



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Portaali luovan kulttuurialan pk-yrityksille

Mämmi, Janina

2014 Laurea Leppävaara



Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Portaali luovan kulttuurialan pk-yrityksille

Mämmi Janina
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2014

Mämmi Janina

Portaali luovan kulttuurialan pk-yrityksille

Vuosi 2014 Sivumäärä 43

Opinnäytetyö tehtiin tilauksena Laurea-ammattikorkeakoulun tulevaa hanketta varten. Laurea-ammattikorkeakoulu aloittaa luovan alan yritysten kanssa hankkeen, jossa tehdään portaali luovan alan pienyrityksille. Tämä opinnäytetyö on esitutkimus tulevalle hankkeelle. Luovan kulttuurialan pienyrittäjillä ei ole olemassa yhteistä portaalia, joten tarve portaalille on suuri.

Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa portaalin olemusta ja tulosten analysoinnin pohjalta tuottaa portaalista prototyyppi. Työssä toteutettiin vertailuanalyysi jo olemassa olevista luovan alan verkkosivustoista. Vertailuanalyysiin otettiin mukaan kolme luovan alan yrittäjille suunnattua verkkosivua ja näiltä verkkosivuilta kerättiin parhaita käytäntöjä.

Portaalin toiminnallisuuksia ja visuaalista ilmettä selvitettiin pieniltä luovan alan yrittäjiltä. Tämä tehtiin laadullisena tutkimuksena ja se toteutettiin teemahaastatteluilla. Haastattelussa edettiin seuraavien teemojen mukaan: Ensimmäisenä selvitettiin yritysten nykyisiä toimintamalleja mm. sosiaalisen median palveluiden käytössä. Toinen teema käsitteli haastateltavan henkilön henkilökohtaisia näkemyksiä toimivista ominaisuuksista verkkosivustoilla. Viimeisessä teemassa pohdittiin toimintoja luovan alan portaalille. Lisäksi haastatteluissa pohdittiin portaalin visuaalista ilmettä sekä yhteistä verkkokauppaa.

Vertailuanalyysista ja laadullisesta tutkimuksesta saadut vastaukset analysoitiin ja saatiin selville, minkälaisia toimintoja portaalissa tulisi olla. Vastausten analysoinnin jälkeen aloitettiin prototyypin suunnittelu ja toteutus. Prototyypin toteutuksessa otettiin huomioon tutkimustulokset. Prototyyppi toteutettiin Axure -käyttöliittymäsuunnitteluohjelmalla. Lopputuotoksen arvioi haastatteluun osallistunut yrittäjä. Haastatteluissa selvinneet ideat oli huomioitu valmiissa prototyypissä.

Portaalin valmistuessa siitä hyötyvät eniten pienet luovan alan yrittäjät itse. Luovan alan pienyrittäjien näkyvyyden parantaminen on yksi tulevan projektin tärkeimmistä tavoitteista. Portaalin pääkäyttäjiä tulevat olemaan yrittäjät itse. Portaalin toinen tärkeä käyttäjäryhmä luovan alan yrittäjien lisäksi ovat asiakkaat. Portaalissa oleva verkkokauppa on suunnattu erityisesti asiakkaiden käyttöön. Haastavaa portaalin suunnittelussa ja toteutuksessa on ylläpidon jakaminen. Portaalin ylläpitämiseen tarvitaan esimerkiksi ryhmä henkilöitä, jotka ylläpitävät verkkosivustoa yhdessä. Portaalin käyttöönotossa tulee ottaa huomioon myös luovan alan pienyrittäjien tietotekninen osaaminen.

Asiasanat: Portaali, luova kulttuuriala, käytettävyys, prototyyppi

Mämmi Janina

The portal for enterprises in cultural and creative sector

Year	2014	Pages	43
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to gather information about beneficial features in websites and design a prototype of a portal for small entrepreneurs who operate in cultural and creative sectors. This thesis was made to Laurea University of Applied Sciences. Some companies in creative sector will start a project with Laurea University of Applied Sciences. In this project the main purpose is to create a portal for small entrepreneurs who operate in creative sector. This thesis is a feasibility study for Laurea's project.

The data was collected from the comparative and qualitative studies. In the comparative study three different websites were compared. All the websites were intended for creative entrepreneurs. The best practices were gathered from these websites. The qualitative study was made for the entrepreneurs and all the information was gathered from interviews. There were three different themes which were discussed. These themes were considering people's ways of acting in technical issues, personal views and ideas for this portal.

The data was analyzed after gathering the information. The most important features were found from the studies. The prototype was designed with Axure. Axure is an interactive wireframe software and mockup tool. Many mockups were made before the final prototype. The majority of participants in the qualitative study considered that establishing a portal for creative enterprises would be critically important. In future this portal will help entrepreneurs in their businesses. Another important user group is customers. There exists a web shop in the prototype and that is mainly designed for customers.

This thesis is useful for Laurea University of Applied Sciences and those companies in creative sector who are going to be involved in this project. More attention has to be paid in administrative issues. To help prevent problems there should be a group of people who can take care of administration. This has to be taken into consideration already in the planning.

There exists lots of big brands that operate in creative sector. Startup companies or other small entrepreneurs who are operating at the same market sector are in difficult situations. The main purpose of this portal is to add a visibility for smaller enterprises in cultural and creative field.

Keywords: Portal, website, cultural and creative sector, usability, prototype

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Opinnäytetyön lähtökohdat	7
1.2	Luovan alan kohdeorganisaatiot	7
2	Portaalin ylläpito ja käytettävyys	8
2.1	Käytettävyys suunnittelussa	9
2.2	Käytettävyyden arviointi	9
3	Vertailuanalyysi	11
4	Kvalitatiivinen tutkimus	12
4.1	Tutkimuksen rajaus	13
4.2	Yrityskartoituksen tekeminen	14
4.3	Haastattelujen tekeminen	15
5	Opinnäytetyön tutkimustulokset	15
5.1	Benchmarkingin tulokset	15
5.2	Yrityskartoituksen tulokset	17
5.3	Teemahaastattelujen tulokset	17
6	Prototyypin kehittäminen	19
6.1	Suunnitteluvaihe	19
6.2	Portaalin sisältö	20
6.3	Navigointi	20
6.4	Pääsivun sisältö	21
6.5	Sivusivujen sisältö	22
6.6	Verkkokauppa	23
6.7	Portaalin ulkoasu	24
7	Prototyypin toteutus	25
8	Yhteenveto ja johtopäätökset	26
	Lähteet	30
	Liitteet	33

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella ja toteuttaa prototyyppi portaalista luovan alan yrittäjille. Portaalien kautta pienet luovan kulttuurialan yrittäjät saisivat enemmän näkyvyyttä. Tämä opinnäytetyö tehdään tilauksena Laurea-ammattikorkeakoululle, joka käynnistää hankkeen portaalien toteuttamiseksi pienten luovan alan yritysten kanssa. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää minkälaisia toiminnallisuuksia tulevassa portaalissa tulisi olla.

Opinnäytetyöprojekti aloitettiin määrittelemällä aihealueen käsitteet ja kartoittamalla luovan kulttuurialan pieniä- ja keskisuuria yrityksiä. Tutkimustyö aloitettiin kartoittamalla luovan alan yrityksille suunnattuja verkkosivustoja. Benchmarking -menetelmä tarkoittaa vertailevaa kehittämistä, jonka avulla voidaan poimia parhaat käytännöt jo käytössä olevista portaaleista. Tässä opinnäytetyössä vertailtiin kolme eri sivustoa, jotka kaikki on suunnattu luovan alan yrityksille. Tietoja kerättiin vertailevan tutkimuksen lisäksi laadullisesta tutkimuksesta. Laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa kartoitettiin yrittäjien mielipiteitä portaaliin liittyen. Tässä opinnäytetyössä tutkimus ei siis ole asiakaslähtöistä vaan tutkimuksessa haastatellaan portaalien tilaajan asemassa olevia henkilöitä ja heidän tarpeitaan portaalille. Tilaajat ovat pieniä luovan kulttuurialan yrittäjiä.

Tutkimusosiossa käytetään kvalitatiivista tutkimusmenetelmää ja vertailevaa tutkimusta eli benchmarking -menetelmää. Lisäksi tutustutaan aihealueen kirjallisuuteen ja ajankohtaisiin julkaisuihin. Tutkimusten tuloksina saadut vaatimukset huomioidaan ja niiden pohjalta suunnitellaan ja toteutetaan prototyyppi verkkosivustosta. Tutkimustyön ohessa kartoitetaan yritysten nykyinen tilanne sosiaalisen median palveluissa. Haastatteluissa pohditaan myös, miten sosiaalista mediaa voitaisiin hyödyntää portaalissa ja voisiko portaalilla tuoda näkyvyyttä pienille luovan alan yrityksille erilaisten sosiaalisen median palveluiden kautta.

Tulosten analysoinnin jälkeen prototyypin suunnittelutyö alkoi. Suunnittelussa tärkeää oli ottaa huomioon sivuston käytettävyys. Navigointi ja sijoittelu on tärkeä suunnitella hyvin. Kun kyseessä on portaalit luovan alan yrityksille, on portaalien suunnittelussa kiinnitettävä erityisesti huomiota myös visuaaliseen ulkoasuun. Tavoitteena on tehdä prototyypistä moderni, tyylikäs ja ennenkaikkea helppokäyttöinen. Portaalien ulkoasun tulisi houkutella erityisesti luovan alan henkilöitä, jotta mahdollisimman moni käyttäisi palvelua.

Prototyypin toteuttamisen jälkeen arvioidaan portaalien hyödyt luovan kulttuurialan pienyrityksille. Portaalien olisi pystyttävä tarjoamaan sellaisia ominaisuuksia pienyrityksille, joita he eivät pysty muualta hankkimaan. Näin portaalien tarkoitus toteutuisi.

1.1 Opinnäytetyön lähtökohdat

Teoriaperustan tälle opinnäytetyölle muodostavat käsitteet: luova-ala, portaali, portaalin kehittäminen, käytettävyyden suunnittelu ja -arviointi. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella portaali luovan alan pienyrittäjille. Luovuutta toki löytyy muistakin kuin luovan alan yrityksissä, mutta on eroteltava mitkä yritykset voidaan luokitella erityisesti luovan alan yrityksiksi.

Määrittelyä sanalle ”luova” on helpompi pohtia luovuuden kautta. Filosofian Akatemian määritelmän mukaan luovuus on ominaisuus siinä missä esimerkiksi pyörällä ajaminen (2009). Luovuuden ainutlaatuisuus perustuu siihen, että se on pääasiassa luontainen lahjakkuus. Luovuttaa voi kehittää, mutta luovuuden harjoittelu tai opettelu ei ole helppoa. Luovuuden määritelmän kautta voidaan pohtia tarkemmin sanan ”luova” merkitystä. Millainen ihminen on luova? Luovalla ihmisellä on mielikuvitusta sekä kykyä hahmotella ja saada aikaiseksi sellaista, jota ei ennen ole ollut olemassa. Uusien asioiden suunnittelu ja toteutus vaatii aina luovan prosessin läpikäymisen (Filosofian Akatemia, 2009).

Teorinaperustana opinnäytetyössä käytetään käytettävyyteen ja verkkosivuston kehittämiseen liittyvää kirjallisuutta. Tunnetuin käytettävyyden asiantuntija on tanskalainen kirjailija Jakob Nielsen, joka on julkaissut useita teoksia käytettävyyteen liittyen. Näistä edellämainituista lähteistä koostuu viitekehys opinnäytetyössä toteutettavalle prototyypille. Prototyypin toiminnallisuudet kartoitetaan työhön sisällytettävässä tutkimusosiossa, joka koostuu laadullisesta- ja vertailevasta tutkimuksesta.

1.2 Luovan alan kohdeorganisaatiot

Luovan alan yrityksille on ominaista, että toimintaan sisältyy luovia prosesseja. Luova-ala on nostanut profiiliaan yhä enemmän niin globaalisti kuin kotimaassakin. Työ- ja Elinkeinoministeriön teettämän Luova Raha -raportin mukaan luovien alojen osuus maailmantaloudessa on kasvanut viime vuosina nopeaa vauhtia. Tällä hetkellä luova-ala kattaa jo 7% koko maailman bruttokansantuotteesta. (2011). Erityisesti Suomessa näkyvyyttä luovalle alalle ovat tuoneet viime vuosien menestystarinat pelialalta.

Luovat alan yritykset voidaan jakaa kahteen eri osa-alueeseen. Nämä osa-alueet ovat luova kulttuuritoimiala ja luova teollisuusala. Teollisuuden ala kattaa esimerkiksi edellisessä kappaleessa mainitun peliteollisuuden sekä muita teknisempiä luovuuden aloja, joita ovat esimerkiksi animaation- ja musiikintuotanto. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2011).

