan tietämykseen koskien aiheita, joita tässä työssä ja tutkimuksessa käsitellään. On kuitenkin huomioitava, että SWOT-analyysi, sekä pääosin koko kyseinen opinnäytetyö tulee keskittymään vain kyseisen perusteilla olevan yrityksen liikeideaan, liiketoimintamalliin ja perustamissuunnitelmaan. Näiden syitten takia voidaan todeta, että kyseessä ei ole yleinen kuvaus toimintaohjeista koskien yrityksen liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman suunnittelua, sekä niiden mahdollisia kehitystapoja. Opinnäytetyön lukijalle työ voi kuitenkin toimia tietolähteenä ja esimerkkinä siitä, miten omaa liikeidea voi kehittää.

Tavoitteena opinnäytetyössä on tekijän kohdalla enemmän käytännön hyöty, minkä se tulee antamaan oman yrityksen ja työuran kehityksen näkökulmasta. Tuloksena kyseisissä opinnäytetyössä on SWOT-analyysin tuloksena syntyvä ja paranneltu liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa yritykselle, jonka opinnäytetyön tekijä aikoo tulevaisuudessa perustaa.

1.3 Opinnäytetyön rakenne ja aikataulu

Opinnäytetyö koostuu kuudesta eri osiosta, joita ovat:

1. Johdanto
2. Kirjallisuuskatsaus
3. Menetelmät
4. Tulokset
5. Pohdinta
6. Johtopäätökset

Opinnäytetyön prosessi on aloitettu tammikuussa vuonna 2023. Aluksi tavoitteena oli saada työ valmiiksi elokuun 2023 loppuun mennessä. Kevään aikana tekijä kuitenkin huomasi, että prosessiin kuluisi huomattavasti enemmän aikaa, mitä alun perin oli suunniteltu. Mukaan mahtui muuttujia, niin tekijästä itsestään riippuvia, kuin myös riippumattomia. Kirjallisuuskatsauksen tekoon meni enemmän aikaa, kun tekijä oli alun perin arvioinut. Työn loppuvaiheessa tekijä huomasi, että aloitettu harjoittelujakso omassa yrityksessä vei suurimman osan ajasta, jolloin opinnäytetyö prosessin vauhti hidastui. Työ tuli lopulta valmiiksi helmikuussa 2024.

Seuraavaksi on avattu opinnäytetyön aikataulun rakenne. Päivämäärät on pyritty merkkamaan mahdollisimman hyvällä tarkkuudella.

- Aihe (2.2023.)
- Suunnitelma ranskalaisin viivoin (3.2023)
- Opinnäytetyön suunnitelman palautus (5.2023)
- 3. ensimmäistä lukua, haastattelujen suunnittelu (8.2023)
- Uuden tiedon haku valmis, haastattelujen litterointi (11.2023)
- Tulokset (12.2023)
- Johtopäätökset (12.2023)
- Valmis opinnäytetyö (2.2014)
- Lopullinen palautus (2.2024)

2 Kirjallisuuskatsaus

Kirjallisuuskatsauksessa käydään läpi teoriaa liittyen tässä opinnäytetyössä käsiteltäviin asioihin. Aiheita on tarkoitus tarkastella teorian avaamisen lisäksi myös suunnitteilla olevan yrityksen näkökulmasta. Tekijä pyrkii tuomaan esiin omaa näkemystään siitä, miten tietyt teoreettiset asiat liittyvät hänen suunnittelemaansa liikeideaan ja tulevan yrityksen perustamiseen.

Kirjallisuuskatsauksessa käydään läpi seuraavat aiheet:

- Yrittäjyys
- Yrityksen perustaminen
- Liiketoimintamalli
- Perustamissuunnitelma
- SWOT-analyysi

Teorian esiintuonnissa on pyritty huomioimaan mahdollisimman hyvin myös luovan alan piirteiden vaikutus. Taiteen tekeminen ja sen myynti on suuressa roolissa yrityksen toiminnassa, joten tekijän mielestä on tärkeää avata siihen liittyvää teoriaa.

2.1 Yrittäjyys & yrittäjyys luovilla aloilla

2.1.1 Yrittäjyys

Päätoiminen yrittäjyys on Uusyrittäjäkeskuksen (2021) mukaan ”yrittäjän pääasiallinen työ ja toimeentulon lähde” (Uusyrittäjäkeskus 2021, 8).

Opinnäytetyön tekijällä on tavoitteena toimia tulevaisuudessa päätoimisena yrittäjänä.

Yrittäjyys voi olla myös sivutoimista, jolloin henkilön päätyö on muualla.

Uusyrittäjäkeskuksen (2021) mukaan ”sivutoiminen yrittäjyys on erinomainen

tapa testata, löytyykö asiakaskuntaa riittävästi.” Sivutoimisen yrittäjyyden voi muuttaa myöhemmin halutessaan päätoimiseksi (Uusyrittäjäkeskus 2021, 8). Opinnäytetyön tekijä on suunnitellut, että hänen oma yritystoimintansa tulee olemaan mahdollisesti sivutoimista ensimmäiset vuodet, kunnes muutos päätoimiseksi on relevantti. Uusyrittäjäkeskuksen (2021) mukaan on huomioitava, että sivutoimisena on huolehdittava kannattavuudesta, jonka vähimmäisvaatimuksena voidaan pitää tilannetta, jossa tulot kattavat kaikki menot. (Uusyrittäjäkeskus 2021, 8).

Congdonin (2014) mukaan taiteen teossa osa-aikainen työpaikka tai osa-aikatyö on yksi mahdollisuus, kun on päässyt alkuun. Hänen mukaansa pienyrityksen johtamisen ymmärtäminen on välttämätöntä taitelijan toimeentulon takia. (Congdon 2014, 29–31). Opinnäytetyön tekijä uskoo, että hänellä on kyky ymmärtää ja toimia pienyrityksen johtamisesta vastuussa olevana henkilönä. Tekijä kuitenkin tiedostaa, että hänellä ei ole konkreettista kokemusta yrittäjänä toimimisesta, joten hänellä on paljon opittavaa. Taiteen tekeminen korostuu tekijän kohdalla digitaalisesti tuotettujen taulujen osalta. Se on yksi tuotteista, joita tuleva yritys tulee myymään.

Uusyrittäjäkeskus (2021) on listannut yrittäjän ominaisuudet seuraavanlaisesti: Niitä ovat toimiva liikeidea, usko omaan liikeideaan, ymmärrys ja osaaminen yrityksen toimialasta, halu ansaita rahaa, oma-aloitteellisuus ja määrätietoisuus, riskinotto-kyky, epävarmuuden sietokyky sekä selkeät tavoitteet. (Uusyrittäjäkeskus 2021, 9.)

Opinnäytetyön tekijän mielestä hänellä on uskoa omaan liikeideaan, melko hyvä ymmärrys ja osaaminen sekä oma-aloitteisuutta. Tekijä kokee tarvetta kehitykselle tavoitteiden asettamisessa ja riskinotto-kyvyssä.

2.1.2 Luovat alat

Luovia aloja käsiteltäessä on tekijän mielestä tässä kyseisessä opinnäytetyössä hyvä ensiksi käydä läpi mitä tarkoittaa taiteilijana toimiminen, koska siihen

liittyvät asiat liittyvät vahvasti myös tekijän liikeideaan. Digitaalisten taulujen ja kuvituksen tekeminen on yksi suunnitteilla olevan yrityksen palveluista, vaikka pääosin toiminta on graafisen alan sisällöntuotantoa.

Congdonin (2014) mukaan ensiksi on tärkeää ymmärtää olevansa taiteilija, koska se vaikuttaa hänen mukaansa siihen, miten henkilö näkee itsensä. Hänen mukaansa taiteilijana on mahdollisuus luoda oma ainutlaatuinen leima maailmaan. Opinnäytetyön tekijän kohdalla halu luoda oma leima ja kädenjälkensä maailmaan on korkea. Luova tekeminen on ollut tekijälle aina mielekästä ja hän on kokenut, että sellaisen työn tekeminen, jossa se korostuu, sopisi hänelle hyvin. (Congdon 2014, 13–14 & 19-20.)

Reschin (2021) mukaan henkilön halutessa taloudellista menestystä, niin ”taiteilijana toimiminen on yksi vaikeimmista reiteistä, jonka voit valita” (Resch 2021, 8). Opinnäytetyön tekijä tiedostaa, että taloudellinen menestyminen digitaalisten taulujen myynnin avulla on vaikeaa, mutta sitä kannattaa silti hänen mielestään lähteä tavoittelemaan yhtenä osana oman yrityksen liiketoimintaa. Se on kuitenkin vain yksi osa tulevan yrityksen tarjoamasta ja on mahdollista, että suurin osa liikevaihdosta syntyy graafisen suunnittelun puolella.

Brophyn (2017) mukaan ”ensimmäinen askel on sitoutua tulemaan oman alansa mestariksi ja luomaan sellaista taidetta, jolla on suurta arvoa ostajille.” (Brophy 2017, 29). Yritystä suunnitteleva opinnäytetyön tekijä on pyrkinyt viimeisen parin vuoden aikana kehittämään omia visuaalisia taitoja piirtämisen, kuvien luonnin ja muokkauksen sekä videoeditoinnin avulla. Hän on huomannut nopeaa kehitystä varsinkin piirtämisessä. Taiteellinen puoli on tekijän mielestä tärkeä osa oman itsensä toteuttamista, joten siihen on tärkeä panostaa liiketoiminnassa. Se tulee näkymään myös graafisessa suunnittelussa, sekä videoeditoinnissa.

2.1.3 Yrittäjyys luovilla aloilla

Pikalan ym. teoksessa *Luovuus ja liiketoiminta -työkirja* (2014) mukaan luovilla aloilla yritystoiminta on periaatteessa samanlaista kuin muillakin aloilla.

Tarkoitus on tuottaa voittoa. Hänen mukaansa kuitenkin ”siihen samankaltaisuudet monesti loppuvat.” Hänen mukaansa yrittäjyys luovilla aloilla lähtee sellaisesta liikeideasta, ”joka on uusi ja ennennäkemätön.” (Pikala, Ahola, Katajarinne & Parkkola 2014, 4).

Pikalan ym. (2014) mukaan usein luovien alojen yrittäjän jokainen tuotekin on erilainen. Esimerkkinä tuodaan esille, että jokainen muotoilijan työ on uniikki ja jokaisen elokuvanpätkän on oltava erilainen kuin aikaisemmat. (Pikala, Ahola, Katajarinne & Parkkola 2014, 5). Tämä pitää paikkansa myös opinnäytetyön tekijän suunnitteleman yrityksen tuotteissa ja palveluissa. Jokainen kuva, jokainen mallinnus, sekä jokainen video on erilainen, kuin niiden edeltäjät. Liikeidea itsessään ei ole tekijän mielestä täysin uusi ja ennennäkemätön, mutta kuitenkin ainutlaatuinen.

Pikalan ym. (2014) mukaan osaaminen on tärkein yrittäjän työkalu. ”Luovilla aloilla korostuu se, että oma osaaminen on usein yhtä kuin oma liikeidea.” (Pikala, Ahola, Katajarinne & Parkkola 2014, 12). Opinnäytetyön tekijällä on vielä paljon opittavaa alasta, jolla hän ei ole vielä päivääkään työskennellyt. Tekijällä on kuitenkin luottoa siihen, että kehitys johtaa omalla kohdalla oikeaan suuntaan ja tietynlainen pohja on rakentunut harrastamisen pohjalta. Tekijän mielestä yrittäjyys luovalla alalla mahdollistaa hänen kohdallaan omien vahvuuksien käyttämisen jonkin arvokkaan tavoittelemiseksi.

2.1.4 Yrityksen liikeidea

Tässä opinnäytetyössä tekijän liikeidea ja sen kehittäminen on keskiössä.

Tavoitteena on aluksi laatua alustava liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma. Tämän jälkeen haastattelujen kautta saadun aineiston avulla laaditaan SWOT-analyysi, jonka avulla on tarkoituksena laatia paranneltu liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma tekijän yritykselle.

Uusyrittyskeskuksen (2021) mukaan liikeidea vastaa seuraaviin kysymyksiin

- "Mitä yritys tekee?"
- "Mitä myyt?"
- "Kuka on asiakkaasi, ja miten myynti tapahtuu?" (Uusyrittyskeskus 2021, 22–23)

Edellisiin kysymyksiin tekijän oman suunnitteilla olevan yrityksen vastaukset ovat seuraavanlaiset:

- Yritys tuottaa visuaalisia tuotoksia (*kuvia tai videoita*) räätälöitynä yksityishenkilöille ja yrityksille. Toiminta on freelancer-muotoista.
-
- Yritys myy digitaalisia kuvia, tauluja, videoita, lisensointilupia, julisteita, graafisia suunnitteita, kuvituspalvelua, sekä peleihin käytettyä concept art-grafiikkaa.
- Asiakkaita ovat yksityishenkilöt, sekä yritykset. Myynti tapahtuu lähtökohtaisesti verkon kautta. Omia verkostoja on tarkoituksena hyödyntää.

Liikeideaa kannattaa Uusyrittyskeskuksen (2021) mukaan pohtia monesta eri näkökulmasta. Niitä ovat:

- Hyöty asiakkaalle
- Brändi
- Kilpailuetu
- Asiakkaat
- Tapa toimia

- Voimavarat (Uusyrityskeskus 2021, 22–23)

Uusyrityskeskuksen (2021) mukaan on mahdollista, että yrittäjän mielestä oma idea voi tuntua parhaalta mahdolliselta. Siksi onkin syytä tarkastella ideaa kriittisesti, ulkopuolisen silmin. Tarjottavan on oltava sellaista, josta asiakas on oikeasti valmis maksamaan. (Uusyrityskeskus 2021, s.23)

2.1.5 Yrityksen perustaminen ja perustamissuunnitelma

Toimenpiteet ennen yrityksen perustamista

Opinnäytetyön tekijällä on tarkoituksena luoda vahva perusta omalle yritystoiminnalle. Tämä kyseinen opinnäytetyö on osa yrityksen perustamisen prosessia. Työssä laadittava liiketoimintamalli sekä perustamissuunnitelma toimivat tietynlaisena pohjana yritystoiminnan aloittamiselle. Näiden lisäksi tekijällä on tarkoitus laatia liiketoimintasuunnitelma opintojen harjoittelujaksolla, joka menee osittain päällekkäin opinnäytetyön prosessin kanssa.

Alkuvaiheessa ennen perustamista näkyvyyden aikaansaamiseksi tekijä aikoo käyttää sosiaalista mediaa ja viestintää omien verkostojen kautta. Instagram-tilille on tarkoitus julkaista valmiita kuvia ja lyhyitä videoleikkeitä liittyen omaan piirtotaitoon.

Toiminnan laajuus vaatii kärsivällisyyttä näkyvyyden ja yritystoiminnan pohjan rakentamiselle toiminnan alkuvaiheessa. Vahva osaaminen on tekijän mielestä keskiössä niin digitaalisesti piirretyissä tauluissa, kuin myös graafisessa suunnittelussa ja videoeditoinnissa, joten taidon ylläpito ja kehittäminen on tärkeää jo ennen varsinaisen yritystoiminnan aloittamista. Tarkoituksena on kuitenkin aloittaa toiminta kevytyrittäjänä, koska se mahdollistaa oman liikeidean testaamisen ilman sen suurempia riskejä.

Yritysmuodon valinta

Uusyrittyskeskuksen (2021) mukaan yritysmuotoja on seuraavanlaisia:

- Toiminimi
- Osakeyhtiö
- Osuuskunta
- Henkilöyhtiöt
- Avoin yhtiö
- Kommandiittiyhtiö (Uusyrittyskeskus 2021, 42–47)

Tekijä on pohtinut omaa liikeideaansa ja on tässä vaiheessa tullut tulokseen, että tulevan yrityksen yritysmuoto tulee olemaan toiminimi. Se on tekijän mielestä sopivin vaihtoehto hänen tilanteeseensa, koska tarkoituksena on toimia yksin freelancerina tehden tilaustöitä ja erilaisia graafiseen tuotantoon liittyviä projekteja pääosin itse. Kuitenkin ennen toiminimen perustamista tekijän on tarkoitus toimia kevytyrittäjänä ja testata samalla oman liikeidean toimivuutta. Siirto kevytyrittäjyydestä sivutoimiseksi yrittäjäksi tapahtuu sitten tulevaisuudessa, todennäköisesti opintojen jälkeen. Lopullinen tavoite on toimia päätoimisena yrittäjänä.

Yrityksen markkinointi

Uusyrittyskeskuksen (2021) mukaan markkinointi on asiakkaan auttamista. Heidän mukaansa markkinointi ja myynti on yritystoiminnan menestyksen edellytys. Tehokas markkinointi ja myynti perustuu oppaan mukaan tarkkaan kohdentamiseen, jolla tarkoitetaan strategisia valintoja. (Uusyrittyskeskus 2021, 60)

Congdonin (2014) mukaan omien töiden mainostaminen mahdollistaa sen, että ihmiset tietävät, mitä teet (Congdon 2014, 15). Opinnäytetyön tekijä on suunnitellut mainostavansa omia töitä yritystoiminnan alkuvaiheessa ainakin

Instagramissa ja YouTubessa, koska hänen mielestään on tärkeää saada näkyvyyttä sosiaalisen median alustoilla. Tämän lisäksi on tarkoituksena hyödyntää omia verkostoja ja muita mahdollisia esiin tulevia potentiaalisia kanavia oman osaamisen ja töiden näyttämiseksi. ArtStation on yksi hyvistä vaihtoehtoista tekijän mielestä. ArtStation on verkkosivusto, joka mahdollistaa artisteille portfolion esiintuonnin sekä töiden ja uusien mahdollisuuksien löytämisen (ArtStation 2023).