Luova kulttuuriala kattaa muun muassa taiteen-, antiikin-, vaatetuksen- ja teatterin osa-alueet. Tässä opinnäytetyössä tarkoituksena on kehittää portaali erityisesti näille kulttuurialan pienille ja keskisuurille yrityksille. Luovaan alaan luetaan usein mukaan myös kirjallisuus, mutta se on rajattu pois portaalin käyttäjien kohderyhmästä. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2011).

Kysyntä tällaiselle portaalille on varmasti myös suurempaa kulttuurialan puolella verrattuna teknisempään luovaan alaan. Monet kulttuurialan pienyrittäjät joutuvat usein taloudellisiin vaikeuksiin, sillä markkinat ovat hyvin hajanaisia, etenkin Suomessa. Työ- ja elinkeinoministeriön Luova raha -raportissa mainitaan myöskin ongelmaksi esimerkiksi jakelukanavien puute alalla, mikä ennestään vaikeuttaa kulttuurialan pienyritysten liiketoimintaa. Opinnäytetyössä suunniteltavasta portaalista on tarkoitus tulla jakelukanavan prototyyppi luovan kulttuurialan pienyrittäjille.

2 Portaalien ylläpito ja käytettävyys

Portaaleja on olemassa erilaisia riippuen toimialasta ja tarkoituksesta. Portaalien voidaan ajatella olevan jonkinlainen virtuaalinen tapaamispaikka, joka yhdistää saman toimialan toimijoita, asiakkaita ja mahdollisesti muitakin sidosryhmiä.

Portaali voi olla joko julkinen tai salattu eli kirjautumistoiminnon takana. Portaaliiin voi sisältyä palveluita, tuotteita, asiointipalveluita ja tietopalveluita. (Tietosuojavaltuutetun toimisto, 2011). Portaalien sisältö ja ulkoasu tässä ovat tarkemmin tiedossa vasta tutkimuksen tulosten analysoinnin jälkeen. Mahdollisesti ainakin osa portaalien toiminnoista tulee suojauksen taakse niin, että vain pääsyyn oikeutetuilla henkilöillä on mahdollisuus kirjautua sisään ja käyttää tiettyjä toimintoja. Ilman sisäänkirjautumistoimintoa portaalissa olevaa sisältöä on vaikeampi hallita ja käytännössä kuka tahansa pääsisi käyttämään portaalien toimintoja.

Henkilötietolaki on asettanut säädöksen portaalien käyttäjille. Tämä laki säätelee missä roolissa kukin käyttäjä on ja mistä osiosta kukin käyttäjä on vastuussa. Yleensä portaalilla on useita käyttäjiä eri yrityksistä, mutta rekisteriä portaalien käyttäjistä pitää yllä yksi yritys. Rekisterinpitäjää koskee kaikki henkilötietolain vaatimukset. (Tietosuojavaltuutetun toimisto, 2011)

Kuten edellisessä kappaleessa mainittiin, on portaalien käyttäjien rekisteriä hallinnoivalla henkilöllä henkilötietolain asettamat vaatimukset toiminnalleen. Teknisen toteutuksen osalta henkilötietolaki ei ota kantaa minkälaista alustaa tulisi käyttää. (Tietosuojavaltuutetun toimisto, 2011). Opinnäytetyön tehtävänä on toteuttaa ja viimeistellä portaalien prototyyppi.

Näin ollen, jos joku haluaa portaalin toteuttaa, voi toteuttaja itse päättää millä tavalla portaali toteutetaan ja millä alustalla se olisi mahdollisimman helppo ylläpitää.

Usein portaalin ylläpito on jakautunut monen eri toimijan kesken, sillä portaali sisältää erilaisia palveluja ja toimintoja. Jo suunnitteluvaiheessa on hyvä selvittää, ketkä kaikki ylläpitävät portaalia. Haasteellisin osuus prototyypin toteuttamisessa olisi todennäköisesti ylläpito, sillä useat pienyrittäjät ovat hyvin kiireisiä eikä heillä ole aikaa ylimääräiselle työlle ylläpitoon liittyen. Käytännössä ylläpito voitaisiin ulkoistaa jonnekin muualle, mikäli yrittäjillä itsellään ei olisi kiinnostusta ylläpidollisiin tehtäviin.

2.1 Käytettävyys suunnittelussa

Käytettävyydelle löytyy useita määritelmiä, mutta yksi tunnetuimmista on Jakob Nielsenin määritelmä. Nielsen (2000) määrittelee käytettävyyttä käyttäjän tarpeen kautta. Jos käyttäjä ei siis löydä sivustolta etsimäänsä helposti, hän ei myöskään osta sitä kyseiseltä sivustolta. Käytettävyys tarkoittaa helppokäyttöisyyttä ja helposti oppimista. Jo ensimmäisen käyttökerran jälkeen käyttäjälle pitäisi tulla tunne, että hän tuntee sivuston rakenteen ja osaa liikkua siellä vaivatta.

Käytettävyys suunnittelussa on otettava huomioon verkkosivuston rakentamisen kaikissa työvaiheissa. Käytettävyys on hyvin monialainen käsite ja käytettävyyteen vaikuttavat muun muassa sivuston graafinen ulkoasu, sisältö, navigointi, virheiden vähäisyys sekä muistettavuus. Käytettävyyden suunnittelussa on myös otettava huomioon verkkosivuston käyttäjäryhmät.

Käytettävyys tarkoittaa kuitenkin eri asiaa kuin käyttöliittymäsuunnittelu. Käyttöliittymäsuunnittelu on osa verkkosivuston kehittämisprosessia, mutta taustalla olevat toiminnot ovat tärkeitä myös sivuston käytettävyyden kannalta. Verkkosivuston sisältö tulee olla helposti luettavaa ja tiedon täytyy löytyä nopeasti. Toimintojen täytyy olla helppokäyttöisiä ja niiden tulee toimia ilman häiriöitä.

2.2 Käytettävyyden arviointi

Käytettävyyden arvioinnin tavoitteena on löytää käytettävyysongelmia verkkosivustolta. Käytettävyyttä voidaan arvioida erilaisilla menetelmillä. Parhaan lopputuloksen saamiseksi kehoitetaan käyttävän useita erilaisia menetelmiä saman verkkosivuston arvioimisessa.

Jakob Nielsen (1994) kokosi yhteenvedon käytettävyyden arvioinnissa käytettävistä menetelmistä. Käytettävyyttä voidaan arvioida muun muassa seuraavilla menetelmillä.

- Heurestinen arviointi
- Kognitiivinen läpikävely
- Moniarvoinen läpikävely
- Ominaisuuksien katsastus
- Yhteneväisyyskatsastus
- Standardivertailu
- Muodollinen arviointi

Käytettävyyden arvioinnissa käytettävät menetelmät riippuvat kuitenkin arvioitavasta kohteesta. Heurestisessa arvioinnissa asiantuntijat tarkastavat sivustolta löytyviä elementtejä, jotka seuraavat tiettyjä käytettävyyden sääntöjä eli heurestiikoita. Kognitiivinen arviointi on hyvin käytännönläheinen menetelmä. Tässä menetelmässä asiantuntija käy läpi verkkosivustolta löytyvät toiminnot käyttäjän näkökulmasta. Tarkoitus on selvittää, voiko käyttäjä saavuttaa tavoitteensa verkkosivulla. Moniarvoinen menetelmä on hyvin hidas, mutta siinä näkemyksiä saadaan useammalta henkilöltä. Kehittäjät ja käyttäjät käyvät sivustolla olevan toimintaprosessin yhdessä läpi keskustellen mahdollisista ongalmakohdista. Ominaisuuksien katsastus sopii menetelmäksi sellaisille sivustoille, jossa suoritetaan paljon yksinkertaisia rutiininomaisia toimintoja. Tässä menetelmässä luetteloidaan yleisimmät toiminnot ja niiden toimivuus tarkistetaan yksi kerrallaan. Yhteneväisyyskatsastuksessa käytetään hyväksi useamman suunnittelijan ammattitaitoa. Menetelmässä suunnittelijat arvioivat toisen suunnitelman järjestelmän, joten tämä menetelmä toimii hyvin, jos arvioitavia järjestelmiä on useita. Standardivertailussa asiantuntija käy läpi verkkosivustolla olevat standardit ja varmistaa niiden toimimisen. Monipuolisin arviointimenetelmistä on muodollinen arviointi. Tässä menetelmässä toimitaan yksittäin ja ryhmissä kuusiasteisen säännösten mukaan. Mukana on heurestista arviointia sekä kognitiivisia läpikävelyitä. (Nielsen, 1994).

Pääasiassa heurestinen arviointi, kognitiivinen läpikävely, ominaisuuksien katsastus ja standardivertailu toimivat, jos arvioijana on ainoastaan yksi asiantuntija. Moniarvoisessa läpikävelyssä ja yhteneväisyyskatsastuksessa on mukana useampi asiantuntija. Parhaimmat tulokset saavutetaan, jos arvioijat ovat käytettävyyden asiantuntijoita, mutta menetelmien helppokäyttöisyyden vuoksi usein myös kehittäjät itse voivat toimia arvioijina.

Valmiin portaalin käytettävyyttä olisi hyvä testata esimerkiksi edellä mainituilla menetelmillä tai ainakin yhdellä menetelmällä. Kehittäjät itse voisivat toimia arvioijina ja käyttää menetelmiä, joissa on useampia arvioijia mukana.

Käytettävyyden arviointia voidaan osaltaan soveltaa myös tässä opinnäytetyössä valmistuvaan prototyyppiin. Opinnäytetyön johtopäätöksissä on pohdittu portaalin käytettävyyttä heurestiikojen näkökulmasta. Heurestiikat ovat osa heurestista arviointia ja niiden avulla voidaan määritellä sivuston käytettävyyttä. Jakob Nielsen on kuvannut 10 erilaista heurestiikkaa, joiden avulla käytettävyyttä voidaan arvioida. Heurestiikat arvioivat muun muassa virheilmoitusten laatua ja sanaston käyttöä sivustolla. Sanasto ei saa olla liian teknillistä ja järjestelmävirheistä on ilmoitettava heti käyttäjälle. Heurestiikoihin kuuluu myös käyttäjän kontrolli ja yhteneväisyys sivustolla. Sivuston tulee toimia tavalla, johon käyttäjä on tottunut. Lisäksi käyttäjälle on oltava olemassa selkeät reitit pois eri tilanteista, sillä käyttäjä tekee virheitä eikä aina päädy haluamaansa paikkaan. Käyttäjän ei tulisi tarvita muistaa polkuja sivustolla vaan navigoinnin tulisi olla niin selkeää, että käyttäjä voisi aina loogisesti päätellä reitin. Käyttäjälle voidaan myös tarjota oikopolkuja, joiden avulla siirtyminen paikasta toiseen nopeutuisi. Heurestiikoihin liittyen Nielsen mainitsee vielä visuaalisen ilmeen. Verkkosivuston estetiikka on käyttäjän kannalta hyvin tärkeä ja siihen on suunnittelutyössä kiinnitettävä huomiota. Sivustolta täytyy karsia kaikki turha sisältö pois, jotta käyttäjä kiinnittää huomionsa olennaisiin asioihin.

3 Vertailuanalyysi

Tähän opinnäytetyöhön sisällytetään vertaileva tutkimus. Benchmarking eli vertaileva kehittäminen tarkoittaa Suomisanakirjan mukaan esikuva-analyysia (2013). Benchmarking -menettelyllä tehtävää tutkimusta voidaan nimittää siis esikuva-analyysiksi, mutta yksinkertaisempi sana sille on vertailuanalyysi.

Vertailuanalyysi on hyvin laajasti käytetty kehitysmenetelmä yrityselämässä. Sillä voidaan parantaa tuottavuutta, laatua tai erilaisten prosessien toimintaa. Tavoitteena on löytää oman toiminnan ongelmakohdat ja keskittyä vertailun avulla niiden kehittämiseen. Tutkimuksen kohteeksi voidaan valita joko saman- tai erialan yrityksiä. Tässä opinnäytetyössä vertaillaan yksittäisiä portaaleja, joita luovalta alalta löytyy. Vertailututkimuksen tavoite on selvittää hyviä käytänteitä portaaleissa, jotta niitä voidaan käyttää hyväksi myös tässä opinnäytetyössä. (E-economics.)

Parhaimmat tulokset vertailuanalyysilla saadaan, kun tehdään henkilökohtaisia haastatteluja. Tämän opinnäytetyön vertailuanalyysin on tarkoitus olla pienimuotoinen tutkimus, joten tiedonkeruu tapahtuu etsimällä tietoa kirjoista, artikkeleista, uutisista ja Internetistä.