Pikalan ym. (2014) mukaan markkinointia ei kannata toteuttaa samalla tavalla kaikille kohderyhmille, vaan markkinoinnin on hyvä eriytyä ja olla kohdistettua juuri tietyille ryhmille. Siten markkinoinnista saadaan taloudellisempaa ja tehokkaampaa. (Pikala, Ahola, Katajarinne & Parkkola 2014, 20). Tekijä aikoo suunnitella erilaisen markkinointikokonaisuuden digitaalisesti tuotettujen taulujen ostajille kuin graafisen suunnittelun ostajille, koska kohderyhmät eroavat toisistaan.

Brophyn (2017) mukaan ”markkinointi suoraan ihmisille, markkinarakoon ja vetoamalla heidän intohimoonsa ja kiinnostukseen on onnistuneempaa kuin se, että suuntaa markkinoinnin kaikille ja toivoo, että joku pitää siitä.” (Brophy 2017, 38) Yritystä suunnittelevan tekijän kohdalla on tärkeä selvittää, keitä omat potentiaaliset asiakkaat todellisuudessa ovat ja missä kanavissa heidät voi tavoittaa. Tähän väylänä on esimerkiksi sosiaalisen median kanavat ja yhteyden luominen paikallisiin yrityksiin. Freelancerin toiminnassa on tekijän mielestä tärkeä olla aktiivisesti yhteydessä ihmisiin ja tuoda omaa osaamista esille. Verkoston rakentaminen asiakkaiden ja muiden alalla toimivien henkilöiden kanssa on tekijän mielestä avainasemassa projektien löytämisessä.

Brophyn (2017) mukaan on syytä käyttää aikaa siihen, että selvität mitä asiakkaasi tarvitsee. Hänen mukaansa on tärkeää kysyä kysymyksiä, kuunnella tarkasti ja välittää siitä, mitä asiakkaalla on sanottavana (Brophy. 2017, 81). Tekijän on tarkoitus toimia projekteissa siten, että asiakas on mahdollisimman paljon toiminnassa mukana, jos se vain on mahdollista. Syynä on se, että tekijän mielestä taulutuotannossa ja graafisessa luomisprosessissa asiakkaalle

on tärkeää, että asiakas pystyy vaikuttamaan siihen, millainen lopputulos syntyy.

Markkinointiin liittyviä asioita on avattu vielä Markkinointikanavat-kappaleen lisäksi yrityksen liiketoimintamallin Kanavat-osiossa.

Yrityksen markkinointikanavat

Congdonin (2014) mukaan omien töiden mainostaminen mahdollistaa sen, että ihmiset tietävät, mitä teet. (Congdon 2014, 15). Opinnäytetyön tekijä on julkaissut vuoden 2023 aikana omia töitä Instagramiin, jonne hänellä on tarkoitus julkaista jatkossa kuvia ja mahdollisesti myös videoita. Instagram toimii ainakin alkuvaiheessa yrityksen sosiaalisen median pääkanavana, koska alkuvaiheessa korostuu aktiivinen töiden lataaminen ja oman osaamisen esiintuonti. Kanavista tärkeimmät ovat tekijän mielestä Instagram, YouTube sekä niiden lisäksi esim. ArtStation, DeviantArt, Pinterest ja Redbubble. Tekijä on valinnut nämä kanavat, koska hänellä on kokemusta niiden käytöstä ja ne mahdollistavat omien töiden lataamisen ja esilletuonnin. Myös teosten / kuvien myynti onnistuu osassa edellä mainituista kanavista.

Instagramissa on mahdollista hyödyntää lyhyitä videoita, joissa voi esimerkiksi näyttää jonkin vaiheen piirtoprosessista tai mahdollisesti koko prosessin ns. pikakelauksella. Instagram antaa myös mahdollisuuden päästää seuraajat näkemään mitä kaikkea kuvien teon aikana tapahtuu ns. kulissien takana. Instagram antaa myös mahdollisuuden tuoda esiin omaa persoonaa julkaistavien kuvien ja videoiden avulla.

YouTubeen on tarkoitus ladata videoita esimerkiksi piirtoprosessista. YouTuben etuna on tekijän mielestä se, että sivusto mahdollistaa pitempien videoiden lataamisen, jolloin on mahdollista ladata halutessaan, vaikka koko prosessi

videona katsottavaksi. Tekijällä on tarkoituksena tuoda esiin omien piirrosten lisäksi omaa itseään, persoonaansa ja ajatuksiaan. Q&A- videot voisivat tekijän mielestä sopia hyvin YouTuben puolelle. Ne antaisivat seuraajille ja katsojille mahdollisuuden esittää kysymyksiä, joihin tekijä sitten videolla vastaisi. Instagram ja YouTube mahdollistavat live-tapahtumien järjestämisen, joissa on mahdollista esim. näyttää suorana lähetyksenä piirtämisprosessia ja keskustella seuraajien kanssa.

Sosiaalisen median alustoilla on myös mahdollista järjestää erilaisia kilpailuita, joihin seuraajat voivat osallistua halutessaan. Sivustojen käyttö mahdollistaa omien töiden jakamisen ja esille tuonnin. Sen lisäksi on kuitenkin tärkeää liiketoiminnan kannalta se, että on potentiaalisiin asiakkaisiin yhteydessä.

Rahoitus

Yrityksen rahoitukseen liittyvät Yrittäjät.fi (2023) mukaan yrityksen oma pääoma sekä vieras pääoma, joiden avulla rahoitetaan yrityksen toiminta. Yrityksen omaan pääomaan kuuluvat rahojen lisäksi myös esimerkiksi kiinteistö ja kalusto. Tulot kartuttavat yrityksen pääomaa. Vieraalla pääomalla tarkoitetaan ulkoista rahoitusta, joka voi olla esim. pankkilaina tai rahoitus – ja vakuutusyhtiön tai Finnveran laina. Näiden lisäksi yrittäjä voi halutessaan hakea rahoitusta joukkorahoittajilta ja pääomasijoittajilta. Yrityksen toiminnan rahoittamiseen voi myös hakea erilaisia avustuksia ja tukia. Yrittäjät.fi mukaan ensin pitää tehdä suunnitelma rahoituksen hakemiseksi. (Yrittäjät.fi. 2023.)

Yrittäjät.fi (2023) mukaan, jos yrittäjä haluaa hakea rahoitusta, niin hänen on tehtävä perusteellinen liiketoimintasuunnitelma. Ulkopuolista rahoitusta hakiessa liiketoimintasuunnitelman lisäksi yrittäjä tarvitsee myös rahoituslaskelman. (Yrittäjät.fi. 2023.)

Tällä hetkellä tekijän näkemys on, että yritys ei tarvitse ulkoista rahoitusta toiminnan aloittamiseksi, koska tekijän mielestä hänellä on tarvittavat välineet ja tilat toiminnan aloittamiseksi. Omaa pääomaa siis löytyy. Yritystoiminnan alkuvaiheessa on kuitenkin tärkeää, että laaditaan suunnitelma rahoitukselle, koska sen merkitys tulee korostumaan myöhemmin tulevaisuudessa. Vaikka laitteet ja tilat toiminnalle jo löytyy, niin on syytä kuitenkin pitää mielessä mahdolliset laiterikot. Tarkoituksena on laatia liiketoimintasuunnitelma sekä rahoitussuunnitelma opintojen harjoittelujakson aikana.

2.1.6 Yrityksen perustamissuunnitelma

Tässä osiossa käydään läpi tekijän suunnitteleman yrityksen perustamissuunnitelmaa. Osiossa käydään läpi yrityksen perustamisen vaiheet ja tekijän tämänhetkinen näkemys oman yrityksen suunnitelmasta.

2.1.7 Yrityksen perustamisen vaiheet

Perustamissuunnitelman vaiheissa ja rakenteessa on käytetty lähteenä Yrittäjät.fi (2018) sivuston Yrityksen perustamisen oppaan eri osiota. (Yrittäjät.fi 2018.)

Ensimmäiseksi oppaassa puhutaan liiketoimintasuunnitelmasta. Yrittäjät.fi (2018) mukaan hyvä liiketoimintasuunnitelma on tärkeä uudelle yrittäjälle. Pienyrittäjän on heidän mukaansa mahdollista päästä alkuun varsin yksinkertaisella versiolla. (Yrittäjät.fi 2018, 4). Opinnäytetyön tekijän tavoitteena on laatia liiketoimintasuunnitelma osana opintoihin liittyvää harjoittelujaksoa.

Toisena asiana oppaassa nostetaan esille starttirahan hakeminen. Yrittäjät.fi (2018) mukaan starttiraha auttaa aloittavaa yrittäjää selviämään taloudellisesti

yrittäjien käynnistysvaiheessa. Kyseisen starttirahan saaminen edellyttää hyvää liiketoimintasuunnitelmaa. (Yrittäjät.fi 2018, 7).

Kolmantena asiana on yhtiömuodon valinta, jonka jälkeen oppaassa puhutaan yrityksen perustamisilmoituksesta. Yrittäjät.fi (2018) mukaan yritystoiminnan aloittaminen edellyttää pääsääntöisesti sitä, että yrityksen rekisteröimistä varten tehdään ilmoitus kaupparekisteriin. Samalla on mahdollista myös ilmoittautua Verohallinnon rekistereihin, joita ovat arvonlisäverovelvolliset rekisteri, ennakkoperintärekisteri sekä työnantajarekisteri. (Yrittäjät.fi 2018, 9,12-14.)

Muita asioita perustamiseen liittyen ovat Yrittäjät.fi (2018) mukaan yrityksen lupa-asiat ja ilmoitukset, yrityksen kirjanpito, laskutus ja markkinointi. (Yrittäjät.fi 2018.) Tässä opinnäytetyössä tarkoitetaan yrityksen perustamissuunnitelmalla yrityksen suunnittelun ja perustamisen vaiheita liikeidean luomisesta yrityksen perustamiseen ja toiminnan aloittamiseen.

2.1.8 Perustamissuunnitelma tekijän suunnittelemassa yrityksessä

Perustamissuunnitelma on isossa roolissa tässä kyseisessä opinnäytetyössä. Perustamissuunnitelmaa on tarkoitus kehittää haastatteluiden ja SWOT-analyysin avulla.

Seuraavaksi käydään läpi lyhyesti tekijän tämänhetkinen perustamissuunnitelma, ennen haastatteluvaihetta sekä SWOT-analyysin mahdollistamia parantavia korjauksia. Alustava perustamissuunnitelma löytyy kokonaisuudessaan opinnäytetyön liitteistä.

2.1.9 Alustava perustamissuunnitelma

Seuraavaksi on avattu tekijän tämänhetkinen perustamissuunnitelma vaiheittain. Alla oleva taulukko 2. kuvaa perustamissuunnitelman eri vaiheet lyhyesti.

Opinnäytetyö	<ul style="list-style-type: none"> - Liiketoimintamalli - Perustamissuunnitelma
Harjoittelu	<ul style="list-style-type: none"> - Liiketoiminnan aloittaminen kevytyrittäjänä (UKKO.fi) - Liiketoimintasuunnitelman laatiminen - Rahoitussuunnitelma - Nettisivujen luominen - Ensimmäiset projektit ja työt - Oman verkoston laajentaminen
Valmistuminen	<ul style="list-style-type: none"> - Starttirahan hakeminen
Toiminimen rekisteröinti	<ul style="list-style-type: none"> - Sivutoiminen yrittäjyys palkkatyön ohessa freelancerina
Yrittäjänä toimiminen	<ul style="list-style-type: none"> - Siirtyminen päätoimiseksi, kun se on perusteltua ja järkevää. - Kokoaikainen yrittäjyys

Taulukko 2. Alustava perustamissuunnitelma taulukkomuodossa

Opinnäytetyössä on tarkoitus laatia liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma, jonka jälkeen toiminta on tarkoitus aloittaa AMK:n harjoittelujakson aikana.

Tarkoituksena on toimia sivutoimisena yrittäjänä valmistumisen jälkeen, kunnes on mahdollisuus siirtyä toimimaan kokoaikaisena yrittäjänä freelancerina, joka

tarjoaa palveluja yksityishenkilöille ja yrityksille. Starttirahan hakeminen on tarkoitus tehdä harjoittelujakson jälkeen, valmistuttua.

Aluksi on tarkoitus toimia visuaalisten palvelujen ja tuotteiden tarjoajana Suomen sisällä, mutta osa tulevaisuuden visiota on toimia myös kansainvälisesti ja tarjota omia tuotteita ja palveluita myös Suomen ulkopuolelle, ympäri maailman.

Haastatteluvaiheessa käytetty ja haastateltaville lähetetty kuvaus omasta perustamissuunnitelmasta on tämän opinnäytetyön liitteissä.

2.2 Liiketoimintamalli

2.2.1 Käsitteen määrittely ja avaaminen

Liiketoimintamalli kuvaa Osterwalderin ja Pigneurin (2010) mukaan sitä, "miten organisaatio luo, tuottaa ja kerää arvoa" Kirjoittajien mukaan liiketoimintamallia voidaan kuvata yhdeksän perusrakennuspalikan avulla, jotka osoittavat, miten yritys aikoo ansaita rahaa. Nämä rakennuspalikat kattavat heidän mukaansa liiketoiminnan neljä eri pääaluetta, jotka ovat:

- asiakkaat
- tarjonta
- infrastruktuuri
- taloudellinen elinkelpoisuus (Osterwalder & Pigneur 2010, 19.)

Osterwalderin ja Pigneurin (2010) mukaan liiketoimintamallia voidaan pitää suunnitelmana strategiasta, joka toteutetaan organisaatorakenteiden, eri prosessien ja järjestelmien avulla. Kirjoittajat tuovat teoksessaan esiin edellä mainitut yhdeksän liiketoimintamallin rakennuspalikkaa, jotka on avattu seuraavaksi luettelona.

1. Asiakassegmentit (*yksi tai useampi*)
2. Arvolupaukset (*pyrkii ratkaisemaan asiakkaiden ongelman ja tyydyttämään heidän tarpeensa*)
3. Kanavat (*arvolupausten toimitus asiakkaille viestintä -, jakelu – ja myyntikanavien kautta.*)
4. Asiakassuhteet (*asiakassuhteita luodaan ja ylläpidetään kunkin asiakassegmentin kanssa*)
5. Tulovirrat (*syntyvät asiakkaille onnistuneesti tarjotuista arvolupauksista*)
6. Tärkeimmät resurssit (*keskeiset resurssit ovat varoja, joita tarvitaan edellä kuvattujen osatekijöiden tarjoamiseen ja toimittamiseen*)
7. Tärkeimmät toimet (*suoritetaan useita keskeisiä toimia*)
8. Tärkeimmät kumppanuudet (*osa toiminnoista ulkoistetaan ja osa resursseista hankitaan yrityksen ulkopuolelta*)
9. Kustannusrakenne (*liiketoimintamallin eri osatekijöiden tulos kustannusrakenteessa*) (Osterwalder & Pigneur 2010, 19-20.)

”Asiakassegmentit määrittelevät eri ihmisryhmät ja organisaatiot, jotka yritys pyrkii tavoittamaan ja palvelemaan.” Ilman kannattavia asiakkaita yritys ei selviä kovinkaan kauaa. Jos yritys haluaa tyydyttää asiakkaitaan, sen kannattaa jakaa asiakkaat eri segmentteihin, joihin vaikuttavat Osterwalderin ja Pigneurin mukaan yleiset tarpeet, yleinen käytös ja muut ominaisuudet. (Osterwalder & Pigneur 2010, 21.)

Pikala (2014) tuo esiin näkökulman teoksessa *Luovuus ja liiketoiminta -työkirja*, jonka mukaan ”liikeidean tuotteistaminen kannattaa aloittaa miettimällä potentiaalisia asiakkaita ja heidän tarpeitaan.” Kyse on asiakassegmentoinnista, jossa rakennetaan kuva potentiaalisesta asiakkaasta hänen omassa arjessaan. (Pikala 2014, 22.)

Kohderyhminä kyseisen suunniteltavan yrityksen kohdalla ovat yksityishenkilöt ja yritykset. Näiden lisäksi töiden lisensointi ja kuvien käyttö maksua vasten on yksi ansaintatapa yrityksen liiketoiminnassa. Tarkoituksena on päästä tilanteeseen, jossa omia töitä on eri alustoilla, joista asiakas voi niitä

halutessaan ostaa sekä sen lisäksi tekijällä on projekteja eri toimijoiden kanssa. Se mahdollistaa sen, että tulovirtoja on useita.

Arvolupauksiin liittyy tuotteet ja palvelut, jotka tuovat arvoa tietyille asiakassegmenteille. Arvolupauksien takia asiakas valitsee juuri tietyn yrityksen, toisen yrityksen sijaan. Jokainen arvolupaus koostuu valituista tuotteista / palveluista, jotka palvelevat tiettyä asiakassegmenttiä. (Osterwalder & Pigneur 2010, 24.)

Kanavien avulla yritys viestii ja tavoittaa asiakassegmentit, joille se toimittaa arvolupauksen. Kanavilla on useita eri tehtäviä, joita ovat:

- Asiakkaiden tietoisuuden lisääminen yrityksen tuotteista ja palveluista
- Yrityksen arvolupauksen arvioinnin helpottaminen asiakkaalle
- Erityisten tuotteiden ja palveluiden ostamisen mahdollistaminen
- Arvolupauksen toimittaminen asiakkaalle
- Ostamisen jälkeisen tuen tarjoaminen asiakkaalle

Kanavat-osio liiketoimintamallissa voidaan Osterwalderin ja Pigneurin (2010) mukaan jakaa viiteen eri vaiheeseen. Tekijä on suomentanut käsitteet.

1. Awareness = tietoisuus
2. Evaluation = arviointi
3. Purchase = ostaminen
4. Delivery = toimitus
5. After sales = myynnin jälkeinen toiminta (Osterwalder & Pigneur 2010, 27-28.)

Asiakassuhteilla tarkoitetaan liiketoimintamallissa niitä suhteita, joita yritys solmii eri asiakassegmenttien kanssa. Suhteet voivat vaihdella henkilökohtaisesta automatisoituun. Yrityksen asiakassuhteiden taustalla voi

olla seuraavanlaisia motiiveja: asiakashankinta, asiakaspysyvyys sekä myynnin lisääminen. (Osterwalder & Pigneur 2010, 29.)

Tulovirrat tarkoittavat liiketoimintamallissa sitä osaa, joka esittää rahamäärää, jonka kukin asiakassegmentti tuottaa yritykselle. Yrityksen on syytä esittää kysymys itselleen siitä, mitä kukin asiakassegmentti on oikeasti valmis maksamaan. (Osterwalder & Pigneur 2010, 32.)

Tärkeimpiä resursseja liiketoimintamallissa kuvaa liiketoimintamallin toimivuuden kannalta tärkeimmät omaisuuserät / varat. Jokainen yritys vaatii pääresursseja. Resurssit mahdollistavat yrityksen arvolupausten luonnin, markkinan tavoittamisen, asiakassuhteiden ylläpidon ja tulojen ansaitsemisen. Tärkeimmät resurssit voidaan kategorisoida seuraavanlaisesti:

- Fyysiset resurssit
- Älylliset resurssit
- Ihmisresurssit
- Taloudelliset resurssit (Osterwalder & Pigneur 2010, 35–36.)

Tärkeimpiä toimia ovat liiketoimintamallissa ne asiat, jotka yrityksen on tehtävä, jotta liiketoimintamalli toimii. Tärkeimmät toimet voidaan kategorioida seuraavanlaisesti:

- Tuotanto
- Ongelmanratkaisu
- Alusta / verkosto (Osterwalder & Pigneur 2010, 37–38.)

Tärkeimmät kumppanuudet ovat liiketoimintamallin osa, joka kuvaa tärkeimpiä verkostoja liittyen tavarantoimittajiin ja kumppaneihin, jotka mahdollistavat liiketoimintamallin toimivuuden. (Osterwalder & Pigneur 2010, 39.)

Kustannusrakenne kuvaa liiketoimintamallissa kaikkia niitä menoja, joita liiketoiminnasta syntyy. Kustannusrakenteeseen liittyvät kysymykset koskevat liiketoiminnan tärkeimpiä kustannuksia, tärkeimpien resurssien kustannuksia sekä kustannuksia, jotka koskevat tärkeimpiä toimia. (Osterwalder & Pigneur. 2010, 41).

2.2.2 Liiketoimintamalli tässä opinnäytetyössä

Tässä opinnäytetyössä on tarkoituksena laatia SWOT-analyysin avulla paranneltu liiketoimintamalli, sekä perustamissuunnitelma yritykselle, jonka opinnäytetyön tekijä aikoo tulevaisuudessa perustaa. Tekijän mielestä on kuitenkin syytä avata omaa näkemystä liikeidean kautta syntynyttä alustavaa liiketoimintamallia. Kyseistä mallia käytetään haastatteluissa apuna kuvaamaan tekijän liikeideaa.

Haastatteluista saadun aineiston avulla on tarkoitus laatia SWOT-analyysi koskien suunnitteilla olevan yrityksen liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa. Haastatteluiden ja SWOT-analyysin avulla on tarkoitus laatia tulevalle yritykselle paranneltu liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma

2.2.3 Tekijän alkuperäinen liiketoimintamalli

Seuraavaksi opinnäytetyössä avataan tekijän liikeidean pohjalta laadittu alustava liiketoimintamalli, joka on esitetty Taulukossa 3. Opinnäytetyön tekijä on hyödyntänyt Osterwalderin ja Pigneurin (2010) teoksessa esiin tuotuja yhdeksää liiketoimintamallin rakennuspalikkaa, joiden avulla on tarkoituksena avata suunnitteilla olevan yrityksen liiketoimintamallia tässä hetkessä, ennen opinnäytetyöhön liittyviä haastatteluja ja SWOT-analyysiä.

Tulevassa taulukossa 3. on syytä huomioida, että se on osittain puutteellinen kuvaus liiketoimintamallista. Parannukset itse malliin on huomioitu työn lopussa olevassa parannellussa liiketoimintamallissa.

<p>1. Asiakassegmentit</p>	<p><u>Yksityishenkilöt, yritykset</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Taulut, paperitulosteet, kuvitus, graafinen suunnittelu, videoeditointi <p><u>Urheiluseurat</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 1.) Jääkiekko 2.) Jalkapallo - 3.) muut lajit - Koostevideot - Promovideot - Graafinen suunnittelu sosiaaliseen mediaan ja verkkosivuille
<p>2. Arvolupaukset</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asiakkaiden tarpeiden selvittäminen ja yhteistyön kautta laadittu lopputulos - Tietyn tilan paremmalta näyttäminen - Hieno ja tunteita herättävä kuvitus - Urheiluvideoiden tuoma tunne lajia kohtaan, varsinkin jääkiekossa - Urheilun tunnepuolen esiintuonti videoiden avulla faneille
<p>3. Kanavat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sosiaalinen media - Verkkokauppa - Sosiaalinen verkosto (<i>kaverit, lähipiiri</i>) - Discord-kanavat (+ <i>muut vastaavat sosiaalisen verkoston alustat/sivustot</i>) - ArtStation, DevianArt
<p>4. Asiakassuhteet</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Uutiskirje - Aktiivinen yhteydenpito asiakkaiden kanssa - Uusien asiakkaiden etsiminen (<i>sosiaalinen media</i>) - Paikalliset tapahtumat tai tapahtumat verkossa - Artistien, graafisten sisällöntuottajien yhteisöt - Discord-kanavat (<i>sekä muut vastaavat kanavat</i>) - Omat verkkosivut (<i>tulevaisuudessa</i>)

5. Tulovirrat	<ul style="list-style-type: none"> - Taulut (<i>digitaalisesti piirretyt, taulun valmistus kolmannen osapuolen tekemänä.</i>) - Tulostetut kuvat - Lisensointi - Videot - Jälleenmyynti - Sosiaalisen median tulot - Instagram - YouTube - Myynti eri alustoilla, kuten ArtStation, DevianArt... - Redbubble (<i>sekä muut print on demand-tuotteiden myyntisivustot</i>)
6. Tärkeimmät resurssit	<ul style="list-style-type: none"> - Piirtopöytä - Tietokone - Sovellukset (<i>Photoshop, Vegas Pro, muut tarvittavat kuvan/videonmuokkaus-ohjelmat</i>) - Omat verkostot
7. Tärkeimmät toimet	<ul style="list-style-type: none"> - Yhteydenpito asiakkaisiin - Aktiivisuus verkossa - Kohdennettu markkinointi kohderyhmille
8. Tärkeimmät kumppanuudet	<ul style="list-style-type: none"> - Asiakkaat - Muut artistit, graafisen sisällöntuotannon tekijät - Sellaiset toimijat, jotka ovat tekemisissä oman kohderyhmän kanssa - Jälleenmyyjät - Oma verkosto
9. Kustannusrakenne	<ul style="list-style-type: none"> - Suurimmat kustannukset syntyvät alustavasti elämän perusmenoista.

	<ul style="list-style-type: none"> - Suuria menoja liittyen liiketoimintaan ei ole, - Huomioitava mahdolliset laitteiden hajoamiset. - Yrityksen alussa hankintoja on editointiohjelma - Kustannuksia Adoben ohjelmat (<i>kuukausimaksu</i>) - Liiketilojen hankinnalle ei ole tarvetta (<i>toiminta kotoa käsin</i>)
--	--

Taulukko 3. Alustava liiketoimintamalli

Taulukossa 3. näkyy tekijän näkemys liiketoimintamallista, joka on rakentunut työn alkuvaiheessa liikeidean pohjalta. Omaa liikeideaa on pyritty kuvaamaan liiketoimintamallin muodossa hyödyntäen Osterwalderin ja Pigneurin (2010) teoksessa mainittua liiketoimintamallin yhdeksää rakennuspalikkaa. (Osterwalder & Pigneur 2010, 20). Huomioitavaa on kuitenkin se, että kyseinen malli on osoittautunut vajavaiseksi. Opinnäytetyön tulososiossa on paranneltu versio niin itse liiketoimintamallista, kun myös sen sisällöstä.

2.3 SWOT-analyysi

2.3.1 Käsitteen määrittely ja avaaminen

Sarsbyn (2016) mukaan SWOT tarkoittaa ”suositua 4-laatikkoista strategia-analyysi ja strategiakehityskehystä.” Hänen mukaansa SWOT ei itsessään suoraan johda strategiaan. SWOT on hänen mukaansa analyysi ja kehittämisväline ja se on hyvin käytettynä hyödyllinen työkalu, joka auttaa sen käyttäjän ajattelua. (Sarsby 2016, 3–4.)

SWOT on Sarsbyn (2016) mukaan johdettu seuraavanlaisesti. Opinnäytetyön tekijä on suomentanut käsitteet.

- Strengths = Vahvuudet (lyhenne S)
- Weaknesses = Heikkoudet (lyhenne W)
- Opportunities = Mahdollisuudet (lyhenne O)
- Threats = Uhat (lyhenne T) (Sarsby 2016, 3)

INNORISK (2007) mukaan ”SWOT-analyysin avulla, määritetään yrityksen ja toimintaympäristön muutostekijät ja niiden rooli yrityksen tavoitteisiin nähden.” SWOT-analyysin tavoitteena on heidän mukaansa kartoittaa organisaation sisäiset vahvuudet (S) ja heikkoudet (W), sekä ulkoiset mahdollisuudet (O) ja uhat (T). (INNORISK 2007, 7)

2.3.2 SWOT-analyysin käyttö ja hyödyt

Sarsbyn (2016) mukaan on ensiksi syytä tarkastella ulkoisia tekijöitä, jonka jälkeen vasta kannattaa tarkastella, miten sisäiset tekijät joko hyödyttävät tai ovat haitaksi. SWOT-analyysissä ulkoisia tekijöitä ovat mahdollisuudet ja uhat. Sisäisiä tekijöitä puolestaan ovat vahvuudet ja heikkoudet. (Sarsby 2016, 8) SWOT-analyysi suoritetaan käyttämällä ”sovittaminen ja muuntaminen-tekniikkaa.” Sovittamisessa liitetään ulkoinen tekijä sisäiseen tekijään. Muuntaminen puolestaan liittyy siihen, miten haitallinen tekijä muutetaan hyödyttäväksi tekijäksi. Sarsbyn mukaan vaihtoehtoja on kaksi:

1. Voiko uhkaavan tekijän muuttaa eduksi muuntamalla uhkan mahdollisuudeksi?
2. Voiko heikkouden muuntaa vahvuudeksi? (Sarsby 2016, 11.)

Sarsbyn mukaan tekijän oikeaoppiseen paikantamiseen vaatii joko kontekstin, tavoitteen tai tarkoituksen. Konteksti ja tarkoitus ovat kriittisiä SWOT:in tehokkaan käytön kannalta. (Sarsby 2016, 21–22).

SWOT-analyysi nousee esille myös Uusyrittäjäkeskuksen (2021) Perustamisoppaassa alkavalle yrittäjälle. SWOT-analyysi tuodaan esille liittyen yrityksen riskienhallintaan. SWOT-analyysin avulla voidaan avata liikeidean, yrittäjän sekä yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. (Uusyrittäjäkeskus 2021, 36.)

SWOT:illa on Sarsbyn (2016) mukaan monia eri etuja. Niitä ovat hänen mukaansa esimerkiksi:

- Helppo ymmärrettävyys
- Soveltuvuus monille eri tasoille organisaatiossa
- Soveltuvuus eri syvyyksillä (*yksikertaisista monimutkaisiin*)
- Visuaalisuus (Sarsby 2016, 3)

Sarsby (2016) tuo esiin myös mahdollisia haittoja. Niitä ovat:

- Huonolaatuisen tiedot käyttö, kuten anekdootit, kuulopuheet ja yleistyksiset
- Puolueellisten tietojen käyttö
- Ei eroteta toisistaan tiedonkeruun, sen arvioinnin ja siitä seuraavan päätöksenteon analyysejä tekijöitä
- Jätetään huomioimatta perimmäiset periaatteet, mikä johtaa siihen, että tekijöitä liitetään väärään analyysin osa-alueeseen. Tämä johtaa siihen, että päädytään virheelliseen strategiaan. (Sarsby 2016, 3–4.)

2.3.3 SWOT-analyysi tässä opinnäytetyössä

Tässä kyseisessä opinnäytetyössä SWOT-analyysi tulee olemaan keskeisessä roolissa, koska tutkimuksen aikana on tarkoitus toteuttaa puolistrukturoitu haastattelu, jonka tulosten pohjalta laaditaan aihetta koskeva SWOT-taulukko, johon on kirjattu alustavan liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

2.3.4 Tekijän laatima SWOT-taulukko omasta liikeideasta

Ennen haastattelujen toteuttamista opinnäytetyön tekijä laati oman SWOT-analyysin omasta sen hetkisestä liikeideasta. Tekijä on pyrkinyt kuvaamaan omaa näkemystään liikeidean vahvuuksista ja heikkouksista, sekä mahdollisuuksista ja uhista Taulukossa 4.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Piirtotaito - Taito luoda ja muokata kuvia - Videoeditointitaidot - Korkea motivaatio luoda - Nopea kehittyminen ja uusien asioiden omaksuminen - Taito käyttää tarvittavia sovelluksia / ohjelmia 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kokemuksen puute alalla toimimisesta - Kokemuksen puute yrittäjyydestä - Suunnitelmien tekemisen vähyys - Työkokemuksen puute toimialalta - Toimialaan liittyvän koulutuksen puute, suurin osa osaamisesta on itse opeteltua
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valmius oppia käyttämään myös uusia ja tulevia ohjelmia / sovelluksia - Tekoälyn hyödyntäminen toiminnassa - Omien ideoiden jatkokehittäminen - Toimialan murroksen jälkeiset täysin uudet mahdollisuudet toiminnalle 	<p>Uhkat</p> <ul style="list-style-type: none"> - AI-teknologia kuvien teossa, varsinkin yritysten verkkosivuille ja markkinointikuvituksessa - Töiden vähyys / muilta vastaavan palvelun ostaminen - Tieto tekijän yrityksestä mahdollisesti liian vähäinen - Kokemuksen puute voi vaikuttaa negatiivisesti töiden saamiseen

Taulukko 4. Tekijän SWOT-analyysi omasta liikeideasta

Taulukossa 4. tulee esille esimerkiksi tekijän näkemys siitä, että tekoäly saattaa olla uhka graafiselle toiminnalle, koska tekijän mielestä moni henkilö ja yritys voi luoda itse kuvia ja grafiikkaa hyödyntäen tekoälyä. Tekoäly voi kuitenkin olla myös mahdollisuus tekijälle, koska sitä voi käyttää apuna esimerkiksi töiden suunnittelu- ja ideointivaiheessa.

Tekijällä ei ole vielä kokemusta alalla toimimisesta, joten sillä voi olla vaikutusta töiden saamiseen, varsinkin yritystoiminnan alkuvaiheessa. Tekijä kuitenkin kokee, että hänellä on hyvä mahdollisuus oppia ja kehittyä alalla toimimisessa

ja yrittäjänä ylipäänsä. Tekijällä on piirtotaitoa ja taito luoda kuvia ja videoita, vaikka se onkin melkein pääosin itseopittua vuosien varrelta.

3 Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät

3.1 Tutkimuskysymys

Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä on ”Mitkä ovat tekijän liikeidean kautta muodostuneen liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.” Tarkoituksena on tutkimuksen aikana haastatella neljää eri kohderyhmää, jotka ovat:

1. Yritysneuvojat
2. Tällä hetkellä alalla työskenteleviä tai jo eläköityneitä
3. Mahdollisia potentiaalisia asiakkaita tai henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneita digitaalisten taulujen ostosta
4. Tekoäly ChatGPT

Tekoälyn käytössä on huomioitava, että saatu tieto voi olla vääristynyttä. Sen takia on tärkeä olla kriittinen tekoälyn antamiin vastauksiin.

Haastatteluista saaduista vastauksista laaditaan SWOT-analyysin avulla nelikenttä, joka sisältää SWOT-analyysin mukaiset neljä eri osa-aluetta koskien tekijän liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa. Perusteluna SWOT-analyysin valinnalle on kysymys siitä, onko tekijän liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa mahdollista kehittää juuri SWOT-analyysin avulla.

Puusan ja Juutin (2020) mukaan tavoitteet ilmaistaan yleensä tutkimuskysymysten muodossa. Heidän mukaansa laadullinen tutkimus on joustava, mutta on tärkeää laatia lopulliset tutkimuskysymykset ennen aineiston keräämistä. (Puusa & Juuti 2020, 12). Tekijä laati tutkimuskysymyksen kautta

haastattelukysymykset eri kohderyhmille. Haastattelut tulevat olemaan keskustelunomaisia, joissa käydään läpi tekijän liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa. Tarkoituksena on laatia haastattelujen pohjalta taulukko, jossa on käyty läpi tekijän liikeideaan liittyvät vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

3.2 Tutkimusmenetelmä ja tutkimusaineisto

Tässä osiossa käsitellään tutkimuksen menetelmiä ja tutkimusaineistoa. Tarkoituksena on tuoda esiin myös, mitä tietoa tutkimuksen teosta on kirjallisuudessa. Tässä opinnäytetyössä tarkoituksena on tehdä laadullinen tutkimus, jossa hyödynnetään puolistrukturoitua haastattelua.

Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2009) teoksessa tutkimusmenetelmässä korostuu se, millaista tietoa tarvitaan ja miten kyseinen tieto voidaan saada / kerätä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 13).