Vertailuanalyysissa vertailtavat arvioinnin kohteet valittiin sattumanvaraisesti Internetistä. Työ aloitettiin etsimällä luovan alan yrityksille suunnattuja portaaleja. Hakuvaiheessa törmättiin useisiin luovan alan verkkosivustoihin, mutta usein näiden sivustojen kohderyhminä oli

vain suppeampia ryhmiä. Kaikille luovan kulttuurialan yrityksille suunnattuja sivustoja löytyi muutama ja ne valittiinkin vertailuanalyysiin. Vertailun kohteiksi valitut verkkosivustot olivat: LuovaSuomi, Kulttuuriverkko ja Luovamo. Tarkemmin näiden sivustojen sisällöistä ja parhaista käytännöistä kerrotaan tämän opinnäytetyön tutkimustulokset -kohdassa.

4 Kvalitatiivinen tutkimus

Tämän opinnäytetyön kvalitatiivisen tutkimuksen aiheena on tutkia tarpeita luovan kulttuurialan portaalle. Tutkimuksen tarkoitus on kerätä olennaista tietoa tulevaa portaalia varten toiminnallisuuksiin ja visuaaliseen ulkoasuun liittyen. Ennen haastatteluja tulee kartoittaa luovan kulttuurialan yrityksiä. Haastateltavat löydettiin rajaamalla pieni joukko luovan alan yrityksiä Helsingistä. Rajaaminen toteutui suuresta pienempään -tekniikalla. Ensin etsittiin luovan alan yrityksiä koko Suomen alueelta ja lopulta päädyttiin Helsingissä toimivien luovan alan yritysten kohdejoukkoon.

Tutkimuksen tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon pohja-aineistoa portaalin prototyypin suunnittelua ja toteutusta varten. Näin ollen haastateltavia valittiin eri kulttuuritoimialojen yrityksistä. Mukana haastatteluissa oli koru- ja vaatesuunnittelijoita. Haastatteluihin haluttiin valita eri toimialojen henkilöitä, sillä sen kautta näkökulmiakin saataisiin useampia. Eri toimialojen yrittäjillä on myös erilaisia tarpeita portaalle ja nämä kaikki tarpeet tulee ottaa huomioon suunnittelutyössä, sillä portaali suunnitellaan kaikille luovalla kulttuurialalla toimiville yrittäjille. Mahdollisimman monen yrittäjän tulisi kokea portaali hyödyllisenä, jotta sitä tulevaisuudessa käytettäisiin aktiivisesti.

Ensin tutkimuksen aloittamista ja kysymysten tekemistä, on mietittävä millainen tutkimus aiheesta on järkevintä teettää. Opinnäytetyön aiheen valitseminen säätelee jo osittain tutkimusmenetelmän valitsemista (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 83.) Tämän opinnäytetyön tutkimus toteutetaan teemahaastatteluna ja tarkoitus on haastatella pienempää otantaa eli muutamia henkilöitä, jotka työskentelevät luovalla kulttuurialalla. Näin ollen laadullinen tutkimus sopii oman opinnäytetyöni tarkoituksiin paremmin. Laadullisen tutkimuksen tyypillisiä piirteitä ovat luonnollisten henkilöiden suosiminen haastatteluissa ja kohdejoukon tarkotuksen mukainen valitseminen. Nämä toteutuvat myös tässä opinnäytetyössä. Lisäksi laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on yleensä aihe, jonka alue saattaa olla kartoittamaton. Osittain kartoittamatonta on myös tällaisen portaalin suunnittelu, sillä vastaavaa portaalia ei luovalta kulttuurialalta löydy. (Hirsjärvi ym. 2008.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa perinteisten kysymysten sijaan voidaan seurata teemoja. Tämän opinnäytetyön tutkimuksen tiedonkeruumuoto on teemahaastattelu. Teemahaastattelussa haastattelutilanne etenee teemoittain. Teemat voivat seurata johdonmukaisesti toisiaan, mutta usein niiden järjestyksellä ei ole ratkaisevaa merkitystä. Teemahaastattelu on siis avointa keskustelua, mutta haastattelijan tulee kuitenkin johtaa keskustelua selkeästi suunnitelman mukaan. Teemahaastattelun etuna on laajemmat vastaukset, sillä hyvin strukturoitu kysymyslomake rajaa helposti kertyvää aineistoa. (Tilastokeskus.)

Tiedonkeruu tapahtuu tutkimuksessa siis haastatteluilla. Haastattelut antavat haastattelijalle paljon enemmän mahdollisuuksia verrattuna esimerkiksi vain postitse lähetettävään kyselylomakkeeseen. Haastattelijasta pystyy vaikuttamaan kysymyksiin ja haastattelun kulkuun ollessaan samassa tilanteessa haastateltavan kanssa. Haastattelusta joustavan tekee myös kysymysten uudelleenasettelu. Haastattelijasta voi kysyä lomakkeen kysymykset haluamassaan järjestyksessä. (Pitkämäki, 2010.)

4.1 Tutkimuksen rajaus

Kun tutkimuksen aihe on valittu, on aihetta myös rajattava. Se, miten aihetta rajataan, riippuu myös tutkimusmenetelmästä. Aiheen rajaus helpottaa tutkijaa täsmentämään tutkimuksen aihetta ja tämä täsmentäminen taas mahdollistaa syvämmän tutkimisen tarkalle tutkimuksen kohteelle.

Pasi Saukkonen on kertonut, että aihetta on hyvä alkaa rajaamaan suuremmasta pienempään. Ihan ensimmäiseksi on hyvä määritellä aihepiiri, josta tutkimus tehdään. Aihepiiri tarkoittaa lähinnä tutkimuksen aihetta hyvin yleisellä tasolla. Tämän opinnäytetyön aihepiiri on portaalin suunnittelu ja prototyypin toteutus. Aihepiirin määrittelyn jälkeen, on tutkijan mietittävä tarkempaa aihetta eli tutkimuskohde on tarkennettava tietyksi aiheeksi. Tämän opinnäytetyön aiheena on portaali luovan kulttuurialan pienille ja keskisuurille yrityksille. (Tutkielman-teen tukisivut.)

Edellisten lisäksi on tutkijan kiinnitettävä huomiota myös tutkimuksen juoneen (Tutkielman-teen tukisivut). Tutkimuksen tekijän täytyy osata perustella, miksi tutkimus tulee tehdä. Usein tutkimuksen idea voi olla se, ettei täysin vastaavaa tutkimusta ole ennen tehty ja aiemmin tehty tutkimus sisältää jo hyvin vanhaa tietoa. Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen joh- toajatus on portaalin puuttuminen luovan kulttuurialojen yrityksiltä. Tästä kerrottiin aiemmin myös kappaleessa neljä, jossa määriteltiin syyt tämän opinnäytetyön tarpeellisuudelle.

4.2 Yrityskartoituksen tekeminen

Ensimmäinen työvaihe laadullisessa tutkimuksessa oli haastateltavien henkilöiden löytäminen. Ensin luovan alan yrityksiä etsittiin koko Suomen tasolla, josta otantaa eli kohdejoukkoa alettiin karsimaan aina pienempään päin. Ensimmäisenä yritysten kartoittamisessa lähdettiin liikkeelle siitä, että kyseessä on oltava luovan kulttuurialan yritykset, jotka eivät kuitenkaan ole pk-yrityksiä suurempia. Yritysten hakemista täsmennettiin tämän jälkeen alueellisilla rajoituksilla, jolloin saatiin määriä esimerkiksi pääkaupunkiseudun tai pelkän Helsingin alueen luovan kulttuurialan yrityksistä.

Opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella ja toteuttaa portaali luovan kulttuurialan PK-yrityksille. PK-yrityksistä puhuttaessa tarkoitetaan pieniä ja keskisuuria yrityksiä, joissa on yhdessä enintään 250 työntekijää. Työntekijöiden määrän lisäksi yrityksen vuosittainen liikevaihto tulee olla vähemmän kuin 50 miljoonaa euroa. Jos tämä edellinen ylittyy, voi yritys kuulua PK-sektorille, mikäli taseen loppusumma on enintään 43 miljoonaa euroa. Tämä on Euroopan Unionin virallinen määritelmä PK-yrityksestä. (Yrittäjät.)

Vuonna 2012 Suomessa oli kaiken kaikkiaan yrityksiä 266 909 kappaletta. Näistä suuria eli yli 250 työntekijän yrityksiä oli vain 0,2 prosenttiyksikköä. Keskisuuria yrityksiä, eli 50-249 työntekijän yrityksiä oli ainoastaan 0,9 prosenttiyksikköä. Eniten suomalaisia työllistivät pienet yritykset ja mikroyritykset. Pienten yritysten työntekijämäärä on jotakin 10-49 henkilön välillä ja makroyritykset työllistävät yhdestä yhdeksään henkilöä. Prosentuaalisesti makroyritykset työllistivät eniten suomalaisia 93,4 prosentin osuudella. Näin ollen pienet yritykset työllistivät 5,5 prosenttia suomalaisista. (Yrittäjät.)

Suomen Yrittäjien mukaan vuonna 2012 suuret yritykset työllistivät kuitenkin eniten suomalaisia, vaikka määrällisesti suurten yritysten osuus oli hyvin pieni. Luovalla alalla yritysten sekä työntekijöiden määrät ovat viime vuosine kasvaneet. Vuonna 2013 luovan alan yritykset työllistivät n. 38 000 henkilöä. (Aamuset 2013.)

Edellisessä kappaleessa mainittu luovan alan työntekijöiden määrä on sisältää myös luovan teollisuuden alan. Esimerkiksi ohjelmistoteollisuus näyttelee merkittävää osaa tilastoissa. Opinnäytetyön tarkoituksena on kuitenkin keskittyä luovan kulttuurialan PK-yrityksiin ja opinnäytetyössäni kartoitan luovien alojen yritysten määrää ja sijaintia lähinnä pääkaupunkiseudulla.

4.3 Haastattelujen tekeminen

Haastateltavien etsiminen aloitettiin yrityskartoituksen hakutulosten pohjalta. Kartoituksen mukaan pääkaupunkideudulla ylivoimaisesti suurin osa luovan kulttuurialan yrityksistä toimii Helsingin alueella. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa periaatteena on, että haastatteluja tehdään niin kauan kun ei enää saada uusi tutkimustuloksia. Opinnäytetyön tutkimuksen pienimuotoisuudesta johtuen, on haastateltavien rajattiin alle viiteen haastateltavaan. Jotta tutkimustuloksista saataisiin kuitenkin mahdollisimman monipuolisia, yritettiin haastateltavat valita hieman eri toimialojen yrityksistä. Tarpeet portaalin toiminnoille vaihtelevat hieman eri toimialoilla toimivien yrittäjien mukaan ja tämän kautta saadaan useampia näkökulmia aiheeseen. Ehtona haastateltavien valinnalle oli kuitenkin, että kaikkien näiden yrittäjien tulee toimia luovalla kulttuurialalla. Yhteydenottojen jälkeen sovittiin tapaamisia ja haastattelut tehtiin kasvokkain tai puhelimitse. Haastateltavat henkilöt toimivat vaate- ja korusuunnittelijoita.

5 Opinnäytetyön tutkimustulokset

Tässä opinnäytetyössä tutkimustulokset saatiin pienimuotoisesta benchmarking -analyysistä ja kvalitatiivisesta tutkimuksesta. Benchmarking -analyysissä vertailtiin kolmen erilaisen sivuston ominaisuuksia. Kaikki sivustot oli suunnattu luovan alan yrityksille. Mukana vertailussa olivat seuraavat sivustot: LuovaSuomi, Kulttuuriverkko ja Luovamo.

Laadullisessa tutkimuksessa haastateltiin luovan kulttuurialan pienyrittäjiä. Haastateltavat toimivat vaate- ja korusuunnittelijoina. Tutkimuksen tavoitteena oli kerätä mahdollisimman paljon tietoa verkkosivuston tarpeellisuudesta luovan alan yrityksille. Haastateltavilta tiedusteltiin minkälaisia toimintoja portaalin tulisi sisältää ja minkälainen portaalin visuaalisen ilmeen tulisi olla.

5.1 Benchmarkingin tulokset

Benchmarking -analyysi on osa tämän opinnäytetyön tutkimusprosessia. Benchmarking -menetelmän avulla voi helposti vertailla omaa suoritustasoaan muihin vastaaviin tuotteisiin tai palveluihin. Tässä opinnäytetyössä tarkoituksena benchmarking -vertailun avulla on tunnistaa jo käytössä olevien portaalien parhaat ja heikot ominaisuudet. Luovalta alalta löytyi kolme suurinta portaalaa, joita tässä opinnäytetyössä vertaillaan keskenään.