Puusan ja Juutin (2020) mukaan laadullisen aineiston kerääminen on päämäärähakuista toimintaa. Heidän mukaansa tutkijan päämäärät vaikuttavat siihen, millaista aineistoa tutkija hankkii, miten hän sitä tulkitsee ja miten tutkija ymmärtää sen, mitä tutkimukseen osallistuvat kohdehenkilöt sanovat. Heidän mukaansa mukaan tutkimusmenetelmän valinta on tarkoituksenmukaisuuskysymys. (Puusa & Juuti 2020, 98).

Tässä tutkimuksessa päämääränä on saada haastatteluiden avulla tarpeeksi tietoa, jotta tekijän liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa on mahdollista kehittää sen avulla. Tekijän mielestä tarpeellinen tietomäärä on sellainen, joka selkeyttää ja kehittää tekijän laatimaa liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa.

Puusan ja Juutin (2020) mukaan laadullisessa tutkimuksessa käsitellään ihmistä ja ihmisenä olemista. Heidän mukaansa laadullisessa tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita henkilöiden kokemuksista, ajatuksista, tunteista, sekä

merkityksestä, jota kyseinen tutkittava asia heille merkitsee. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on tuottaa yksityiskohtaista ja rikasta tietoa jostain ilmiöstä. Kyseinen tieto pyritään saamaan tutkimukseen osallistuvien luontaisesta ympäristöstä. (Puusa & Juuti 2020, 4,9,10.)

Puusan ja Juutin (2020) mukaan tavanomainen laadullinen tutkimus voidaan jakaa kymmeneen eri vaiheeseen, jotka ovat:

1. Aiheen valinta
2. Tutkimuksen tavoitteiden asettaminen
3. Tutkimuskysymyksen muotoilu
4. Tutkimuksen rajausten esittely
5. Teoreettisen viitekehyksen laatiminen kirjallisuuden avulla
6. Lähestymistavan valinta ja perustelu
7. Tutkimusmenetelmien sekä näytteen tai aineiston valinta, kuvailu ja perustelu
8. Aineiston hankinta
9. Aineiston analysointi tulkinta
10. Tulosten kirjoittaminen ja raportointi, sekä tutkimuksen luotettavuuden arviointi. (Puusa & Juuti 2020, 11.).

Puusan ja Juutin (2020) mukaan on kuitenkin syytä huomioida, että laadullisessa tutkimuksessa asetelma on yleensä joustava, joten monet edellä mainitut vaiheet voivat olla päällekkäin. (Puusa & Juuti 2020, 11).

3.3 Haastattelu

Puusa ja Juuti (2020) ovat sitä mieltä teoksessaan, että tutkijan on perusteltava tietyn haastattelutyypin valinta (Puusa & Juuti 2020, 112). Perusteluna haastattelun valinnalle on tässä opinnäytetyössä se, että haastattelun avulla opinnäytetyön tekijä uskoo saavansa tietoa ja eri näkemyksiä koskien oman liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman hyviä ja huonoja puolia sellaisilta henkilöiltä, joilla on omaa kokemusta ja tietämystä käsiteltävistä aiheista. Haastattelussa he voivat tuoda esiin omia näkemyksiään aiheista ja

puolistrukturoidun haastattelun aikana tekijä voi esittää lisä- ja jatkokysymyksiä aiheista, jotka hän kokee tärkeiksi tutkimuksen kannalta. Tavoitteena on saada tarpeeksi aineistoa, jotta on mahdollista laatia sen pohjalta SWOT-analyysin mukainen nelikenttä, jota hyödynnetään parannellun liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman luomisessa.

Puusan ja Juutin (2020) mukaan erilaiset haastattelutyypit ovat laadullisessa tutkimuksessa keruumetodeista käytetyimpiä. Heidän mukaansa haastattelua voidaan pitää keskusteluna. Haastattelun tavoitteena on kerätä sellainen aineisto, joka mahdollistaa sen, että tutkittavasta ilmiöstä voidaan tehdä uskottavia päätelmiä. (Puusa & Juuti 2020, 99.)

Haastattelu on Puusan ja Juutin (2020) mukaan hyvin joustava aineistonkeruumenetelmä. Heidän mukaansa haastattelun avulla saadaan subjektiivinen kokemus mukaan tutkimukseen. (Puusa & Juuti 2020, 99–100).

Tässä opinnäytetyössä on tarkoitus tehdä puolistrukturoitu haastattelu neljälle eri kohderyhmälle. Koska kyseessä on neljä eri kohderyhmää, niin heille esitettävät kysymykset vaihtelevat riippuen kohderyhmästä.

Puusan ja Juutin (2020) mukaan puolistrukturoitu haastattelu on jonkin verran vapaampi verrattuna strukturoituun. Heidän mukaansa se mahdollistaa sen, että tutkijalla on mahdollisuus saada selvillä jotain sellaista, mitä hän ei osannut vielä ottaa huomioon kysymyksiä laatiessa. Puolistrukturoidun haastattelun etuna voidaan pitää sitä, että tutkija saa kaikilta haastateltavilta heidän näkemyksensä tutkimuksen keskeisiin ja etukäteen määriteltyihin aiheisiin. (Puusa & Juuti 2020, 107.)

3.3.1 Haastattelun suunnittelu ja haastattelukysymykset

Haastattelut oli tarkoitus toteuttaa syksyn 2023 aikana. Haastattelut oli tarkoitus toteuttaa neljän eri kohderyhmän edustajien kanssa, yksi tai mahdollisesti kaksi haastateltavaa kerrallaan. Kohderyhmiä on neljä ja ne ovat yritysneuvojat, alalla

toimivat/eläköityneet sekä potentiaaliset asiakkaat / taiteen ostosta kiinnostuneet henkilöt. Viimeisenä ja neljäntenä kohderyhmänä on ChatGPT, joka on OpenAI:n kehittämä tekoälyllä toimiva kielimalli (OpenAI.com. 2023).

Puusa ja Juuti (2020) mukaan haastattelun metodinen etu on, että haastateltaviksi voidaan valita henkilöt, joilla tiedetään olevan kokemusta tutkittavasta ilmiöstä ja tietoa käsiteltävästä aiheesta (Puusa & Juuti 2020, 102).

Tekijä pyrki valitsemaan opinnäytetyön haastatteluihin sellaiset henkilöt, jotka tiesivät tai omasivat sellaista tietoa ja kokemusta, josta olisi liikeidean kehittämisen ja tutkimuksen kannalta paljon apua ja hyötyä.

Seuraavaksi käydään läpi haastattelukysymykset kolmelle eri kohderyhmälle, joita ovat yritysneuvojat, alalla työskentelevät / eläköityneet, sekä potentiaaliset asiakkaat / taiteen ostosta kiinnostuneet. Ensimmäiseksi käydään läpi haastattelukysymykset yritysneuvojille. Heiltä on tarkoitus saada vastaukset seuraaviin kysymyksiin.

1. Mitkä ovat mielestänne liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman vahvuudet?
2. Mitkä ovat mielestänne liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman heikkoudet?
3. Mitkä ovat mielestänne liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman mahdollisuudet?
4. Mitkä ovat mielestänne liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman uhkat?
5. Mitä neuvoja antaisitte yrittäjyydestä kiinnostuneelle?
6. Millaisena näette yrittäjyyden ja toimialan tulevaisuuden?

Tekijän mielestä näillä kysymyksillä saa tarpeeksi kattavan kuvan haastateltavien näkemyksestä koskien tekijän esittelemää liiketoimintamallia ja

perustamissuunnitelmaa. Haastattelun tuloksena syntyy SWOT-analyysi, joten tekijän mielestä kysymykset voi laatia siten, että niistä saa suoraan SWOT-analyysin mukaiset vastaukset liittyen vahvuuksiin, heikkouksiin, mahdollisuuksiin sekä uhkiin.

Yritysneuvojille on myös tekijän mielestä hyvä esittää kysymyksiä liittyen itse yrittäjyyteen, toimialoihin sekä yrittäjyyden tulevaisuuteen, koska he ovat lähtökohtaisesti hyvin asiaan perehtyneitä. Kyseessä on puolistrukturoitu haastattelu, joten alkuperäisen kysymyksen jälkeen on mahdollista esittää tarkentavia kysymyksiä haastateltavalle. Alalla työskenteleville ja mahdollisesti eläköityneille on tarkoituksena esittää kysymykset liittyen tekijän laatiman alustavan liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman vahvuuksiin, heikkouksiin, mahdollisuuksiin sekä uhkiin. Sen lisäksi tekijän mielestä on mahdollista kysyä myös seuraavat kysymykset:

1. Mitkä ovat mielestänne tällä hetkellä suurimmat vaikuttavat asiat luovilla aloilla / luovissa työtehtävissä graafisella alalla?
2. Millaisena näette graafisen alan tulevaisuuden?

Tekijän mielestä lisäkysymykset ovat hyvä valinta, koska niiden avulla voidaan selvittää tarkemmin toimialan tilannetta siellä toimivien tai ennen toimineiden näkökulmasta. Potentiaalisille asiakkaille / taiteesta kiinnostuneille esitetyt kysymykset eroavat kysymyksistä, jotka esitetään yritysneuvojille, alalla työskenteleville / eläköityneille sekä tekoälylle.

Potentiaalisille asiakkaille / taiteesta kiinnostuneille esitettävät kysymykset ovat seuraavanlaisia:

1. Millaisessa arvossa näette digitaalisesti tehdyt taulut / kuvat
2. Paljon olisitte valmis maksamaan tuotteesta / palvelusta
3. Onko tuotteelle / palvelulle mielestänne tarvetta?
4. Millaisia odotuksia teillä olisi tuotteesta / palvelusta?

5. Millaista viestintää toivoisitte prosessin aikana?
6. Mahdolliset lisäkommentit liittyen haastattelun aiheisiin

Viimeisenä kohderyhmänä on ChatGPT, jolle esitetyt kysymykset ovat samoja, jotka esitetään yritysneuvojille. Liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma on tarkoituksena ladata tekoälyn chat-osioon ja pyytää tekoälyltä palautetta.

3.3.2 Haastattelun toteutus

Tähän opinnäytetyöhön liittyvät haastattelut toteutettiin vuoden 2023 syksynä ja alkutalvesta.

Puusa ja Juuti (2020) mukaan haastattelutilanteen aikana tutkittavalle annetaan vapaus kertoa käsiteltävästä aiheesta omin sanoin. Tutkijan tehtävä on siinä tilanteessa olla kuunteleva osapuoli, joka esittää tarkentavia kysymyksiä. (Puusa & Juuti 2020, 80).

Tekijän mielestä tämä näkyi ja onnistui haastattelujen aikana. Haastateltavat saivat kertoa omin sanoin ajatuksiaan koskien tekijän liikeideaa, liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa. Sen lisäksi haastateltavat kertoivat omista kokemuksistaan freelancerina toimimisessa sekä graafiseen suunnitteluun liittyvistä asioista. Tekijä esitti mahdollisia jatkokysymyksiä, jos niille oli aihetta.

Puusa ja Juuti (2020) mukaan haastattelutilanteessa on tärkeää luottamus. Tutkijan olisi kyettävä luomaan tilanteeseen luottamuksellinen ilmapiiri ja myös motivoimaan haastateltavaa osallistumaan täyspainoisesti haastattelutilanteeseen. (Puusa & Juuti 2020, 104). Tekijän mielestä haastateltavat osallistuivat todella aktiivisesti haastattelutilanteeseen.

Opinnäytetyön tekijä otti aluksi yhteyttä potentiaalsiin haastateltaviin sähköpostin välityksellä. Lähtökohtaisesti haastattelut oli tarkoitus toteuttaa etäyhteyden välityksellä Teamissa. Lopulta kuitenkin neljää henkilöä haastateltiin paikan päällä ja loput haastatteluista toteutettiin Teamsin välityksellä, poikkeuksena ChatGPT. Teamsin käyttö mahdollisti haastattelun tallentamisen, joten sitä käytettiin tallentamiseen myös niissä haastatteluissa, jotka toteutettiin paikan päällä. Ennen haastattelua haastateltaville lähetettiin tekijän laatima alustava yrityksen liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma, joihin haastateltavat pystyivät tutustumaan enne haastattelutilannetta. Tekijän kuitenkin valmistautui kertomaan omasta liikeideasta, liiketoimintamallista sekä perustamissuunnitelmasta haastattelun aluksi niin, että haastateltava saa perusymmärryksen niistä molemmista.

Haastattelut olivat lopulta tekijän mielestä melko keskustelun omaisia. Tekijä pyrki kuitenkin esittämään laaditut kysymykset haastattelun aikana. Paljon vastauksia kuitenkin syntyi jo keskustelun aikana liittyen yrityksen liikeideaan, liiketoimintamalliin sekä perustamissuunnitelmaan.

Käytettyjä välineitä haastatteluissa olivat tietokone sekä kynä ja paperi. Haastattelu toteutettiin Teamsissa, jossa siitä tehtiin tekstitalenne sekä videonauhoitus.

Haastatteluja toteutettiin lopulta kuusi, joista kahdessa oli kaksi haastateltavaa samaan aikaan paikalla. Haastattelut toteutettiin ajanjaksolla syyskuu-marraskuu vuonna 2023. Yhteensä haastateltavia oli kahdeksan.

3.4 Tulosten kirjaaminen ja analysointi

Tutkimustulosten analysoinnissa opinnäytetyön tekijä käyttää apuna kirjallisuutta koskien kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Käsiteltävää teoriaa on tarkoitus käyttää apuna tulosten kirjaamisessa ja niiden analysointivaiheessa.

Puusan ja Juutin (2020) mukaan aineiston analyysissä aluksi nousee esiin tyypillisesti teemoja, joista osa toistuu useammin, osa harvemmin. Tietyistä näistä teemoista liittyvät samoihin asioihin. Kirjoittajat tuovat esiin termin ”analyyttilinen induktio”, jolla tarkoitetaan sitä, että aineistoa tulkitaan analysoinnin lisäksi. Heidän mukaansa ensin luodaan hypoteesi pienemmästä tapausjoukosta, jonka jälkeen kyseistä hypoteesia testataan laajemmissa aineistoissa. (Puusa & Juuti 2020, 76.)

Haastateltavien vastausten perusteella tekijä on pyrkinyt löytämään yhtenäisyyksiä ja samoja teemoja, jotka toistuvat eri haastatteluissa. Kyseiset asiat ja ideat on kirjattu SWOT-taulukkoon sekä paranneltuun liiketoimintamalliin.

3.5 Tutkimuksen luotettavuus

Puusan ja Juutin (2020) mukaan laadullisen tutkimuksen luotettavuutta koskevat pohdinnat voidaan kiteyttää kolmen eri käsitteen avulla. Kyseiset kolme käsitettä ovat:

- Uskottavuus
- Luotettavuus
- Eettisyys.

Heidän mukaansa kyseiset käsitteet kytkeytyvät toisiinsa ja ovat vaikeaselkoisia kokonaisuuksia, sekä niiden yksiselitteinen määrittely ei ole helppoa. (Puusa & Juuti 2020, 166–167).

Luotettavuudella tarkoitetaan Puusan ja Juutin (2020) mukaan sitä, että tutkija pystyy vakuuttamaan uskottavin perustein oman ammattitaitonsa lukijalle sekä sitä, että tutkija kykenee valitsemaan ja käyttämään perusteltuja ja oikeanlaisia lähestymistapoja ja menetelmiä ratkaistakseen tietyn tutkimusongelman ja toteuttaakseen kyseisen tutkimuksen (Puusa & Juuti 2020, 167–168). Tekijä on

pyrkinyt käyttämään oikeita lähestymistapoja ja menetelmiä tutkimusongelman ratkaisussa ja itse tutkimuksen toteuttamisessa.

Tekijä pyrki lähdekirjallisuudessa tuomaan esille taiteeseen liittyviä asioita, yrittäjyyttä ja luovien alojen piirteitä. Tosin on huomioitavaa, että kirjallisuuskatsauksen aikana yrityksen toiminnan suunnittelu oli hyvin taidekeskeistä. Tekijä pyrki avaamaan käsiteltäviä aiheita, kuten liiketoimintamallia mahdollisimman selkeästi.

Tekijän mielestä haastattelu oli hyvä vaihtoehto, koska se mahdollisti yritysneuvojen ja alalla toimivien näkemysten ja neuvojen antamisen tekijälle, joka aikoo perustaa yrityksen. Tekijän mielestä haastatteluista saadut vastaukset mahdollistivat SWOT-analyysin teon kautta liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman parantamisen.

Luotettavuudella eli englanniksi sanalla ”reliability” tarkoitetaan Business Research Methodologyn (2024) mukaan sitä, saatko vai etkö saa samaa vastausta käyttämällä samaa mittaria, useammin kuin kerran. Luotettavuudella tarkoitetaan sitä, missä määrin käytetty tutkimusmenetelmä tuottaa vakaita ja johdonmukaisia tuloksia. Tiettyä mittaria voidaan pitää luotettavana, jos sen soveltamista samaan mitattavaan kohteeseen usean kerran ajan tuottaa samat tulokset. (Business Research Methodology 2024.)

Validiteetilla eli englanniksi sanalla ”validity” tarkoitetaan Business Research Methodologyn (2024) mukaan sitä kuinka hyvin tietty väline mittaa sitä, mitä sen on tarkoitus mitata. Tutkimuksen validiteetti voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin. (Business Research Methodology 2024.)

Tämän opinnäytetyön luotettavuutta arvioidessa on tekijän mielestä vaikuttaa se, että jokainen haastateltava antaa ainakin osittain erilaisen vastauksen, vaikka kysymykset ja mittarit olisivat samoja. Voidaan siis todeta, että luotettavuuteen vaikuttaa merkittävästi haastateltavien määrä ja se ketä on haastateltu. Tekijä pyrki valitsemaan haastateltavaksi henkilöitä, joilla oli kokemusta ja tietoa käsiteltävistä aiheista. Jos tutkimus toteutettaisiin

uudestaan uusilla haastateltavilla, haastattelujen tulos voisi muuttua vähän tai jopa paljonkin, koska haastateltavien määrä toteutetussa tutkimuksessa ei ole suuri.

Triangulaatiolla tarkoitetaan Saaranen-Kauppinen & Puusniekan (2006) mukaan erilaisten menetelmien, tietolähteiden, tutkijoiden ja teorioiden yhdistämistä tutkimuksessa. Siinä yhdistetään monia eri menetelmiä ja lähestymistapoja. Heidän mukaansa triangulaatiolla on mahdollista lisätä tutkimuksen luotettavuutta. Triangulaation käyttöä perustellaan heidän mukaansa yleensä sillä, että ”yksittäisellä tutkimusmenetelmällä ei tavoiteta riittävän kattavaa kuvaa tutkittavasta kohteesta.” Tutkimuksen luotettavuutta lisää se, koska silloin kohdetta ei kuvata vain yhdestä näkökulmasta. Triangulaation käyttö tutkimuksessa vie heidän mukaansa yleensä enemmän aikaa, rahaa ja voimia verrattuna tavanomaiseen tapaan tehdä tutkimusta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Huomioitavaa on, että kyseisessä opinnäytetyössä näkyy myös tekijän oma näkemys yrittäjyydestä, omasta liikeideasta, liiketoimintamallista ja perustamissuunnitelmasta. Tekijä uskoo, että sillä on ollut jonkun verran vaikutusta hänen omiin tulkintoihinsa. Sen lisäksi tutkimuksen haastatteluvaiheessa käytetyn liiketoimintamallin tietyt puutteet ovat mahdollisesti laskeneet luotettavuutta.

3.6 Tutkimuksen eettisyys

Puusan ja Juutin (2020) mukaan tutkimuksen eettisyydellä tarkoitetaan sitä, että ”tutkija on noudattanut eettisiä periaatteita koko ajan tutkimusta tehdessään” (Puusa & Juuti 2020, 168).

Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2009) mukaan eettisyyteen liittyy valinnat, joita tutkija joutuu tekemään. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 20).

Heidän mukaansa tutkimuseettiset ongelmat voidaan jakaa kahteen eri luokkaan, jotka ovat:

1. ”Tutkimuksen tiedonhankintaan ja tutkittavien suojaan liittyvät kysymykset.”
2. ”Ns. Manhattan tapaukset, joilla viitataan tutkijan vastuuseen tutkimustulosten sovelluksista.” (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 20.)

Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka (2009) tuovat teoksessa esiin, että kun tutkimus kohdistuu ihmisiin, niin silloin edellytetään tutkijalta hyvän tutkimuskäytännön noudattamista, ensisijaisesti liittyen tutkittavien henkilöiden ihmisarvon ja itsemääräämisoikeuden kunnioittamiseen. Heidän mukaansa tutkija vastaa seurauksista, joita tutkimus aiheuttaa tutkittaville. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 20-21.)

Tässä opinnäytetyössä on pyritty tiedonhankinnassa ja tutkimukseen osallistuvien suojaan liittyvissä asioissa mahdollisimman eettisesti oikeaoppiseen lopputulokseen.

Saaranen-Kauppinen & Puusniekan (2009) mukaan tutkijan on pidettävä huolta, että tutkimukseen osallistuvien henkilöllisyys ei paljastu. Periaatteena voidaan heidän mukaansa pitää sitä, että tutkittavien henkilöllisyyden paljastumisesta tulee mahdollisimman vaikeaa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 22–23.) Opinnäytetyön tekijä on huomionnut nimettömyydestä haastatteluvaiheessa. Tuloksissa ei näy haastateltavien ihmisten nimiä, eikä mitään sellaista, josta olisi helppo tunnistaa, kuka kyseiseen haastatteluun on osallistunut.

Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2009) mukaan hyvä tutkimuskäytäntö edellyttää, että ne henkilöt, jotka osallistuvat tutkimukseen, ovat antaneet suostumuksen, jossa korostuu tutkittavien tietämys siitä mihin he osallistuvat (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 22–23.) Tekijä pyrki informoimaan haastateltavia mahdollisimman tarkasti asioista, jotka kyseiseen haastatteluun liittyivät. Haastattelun aluksi kerrottiin tavoite ja syy haastattelulle, tosin sitä

avattiin jo yhteydenotossa sähköpostilla. Haastattelun lopussa tekijä pyrki kertomaan mahdollisimman tarkasti, miten saatua tietoa tullaan käyttämään, jonka lisäksi hän pyrki avaamaan tiedon poistamiseen liittyviä asioita.

Saaranen-Kauppinen & Puusniekan (2009) mukaan opinnäytetyössä korostuu se, että lukijalle annetaan mahdollisuus tarkastella tutkimuksen etenemistä tutkimuksen eri vaiheissa. Tämän tarkoituksena on, että tutkimuksesta tehdään läpinäkyvä, jolloin eettisten kysymysten arviointi on mahdollista. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 24)

Opinnäytetyön tekijä on pyrkinyt ottamaan eettiset asiat huomioon opinnäytetyöprosessin aikana. Eettisyys tulee korostumaan tutkimuksen haastatteluvaiheessa, aineiston käsittelyssä ja tulosten kautta johtopäätöskäsitteiden teossa. Tekijä on pyrkinyt siihen, että lukijan on mahdollista seurata tutkimuksen etenemistä sen eri vaiheissa. Kirjallisuuskatsauksessa eettisyys näkyy lähteiden oikeaoppisessa käytössä. Tiedonhankinta-vaiheessa tekijä pyrki löytämään sellaisia lähteitä, joista saisi hyvää tietoa koskien aiheita, jotka ovat tämän kyseisen opinnäytetyön kannalta oleellisia. Tosin tekijä tiedostaa liikeidean muutokset työn aikana, joka vaikuttaa siihen millaista lähdemateriaalia kirjallisuuskatsauksen vaiheessa on käytetty. Kirjallisuuskatsaus keskittyi taiteelliseen luomiseen, joka oli siinä vaiheessa liikeidean keskiössä. Graafiseen suunnitteluun liittyvät asiat jäivät vähemmälle.

4 Tulokset

4.1 Haastattelujen tulokset

Tässä osiossa käsitellään opinnäytetyön osalta toteutetun puolistrukturoidun haastattelun tulokset. Haastattelut on toteutettu syksyllä / alkutalvesta vuonna 2023. Haastattelujen tulokset käydään läpi kohderyhmittäin, joita tässä tutkimuksessa on neljä. Haastateltavilla oli tekijän mielestä tarpeeksi tietoa ja

kokemusta haastattelun aiheista, esimerkiksi yrittäjyydestä, graafisesta suunnittelusta ja freelancerina toimimisesta.

Haastateltavat kohderyhmät olivat:

1. Yritysneuvojat

- Liikeidea, liiketoimintamalli, perustamissuunnitelma
- Kokemus ja tieto yrittäjyyteen liittyvästä ohjeistuksesta ja neuvonannosta

2. Alalla toimivat / alasta tietävät

- Graafinen suunnittelu, kuvitus, liiketoimintamalli, perustamissuunnitelma
- Kokemus alalla toimimisesta

3. Potentiaaliset asiakkaat / taiteesta kiinnostuneet

- Digitaalisesti tuotetut taulut
- Taiteen hankkiminen

4. ChatGPT (tekoäly)

- Liiketoimintamalli & perustamissuunnitelma

4.1.1 Yritysneuvojat

Yritysneuvojien haastattelu / keskustelu toteutettiin lähitapaamisena, johon osallistui kaksi yritysneuvojaa ja itse opinnäytetyön tekijä. Tapaamisessa käytiin läpi tekijän liikeideaa, liiketoimintamallia ja perustamissuunnitelmaa.

Tapaamisesta tehtiin äänitallenne Teamsin avulla, minkä jälkeen tekijä kävi haastattelun tallenteen läpi ja litteroi tekstitiedoston, joka oli myös tallennettu Teamsin avulla. Tekijä tiedostaa, että haastatteluvaiheessa oli paikalla kaksi haastateltavaa, joka saattoi vaikuttaa vastauksiin ainakin osittain.

Tekijän tulkinnan mukaan liikeideaan, liiketoimintamalliin ja perustamissuunnitelmaan liittyvät asiat on kuvattu seuraavassa taulukossa 5. Yritysneuvojat SWOT.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muut sisällöntuottajat, yhteistyö ja kumppanuudet - Kansainvälisyyden mahdollisuus - Ajan ottaminen yritystoiminnan suunnittelulle - Hyvä pohja toiminnalle - On kenttää ja mahdollisuuksia - Hyvät ylätasen tavoitteet - Asiakkaiden yksilölliset tarpeet 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konkreettisten tavoitteiden ja lukujen puute
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tekoälyn haastaminen itse tehtynä räätälöitynä versiona, josta asiakkaalta palaute - Yrityksistä on paljon, joka tietoa helpottaa tarpeen selvittämistä - Harjoittelijan aseman hyödyntäminen, kun on yhteydessä yrityksiin - Urheiluseurat ja heidän tarpeensa <ul style="list-style-type: none"> • Liikunnan vähentyminen • Harrastajamäärät laskussa • Varojenkeruu • Syvällä olevat tarpeet - Oma verkosto, varsinkin opintojen aikana suoritettut toimeksiannot yrityksille - Soittolistat ja tapaamisten sopiminen - Joensuun kaupunki - Kaupungin strategia - Oman osaamisen esille tuonti verkossa rohkeasti <ul style="list-style-type: none"> • Anna näkyä isosti • Arvosta omaa tekemistä ja ammattitaitoa - Mainostoimistot käyttävät freelancereita 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tekoäly. Asiakas voi tehdä itse tekoälyn avulla, joten miksi hän maksaisi siitä, että yritys tekisi hänelle kyseisen esim. kuvituksen itse käsin. - Miksi asiakas olisi valmis maksamaan sellaisesta, jonka hän voi tehdä itse ilmaiseksi tekoälyllä? - Kilpailutilanne, jolla vaikutus starttirahaan - Miten erottua kilpailijoista? - Julkiset kilpailutukset, joissa vaikuttavat referenssimäärät, liikevaihtovaatimus - Tarkkojen lukujen puute - Mahdolliset muutostekijät alalla - Alihinnoittelun vaara - Järjestelmällisyys, jotta tekeminen vie toimintaa oikeasti eteenpäin. - Liian pitkä odottelu suunnitelman kanssa, ilman toimintaa.

<ul style="list-style-type: none"> - Jälleenmyyjät - Henkilöbrändin rakentaminen - Yrittäjyysverkoston rakentaminen <ul style="list-style-type: none"> • Samankaltaisia toimijoita • Mahdollistaa yhteistyöt muiden kanssa ja sitä kautta isompien projektien tekemisen - Tarjonta julkiselle puolelle - DRAFT tammikuussa - Tekoälyn hyödyntäminen 	
--	--

Taulukko 5. Yritysneuvojat SWOT

Taulukko 5. kuvaa yritysneuvojen haastattelun pohjalta laadittua SWOT-taulukkoa, johon on merkattu tekijän mielestä asiat, jotka olivat vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia koskien tekijän liikeideaa, liiketoimintamallia sekä perustamissuunnitelmaa.

4.1.2 Alalla toimivat / alasta tietävät

Tekijä kokee, että alalla toimivien ja alasta tietävien kanssa suoritetuista haastatteluista sai todella paljon lisää tietoa ja ymmärrystä koskien toimialaa ja freelancerina toimimista. Alalla toimineet antoivat paljon lisätietoa ja neuvoja koskien graafista suunnittelua. Liikeidean kehittyi tämän seurauksena. Kohderyhmän haastateltavien vastauksista selvisi seuraavanlaisia asioita. Vastauksista on laadittu Taulukko 6. Alalla toimivat / alasta tietävät SWOT. Taulukossa käydään läpi vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet, sekä uhat. Lopussa on muita asioita, jotka tulivat esiin tämän kohderyhmän haastatteluissa.

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> - Urheiluseurat olivat selkeänä kohderyhmänä. - Jääkiekko ja urheilu selkeitä kohteita tekijän kohdalla 	<ul style="list-style-type: none"> - Freelancerina toimimisessa asiakkaiden saaminen ja tasaisen tulotason pitäminen on stressaavaa. - Portfolion puuttuminen

<ul style="list-style-type: none"> - Intohimo ja kiinnostus urheiluun - Erottui geneerisestä - Ajantasainen - Taulut ja tulosteet ei vaadi välttämättä asiakkuuksia tai tilaustöitä, vaan toimivat tuotantona, jota sitten myydään. - Omia ajatuksia kirjattu selvästi - Osaaminen - Suuremmat ja isommat kokonaisuudet 	<ul style="list-style-type: none"> - Markkinointi ja viestintä tehdään yrityksen sisällä - Graafinen suunnittelu voidaan tehdä talon sisällä - Urheiluseurat voi olla vaikea asiakas
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pienemmät yritykset hankkivat paljon samalta tekijältä - Kaiken tarjoaminen kohtuullisella tasolla tai sitten jotain erityistä todella hyvin. - Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa (<i>myös UKKO.fi kautta</i>). Voi itse tehdä suuren osan, mutta tilaat alihankintana tietyn osan työstä. - Valmiit paketit - Portfolion ja sosiaalisen median tilin merkitys nykyisin. Portfoliossa kannattaa olla sellaisia töitä, joita haluat tehdä - Tiukkaan tyyliin on helppo profiloitua - Tiukasti määritellyllä tuotteella on helpompi löytää tiukka kohderyhmä. - Kilpailujen etsiminen ja niihin osallistuminen <ul style="list-style-type: none"> o Kevytyrittäjäyys (<i>helppo laskuttaminen, ei ole enää niin monimutkaista</i>) o Työn hinnoittelussa on parempi pyytää liikaa kuin liian vähän. - Aloittelevalla tekijällä esim. 50e / tunti - Verkostoituminen - Keskustelun aloittaminen mahdollisimman nopeasti potentiaalisten asiakkaiden kanssa - Oman tyylin merkitys 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tekoälyn tuomat mahdollisuudet yrityksille tuottaa itse tarvitsemansa grafiikka ja kuvitus. - Asiakkaiden löytäminen - Jos on kyseessä iso kohderyhmä niin erottuminen on vaikeampaa - Nykyisin ihmisten huomio lähtee helposti pois - Itseään ei pidä myydä liian halvalla koska se satuttaa kaikkia. Jos kerran hinnoittelet itsesi liian halvalla asiakkaalle, niin hintaa on vaikea saada ylöspäin jatkossa. - Tekijöiltä vaaditaan nykyisin aika paljon, epärealistiset vaatimukset, äärettömien moniosaajien hakeminen. - Covidin jälkeisessä ajassa moni yritys on leikannut juuri tästä toiminnasta. - Alalla ei ole oikeita vastauksia - Paljon uhkia, sihteeri voi tehdä Canvas-pohjiin tarvittavat materiaalit. - Murrosvaihe alalla

<ul style="list-style-type: none"> - Jos tekee työnsä hyvin, niin työt puhuvat puolestaan - Briiffin merkitys on tärkeä - Animaatiokentällä on pulaa, joten siellä voisi olla mahdollisuuksia - Piirretään ensin, mutta jatketaan työtä keinoälyllä - Teollisuusalueet kaipaavat uutta ilmettä - Isojen kokonaisuuksien tarjoaminen - Yritysten uudelleenbrändäys ja päivitys tähän päivään - Omien verkkosivujen luominen - Yritysilmepaketit - Maskotit urheiluseuroille - Valmiiden pohjien tekeminen, jotka yritys sitten lataa esim. Canvasta. Mahdollisesti myös muita ladattavia elementtejä. 	
---	--

Taulukko 6. Alalla toimivat / alasta tietävät SWOT

Taulukossa 6. on avattu toisen haastateltavan kohderyhmän vastauksia SWOT-taulukon muodossa. Kirjattavia asioita oli tekijän mielestä paljon.

Yllä olevien havaintojen lisäksi haastatteluissa tuli esiin, että on osattava perustella ja on vaadittava asiakkaalta perusteluja, jos asiakas ei ole tyytyväinen tulokseen, niin on syytä kysyä, mikä lopputuloksessa on hänen mielestään vikana.

Ihmisten kanssa toimeen tulemien nähtiin tärkeänä asiana, joka vaikuttaa merkittävästi. Hinnoittelussa kannattaa olla tarkka, että ei hinnoittele omaa toimintaa liian halvalla, koska sen jälkeen hinnan nostaminen on huomattavasti vaikeampaa.

4.1.3 Potentiaaliset asiakkaat / tauluista kiinnostuneet

Potentiaalisista asiakkaista haastateltiin tekijän lähipiiristä neljää eri henkilöä. Tapaamiset järjestettiin lähitapaamisina tai Teamsin kautta, riippuen mahdollisuuksista.

Haastattelut olivat keskustelunomaisia, mutta tekijä pyrki kuitenkin esittämään tarvittavat kysymykset ja sitä kautta ohjaamaan keskustelua teemoihin, joista oli tarkoituksena saada tietoa. Haastatteluja järjestettiin kolme, joista kahdessa oli mukana tekijä ja haastateltava ja yhdessä haastattelussa tekijä ja kaksi haastateltavaa.

Kyseisen kohderyhmän haastattelut keskittyivät nimenomaan digitaalisesti tuotettuihin tauluihin. Tekijän mielestä tarve graafiselle suunnittelulle ja videoeditoinnille on olemassa, mutta hänen mielestään oli syytä selvittää tarkemmin, ovatko digitaalisesti tuotetut piirustukset / maalaukset, joista luodaan tauluja, sellainen tuote, josta ihmiset ovat valmiita maksamaan.