Benchmarking- eli vertailuanalyysin tarkoituksena on yksinkertaisesti mitata yrityksen tarjoamien tuotteiden tai palveluiden laatua. Se on kansainvälisesti ja hyvin laajasti käytetty tapa yritysten tarjonnan kehittämiseen. Vertailuanalyysin avulla voidaan vertailla myös eritoimialan yrityksiä. Usein vertailu kohdistuu kuitenkin saman toimialan yrityksiin, kuten tässäkin opinnäytetyössä. Yleensä vertailuanalyysin avulla on tarkoitus kehittää esimerkiksi asiakastytyväisyyttä, mutta tämän opinnäytetyön pienimuotoisessa vertailuanalyysissä etsittiin luovan alan portaaleilta hyviä ja huonoja ominaisuuksia. (Tykes 2010.)

Luovan alan sivustoja löytyi muutamia, mutta vertailuanalyysiin otettiin mukaan kolme suurinta luovan alan sivustoa; LuovaSuomi, Kulttuuriverkko ja Luovamo. LuovaSuomi -sivuston tarkoitus on tutkia alaa ja tutkimusten perusteella kehittää luovan alan toimintaa. Sivuston toiminnan tukijoita ovat kaupungit ja yliopistot Suomessa. Pienten luovan alan yritysten näkyvyys puuttui kokonaan LuovaSuomi -sivustolta. Todennäköisesti tämä on syy myös sille, että luovan alan pk-yrittäjät kokevat, ettei luovalta alalta löydy portaalia. Kulttuuriverkko -sivusto on tarkoitettu tietopankiksi luovan alan yrittäjille. Sivustolta löytyy tietovarasto, josta käyttäjä voi etsiä tietoa oman kiinnostuksensa mukaan.

Yrittäjät voivat etsiä tietoa esimerkiksi yrityksen perustamiseen tai tekijänoikeuksiin liittyen. Sivustolta löytyy myös tapahtumakalenteri, mutta kalenterista ei löytynyt yhtään tapahtumaan, mikä tekee siitä hyödyttömän vierailijalle.

Luovamo on luovan alan henkilöiden kohtaamispaikka. Luovamo tarjoaa urapalveluita sekä yrityksille että yksityisille henkilöille. Luovamo tarjoaa myös ”osaajarekrytoija” -palveluita, mikä tarkoittaa käytännössä ajan varaamista tapaamiseen luovan alan rekrytoijan kanssa. Toimisto Luovamolla on vain Turussa, mikä tietysti rajaa kävijöitä. Sivuston idea on hyvä, mutta toteutus on jäänyt hieman kesken. Työnantajat eivät pysty itse esimerkiksi lisäämään ilmoitusta sivustolle. Kaikki työpaikkailmoitukset ovat MOL:n työnhakujärjestelmässä. Luovamo -sivustolla löytyy vain linkit kyseisiin työtehtäviin.

Kaikista kolmesta sivustosta löytyi hyviä ominaisuuksia, mutta ongelma oli, että parhaat käytännöt löytyivät hajautetusti kolmelta eri sivustolta. Tulevan luovan alan portaalin tulisi sisältää ainakin Luovamon tyylinen rekrytointipalsta sekä Kulttuuriverkon rakentama tietopankki. LuovaSuomi -sivuston ongelma oli pienien luovan alan yrittäjien näkymättömyys.

Tämän opinnäytetyön benchmarking -analyysin avulla saatiin selville, että parhaita käytäntöjä nykyisissä portaaleissa ovat ilmoituspalsta työnhakijoille ja yrityksille sekä tietopankki, josta luovan alan pienyrittäjät löytävät tarvitsemaansa tietoa. Lisäksi saatiin selvillä, että etenkin luovan alan pk-yrittäjille täytyy saada lisää näkyvyyttä, sillä mikään näistä kolmesta vertailuanalyysissä tutkitusta sivustosta ei tuonut tekijöitä esille kovinkaan paljon.

5.2 Yrityskartoituksen tulokset

Käytin hyväkseni luovan kulttuurialan yritysten kartoittamisessa Voitto+ -yritysrekisteriä. Rekisteristä pystyy etsimään toimivia yrityksiä esimerkiksi toimialoittain tai alueittain. Lisäksi hakuun pystyy syöttämään rajoitusehtoja esimerkiksi liikevaihdon tai taseen loppusumman suuruudesta.

Lisäsin hakukriteeriksi ensin haluamani luovan kulttuurialan toimialat. Kyseinen toimiala kattaa esimerkiksi vaatetusalan, käsityöalan ja esittävän taiteen yrityksiä. Tämän jälkeen lisäsin rajaehdot yrityksiä tunnuslukujen suuruudesta sekä työntekijämäärästä.

Sain yrityshaun kautta selville, että Suomessa on luovalla kulttuurialalla n. 1100 PK-yritystä. Suoritin näille yrityksille vielä alueellisen haun ja näistä yrityksistä noin puolet eli 535 kappaletta toimii Etelä-Suomen läänissä. Kun tarkastellaan alueellisia lukuja tarkemmin, pääkaupunkiseudulla toimii 334 kappaletta luovan kulttuurialan yrityksiä.

Suurin osa näistä yrityksistä toimii Helsingissä. Helsingissä toimivia luovan kulttuurialan yrityksiä on 255 kappaletta. Loput yrityksistä jakautuvat melko tasaisesti muiden pääkaupunkiseudun kaupunkien kesken.

5.3 Teemahaastattelujen tulokset

Ennen haastatteluja ajatuksena oli, että kaikki haastattelut tehdään kasvotusten. Pienyrittäjät ovat kuitenkin hyvin kiireisiä, joten osa haastatteluista jouduttiin tekemään puhelimitse tai sähköpostin välityksellä. Kaikki yhteydenotot eivät myöskään johtaneet haastatteluun. Haastattelun runko noudattaa erilaisia teemoja, joita haastattelijoiden kanssa käytiin läpi.

Ensin haastatteluissa kartoitettiin haastateltavan henkilön taustatietoja sekä henkilöstä itsestään että yrityksestä, jossa haastateltava työskentelee. Haastatteluiden myötä selvisi, että usein haastateltavat olivat oman yrityksensä perustajia ja yksityisyrittäjiä. Muutamissa yrityksissä työskenteli useampia ihmisiä.

Ensimmäisenä teemana käsiteltiin yritysten nykyistä tilaa eli nykyhetken toimintamalleja. Lähinnä tarkoituksena oli selvittää yritysten käyttämiä kanavia verkossa. Tärkeimmäksi kanavaksi tutkimuksessa nousi sähköposti. Kaikki haastateltavat käyttivät sähköpostia päivittäin. Pääasiassa sähköpostia käytettiin kommunikointikanavana esimerkiksi materiaalitointajien kanssa. Asiakkaiden kanssa sähköpostia käytettiin harvemmin, mutta muutamia tilauksia sähköpostinkin kautta oltiin tehty. Sosiaalisen median käyttö oli myöskin yleistä. Yleisin ja usein

ainoa sosiaalisen median kanava oli Facebook. Kiinnostusta muita sosiaalisia medioita kohtaan löytyi, mutta usein resurssipula oli syynä passiivisuuteen muissa sosiaalisen median palveluissa. Osalla haastateltavista yrityksistä oli käytössä oma verkkokauppa ja niillä, joilla verkkokauppa ei ollut, oli myös suunnitteilla sellainen. Usein haastateltavat kuitenkin kertoivat, että vaikka heillä verkkokauppa olikin, se toimi enemmänkin katalogina yrityksen tuotteille. Varsinaista myyntiä ei verkkokaupan kautta tapahtunut kuin muutamia yksittäisiä ostoja. Yhteistä kuitenkin kaikille yrityksille oli, että tarvetta laajempaan näkyvyyteen verkossa olisi.

Haastattelun toisen teeman tarkoitus oli kartoittaa haastateltavan henkilökohtaisia näkemyksiä toimivista portaaleista. Useat vastaajista eivät osanneet nimetä yksittäisiä portaalreja, jotka he olisivat kokeneet toimiviksi. Useat haastateltavat kuitenkin uskoivat, että toimivia palveluita löytyy esimerkiksi sosiaalisen median kanavista. Lisäksi useat mainitsivat pankki- ja vakuutuspalveluiden olevan luotettavia ja helppokäyttöisiä palveluita Internetissä. Ongelmaksi koettiin ajan riittämättömyys tutustua muihinkin sosiaalisen median palveluihin kuin Facebookiin.

Muutamissa tapauksissa yrittäjät olivat ulkoistaneet oman sosiaalisen median palvelun päivittämisen ulkopuoliselle henkilölle. Yrittäjät ovat hyvin kiireisiä ja jo yhdenkin sosiaalisen median kanavan aktiivinen päivittäminen on hyvin haasteellista.

Kolmannessa teemassa käytiin läpi ajatuksia liittyen portaaliin luovan kulttuurialan yrityksille. Yhteistä kaikille vastaajilla oli, että he näkivät portaalin tarpeelliseksi. Suurin ongelma usean haastateltavan mielestä oli avun tarve. Luovan alan pk-yrityksillä ei ole minkäänlaista yhteistä tukiverkostoa, josta voisi saada apua erilaisiin tilanteisiin liiketoiminnassa. Portaalin kautta tulisi löytää apua esimerkiksi taloushallinnon ongelmiin, valokuvaukseen, graafiseen suunnitteluun tai myyjien resurssipulaan. Tukiverkoston tulisi olla siis mahdollisimman laaja. Käsitteistä myös niin sanottu ryhmätyöllistäminen nousi esille. Usein pienillä yrittäjillä ei ole varaa palkata esimerkiksi kokopäiväistä valokuvaajaa, jolloin syntyy tilanne, että useat yritykset tarvitsevat ammattilaisten palveluita vain satunnaisesti. Käytännössä tämä tarkoittaisi sitä, että esimerkiksi yksittäiset freelancerina toimivat henkilöt voisivat laittaa oman ilmoituksensa portaaliin. Näin ollen valokuvaja voisi työskennellä useissa yrityksissä samanaikaisesti ja kustannukset jakautuisivat myös monien yritysten kesken. Portaalin perustaminen voisi olla ratkaisu myös tämän tyyppiseen ongelmaan.

Ammattimaisuus nousi myös esille keskusteluissa. Haastatteluissa pohdittiin yritysten rajamista portaalissa. Vastausten mukaan portaalit tulisi olla vain oikeille design konsepteille eli alan ammattilaisille. Niin sanotut harrastajayrityksen voitaisiin rajata pois portaalista. Kuitenkin monet harrastajat ovat myös taitavia käsityöntekijöitä, jolloin heitä tarvittaisiin myöskin portaalin käyttäjinä. Yksittäiset harrastelijat voisivat esimerkiksi tarjota erikoisosaamistaan portaalissa.

Portaaliin perustettavalle verkkokaupalle kaikki vastaajat olivat myös myönteisiä. Suuremman verkkokaupan kautta myös pienimpien yritysten olisi helppo saada näkyvyyttä. Monilla yrityksillä oli jo olemassa omat verkkokaupat, mutta myynnin osuus verkkokaupasta ostetuista tuotteista on mitätön. Yrittäjät näkivät verkkokaupan olevan enemmänkin selailu- kuin ostospaikka asiakkaille. Kaikki vastaajista olivat samaa mieltä portaalin kansainvälisyydestä. Portaali tulisi tehdä kotimaisten kielten suomen ja ruotsin lisäksi ainakin englanniksi. Mahdollisesti myös muitakin kieliä voisi ottaa mukaan. Useiden vastaajien mukaan portaalilla tulisi olla myös selkeä tavoite. Portaalilla tulisi olla työllistävä vaikutus ja sen tulisi edistää suomalaisen luovan alan näkyvyyttä niin kotimaassa kuin ulkomaillakin.

Viimeisessä teemassa haastateltavilta kysyttiin mielipiteitä portaalin visuaalisesta ilmeestä. Kaikkien vastaajien mukaan portaalin tulisi olla ennenkaikkea ammattimainen, mutta myös hyvin houkutteleva. Visuaalisen ilmeen tulisi olla sellainen, että se houkuttelisi erityisesti luovan alan ihmisiä.

Helppokäyttöisyys oli monille myös hyvin tärkeää. Useat luovan kulttuurialan pienyrittäjät ovat jo iäkkäämpiä ja monet vierastavat tietokoneen käyttöä. Tästä syystä käytettävyyden suunnitteluun tulee erityisesti kiinnittää huomiota. Portaali tulisi olla mahdollisimman yksinkertainen, jotta se olisi helppo ottaa käyttöön.