Kolme neljästä henkilöstä oli jo hankkinut omaan talouteen tauluja, yhdellä oli kuitenkin siihen mielenkiintoa. Tauluja oli hankittu verkosta ja kirpputoreilta. Digitaalisesti tuotettuja tauluja pidettiin yhtä arvokkaina kuin perinteiseen tyyliin käsin tehtyjä. Tekijällä on kuitenkin vaikutusta valintaan haastateltavien mielestä.

Tunnepuolen merkitys koskien tauluja tuli esiin haastattelussa. Teoksen herättämää tunnetta pidettiin tärkeänä. Hinta-arviot haastateltavilla liikkuvat satojen eurojen ja tuhannen euron välillä.

Haastateltavien mielestä olisi hienoa nähdä prosessin aikana välivaiheita teoksesta. Yhdessä haastattelussa tuotiin esille alkupalaverin merkitys, jossa määritellään budjetti ja tietyt rajaukset. Prosessissa mukana olemisessa nähtiin mahdollisuutena myös vaikuttaa, jos tilaustyöhön haluaa jonkin muutoksen kesken prosessin. Odotuksina olivat, että työ vastaa sitä, mitä on tilattu. Aika-arviot vaihtelivat haastateltavien vastauksissa muutamasta kuukaudesta noin puoleen vuoteen.

Opinnäytetyön tekijä tiedostaa, että koska haastateltavat kuuluivat lähipiiriin niin sillä on voinut olla vähän vaikutusta vastauksiin. Tekijä kuitenkin pyrki objektiivisen kuvan saamiseen liittyen digitaalisesti tuotettuihin tauluihin / kuviin. Kuten myös yritysneuvojien kanssa, niin tämänkin kohderyhmän haastatteluista

yksi toteutettiin kahden haastateltavan kanssa, joten on huomioita, että tilanne on voinut osittain vaikuttaa heidän vastauksiinsa.

4.1.4 ChatGPT

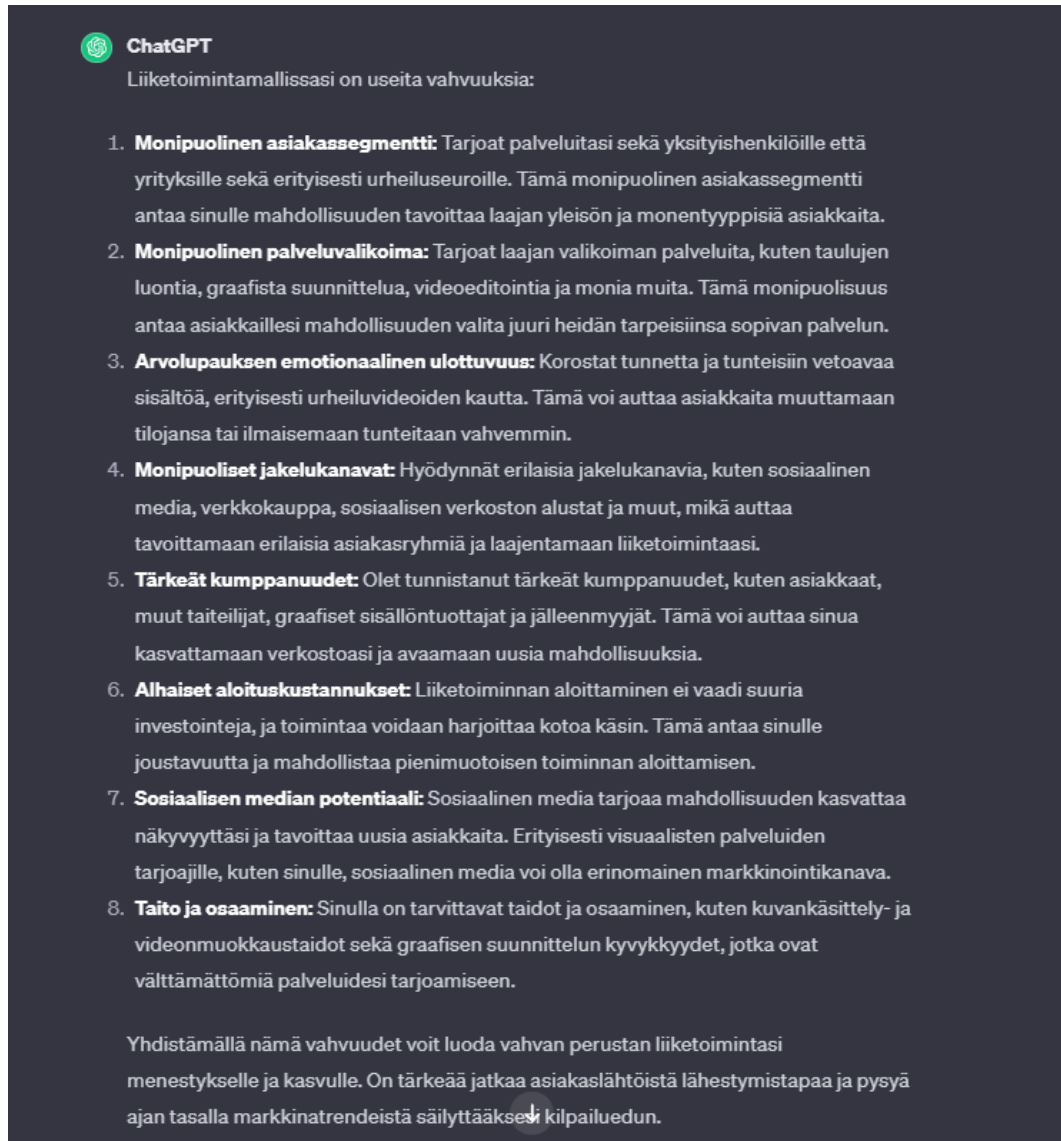
Työn haastatteluvaiheessa haastateltiin myös tekoäly ChatGPT:tä. Tekijä esitti tekoälylle samat kysymykset, jotka olivat pohjana yritysneuvojen haastatteluissa. Kysymykset liittyvät tekijän laatimaan liiketoimintamalliin, sekä perustamissuunnitelmaan. Seuraavaksi on kuvattu ChatGPT:n antamat vastaukset.

Liiketoimintamalli (ChatGPT)

ChatGPT:n haastattelussa liiketoimintamallin vahvuuksiksi nousi esimerkiksi monipuolinen asiakassegmentti ja palveluvalikoima, alhaiset aloituskustannukset sekä sosiaalisen median potentiaali. Liiketoimintamallin heikkouksia olivat ChatGPT:n mukaan esimerkiksi kilpailu, ohjelmistojen ja laitteiden päivittäminen, sekä ennustettavuuden puute.

Liiketoimintamallin mahdollisuudet olivat ChatGPT:n mukaan esimerkiksi laajentuminen muihin asiakassegmentteihin, kansainvälinen markkinointi, koulutus ja konsultointi, sekä omien verkkosivujen kehittäminen. Uhkia liiketoimintamallissa oli esimerkiksi kilpailu, teknologiset muutokset, lisenssi – ja tekijänoikeuskysymykset sekä mahdollinen luovuuden uupuminen ja viestintähäiriöt. (ChatGPT. 2023.)

Seuraava Kuva 1. ChatGPT:n vastaus liittyen liiketoimintamallin vahvuuksiin on kuvakaappaus tekoälyn antamasta vastauksesta.



Kuva 1. ChatGPT:n vastaus liittyen liiketoimintamallin vahvuuksiin

ChatGPT:lle esitettiin jatkokysymys liittyen keinoihin, joilla liiketoimintamallin heikkouksia ja uhkia olisi mahdollista hallita ja ehkäistä. Vastauksena heikkouksien hallintaan ja ehkäisyyn saatiin seuraavanlaista.

- Kilpailijoista erottumiseen keskittyminen
- Kapean erikoistumisalan valinnan harkinta
- Selkeämmän liiketoimintamallin laatiminen, josta selviää tarkasti tiedot asiakkaiden hankinnasta, hinnoittelusta, kustannusten hallinnasta ja tulovirroista.
- Liiketoiminnan rahoituksen laatiminen
- Realistisen aikataulun luominen

- Ammattilaiset hoitamaan kirjanpito ja verotus

Uhkien hallinnassa ja ehkäisyssä vastaukset olivat seuraavanlaiset:

- Kilpailijoiden seuraaminen ja ajan tasalla oleminen liittyen sen hetkisiin trendeihin
- Markkina-analyysi ja kulttuuritietämys liittyen kansainväliseen laajentumiseen
- Tarkka liiketoimintasuunnitelma, jossa käydään läpi riskit ja niiden hallintakeinot
- Sopeutuminen uusiin tilanteisiin

Perustamissuunnitelma (ChatGPT)

Perustamissuunnitelman vahvuudet olivat ChatGPT:n mukaan selkeä liikeidea, kansainvälisyyspotentiaali, monipuoliset palvelut sekä toiminnan aloittaminen kevytyrittäjänä. Heikkouksia ChatGPT:n mukaan olivat kilpailu, kansainvälistymisen haastavuus, rahoitukseen liittyvät riskit sekä kirjanpitoon ja verotukseen liittyvät asiat. Mahdollisuuksia olivat esimerkiksi monipuoliset palvelut, kansainvälinen laajentuminen sekä aikataulu. Uhkia olivat esimerkiksi kilpailu, rahoitus, aikataulu, verotus, kirjanpito sekä asiakkaiden hankinta. (ChatGPT 2023.)

Myös perustamissuunnitelman kohdalla tekijä esitti jatkokysymyksiä liittyen heikkouksien ja uhkien hallintaan ja ehkäisyyn.

Heikkouksiin ja uhkiin liittyviä hallinta ja ehkäisykeinoja olivat:

- Erikoistuminen sekä laatu ja asiakastyytyväisyys
- Liiketoiminnan selkeyttäminen, joka liittyi tulonlähteiden monipuolistamiseen, hinnoitteluun ja asiakasstrategiaan.
- Tarkemman rahoitussuunnitelman laatiminen
- Realistinen aikataulu, jossa on huomioitu viivästykset ja paineet, sekä tavoitteiden jakaminen välitavoitteisiin

- Kirjanpidon ja verotuksen perusteiden opettelu, jotta omaa liiketoimintaa voi ymmärtää paremmin. (ChatGPT 2023.)

Yhteenveto ja johtopäätökset haastatteluista

Tekijä kokee, että haastatteluista oli paljon hyötyä liiketoiminnan kehittämistä ajatellen. Eri kohderyhmät antoivat erilaista ja kattavaa tietoa koskien yrittäjyyttä, toimialaa, graafista suunnittelua ja digitaalisen taiteen mahdollisuuksia.

Tekijä kokee, että haastatteluiden tuloksena syntyvästä SWOT-analyysistä on paljon apua parannellun liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman teossa.

Haastatteluiden ja SWOT-analyysin pohjalta tekijä sai uusia toimintamalleja ja lisätietoa koskien eri kohderyhmiä. Varsinkin tieto koskien urheiluseuroja parani huomattavasti. Ne nousivat esiin monessa haastattelussa. Sitä pidettiin selkeänä ja mietittynä kohderyhmänä. Asiakassegmenttiä pidettiin monipuolisena ja siinä nähtiin potentiaalia. Myös erilaiset yhteistyöt ja kumppanuudet nousivat tärkeiksi asioiksi eri haastatteluissa.

Tekoäly nousi esiin monissa eri haastatteluissa. Tekijä tiedostaa alan olevan murroksessa ja tekoälyn vaikutuksen niin kuvittamiseen kuin myös graafiseen suunnitteluun. Tekijä kuitenkin uskoo, että ihmisen itse piirtämien kuvien arvo ei katoa minnekään. Tarvetta graafiselle suunnittelulle on, vaikka osa voidaan tehdä helposti hyödyntäen tekoälyä. Tekijä kuitenkin ymmärtää, että tekoälyn vaikutuksia laajemmassa mittakaavassa alaa kohtaan on vaikea ennustaa tässä vaiheessa. Tosin tekoäly voi myös tuoda mahdollisuuksia, joten tekijä ja haastateltavien mielestä sitä ei voida pitää pelkästään uhkana. Tekijä on ottanut huomioon, että liiketoimintamalli on osittain puutteellinen, joten on todennäköistä, että haastattelussa saadut vastauksien validiteetti on kärsinyt sen seurauksena.

4.2 SWOT

Seuraavaksi käydään läpi tekijän laatima SWOT-analyysi, joka kuvaa haastattelujen tulokset liittyen tekijän laatimaan liiketoimintamalliin ja perustamissuunnitelmaan. Taulukko on SWOT-analyysin mukainen nelikenttä, johon on merkattu vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. Tekijä on pyrkinyt poimimaan avainasiat taulukkoon haastattelutulosten ja niiden analysoinnin perusteella. Seuraavaa taulukkoa 7. on tarkoitus käyttää apuna parannellun liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman laatimisessa.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asiakkaiden yksilöllisten tarpeiden huomioiminen - Urheiluseurat selkeä kohderyhmä - Urheiluseurojen potentiaali - Taulut ja tulosteet ei vaadi välttämättä asiakkuuksia ja tilaustöitä, toimii tuotantona, jota sitten myydään. - Monipuolinen asiakassegmentti - Sosiaalisen median potentiaali - Valmius yhteistöihin muiden toimialan tekijöiden kanssa 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portfolion puuttuminen - Konkreettisten tavoitteiden ja lukujen puute - Tekoälyn vaikutus voi luoda heikentäviä tekijöitä toimintaan
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tekoälyn haastaminen itse tehtynä räätälöitynä versiona, jonka jälkeen asiakkaalta palaute - Yrityksistä on paljon tietoa, helpottaa tarpeen selvittämistä - Harjoittelijan aseman hyödyntäminen - Oma verkosto ja sen hyödyntäminen - Mainostoimistot käyttävät freelancereita - Oman henkilöbrändin rakentaminen - Tekoälyn hyödyntäminen - Yhteistyöt muiden toimijoiden kanssa - Kilpailujen etsiminen ja niihin osallistuminen 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alan todella kova kilpailu - Tekoälyn tuomat mahdollisuudet yrityksille tuottaa itse tarvitsemansa grafiikka ja kuvitus. - Asiakkaiden löytäminen - Oman osaamisen myyminen liian halvalla. - Julkiset kilpailutukset - Tarkkojen lukujen puute voi muodostua ongelmaksi - Mahdolliset muutostekijät alalla, ala on murroksessa - Erottuminen isommille kohderyhmille

<ul style="list-style-type: none"> - Kevytyrittäjäyys - Teollisuusalueet kaipaavat uutta ilmettä - Keskustelun aloittaminen mahdollisimman nopeasti potentiaalisten asiakkaiden kanssa - Oman tyylin merkitys - Yritysten uudelleenbrändäys ja päivitys tähän päivään - Yritysilmepaketit - Hinnoittelun suunnittelu. Aloittelevalla tekijällä esim. 50e / tunti. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tekijöiltä vaaditaan nykyisin aika paljon, epärealistiset vaatimukset, äärettömien moniosajien hakeminen. - Kirjanpitoon liittyvät uhat
--	--

Taulukko 7. SWOT-analyysi

Taulukossa 7. SWOT-analyysi on kuvattu tekijän mielestä tärkeimmät asiat liittyen tekijän liikeideaan, liiketoimintamalliin ja perustamissuunnitelmaan. Tekijä kuitenkin tiedostaa, että koska kyseessä on itse suunnittelema ja kehitettävä yritystoiminta, niin sillä on vaikutusta tulkintoihin ja siihen, mitä asioita pitää itse tärkeinä.

4.3 Paranneltu liiketoimintamalli

Tässä osiossa käsitellään tekijän laatimaa paranneltua liiketoimintamallia tulevalle yritykselle. Parannelun suunnitelman pohjana on SWOT-analyysi, joka on laadittu haastattelujen pohjalta liittyen alkuperäiseen tekijän laatimaan liiketoimintamalliin opinnäytetyön alkuvaiheessa. Nyt työn tuloksena syntyneeseen liiketoimintamalliin on vaikuttanut laadittu SWOT-analyysi sekä tekijän omat kehitysideat, joita prosessin aikana on tullut.

Liiketoimintamallin pohjana on käytetty Osterwalderin ja Pigneurin (2013) teoksessa mainittua liiketoimintamallin yhdeksää rakennuspalikkaa. (Osterwalder & Pigneur. 2013, 20). Haastatteluvaiheen jälkeen tekijä huomasi merkittäviä puutteita alkuperäisessä liiketoimintamallissa, joten se vaati kehittämistä. Myös tekoälyltä saatu palaute ja ohjaajalta saatu palaute vaikuttivat päätökseen. Puutteet on pyritty ottamaan huomioon parannelun liiketoimintamallin suunnittelussa. Tekijän mielestä se vaikuttaa tulokseen,

koska haastattelijoille esiteltiin alkuperäinen osittain puutteellinen liiketoimintamalli, mutta saaduista vastauksista sai silti tekijän mielestä paljon uutta tietoa uuden ja parannellun liiketoimintamallin suunnitteluun.

Taulukossa 8. Paranneltu liiketoimintamalli on kuvaus yrityksen parannellusta liiketoimintamallista. Alkuperäisen liiketoimintamallin puutteiden takia opinnäytetyön tekijä on lisännyt Osterwalderin & Pigneurin (2010) teoksessa esiin tulleita avainasioita ja kysymyksiä liittyen liiketoimintamallin eri osa-alueisiin. Niiden jälkeen osioissa on avattu tekijän oma näkemys.

<p>1. Asiakassegmentit / Customer segments</p>	<p><i>-Keille yritys luo arvoa?</i></p> <p><i>-Ketkä ovat tärkeimpiä asiakkaita? (Osterwalder & Pigneur 2010.)</i></p> <p>Yritykset</p> <ul style="list-style-type: none"> - Joensuun teollisuusalueen yritykset - Yritykset Suomessa <ul style="list-style-type: none"> o Graafisen suunnittelun tarpeet <p>Urheiluseurat ja harrasteseurat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jääkiekkoseurat Suomessa - Jalkapalloseurat Suomessa - Harrasteseurat <p>Yksityishenkilöt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tekijän lähipiiri - Taiteesta kiinnostuneet - Graafisen suunnittelun tarpeessa olevat - Muun grafiikan tai kuvien luonnin tarpeen omaavat
<p>2. Arvolupaukset / Value propositions</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Mitkä ovat tuotteet ja palvelut?</i> - <i>Mikä on niiden kilpailuetu suhteessa kilpailijoihin?</i> - <i>Minkä ongelman se ratkaisee?</i> - <i>Mitä tarjotaan kullekin kohderyhmälle?</i> - <i>Miksi asiakas ostaa juuri minulta? (Osterwalder & Pigneur 2010.)</i>

	<p><u>Yrityksen tuotteita ovat:</u></p> <p>Digitaalisesti tuotetut taulut</p> <ul style="list-style-type: none">- KE: Oma tyyli ja osaaminen- ONG: Asiakkaan tarve jollekin tunteelle, paikalle tai ajatukselle esitettynä taiteena.- Räättälöidyt kuvitukset- Tuotannon myynti <p>Graafinen suunnittelu</p> <ul style="list-style-type: none">- KE: Oma tyyli ja osaaminen- ONG: Tarve graafiselle materiaalille, jota ei pystytä tuottamaan yrityksen sisäisillä resursseilla- <u>Yritysilmepaketit</u>- <u>Logot</u>- Markkinointimateriaali- Sosiaalisen median julkaisut ja verkkosivujen kuvitus- Valmiit mallipohjat ladattaviksi, ei tarvitse kuin täydentää yrityksen omilla tiedoilla <p>Videoeditointi</p> <ul style="list-style-type: none">- KE: Osaaminen ja tunnepuolen huomioonottaminen urheiluvideoissa. Kokemus jääkiekkovideoiden editoinnista ja hyvä palaute niistä. <p>Muu grafiikka tarpeiden mukaan</p> <p><u>Yrityksen kohderyhmät</u></p> <p>Yksityishenkilöt / kuluttajat</p> <ul style="list-style-type: none">- Digitaaliset taulut / piirrokset- Graafinen tuotanto, jos sille on tarvetta- Kuvanmuokkaus (esim. valokuvat)
--	--

	<p>Yritykset</p> <ul style="list-style-type: none"> - Graafinen suunnittelu ja videoeditointi <p>Urheiluseurat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Graafinen suunnittelu ja videoeditointi, muu grafiikka ja mahdolliset kuvitukset <p><u>Miksi asiakas ostaa juuri sinulta?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tuntee / tietää kyseisen henkilön ja yrityksen - Paikallisuus - Osaaminen ja hinta
<p>3. Kanavat / Channels</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Markkinointi ja myyntiprosessi</i> - <i>Mitä kanavia pitkin asiakkaat tavoitetaan?</i> - <i>Miten saamme heihin yhteyden?</i> - <i>Mitkä kanavat toimivat parhaiten</i> - <i>Jaettu viiteen eri osioon:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Awareness = tietoisuus</i> 2. <i>Evaluation = arviointi</i> 3. <i>Purchase = ostaminen</i> 4. <i>Delivery = toimitus</i> 5. <i>After sales = myynnin jälkeinen toiminta</i> (Osterwalder & Pigneur 2010.) <p>1. Miten saadaan asiakas tietoiseksi tuotteesta? (Awareness)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Omien verkostojen kautta kulkeva tieto: Kaverit, lähipiiri, laajempi verkosto - Sosiaalinen media <ul style="list-style-type: none"> - Instagram - YouTube - Oma portfolio - Mainonta eri kanavissa <ul style="list-style-type: none"> - Google - Instagram

	<ul style="list-style-type: none"> - ArtStation - Pinterest - RedBubble - Omat verkkosivut <ul style="list-style-type: none"> - Portfolio - Referenssit - ArtStation -sivuston kauppa - Oma verkkokauppa - Kilpailujen kautta saatu näkyvyys - Julkiset projektit - Paikalliset tapahtumat - Kylmäsoitot potentiaalisille asiakkaille <ul style="list-style-type: none"> - Urheiluseurat, harrasteseurat - Artistien ja graafisen alan osaajien yhteisöt - Sähköposti potentiaalisille asiakkaille <ul style="list-style-type: none"> - Urheiluseurat, harrasteseurat - Google-haku (hakukoneoptimointi) - Yhteys mainostoimistoihin liittyen freelancer-toimintaan - Uutiskirjeet - Urheiluseurojen kautta saatu näkyvyys - Oma Discord-kanava <p>2. Miten asiakkaat saadaan vakuutetuksi tuotteesta / palvelusta? (Evaluation)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oman osaamisen esiintuonti ja jo toteutetut projektit - Hinta - Asenne työtä ja asiakasta kohtaan - Asiakkaan toiveiden huomioon ottaminen - Referenssit - Omat verkkosivut - Asiakkaan informointi luomisprosessin aikana (<i>sovittu erikseen</i>) <p>3. Miten ostaminen tapahtuu? (Purchase)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tapaamisen yhteydessä lähi – tai etätapaamisessa - Verkossa tietyillä sivustoilla esim. ArtStationin Marketplace tai Prints-osiossa
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Tekijän omilla verkkosivuilla (<i>sivuja ei vielä ole</i>) <p>4. Miten tuote toimitetaan? (Delivery)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posti - Henkilökohtainen toimitus - Verkon kautta ladattavissa oleva kuva/teos - Sähköposti - Pilvipalvelun kautta <p>5. Myynnin jälkeen? (After Sales)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Palaute - Mahdolliset myynnit tulevaisuudessa - Yhteydenpito asiakkaisiin esim. uutiskirjeen muodossa
<p>4. Asiakassuhteet / Customer Relationships</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Miten ostaneisiin pidetään yhteyttä?</i> - <i>Millainen suhde eri asiakassegmentteihin? (Osterwalder & Pigneur 2010.)</i> <ul style="list-style-type: none"> - Uutiskirje - Aktiivinen yhteydenpito asiakkaiden kanssa prosessin aikana ja sen jälkeen - Yhteydenpito ja töiden tiedostelu jo ostaneisiin tietyin väliajoin - Uusien asiakkaiden etsiminen
<p>5. Tulovirrat / Revenue Streams</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Hinnoittelumalli ja hinnat</i> - <i>X euroa per tuote</i> - <i>Kuukausimaksut</i> - <i>Konkreettiset hinnat</i> - <i>Paljon yritys saa tuloja tietyiltä asiakassegmenteiltä? (Osterwalder & Pigneur 2010.)</i> <ul style="list-style-type: none"> - Asiakassegmenttejä ovat yksityishenkilöt ja yritykset <ul style="list-style-type: none"> - Graafinen suunnittelu: tavoiteltu tuntihinta 50 € / h.

	<ul style="list-style-type: none"> - Digitaalisen taulun / kuvituksen suunnittelu ja toteutus <ul style="list-style-type: none"> - Tuntihinta tavoite: 50 € - Hinta per. teos: (100–1000 €) - Tuntihinta tai kertakorvaus sovitaan aina erikseen asiakkaan kanssa - Videoeditointi 100 € -> <p>Tuloja syntyy seuraavien tuotteiden / palvelujen myynnistä</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taulut (<i>digitaalisesti piirretyt, taulun valmistus kolmannen osapuolen tekemänä.</i>) - Tulostetut kuvat - Lisensointi - Valmiit mallipohjat yrityksille (<i>esim. Canvas-pohjat</i>) - Videot (<i>urheilu, muu videotuotanto</i>) - Teosten ja kuvien jälleenmyynti - Instagram (<i>mainostulot</i>) - YouTube (<i>mainostulot</i>) - Myynti eri alustoilla, kuten ArtStation, DevianArt ja Pinterest. - Redbubble (<i>sekä muut print on demand-tuotteiden myyntisivustot</i>)
<p>6. Tärkeimmät resurssit / Key Resources</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Piirtopöytä - Tietokone (<i>pöytäkone tai läppäri</i>) - Sovellukset (<i>Photoshop, Vegas Pro, muut tarvittavat kuvan/videonmuokkaus-ohjelmat</i>) - Oma osaaminen - Tekijänoikeudet ja patentit - Asiakastiedot - Oma henkilöbrändi - Yrityksen varat ja omaisuus - Valmiit teokset ja mallit
<p>7. Tärkeimmät toimet / Key Activities</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Yrityksen ydinprosessit</i> - <i>Markkinointi</i>

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tärkeimmät asiat, jotka yrityksen on tehtävä liiketoimintamallin toimivuuden kannalta. (Osterwalder & Pigneur 2010.)</i> - Oman verkoston kasvattaminen ja aktiivinen viestintä eri asiakassegmenttien kanssa - Tiedonhaku paikallisista yrityksistä <i>(mainostoimistot, teollisuusalueen yritykset, urheilu- ja harrastusseurat)</i> - Näkyvyyden lisääminen ja ylläpito sosiaalisessa mediassa, aktiivinen omien töiden ja osaamisen esilletuonti. - Henkilöbrändin rakentaminen - Teosten ja mallien myynti - Kuvien tuottaminen ja lataaminen eri alustoille - Graafinen suunnittelu - Oman osaamisen kehittäminen - Kilpailuihin osallistuminen -
<p>8. Tärkeimmät kumppanuudet / Key partnership</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Muiden kuin kilpailijoiden väliset strategiset liittoumat</i> - <i>Yhteistoiminta: kilpailijoiden väliset strategiset kumppanuudet</i> - <i>Yhteisyrietykset uusien liiketoimintojen kehittämiseksi</i> - <i>Ostajan ja toimittajan väliset suhteet luotettavien toimitusten varmistamiseksi (Osterwalder & Pigneur 2010.)</i> - Muut artistit, graafisen sisällöntuotannon tekijät, yhteistyökumppanit - Sellaiset toimijat, jotka ovat tekemisissä oman yrityksen kohderyhmien kanssa - Jälleenmyyjät - Taulujen tuottajat ja toimittajat
<p>9. Kustannusrakenne / Cost Structure</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Suurimmat kustannukset syntyvät alustavasti elämän perusmenoista.

	<ul style="list-style-type: none"> - Suuria menoja liittyen liiketoimintaan ei alkuvaiheessa ole, tosin on huomioitava mahdolliset laitteiden hajoamiset. - Yrityksen alussa hankintoja on editointiohjelman osto - Kustannuksena Adoben kuukausimaksu - Liiketilojen hankinnalle ei ole tarvetta (<i>toiminta kotoa käsin</i>)
--	---

Taulukko 8. Paranneltu liiketoimintamalli

Tekijän mielestä liiketoimintamalliin, jota Taulukko 8. esitti, tuli useita muutoksia ja ehkä tärkeimpänä asiana tekijä kokee sen, että hänen mielestään liiketoimintamalli tarkentui huomattavasti verrattuna siihen millainen se oli ennen haastatteluvaihetta ja sen aikana. Tosin muutokseen vaikutti myös se, että alkuperäinen liiketoimintamalli oli osittain puutteellinen. Puutteet liittyivät liiketoimintamallien osa-alueiden sisältöön.

Haastattelujen avulla tekijä sai monia konkreettisia toimintaan liittyviä ideoita. Kaikki SWOT-analyysin kirjattu tieto ei sopinut sellaisenaan liiketoimintamalliin, mutta tekijän mielestä onkin tärkeää huomioida yrityksen suunnittelussa tehty SWOT-analyysi, sekä liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma.

Tekijän oma näkemys tulevasta yrityksestä ja siihen liittyvistä toimintatavoista muuttui koko opinnäytetyön prosessin aikana huomattavasti. Tekijä kuitenkin huomaa, että itse yritystoiminnan kehittäjänä hän ei välttämättä saa kaikkia ideoita vielä sanalliseen muotoon tässä vaiheessa. Onkin hänestä tärkeää, että opintoihin liittyvän harjoittelujakson aluksi tekijä laatii tarkan liiketoimintasuunnitelman yritykselle, koska se avulla toiminta selkeytyy entisestään.

4.4 Perustamissuunnitelma (päivitetty)

Tässä osiossa käsittelen yrityksen päivitettyä ja paranneltua perustamissuunnitelmaa. Parannellun suunnitelman pohjana on SWOT-analyysi, joka on laadittu haastattelujen pohjalta liittyen alkuperäiseen tekijän laatimaan perustamissuunnitelmaan opinnäytetyön alussa. Alustava perustamissuunnitelma löytyy kokonaisuena opinnäytetyön liitteistä.

Yrityksen perustamiseen liittyvä suunnitelma ei muuttunut paljoa haastatteluiden ja SWOT-analyysin perusteella. Tekijän mielestä se korkeintaan selkeytyi. Suuremman muutoksen koki yrityksen liiketoimintamalli. Tähän kuitenkin todennäköisesti vaikutti se, että perustamissuunnitelma oli jo valmiiksi vaiheiltaan sellainen, että suuria muutoksia ei tekijällä ollut odotettavissa. Vaiheet oli merkattu selkeästi liittyen opinnäytetyöhön, harjoitteluun ja itse yritystoimintaan.

Muutokset liittyvät liikeideaan, johon tuli lisäystä tutkimuksen avulla. Tekijän on edelleen tarkoituksena toimia freelancerina, joka tuottaa digitaalisia kuvia / tauluja, graafista suunnittelua ja videoeditointia.

Tekijä on aloittanut kevytyrittäjyyden ja asiakasprojektien teon marraskuussa 2023. Sen lisäksi tekijä on aloittanut opintojen harjoittelujakson, jonka hän suorittaa tehden omaa liiketoimintaansa kevytyrittäjänä. Harjoittelujakson aikana on tarkoitus laatia vielä tarkempi liiketoimintasuunnitelma, jonka tarkoituksena on entisestään selvittää ja kehittää omaa liiketoimintaa. Opintojen jälkeen on tarkoituksena työllistyä ja tehdä yritystoimintaa sivutoimimisena muun palkkatyön ohessa. Päätoiminen yrittäjyys on lopullisena tavoitteena.

5 Pohdinta

Opinnäytetyön aikana tekijä laati oman liikeidean pohjalta yrityksen liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman, jotka tekijän mielestä selkeyttivät liiketoiminnan eri osia sekä aikataulua toiminnan tulevan yritystoiminnan toteuttamiseksi.

Kirjallisuus ja haastattelut antoivat tekijälle paljon uutta pohdittavaa, jonka kautta suunnitelmat koskien yritystä kehittyivät. Aluksi toiminta oli taidekeskeistä, mutta se muuttui kohti graafista sisällöntuotantoa ja graafista suunnittelua. Taiteen merkitys on kuitenkin edelleen olennainen, koska yhtenä tarjottavana tuotteena / palveluna on räätälöityjen digitaalisten taulujen piirtäminen, jonka lisäksi taiteeseen liittyvät asiat on huomioitava myös graafisessa suunnittelussa, jossa on tarkoituksena myös hyödyntää piirtotaitoa.

Työn loppuvaiheessa tekijä koki, että kirjallisuuskatsauksessa olisi ollut parempi käsitellä enemmän graafista suunnittelua ja grafiikan luontia ylipäänsä, koska lopulta yrityksen toiminta kallistui siihen suuntaan huomattavasti enemmän kuin kirjallisuuskatsauksen kirjoitusvaiheessa. Kirjallisuuskatsaus painottui enemmän taiteen luontiin ja myymiseen, koska ne olivat kirjoitusvaiheessa liikeidean keskiössä.

Opinnäytetyön tekijä huomasi, että jo kirjallisuuskatsauksen aikana alkuperäinen liikeidea ja sitä kautta liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma alkoi muuttua, kun tekijä sai lisää tietoa asioista. Liikeidea ns. ”eli” koko prosessin ajan lisätiedon saannin seurauksena sekä uusien ideoiden syntyessä. Tekijän mielestä se on kuitenkin hyväksyttävää, koska yhtenä työn tavoitteena oli juuri liikeidean ja tulevan toiminnan suunnitelmien kehittäminen, jota tekijän mielestä tapahtui huomattavasti prosessin aikana.

Tekijä on huomannut, että hänen oma kärsivällisyytensä ja taito aikatauluttamisesta oli välillä haasteena, mutta suunnitteluvaiheen edetessä

luottamus omaan tekemiseen parani, aiheet selkeytyivät ja koko prosessi alkoi vaikuttamaan mahdolliselta toteuttaa.

Motivaatio tekijän kohdalla koskien itse opinnäytetyötä oli prosessin aikana melko hyvä ja se pysyi korkealla alkutalveen 2023 saakka. Siitä eteenpäin prosessi osittain hidastui ja marraskuussa aloitettu harjoittelujakso omassa yrityksessä vei suuren osan ajasta. Opinnäytetyö jäi taustalle. Jo aiemminkin välillä tekijän kohdalla tuli päiviä, jolloin hän piti taukoa koko prosessista. Yhtenä syynä tähän oli myös suuri motivaatio piirtämiselle ja suunnittelulle, joka vei yleensä paljon aikaa, kun motivaatio sitä kohtaan syytyi. Yrityksen perustamisen suunnittelussa oli tekijän kohdalla muitakin tehtäviä, kuin vain tämä opinnäytetyö, joten aikaa tuli käytettyä välillä muuhun. Välillä aikaa meni yksinkertaisesti vain harjoitteluun niin piirtopuolella kuin graafisen suunnittelun puolella. Opinnäytetyö tuli kuitenkin lopulta valmiiksi vuoden 2024 helmikuussa.

Opinnäytetyön aiheen takia työssä tulee paljon esiin tekijän omaa pohdintaa liittyen siihen, miten käsiteltävät asiat vaikuttavat juuri hänen liikeideaansa ja sitä kautta yrityksen liiketoimintamalliin sekä perustamissuunnitelmaan. Liikeidean kehittäminen oli kuitenkin yhtenä tärkeänä tavoitteena työlle, joten tekijän mielestä omien näkemysten ja kehitysprosessin esilletuonnista ei ole haittaa. Tekijän mielestä siitä saa hyvän kuvan siitä, että liikeidea muuttui prosessi aikana.