6 Prototyypin kehittäminen

Prototyypin tekeminen alkoi suunnittelutyöstä. Alussa hahmoteltiin prototyypin visuaalista ilmetä ja sisällöllistä rakennetta. Sivuston rakenteen suunnittelussa tavoitteena oli suunnitella sivustosta mahdollisimman helppokäyttöinen ja yksinkertainen. Navigoinnin suunnitteluun oli kiinnitettävä erityisesti huomiota, sillä se on tärkeä osa käytettävyyttä. Navigoinnin lisäksi prototyypin suunnitteluvaiheessa suunniteltiin pää- ja sivusivujen sisältöä tutkimustulosten pohjalta.

6.1 Suunnitteluvaihe

Prototyypin suunnittelun tavoitteena on tehdä prototyypistä mahdollisimman toimiva käytettävyydeltään. Käytettävyyteen vaikuttavat sekä www-sivuston sisältö että visuaalinen ilme. Nykyään näkyvyys Internetissä on yrityksille erittäin tärkeää oman liiketoiminnan jatkuvuuden takia. Teknologialla itsessään ei pystytä saavuttamaan toimivaa liiketoimintaa, mutta se voidaan nähdä avaintekijänä yrityksen hyvään menestykseen. (Designing Web Sites that Work, 2001).

Prototyypin suunnittelussa on otettava huomioon portaalin pääasiallinen tarkoitus ja käyttäjäryhmä. Web-sivustot voidaan karkeasti jakaa henkilökohtaisiin, yhteisöllisiin ja kaupallisiin sivustoihin. Sivuston tyyppi vaihtelee sivuston pääasiallisen tarkoituksen mukaan. Esimerkiksi kaupallisen sivuston tärkein tarkoitus voi olla tuotteiden myyminen verkossa. (Web Design: Introductory, 2011).

Tämän luovan alan portaalin tarkoituksena on lisätä vierailijoiden tietoisuutta luovan alan pienyrityksiä kohtaan sekä auttaa näitä pienyrittäjiä omassa liiketoiminnassaan. Tarkoituksena olisi luoda luovan alan pienyrittäjille verkosto, jonka kautta he pystyisivät auttamaan toisiaan helposti. Sivustosta tulisi siis yhteisöllinen sekä henkilökohtainen. Portaalissa esiteltäisiin luovan alan pienyrityksiä ja heidän visioitaan, mutta myös yrittäjät itse hyötyisivät myös portaalista. Portaalissa tulisi olla niin sanottu ilmoitustaulu, jonka kautta yrittäjät pystyvät vaihtamaan esimerkiksi osaamistaan keskenään.

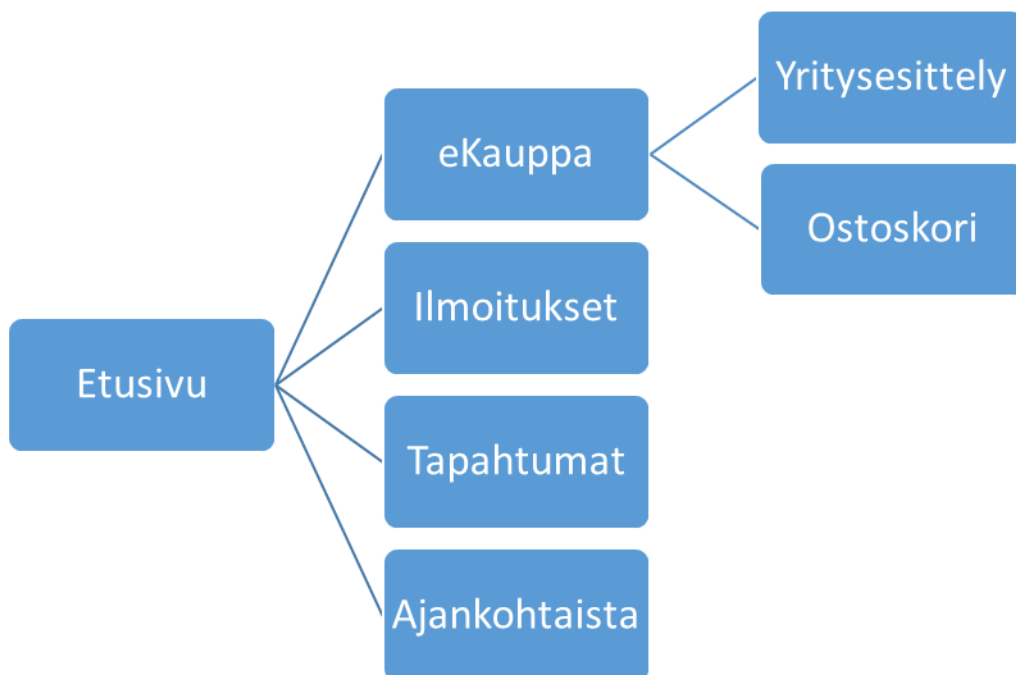
6.2 Portaalin sisältö

Sisällön suunnittelu tarkoittaa käytettävyyden näkökulmasta toimintojen ja tiedon organisointia portaalissa. Tätä voidaan kutsua myös navigoinniksi. Sisältö on suunniteltava niin, että käyttäjä löytää tarvitsemansa tiedon nopeasti ja vaivattomasti. Toimivan navigoinnin lisäksi portaalin sisältö tulee olla selkeästi jäsennelty. Portaalien tulee noudattaa jokaisella sivullaan samanlaista tyyliä, jotta ensimmäinen käyttäjäkokemus olisi käyttäjälle mahdollisimman onnistunut. Jos käyttäjä kokee portaalin käytön hankalaksi heti ensimmäisellä kerralla, on hyvin todennäköistä, että käyttäjä ei vieraile sivustolla enää ensimmäisen kerran jälkeen. Muistettavuus on tärkeää verkkosivustolla ja yhdenmukaisuus lisää myös muistettavuutta. Jakob Nielsen on myös maininnut muistettavuuden tärkeäksi osaksi toimivaa verkkosivustoa.

6.3 Navigointi

Toimiva navigointi on avain hyvän käyttäjäkokemuksen luomiseen. Navigoinnin tarkoitus on opastaa käyttäjää löytämään tarvitsemansa tieto nopeasti ja vaivattomasti. Navigoinnin avulla käyttäjän tulisi myös pystyä näkemään missä kohtaa hän sivustolla tietyllä hetkellä liikkuu. Navigointipalkit suunnitellaan usein niin, että ne löytyvät web -sivuston jokaiselta sivulta samasta kohtaa. Näin käyttäjän on helpompi hahmottaa sivuston rakenne. Navigointitoiminnon tulee olla niin selkeä, että käyttäjä ymmärtää sivuston hierarkian helposti yhdellä vilkaisulla. (Don't make me think, 2006).

Tässä alapuolella on opinnäytetyössä suunniteltavan portaalin sivukartta, josta selviää sivuston rakenne. Sivukartasta huomaa, että sivuston rakenne on hyvin yksinkertainen. Etusivulta pääsee navigoimaan kaikille sivusivuille hyvin helposti. Navigointipainikkeet eri sivuille löytyvät samasta kohtaa jokaiselta sivulta, mikä helpottaa portaalin käyttäjää löytämään etsimänsä.



Kuva 1: Sivukartta

6.4 Pääsivun sisältö

Sivuston tärkein tavoite on edistää luovan alan pienyrityksien näkyvyyttä ja sitä kautta näiden yritysten liiketoimintaa. Tästä syystä pienyritysten näkyvyyttä voitaisiin lisätä jo heti etusivulle ja tarkemmat esittelyt yrityksistä löytyisivät sitten verkkokaupan yhteydestä. Portaalin etusivulla olisi esittelyitä uusista pienistä luovan alan yrittäjistä, verkkokaupan uusista tuotteista, seuraavista tapahtumista tai muusta ajankohtaisesta. Lisäksi etusivulta pääsee navigoimaan kaikille muille sivuille. Alareunassa olevasta palkista pääsee myös kirjautumaan sisään palveluun ja tämä toiminto löytyy jokaiselta sivulta.

Lisäksi sosiaalisen median palvelut on haluttu laittaa kokoajan näkyviksi, jos vierailija haluaa siirtyä esimerkiksi Facebookiin suoraan miltä tahansa portaalin sivulta. Portaalille luotaisiin myös omat sosiaalisen median profiilit eri palveluihin. Näin etenkin vierailijoiden olisi helppoa seurata tärkeimpiä tapahtumia, kun ne löytyisivät myös sosiaalisen median palveluista.

6.5 Sivusivujen sisältö

Sivusivuja ei saa olla lukumäärällisesti liikaa sivustolla, sillä muuten verkkosivun käytettävyys kärsii. Pääsivun eli etusivun lisäksi portaalissa olisi neljästä viiteen sivusivua. Tutkimustulosten pohjalta sivusivustojen aihealueet olisivat ajankohtaiset asiat, tapahtumat, ilmoitustaulu ja verkkokauppa.

Verkkokauppa on suunniteltu pääasiassa sivustolla vieraileville asiakkaille, mutta muut portaalin toiminnot ovat hyödyksi luovan alan pienyrittäjille. Yhteenvetona opinnäytetyössä tehdystä tutkimuksesta voidaan päätellä, että eniten luovan alan pienyrittäjät tarvitsisivat toimivaa tukiverkostoa eli käytännössä ilmoitustaulua verkossa. Tukiverkoston kautta tulisi pystyä löytämään apua erilaisiin arkielämän ongelmiin liiketoiminnassa. Moni luovan alan pienyrittäjä kertoi olevansa hyvin yksin useiden ongelmien keskellä, kun ei ole olemassa minkäänlaista kanavaa, josta saisi apua. Näin ollen portaalisi sisältäisi ilmoitusosion, jossa yrittäjät voisivat tarjota tai vastaavasti myös etsiä apua johonkin liiketoiminnassa ilmenneeseen ongelmaan. Tämä toiminto olisi hyvä olla kirjautumisen takana, ettei kuka vain pysty kirjoittamaan ilmoitusosioon. Yrittäjät pystyisivät kirjautumisen jälkeen lisäämään ja poistamaan omia ilmoituksiaan. On kuitenkin otettava huomioon, että monet ammattilaiset, esimerkiksi valokuvaajat, toimivat freelancereina, jolloin olisi kaikkien edun mukaista, että hekin pystyisivät tekemään ilmoituksia portaalisiin. Näin ollen myös vierailijat ja asiakkaat pystyisivät myös tekemään ilmoituksia portaalisiin, mutta jonkun tulisi tarkistaa ilmoitukset aina ennen julkaisemista. Mahdollisesti yksittäiset vierailijat voisivat esimerkiksi ilmoittaa omista ilmoituksistaan ilmoituskeskän kautta, jolloin ylläpito tarkistaisi aina ilmoitukset ennen julkaisemista.

Ajankohtaisten asi- ja tapahtumat -sivut olisivat suunnattuja sekä asiakkaille että luovan alan pienyrittäjille. Tapahtumasivulta löytyisi ilmoitukset erilaisista luovan alan tapahtumista sekä mahdollisesti myös yksittäisten yritysten omista tapahtumista.

Yritysesittelyosion kautta pienyrittäjät ja yksittäiset asiakkaat voisivat tutustua tarkemmin pieneen luovan alan yrityksiin ja mallistoihin. Yrittäjät pääsevät itse kirjautumaan luovan alan portaalisiin ja pystyisivät näin hallitsemaan esimerkiksi oman yrityksen kuvausta sivustolla. Lisäksi jokainen yritys voi lisätä oman yrityksensä esittelyosioon esimerkiksi linkkejä sosiaalisen median palveluihin sekä yrityksen omille verkkosivuille.

Aluksi yritysesittelyosion piti olla oma sivunsa, mutta myöhemmin päädyttiin vaihtoehtoon, että yritysten esittelyt löytyvät verkkokaupan ohesta. Verkkokaupassa on mahdollista etsiä tuotteita brändeittäin ja näin esittely yrityksestä olisi samalla sivulla verkkokaupassa kuin tuotteetkin. Käyttäjä voi siis tutustua samalla jo yrityksen tuotevalikoimaan, kun hän on tutustumassa yritykseen.

Benchmarking -tutkimuksessa hyväksy koettu idea tietopankista jätetään kuitenkin portaalin prototyypistä pois. Tietopankki voisi olla tarpeellinen sivustolla, mutta sieltä löytyvät asiat löytyisivät myös helposti muualta netistä. Tietopankki ei myöskään auta pienyrittäjiä haastavissa ongelmissa, jossa tarvitaan jonkin alan asiantuntijan apua, esimerkiksi taloushallinnon ammattilaista.

6.6 Verkkokauppa

Portaalin kohdekäyttäjät ovat luovan alan pienyrittäjiä. Lisäksi portaalissa tulee vierailemaan pienyritysten asiakkaita, joten portaalin tulee olla niin henkilökohtainen kuin yhteisöllinenkin. Portaali on avoin palvelu kaikille käyttäjille, mutta osa toiminnoista tulee olla kirjautumisen takana. Yrittäjät voivat saada itselleen tunnukset palveluun, jolloin he pystyvät hallinnoimaan omaa käyttäjätiliään paremmin. Tarkoituksena olisi, että yrittäjät voivat muokata oman yrityksensä esittelyn lisäksi omaa tuotevalikoimaa verkkokaupassa.

Verkkopalvelu sisältäisi siis myös verkkokaupan, jossa voidaan myydä luovan alan pienyritysten tuotteita. Suurempi verkkokauppa saa myös usein enemmän näkyvyyttä, jolloin siitä olisi erityisesti hyötyä pienyrittäjille. Verkkokauppa voisi parhaimillaan myös kiihdyttää luovan alan pienyritysten myyntiä. Laadullisessa tutkimuksessa selvisi, että usein yritysten omat verkkokaupat ovat asiakkaille vain selailua varten eikä niiden kautta tapahdu kovinkaan paljon myyntiä. Suurempi verkkokauppa voisi siis edistää myyntiä myös sähköisten palveluiden kautta.

Verkkokauppa, luovan alan pienyritysten esittely ja ilmoitusosia ovat tärkeimpiä ominaisuuksia tulevalle portaalille. Näiden toimintojen lisäksi portaaliin tulee myös muita yleisiä toimintoja. Portaalin kautta pystyy seuraamaan ajankohtaisia tapahtumia ja uutisia liittyen luovaan alaan. Lisäksi opinnäytetyön tutkimuksessa selvisi, että kaupunkikohtaiset tapahtumat olisi myös hyvä lisä palvelulle. Näin ollen ajankohtaista -osiossa voisi olla myös tarjolla tapahtumia kaupungettain ja maittain.

Luovan alan portaalin perustamisen tarkoituksena on lisätä näkyvyyttä luovan alan pienyrityksille. Portaalille olisi hyvä luoda myös omat sosiaalisen median palvelut, jotta suurempi määrä

käyttäjiä löytäisi portaalin. Lisäksi verkkokaupalla voisi olla esimerkiksi oma Instagram -tili, jonka kautta verkkokauppaa pystyttäisiin markkinoimaan. Kuvapalvelussa voitaisiin julkaista kuvia esimerkiksi suunnittelijoiden uusista mallistoista, jotka tulevat verkkokauppaan myyntiin.

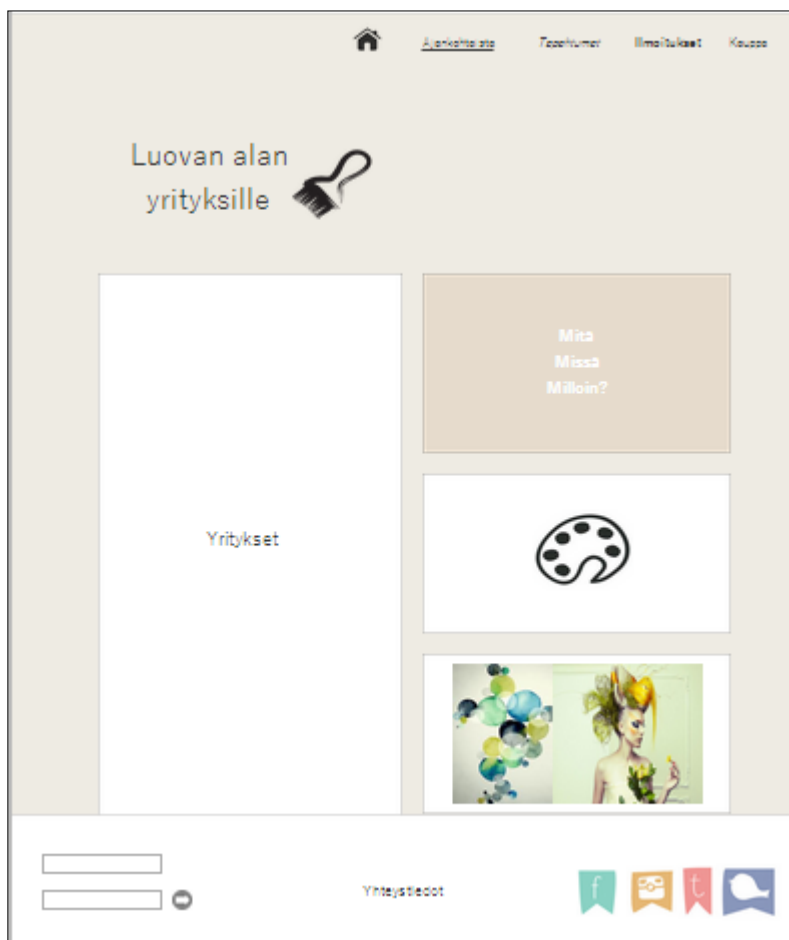
6.7 Portaalin ulkoasu

Visuaalisuus on yksi tärkeimmistä web -sivustojen ominaisuuksista. Graafinen suunnittelu on työvaihe, jossa sivuston visuaalinen ilme luodaan. Sivuston ulkoasun tulee vakuuttaa mahdolliset sivustolla käyvät asiakkaat. Onnistunut visuaalinen ilme antaa myös laadukkaan ja luotettavan kuvan yrityksestä. Suunnitteluvaiheessa on siis otettava huomioon yrityksen oman imagon edistäminen sekä kaikki kohderyhmät. (Tieke.)

Tämän opinnäytetyön portaalien pääkohderyhmät ovat luovan kulttuurialan pienyrittäjät sekä yksittäiset kuluttajat. Visuaalisen ilmeen suunnittelussa on siis otettava huomioon molemmat käyttäjäryhmät. Portaalien visuaalisesta ilmeestä tulee tehdä mahdollisimman yhtenäinen. Ulkoasun tulee noudattaa samaa linjaa kaikilla sivuilla. Graafinen ilme ei saa kuitenkaan häiritä portaalissa navigointia. Ulkoasun täytyy tukea verkkosivuston navigointia.

On suositeltavaa, että web -sivustolla käytetään kuvia, animaatioita ja värejä, mikä tekee sivustosta paljon kiinnostavamman käyttäjälle. Liiallista kuvien ja mediasisältöjen lisäämistä tulee välttää, jotta sivuston latautuminen ei kestä liian kauaa ja sivusto toimii kaikissa selaimissa hyvin. (Tieke.) Tavoitteena on siis saada portaalien ilmeestä mahdollisimman eheä. Ulkoasun pitää olla selkeä ja yksinkertainen.

Tämän opinnäytetyön prototyypin portaalista luodaan helposti toimiva kokonaisuus, mutta täysin visuaalista suunnittelua ei pystytä suorittamaan loppuun prototyyppivaiheessa. Esimerkiksi kuvat, joita portaalissa julkaistaisiin, olisivat luovan alan pienyrittäjien omia kuvia tuotteista. Näin ollen prototyypin suunnittelussa ollaan keskitytty enemmän sivuston rakenteen luomiseen.



Kuva 2: Valmiin prototyypin etusivu

7 Prototyypin toteutus

Ennen prototyypin toteutusta tehtiin tutkimus portaalin toiminnallisuuksista. Ajatuksia kerättiin luovan alan pienyrittäjiltä itseltään. Tutkielman tulokset analysoitiin ja selvitettiin, minäkalaiset toiminnot portaaliin sisältyisivät. Portaalin sisältö on selvillä, mutta prototyypin toteuttamista täytyy myös suunnitella.

Prototyypin toteuttamiseen valitaan suunnitteluun sopiva ohjelma. Tämän opinnäytetyön prototyyppi päätettiin toteuttaa Axurella. Axure on ohjelma, jolla voidaan suunnitella verkkosivuja ja sovelluksia helposti ilman ohjelmointia.

Prototyypin suunnitteluun ja toteuttamiseen tarvitaan käyttöliittymäsuunnitteluohjelma. Opin- näytetyön prototyyppi päätettiin toteuttaa Axure -ohjelmaa käyttäen. Axure on laajalti yri- tyksissä käytetty käyttöliittymäsuunnittelun työkalu. Ohjelmalla suunnitellaan verkkosivustoja ja applikaatioita. Ohjelmalla pystyy luomaan toiminnallisen kokonaisuuden prototyypistä ja viimeistelemään visuaalisen ulkoasun.

Ohjelma on helppokäyttöinen, sillä käyttäjän ei tarvitse ohjelmoida suunnitellessan verk- kosivua. Ohjelman sujuva käyttäminen vaatii kuitenkin jonkin verran harjoitusta. Käyttäjä pystyy luomaan useita eri kerroksia prototyypin suunnittelussa, jolloin prototyypin muokka- aminen on hyvin yksinkertaista. Axure on maksullinen ohjelma, mutta yritys tarjoaa käyttäjille kuukauden ilmaisen kokeilujakson.

Axure tarjoaa myös käyttäjilleen hyvän tuen ohjelman käyttämiseen. Yrityksen verkkosivuilta löytyy ohjeet videoina ohjelman käyttämiseen. Lisäksi sivustolla on keskusteluosio, jossa käyttäjät jakavat tietoa ohjelman käyttöön liittyen.

8 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tässä opinnäytetyössä oli tarkoitus selvittää tarve luovan alan pienyritysten yhteiselle portaa- lille. Tilaus opinnäytetyölle tuli Laurea-ammattikorkeakoulun ja luovan alan yritysten tule- vasta hankkeesta, jossa suunnitellaan ja toteutetaan kohtaamispaikka näille yrityksille ver- kossa. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää minkälaisia toiminnallisuuksia portaalin tulisi sisältää ja millainen olisi portaalin visuaalinen ilme. Opinnäytetyö toimii niin sanottuna esitutkimuksena tulevalle hankkeelle.

Opinnäytetyön työstäminen aloitettiin aihepiirin rajaamisesta ja termien määrittelystä. Selvi- tettiin minkälaisia yrityksiä luovalta alalta löytyy ja minkälaiset yritykset luokitellaan luovan alan yrityksiksi. Lopulta päädyttiin siihen päätelmään, että opinnäytetyön kohdeyritykset oli- sivat luovan kulttuurialan yrittäjiä. Luovalla kulttuurialalla toimivat esimerkiksi vaatesuunnit- telijat ja muotoilijat. Luovan alan yrityksiksi voidaan lukea myös luovan teollisuuden alan yri- tykset, esimerkiksi peliyhtiöt, mutta tässä opinnäytetyössä ne haluttiin rajata heti pois por- taalin kohderyhmästä. Määrittelyiden ja rajaamisen jälkeen tehtiin pienimuotoinen vertaileva tutkimus jo olemassa olevista luovan alan sivustoista. Benchmarking-analyysissä vertailtiin kolmea eri sivustoa, jotka kaikki oli suunnattu luovan alan yrityksille. Lopputuloksena löydet- tiin muutamia hyväksi todettuja toimintoja, mutta nekin löytyivät hajautetusti eri sivustoilta.

Toinen ja laajempi osa tutkimustyöstä oli laadullinen tutkimus, joka suoritettiin teemahaastatteluilla. Haastateltavien etsiminen aloitettiin kartoittamalla sopivia yrityksiä yritysrekisteristä. Laurea-ammattikorkeakoululla on olemassa yritysrekisteri Voitto+, jonka avulla kartoitus suoritettiin. Haastattelut päätettiin toteuttaa teemahaastatteluilla, sillä kyseinen aihepiiri vaati strukturoidun etenemismallin sijasta luovaa ja kehittävää keskustelua haastateltavien kanssa. Haastattelut olivat siis hyvin vapaamuotoisia ja keskustelut etenivät teemojan mukaan.

Teemahaastattelut käytiin puhelimitse ja kasvotusten. Haastatteluiden jälkeen tuloksen analysoitiin ja yhdistettiin vertailuanalyysin tulosten kanssa. Analysointivaiheen jälkeen saatiin selville, millaisia toimintoja portaalin tulisi sisältää. Portaalin suunnitteluvaihe aloitettiin siis heti laadullisen- ja vertailevan tutkimuksen tulosten analysoinnin jälkeen. Toimintojen lisäksi opinnäytetyön tekijälle oli myös selvillä ideoita portaalin visuaaliseen ilmeeseen liittyen. Verkkosivustosta luotiin useita prototyyppejä ennen lopullisen prototyypin valmistumista. Sisällöllisesti prototyypit eivät juurikaan muuttuneet suunnittelun edetessä. Prototyypin visuaalinen ilme muuttui viimeiseen prototyyppiin saakka. Kuvat prototyypistä löytyvät tämän opinnäytetyön liitteistä.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on toimia niin sanottuna esitutkimuksena Laurea-ammattikorkeakoulun järjestämälle hankkeelle. Laurea-ammattikorkeakoulu aloittaa yhteisen projektin eri yritysten kanssa luovan alan portaalin työstämiseksi. Ensisijaisesti tämä opinnäytetyö on hyödyllinen tähän tulevaan hankkeeseen osallistujille, sillä tässä opinnäytetyössä on kartoitettu tärkeitä toiminnallisuuksia luovan alan yrittäjien yhteiselle portaalille.