5.1 Lähtökohdat

Lähtökohdana opinnäytetyölle oli halu laatia toimiva liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma omalle yritykselle, jonka toiminta on tarkoitus aloittaa tulevaisuudessa. Tekijä näki hyvän mahdollisuuden valita opinnäytetyön aiheeksi juuri kyseisen aiheen, koska se oli työelämän kannalta oleellista siinä vaiheessa. Aluksi opinnäytetyön aiheena oli liiketoimintasuunnitelma tulevalle yritykselle, mutta aihe kuitenkin vähän muuttui alkuperäisestä ja tuloksena syntyi paranneltu liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma omalle yritykselle. Opinnäytetyö antoi hyvän mahdollisuuden ja ajan laatia tarkka suunnitelma,

jonka laatiminen eri ajankohtana (*mahdollisesti jo työelämässä*) olisi ollut huomattavasti vaikeampaa siihen vaaditun ajan takia.

5.2 Prosessi

Prosessi alkoi vuoden 2023 tammikuussa ja tuli päätökseen alkuvuodesta 2024. Opinnäytetyön prosessi kesti noin vuoden. Prosessi kesti kauemmin, kun tekijä alkujaan oletti, mutta hän on melko tyytyväinen lopputulokseen. Tekijä sai prosessin aikana kattavasti uutta tietoa ja kehitti omaa liikeideaansa. Liiketoimintamalli muuttui enemmän haastatteluiden ja SWOT-analyysin avulla kuin perustamissuunnitelma, joka pysyi melko samanlaisena. Tekijä aloitti kevytyrittäjyyden marraskuussa 2023. Tällä hetkellä tekijä suorittaa opintoihin liittyvää harjoittelujakson omassa yrityksessään. Tämän opinnäytetyön aikana laaditut suunnitelmat ovat hyvä apu toiminnan kehittämiseen. Varsinkin haastattelujen pohjalta laadittu SWOT-analyysi ja sitä kautta syntynyt liiketoimintamalli tulevat olemaan isona apuna yrittäjyydessä ja toiminnan kehittämisessä.

5.3 Jatkotoimenpiteet

Tällä hetkellä tekijän suorittaa opintojen harjoittelujaksoa, jonka tavoitteena on laatia yrityksen liiketoimintasuunnitelma ja rahoitussuunnitelma sekä tehdä ensimmäisiä työprojekteja koskien digitaalisesti tuotettuja kuvia ja graafista suunnittelua.

Toiminimen perustaminen tapahtuu tekijän kohdalla tulevaisuudessa. Tällä hetkellä tekijä toimii kevytyrittäjänä. Siirtyminen toiminimeen tapahtuu tulevaisuudessa, mutta sille ei ole tarkempaa ajankohtaa vielä tässä vaiheessa. Yritystoiminta tulee tekijän mielestä todennäköisesti olemaan aluksi sivutoimista. Tavoitteena kuitenkin on, että toiminta tulee olemaan tulevaisuudessa päätoimista yrittäjyyttä, kunhan siihen on tarpeeksi hyvät

mahdollisuudet ja muutos sivutoimisesta päätoimiseksi on oikeasti perusteltu ja tarkkaan mietitty päätös.

5.4 Itsearviointi

Tekijän mielestä työn alkuvaihe meni hyvin motivaation ollessa korkealla. Kirjallisuuskatsauksen tekeminen osoittautui pitkäksi prosessiksi, joka vei paljon aikaa, koska liikeidea muuttui jatkuvasti uuden tiedon ansiosta. Tekijä on kuitenkin melko tyytyväinen lopputulokseen.

Välillä oli havaittavissa motivaation puutetta, jolloin työ ei oikein edennyt suunnitelmien mukaan. Yhtenä syynä on mahdollisesti se, että liikeidean kehittyessä tekijä ymmärsi, että tietotaitoa itse töiden tekemiseen tarvitaan huomattavasti lisää, joka johti siihen, että aikaa kului itse harjoitteluun ja piirrosten tekemiseen.

6 Johtopäätökset

Tekijällä on vielä omasta mielestään paljon opittavaa yrittäjyydestä ja toimialasta. Opinnäytetyön aikana toteutettu tutkimus antoi kuitenkin paljon lisätietoa tekijälle koskien yrittäjyyttä, graafista suunnittelua, freelancerina toimimista sekä toimialan muutostekijöistä. Tekijä tiedostaa, että piirtotaitoa sekä graafisen suunnittelun taitoa on ylläpidettävä ja kehitettävä. Toimiala on tätä työtä tehdessä murroksessa, tekijän ja osan haastateltavien mielestä pääosin tekoälyn takia. Se on tärkeää ottaa huomioon ja valmistautua niin hyvin kuin vain mahdollista. Tekijä uskoo, että ihmisen oman kädenjäljen merkitys varsinkaan taidepuolella ei tule katoamaan, vaikka tekoäly mahdollistaa upeiden kuvien luonnin, helposti ja nopeasti. Graafisessa suunnittelussa tekoäly mahdollistaa yrityksille nopean ja helpon tavan luoda materiaalia, mutta tekijä

uskoo, että ihmisten tekemälle grafiikalle on edelleen tarvetta. Varsinkin pienemmät tekijät voivat tarvita apua visuaaliseen ilmeeseen.

Tutkimuksen validiteetti kärsi osittain siitä, että alkuperäinen liiketoimintamalli oli puutteellinen. Liiketoimintamallin perusrunko korjattiin paranneltuun liiketoimintamalliin. Tekijä on melko tyytyväinen paranneltuun liiketoimintamalliin. Yrityksen toiminnan kannalta on tärkeää antaa paljon painoarvoa laaditulle SWOT-analyysille, koska siihen on kirjattu tarkasti haastatteluiden avulla saadut toiminnan vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat.

Opinnäytetyön yhtenä suurena tavoitteena oli saada lisätietoa ja parempi ymmärrys tulevan yrityksen toiminnasta ja asioista, jotka liittyvät siihen. Siinä onnistuttiin melko hyvin tekijän mielestä. Tekijä koki oppineensa paljon liikeidean kehittämisestä, yritystoiminnasta ja yrityksen perustamisesta. Sen lisäksi hän sai paljon tietoa kirjallisuuden ja haastatteluiden avulla itse toimialasta, jolla hän ei ollut vielä päivääkään työskennellyt. Asiat liittyen graafiseen suunnitteluun ja freelancerina toimimiseen olivat tärkeitä tekijän mielestä, koska työn alkuvaiheessa tieto niistä oli hyvin hajanaista. Laadittu liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma toimivat hyvänä pohjana yritystoiminnalle. Niiden lisäksi SWOT-analyysi antoi nelikenttäkuvauksen yrityksen vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhista. Heikkouksien ja uhkien tiedostaminen on tekijän mielestä tärkeää, koska silloin niihin pystyy mahdollisesti vaikuttamaan ja pyrkiä kääntämään ne mahdollisuuksiksi ja lopulta vahvuuksiksi. Nyt tekijä on valmiimpi aloittamaan yrittäjyyden.

Lähteet

- Ahola H, Parkkola T, Pikala A, Katajarinne P. 2014. Luovuus ja liiketoimintatyökirja. Humanistinen ammattikorkeakoulu.
- ArtStation. 2023. <https://www.artstation.com/about/company>. 7.12.2023.
- Brophy A. 2017. Art, Money, Success, finally make a living doing what you love. Son of the Sea, Inc.
- Business Research Methodology. Reliability. <https://research-methodology.net/research-methodology/reliability-validity-and-repeatability/research-reliability/>. 18.1.2024.
- Business Research Methodology. Validity. <https://research-methodology.net/research-methodology/reliability-validity-and-repeatability/research-validity/>. 22.1.2024.
- Cho J, Ilasco M.M. 2010. Creative Inc.: The Ultimate Guide to Running a Successful Freelance Business. Chronicle Books.
- Congdon 2014. Art Inc. The Essential Guide for Building Your Career as an Artist. Chronicle Books.
- INNORISK. 2007. Laadukas SWOT. Työkalu pk-yrityksen innovaatiovetoisen tulevaisuuden menestyksen turvaamiseksi. http://virtual.vtt.fi/virtual/proj3/innorisk/LAADUKAS_SWOT.pdf. 15.3.2023.
- Korpela H. 2020. Alkaisinko freelanceriksi? Laurea-ammattikorkeakoulu. Liiketalous. Opinnäytetyö. <https://www.theseus.fi/handle/10024/344470>. 6.12.2023.
- Munter A. 2023. Aloittavan yrittäjän liiketoimintamalli. Hämeen-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutus. Opinnäytetyö. <https://www.theseus.fi/handle/10024/803504>. 6.12.2023.
- OpenAI.com. 2023. <https://chat.openai.com/>. 12.9.2023.
- Osterwalder A, Pigneur Y. 2010. Business Model Generation. John Wiley Sons Inc.
- Puusa, A, Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus.
- Resch M. 2021. How To Become A Successful Artist. Phaidon Press.
- Saaranen-Kauppinen A, Puusniekka A. 2009. KVALIMOTV. Kvalitatiivisten menetelmien verkko-oppikirja. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto Tampereen yliopisto.
- Saaranen-Kauppinen A, Puusniekka A. KvaliMOTV. Menetelmäopetuksen tietovaranto(verkkojulkaisu). Triangulaatio. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_2_4.html. 1.2.2024.
- Sarsby. A. 2016. SWOT-analysis. Lulu.com.
- Theseus. 2023. <https://www.theseus.fi/>. 6.12.2023.
- Uusyrittäjäkeskus. 2021. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle.
- Yrittäjät.fi. Rahoitus. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/rahoitus/>. 17.1.2024.

Yrittäjät.fi. Yrityksen perustamisen opas. https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2019/07/yrityksen_perustamisen_opas_suomen_yrittajat.pdf.

Yrityksen perustamisen stepit (perustamissuunnitelma)

1. Liikeidea

- Liikeidean keskiössä on taiteelliset tuotokset piirtämällä, graafinen suunnittelu ja sisällöntuotanto sekä videoeditointi.
- Tekijän ideana on toimia freelancerina, joka ottaa ulkopuolelta töitä itselleen vastaan, projektimuotoisina
- Tavoitteena on olla visuaalisten palvelujen ja tuotteiden tarjoaja Suomessa. Kansainvälisyys on ajankohtaista mahdollisesti tulevaisuudessa, kun jalansijaa on ensin hankittu kunnolla Suomesta ja saatu kokemusta alalta.
- Aluksi tarkoitus toimia kevytyrittäjänä
- Sivutoimisesta päätoimiseksi tulevaisuudessa

2. Liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma (*opinnäytetyö, syksy 2023*)

- Alustava suunnitelma yrityksestä liiketoimintamallin ja perustamissuunnitelman avulla
- Opinnäytetyön aikana saatu lisätieto yrittäjyydestä, toimialasta.
- Haastattelut
- SWOT-analyysi

3. Paranneltu liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma (*opinnäytetyö, syksy 2023*)

- Opinnäytetyön tuloksena syntyvä paranneltu liiketoimintamalli ja perustamissuunnitelma.

4. Kevytyrittäjäyys (syksy / alkutalvi 2023)

- Toiminnan aloittaminen jo opinnäytetyön aikana syksyn / alkutalven 2023 aikana.
- Liikeidean testaaminen
- Todennäköisesti Ukko.fi palvelun kautta.

5. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen (AMK-harjoittelu, syksy / talvi 2023-)

Lähde: (Uusyrittäjäkeskus. <https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/liiketoimintasuunnitelma/>) + oma näkemys

- Yrityksen perustiedot
- Liikeidean kuvaus
- Oma osaaminen
- Tuotteet / palvelut
- Markkinat ja kilpailijat
 - Markkina-analyysi
 - Kilpailija-analyysi
- Myynti ja markkinointi
 - Markkinointistrategia
 - Asiakaskartoitus
 - Hinnoittelu
- Yhtiömuodon valinta
- Kirjanpidon suunnittelu

- Rahoitussuunnitelma
 - Laskutus

- Riskit ja niiden hallinta
 - Visio ja tavoitteet
-

6. Yrityksen perustamisilmoitus

- Tarvittavat ilmoitukset koskien yrityksen perustamista. Tarkoituksena ensin toimia sivutoimisena yrittäjänä.
- Yritysmuotona on toiminimi

7. Toiminnan aloittaminen (*AMK-harjoittelu, talvi 2023-*)

- Harjoittelun yhteydessä yrityksen perustaminen
- Tarkoituksena toimia sivutoimisena aluksi, mutta tulevaisuuden tavoitteena on siirtyä päätoimiseksi yrittäjäksi

8. Sivutoiminen yrittäjäyys

- Toiminta tarkoitus aloittaa sivutoimisena
- Tavoitteena toimia tehdä sivutoimisena päätyön ohessa

9. Päätoiminen yrittäjäyys

- Siirtyminen päätoimiseksi yrittäjäksi, kun ajankohta sille on perusteltu ja järkevä

Alustava Liiketoimintamalli

Kuvaus:

Liikeidean keskiössä on piirtäminen, kuvien luonti / muokkaus sekä videoeditointi. Tekijän ideana on toimia freelancerina, joka ottaa ulkopuolelta töitä itselleen vastaan, projektimuotoisina.

Tarkoituksena on toimia graafisen alan sisällöntuottajana, jossa taiteellinen puoli on vahvasti mukana piirtämisen kautta.

Kuvien teko tapahtuu pääosin Sketchbook Pro -piirto-ohjelmalla, jossa apuna piirtopöytä. Toisena vaihtoehtona kuvien teolle on Adobe Photoshop.

Videoeditointi tehdään Adobe Premiere Pro:lla tai Vegas Pro:lla. Myös muiden sovellusten käyttö on mahdollista ja opeteltavissa.

Toiminta on tarkoitus aloittaa tekijän kohdalla kevytyrittäjänä.

Suunnitellun yrityksen palvelut ja tuotteet ovat seuraavanlaiset:

- Piirroksset (taulut, tulosteet, taustakuvat, luonnokset, lisensointi)
- Graafinen suunnittelu (logot, mainokset, markkinointimateriaali yrityksille)
- Videot (urheiluvideot keskiössä, myös muu videotuotanto mahdollista)
- *Concept art (peleihin, maisema / alueluonnokset ja suunnittelut (tulevaisuudessa)*

Liiketoimintamalli

<p>1. Asiakassegmentit</p>	<p><u>Yksityishenkilöt, yritykset</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Taulut, paperitulosteet, kuvitus, graafinen suunnittelu, videoeditointi <p><u>Urheiluseurat</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 1.) Jääkiekko 2.) Jalkapallo - 3.) muut lajit - Koostevideot - Promovideot - Graafinen suunnittelu sosiaaliseen mediaan ja verkkosivuille
<p>2. Arvolupaukset</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asiakkaiden tarpeiden selvittäminen ja yhteistyön kautta laadittu lopputulos - Tietyn tilan paremmalta näyttäminen - Hieno ja tunteita herättävä kuvitus - Urheiluvideoiden tuoma tunne lajia kohtaan varsinkin jääkiekossa - Urheilun tunnepuolen esiintuonti videoiden avulla faneille
<p>3. Kanavat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sosiaalinen media - Verkkokauppa - Sosiaalinen verkosto (<i>kaverit, lähipiiri...</i>) - Discord-kanavat (+ <i>muut vastaavat sosiaalisen verkoston alustat/sivustot</i>) - ArtStation, DevianArt...

4. Asiakassuhteet	<ul style="list-style-type: none">- Uutiskirje- Aktiivinen yhteydenpito asiakkaiden kanssa- Uusien asiakkaiden etsiminen (sosiaalinen media)- Paikalliset tapahtumat tai tapahtumat verkossa- Artistien, graafisten sisällöntuottajien yhteisöt- Discord-kanavat (sekä muut vastaavat kanavat)- <u>Omat verkkosivut (tulevaisuudessa)</u>
5. Tulovirrat	<ul style="list-style-type: none">- Taulut (<i>digitaalisesti piirretyt, taulun valmistus kolmannen osapuolen tekemänä.</i>)- Tulostetut kuvat- Lisensointi- Videot- Jälleenmyynti- Sosiaalisen median tulot- Instagram- YouTube- Myynti eri alustoilla, kuten ArtStation, DevianArt...- Redbubble (<i>sekä muut print on demand-tuotteiden myyntisivustot</i>)

6. Tärkeimmät resurssit	<ul style="list-style-type: none">- Piirtopöytä- Tietokone- Sovellukset (<i>Photoshop, Vegas Pro, muut tarvittavat kuvan/videonmuokkausohjelmat</i>)- Omat verkostot
7. Tärkeimmät toimet	<ul style="list-style-type: none">- Yhteydenpito asiakkaisiin- Aktiivisuus verkossa- Kohdennettu markkinointi kohderyhmille
8. Tärkeimmät kumppanuudet	<ul style="list-style-type: none">- Asiakkaat- Muut artistit, graafisen sisällöntuotannon tekijät- Sellaiset toimijat, jotka ovat tekemisissä oman kohderyhmän kanssa- Jälleenmyyjät- Oma verkosto
9. Kustannusrakenne	<ul style="list-style-type: none">- Suurimmat kustannukset syntyvät alustavasti elämän "perus" menoista.- Suuria menoja liittyen liiketoimintaan ei ole, tosin

	<p>huomioitava mahdolliset laitteiden hajoamiset.</p> <ul style="list-style-type: none">- Yrityksen alussa hankintoja on editointiohjelma- Kustannuksia Adoben ohjelmat (<i>kuukausimaksu</i>)- Liiketilojen hankinnalle ei ole tarvetta (<i>toiminta kotoa käsin</i>)
--	--