Kun portaalit on valmis, siitä hyötyvät eniten luovan alan pienyrittäjä itse. Portaalit edistää pienten suunnittelijoiden näkyvyyttä suurten brändien rinnalla. Toisaalta tavoitteena on myös avun tarjoaminen luovan kulttuurialan yrittäjille. Pieniä haasteita saattaisi olla portaalin käyttöönotossa. Käyttöönotossa olisi huomioitava myös sellaiset pienyrittäjät, joilla ei ole tietoteknistä osaamista. Lisäksi ylläpidolliset asiat on selvitettävä hyvin etukäteen. On tärkeää, että sivustolla on ajankohtaista tietoa. Jos ylläpidolliset asiat eivät ole kunnossa sivustolla ei välttämättä ole viimeisintä informaatiota, mikä vaikuttaa vahvasti portaalin käytettävyyteen. Yrittäjillä itsellään tulee olla myös mahdollisuus vaikuttaa portaalin sisältöön ainakin oman yrityksen kuvauksen kohdalla.

Asiakkaita eli yksittäisiä kuluttajia voidaan myös pitää omana käyttäjäryhmänä portaalissa. Verkkosivuston kautta kuluttajat tulevat tietoisemmiksi luovan alan uusista yrityksistä ja esimerkiksi luovaan alaan liittyvistä tapahtumista. Asiakkaat voivat esimerkiksi ostaa tuotteita portaalin verkkokaupasta tai seurata ajankohtaisia uutisia luovaan alaan liittyen.

Laadullisen tutkimuksen kautta saatiin selville muitakin toivottuja toiminnallisuuksia ilmoitusosion lisäksi. Tutkimuksessa selvisi, että tällä hetkellä tilanne luovan alan pienyritysten näkyvyydelle on melko huono. Alalla ei ole yhtäkään suosittua portaalia, joka olisi akiivisessa käytössä. Muita toivottuja toimintoja olisivat ajankohtaisinfo, tapahtumakalenteri ja verkkokauppa. Suurempi verkkokauppa tuo enemmän näkyvyyttä yrityksille kuin yksittäiset pienet verkkokaupat. Lisäksi toivottiin, että portaali olisi kansainvälinen ja useammilla eri kielillä.

Haasteena portaalin toteuttamisessa on pienten luovan alan yrittäjien kiireellisyys. Portaalia tarvittaisiin mahdollisimman nopeasti, mutta monilla yrittäjillä ei ole aikaa osallistua portaalin suunnitteluun ja toteutukseen. Ennen portaalin toteuttamista on myös päätettävä, kuka ylläpitää tulevaa portaalia. Ylläpito voidaan esimerkiksi ulkoistaa jonkin yrityksen vastuulle tai siitä voi huolehtia ryhmä pienyrittäjiä. Todennäköisesti ylläpidon ulkoistaminen on toimivampi ratkaisu, sillä luultavasti pienyrittäjät ovat liian kiireisiä portaalin ylläpitotöihin. Tämä oli myös toivottua yrittäjien keskuudessa, ettei heidän tarvitsisi lisätä työmääräänsä portaalin takia. Työmäärää ylläpitotehtävissä lisäksi vielä mahdolliset markkinointikanavat, joita myös tulisi päivittää. Tällaisia voisivat olla esimerkiksi erilaiset sosiaalisen median kanavat. Verkkokauppan mainontaa varten voitaisiin perustaa esimerkiksi oma Instagram -tili. Yrittäjät itse kuitenkin toivoivat, että voisivat oman yrityksensä osalta päivittää sivustoa, esimerkiksi verkkokaupan tuotevalikoimaan liittyen. Käytännössä siis vastuu ylläpidosta voitaisiin ulkoistaa, mutta yrittäjillä olisi mahdollisuus muokata niin sanottua omaa sivuaan portaalissa.

Tässä opinnäytetyöprojektissa hyödynnettiin paljon tietoa alan ammattilaisilta. Valmis portaali sisältää toimintoja, joita pääasiassa luovan alan yrittäjät itse ehdottivat haastatteluissa. Valmis prototyyppi ja ideat prototyypin ominaisuuksista esiteltiin myös yhdelle haasteltavista henkilöistä opinnäytetyöprosessin jälkeen. Haastateltavan henkilön mielestä prototyypissä on huomioitu oleelliset asiat ja tekijät. Idea ilmoitusosion sai maininnan, että sellainen pitäisi-kin löytyä valmiista portaalista ja, että vertaistukea todella alalla kaivataan. Kehitysehdotuksena kuultiin idea keskustelufoorumista, joka voitaisiin erottaa erilliseksi toiminnokseen ilmoitusosion. Valmiissa prototyypissä ilmoitusosio on erillinen sivunsa, jossa yrittäjät voivat esimerkiksi hakea harjoittelijoita yritykseensä. Tällaisen keskustelufoorumin kautta yrittäjät voisivat keskustella ajankohtaisista asioista tai jakaa ongelmia muiden kanssa. Näin helpokoihin ongelmiin voitaisiin saada vastaus hyvinkin nopeasti ja tehokkaasti. Keskustelufoorumi voisi toimia erillisenä sivuna portaalissa tai se voitaisiin toteuttaa myös esimerkiksi Facebookin chat -ominaisuuden tyyliä. Osallistuminen keskusteluun voisi olla mahdollista vain kirjautumisen jälkeen, jotta ulkopuoliset eivät pääsisi keskustelualueella. Kuluttajilla ei olisi edes tarvetta nähdä keskustelua, sillä foorumin idea olisi käytännössä tiedon jakaminen yrittäjien kesken.

Ulkopuolisen arvioinnin lisäksi valmista portaalia voi tekijä itse arvioida Jakob Nielsenin heuristiikkojen näkökulmasta. Käytettävyyden arvioinnista ja heuristiikoista mainittiin tarkemmin opinnäytetyön käytettävyyden arvioinnin kohdassa. Kehitysehdotus saatiin portaalin sisältöön liittyen arvioijalta, mutta ulkonäöllisiin seikkoihin voidaan kiinnittää huomiota heuristisessa arvioinnissa. Teknisen sanaston ja virheilmoitusten osalta portaali on toimiva. Prototyypissä ei ole käytetty liiaan teknistä sanastoa. Virheilmoituksiin ei oikeastaan prototyypin luomisessa ole kiinnitetty huomiota, sillä tämän opinnäytetyön lopputuote ei ole valmis portaali. Valmiin portaalin käytettävyyden arvioinnissa virheilmoitusten laatu on tärkeää. Sivusto on yhtenäinen ja kaikki sivut muistuttavat toisiaan. Navigointipalkit löytyvät aina samasta kohdasta jokaiselta sivulta. Käyttäjän kontrolliin oltaisiin voitu keskittyä enemmän prototyypin luomisprosessissa. Käyttäjälle tulisi olla selvää aina, mistä kohdasta pääsee edelliselle sivulle. Tätä ei prototyypin luomisessa kovinkaan paljon pohdittu. Visuaalisen ilmeen suunnitteluun oli käytetty aikaa prototyypin työstämisessä. Prototyypissä ei ole turhaa sisältö sivuilla ja sivuston ilme on yksinkertainen. Visuaalisen ilmeen osalta prototyyppi on toimiva.

Opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää tulevan portaalin toiminnallisuuksia. Tavoite oli saada selville mahdollisimman konkreettisia asioita tulevaa portaalia varten. Teemahaastatteluiden ja vertailuanalyysin pohjalta saatiin selville hyviä käytäntöjä, joita portaalissa tulisi olla ja prototyyppi toteutettiin näiden toiminnallisuuksien pohjalta.

Prototyypistä haluttiin tehdä mahdollisimman yksinkertainen ja helppokäyttöinen. Helppokäyttöisyyden puolesta puhuu esimerkiksi portaalin sivukartta, sillä sisällöstä ei haluttu tehdä liian monimutkaista. Opinnäytetyöprosessin jälkeen prototyyppiin voitaisiin vielä lisätä edellisessä kappaleessa kehitysehdotuksenakin mainittu keskustelufoorumi. Prototyypin luomisprosessissa kiinnitettiin huomiota myös ulkonäöllisiin seikkoihin. Prototyypin ulkoasusta yritettiin tehdä mahdollisimman eheä ja miellyttävän näköinen vierailijalle.

Lähteet

Painetut lähteet

Alasuutari, P. 1993. Laadullinen tutkimus, 3. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino.

Brinck, T., Gergle, S. & Wood, S. 2001. Usability for the Web: Designing Web Sites that Work. London: Academic Press

Campbell, J & Shelly, G. 2011. Web Design: Introductory. Boston: Course Technology, Cengage Learning

Eskola, J & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen, 7. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita, 15-16. Hämeenlinna: Karistonkirjapaino.

Krug, S. 2006. Don't make me think: Common sense approach to web usability. California: New Riders.

Nielsen, J & Mack, R. 1994. Usability Inspection Methods. New York: John Wiley & Sons

Sähköiset lähteet

E-conomic. Benchmarking - Mitä tarkoittaa benchmarking?. Viitattu 25.5.2014
<http://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/benchmarking>

Graafisen ulkoasun suunnittelu. Tieke. Viitattu 22.4.2014.
<http://www.tieke.fi/display/julkaisut/Graafisen+ulkoasun+suunnittelu>

Järvilehto, L. 2009. Luovan työn opas. Filosofian Akatemia.
<http://filosofianakatemia.fi/download/luovantyonopas10.pdf>

Laadullisen tutkimuksen tekijälle Työkirja. Ari Pitkäranta.Satakunnan AMK. 2010. Viitattu 4.3.2014
http://www.samk.fi/download/13153_Laadullisen_tutkimuksen_tyokirja_APitkaranta.pdf.

Luova raha. 2011. Työ- ja elinkeinoministeriö.

https://www.tem.fi/files/29724/Luova_Raha_Nakokulmia_Julkaisu_2011.pdf

Nielsen Norman Group. Summary of Usability Inspection Methods. Viitattu 21.8.2014.

<http://www.nngroup.com/articles/summary-of-usability-inspection-methods>

Saukkonen P. Tutkielmanteon tukisivut. Viitattu 11.3.2014

<http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/index.html>

Suomisanakirja. Benchmarking. Viitattu 25.5.2014

<http://www.suomisanakirja.fi/benchmarking>

Tietosuoja-valtuutettu. Viitattu 20.5.2014

http://www.tietosuoja.fi/uploads/xbnhwy_2.pdf

Tilastokeskus. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot. Viitattu 22.9.2014

<http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07>

Tykes. 2010. Benchmarking -menetelmä. Viitattu 15.5.2014

http://tykes.lpt.fi/methods_docs/BENCHMARKING_MENETELMAKORTTI2.pdf

Julkaisemattomat lähteet

Niemi, M. 2014. Haastattelu. Mai Niemi Design Oy. Helsinki

Summanen, L. 2014. Haastattelu. Leonino. Helsinki

Tillander Annette. 2014. Haastattelu. Helsinki

Kuvat

Kuva 1: Sivukartta	21
Kuva 2: Valmiin prototyypin etusivu.....	25

Liitteet

Liite 1 Kysymyslomake	34
Liite 2 Vertailuanalyysi	37
Liite 3 Portaali.....	38

Liite 1 Kysymyslomake

PORTAALI LUOVALLE KULTTUURIALALLE

TAUSTATIETOJA

NIMI

IKÄ

YRITYS

ASEMA YRITYKSESSÄ

KAUAN OLET TYÖSKENNELLYT NYKYISESSÄ YRITYKSESSÄ?

MIKÄ KOULUTUS TEILLÄ ON?

NYKYTILANNE YRITYKSESSÄ

1. MITÄ ERI KANAVIA YRITYS KÄYTTÄÄ VERKOSSA? (VERKOSTOITUMIS-, MYNNITI- SEKÄ KOMMUKOINTIKANAVIA)

- A) TÄRKEIMMÄT KANAVAT ASIAKKAIDEN KANSSA
- B) TÄRKEIMMÄT KANAVAT MATERIAALITOIMITAJIEN KANSSA

2. MYDÄNKÖ TUOTTEITA VERKKOKAUPASSA? SIJAITSEKO VERKKOKAUPPA YRITYKSEN OMILLA SIVUILLA, JOS EI NIIN MISSÄ?

- A) MITÄ HYVIÄ PUOLIA OLETTE VERKKOKAUPATOIMINNASSA NÄHNEET?
- B) MINKÄLAISIA PUUTTEITA VERKKOKAUPATOIMINNASSA MIELESTÄNNE ON?
- C) KUINKA MONTA PROSENTTIA MYNNISTÄ TAHAUTUU VERKKOKAUPAN KAUTTA?

3. MIKÄ ON SOSIAALISEN MEDIAN ROOLI YRITYKSESSÄ?

- A) MITÄ SOSIAALISIA MEDIOITA YRITYS KÄYTTÄÄ AKTIIVISESTI?

- B) VOITAIINKO SOSIAALISTA MEDIAA HYÖDYNTÄÄ MUISSAKIN ASIOISSA KUIN ESIMERKIKSI MARKKINOINNISSA? MITEN?

4. ONKO YRITYKSELLÄ TARVETTA PARANTAA OMIA PALVELUITA TAI NÄKYVYYTTÄ VERKOSSA? (ESIMERKKINÄ: OMAT NETTISIVUT, VERKKOKAUPPA, SOSIAALISET MEDIAT)

HENKILÖKOHTAISIA
NÄKEMYKSIÄ PORTAALISTA

- 5. MITKÄ PORTAALIT TAI VERKKOPALVELUT OLETTE KOKENEET TOIMIVIKSI? MINKÄ YRITYKSEN PALVELUISTA ON KYSE?**

- 6. JOS VASTASITTE EDELLISEEN KYSYMYKSEEN, MITKÄ OMINAISUUDET OVAT OLLEET MIELESTÄNNE HYVIÄ NÄISSÄ VERKKOPALVELUISSA/PORTAALEISSA**

- 7. MITEN KUVAILISITTE TOIMIVAN VERKKOPALVELUN ULKOASUA? MINKÄLAINEN KÄYTTÄJÄ RAJAPINNAN TULISI OLLA?**

PORTAALI LUOVAN
KULTTUURIALAN YRI-
TYKSILLE

**8. NÄKISITTEKÖ, ETTÄ LUOVALLA KULTTUURIALALLA
OLISI TARVETTA YHTEISELLE PORTAALILLE?**

- A) MINKÄLAISIA TOIMITOJA PORTAALISSA VOISI OLLA? OLISIKO JOITAKIN TOIMINTOJA, JOTKA VOITAIISIIN SIIRTÄÄ VERKKOON?
- B) NÄKISITTEKÖ YHTEISEN VERKKOKAUPAN HYÖDYLLISENÄ OSANA PORTAALIA? VAI OLISIKO PAREMPI, ETTÄ JOKAISELLA YRITYKSELLÄ OLISI OMA VERKKOKAUPPA OMILLA NETTISIVUILLAAN?
- C) MITÄ MIELTÄ OLETTE AJATUKSESTA, ETTÄ PORTAALI TOIMISI "KOHTAAMISPAIKKANA" LUOVAN ALAN PIENYRITTÄJILLE?
- D) TULISIKO PORTAALIN OLLA USEAMMILLA KIELILLÄ? MILLÄ KIELILLÄ?

PORTAALIN VISUAALI-
NEN ILME

**9. MINKÄLAISEMA NÄKISIT LUOVAN KULT-
TUURIALAN PORTAALIN VISUAALISEN
ILMEEN?**

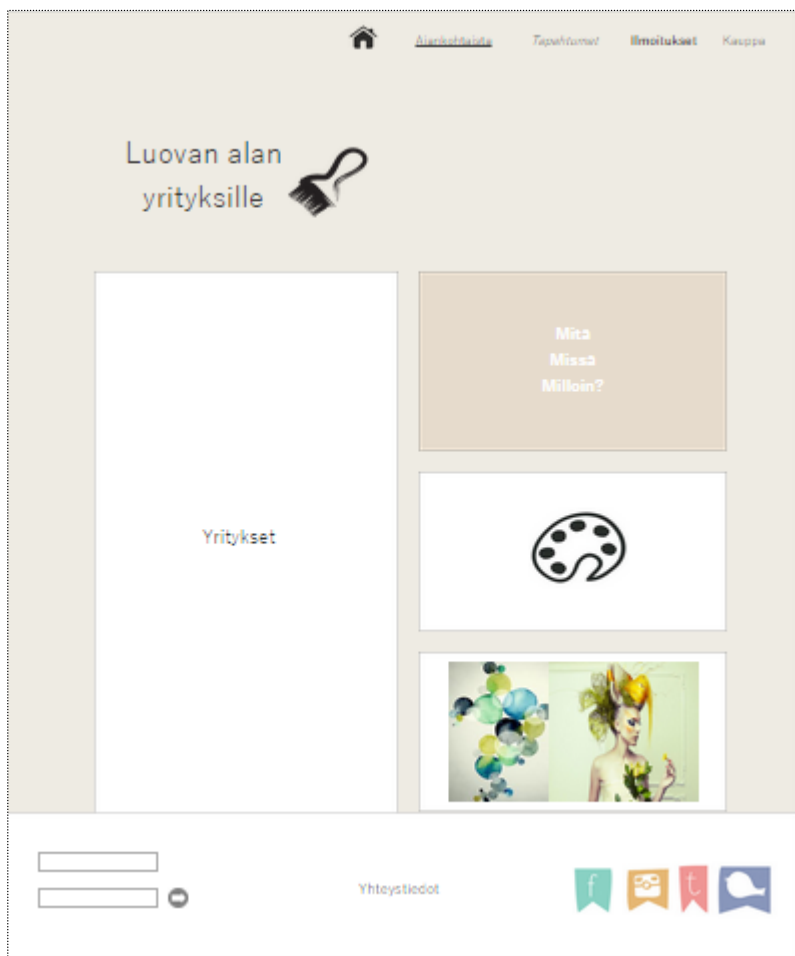
VAPAITA IDEOITA
PORTAALILLE

**10. ONKO TEILLÄ IDEOITA ESIMERKIKSI
PORTAALIN TOIMINNALLISUUKSISTA
TAI ULKOASUSTA? TÄHÄN VOITTE KIR-
JOITTA A LUOVIA IDEOITANNE.**

Liite 2 Vertailuanalyysi

SIVUSTO	IDEA	+	-
Luova Suomi	Luova Suomi -sivusto tarjoaa ajankohtaista tietoa ja taitoa sekä mahdollisuuksia vaikuttaa luovan alan henkilöille. Sivuston oman tavoitteen mukaan sen tarkoitus on tutkia ja kehittää luovaa toimialaa.	Sivusto oli ehdottomasti lähimpänä tulevaa luovan alan portaalia. Visuaalinen suunnittelu tehty hyvin.	Navigointi voisi olla helpompi. Sivustolta on vaikea etsiä jotakin tiettyä tietoa. Sivuston idea on hyvä, mutta ei jostain syystä toimi. Toteuttajan kaupunkeja ja yliopistoja. Pienille yrityksille ei ole jätetty tilaa.
Kulttuuri-verkko	Tarjoaa lähinnä ohjeita luovan alan yrittäjille. Miten esimerkiksi perustaa yritys tai millä tavoin on huomioitava tekijänoikeudet?	Tietopankki hyvä ominaisuus. Pystyy kirjautumaan sisään eli mahdollisesti muita palveluita kirjautumisen takana.	Epäselvä sivusto. Sivuston tarkoitus vaikea löytää. Ilmoituksia siellä täällä. Tapahtumakalenteri hyvä idea, mutta ei yhtään tapahtumaa kalenterissa
Luovamo	Luovien alojen urapalveluita tarjoava sivusto. Palveluita sekä työnhakijalle että työnantajalle. Luovamo on ”osaajarekrytoija” eli ajan voi esimerkiksi varata keskusteluun	Käytettävyys hyvä. Yksinkertainen. Idea toimii, palvelut molemmille osapuolille.	Työpaikkailmoituksen linkitetty MOL:n palvelusta eli työnantajat eivät pysty Luovamoon lisäämään ilmoituksia. Toimisto Turussa, sidottu liiaksi paikkaan.

Liite 3 Portaali



The screenshot shows a website interface with a light beige background. At the top, there is a navigation bar with a home icon and the following menu items: [Ajankohtaista](#), [Tapahtumat](#), [Ilmoitukset](#), and [Kauppa](#). Below the navigation bar, the main heading reads "Ajankohtaista" followed by a broom icon. The main content area is divided into two columns. The left column features a section titled "Luovan alan yrityksille tapahtuma lauantaina 27.8" with a sub-heading "Luovan alan pienyrityksille järjestetään ensi lauantaina oma tapahtuma, jossa suunnittelijat voivat esitellä uutta mallitilaa...". To the right of this text is a small icon of a person. The right column is currently empty. At the bottom of the page, there is a footer area containing two input fields on the left, the text "Yhteystiedot" in the center, and a row of social media icons (Facebook, YouTube, Twitter, and LinkedIn) on the right.

Alueinfo Tapahtumat Ilmoitukset Kauppa




Tapahtumat

Seuraavaksi

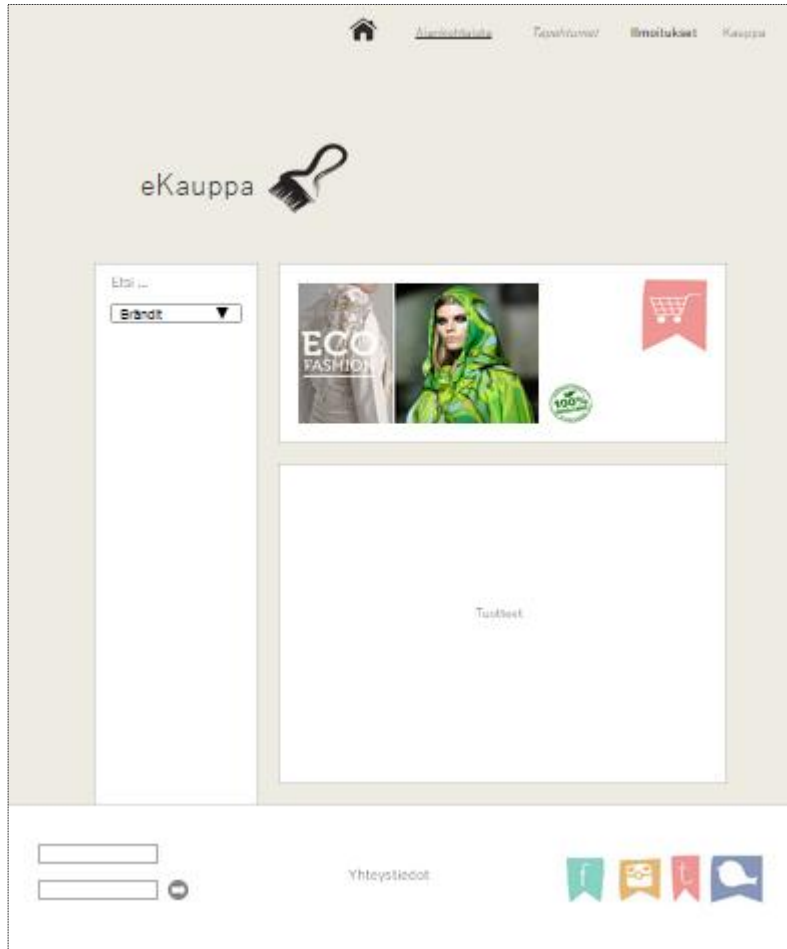
March

DESIGN WEEK
26 AUG. —
5 SEPT. 2010

Yhteystiedot





The screenshot shows a web page for job listings. At the top, there is a navigation bar with a home icon and links for 'Aluekutsu', 'Tapahtumat', 'Ilmoitukset', and 'Kauppa'. Below this is the main header 'Ilmoitukset' with a broom icon. A search section titled 'Mitä etsit?' contains filters for 'Valitse' (Olen osaaja, Elin osaaja), 'Ammatit' (Valokuvaaja), and 'Sijainti' (Pääkaupunkiseutu). A 'Uusin ensin' dropdown is also present. A search result is displayed: 'Valokuvaaja etsii osa-aikaista työtä Pääkaupunkiseudulta' dated 15.8.2014. The footer includes a search bar, 'Yhteystiedot', and social media icons for Facebook, YouTube, LinkedIn, and Twitter.



Home [Aiankukkaista](#) [Tapahtumat](#) [Ilmoitukset](#) [Kauppa](#)

Ostoskori



	PUNAINEN MEKKO, SUUNNITTELU X	59,90€
		<u>Hinta</u>
		59,90€
JATKA MAKSAMAAN		

Yhteystiedot

