

# OPINNÄYTETYÖ

Liiketoimintasuunnitelma

IT-alan liiketoimintasuunnitelma

## Tiivistelmä

Tekijä(t) Pajunen, Mikko	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 39	Valmistumisaika Syksy 2019
Työn nimi <b>Liiketoimintasuunnitelma</b> IT-alan liiketoimintasuunnitelma		
Tutkinto Tradenomi (AMK)		
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli tuottaa toimiva liiketoimintasuunnitelma teorian pohjalta. Oman liiketoimintasuunnitelman jälkeen kokeilisin tätä suunnitelmaa hypoteettisesti tekemällä kyselytutkimuksen mahdolliselle asiakaskunnalle. Ensimmäisenä aloitin keräämällä hyviä malleja liiketoimintasuunnitelmista eri lähteistä, joita vertailin keskenään. Kun olin saanut suunnitelmista tarpeeksi tietoa, aloin tehdä liiketoimintasuunnitelmaa itse. Suunnitelman valmistuttua teetin kyselytutkimuksen mahdolliselle asiakaskunnalle.</p> <p>Tutkimuksessa tuli yllättävä käänne, koska kohderyhmä ei halunnutkaan rajatonta IT-apua. Mobiilisovellus oli mielenkiintoisempi konsepti/alusta kohderyhmälle. 573 vastaajasta 86 % koki, että mobiilisovellukset ovat tarpeellisia ja hyödyllisiä. Tämän lisäksi 565 vastaajasta 20,7 % koki, että olisi valmis maksamaan tietyn kuukausihinnan mobiilisovelluksesta, joka auttaisi heitä tietotekniikan kanssa. 573 vastaajasta 83,4 % koki, etteivät olisi valmiita maksamaan tiettyä kuukausittaista summaa, jotta saisivat apua tietotekniikan kanssa. Tämä selkeästi kertoo siitä, että ihmiset kokivat mobiililaitteille avun tärkeämmäksi kuin rajattoman avun tietotekniikan kanssa.</p> <p>Tutkimuksen valmistuttua ja datan analysoituani aloitin tutkimaan mikä toimi ja mikä ei. Tärkein oppimani asia oli se, että hyvä liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään erittäin tarkkaa tietoa palvelun ominaisuuksista. IT-alaan liittyvä liiketoimintasuunnitelma tarvitsee muun muassa kulkukaavion ollakseen tarpeeksi kattava kehittyäkseen.</p>		
Asiasanat Liiketoiminta, Lahti, Tietotekniikka, Mobiili, Applikaatio, Sovellus, Suunnitelma		

## Abstract

Author(s) Pajunen, Mikko	Type of publication Bachelor's Thesis	Published Autumn 2019
	Number of pages 39	
Title of publication <b>Business Plan</b> IT field business plan		
Name of Degree Bachelor of Business Administration		
Abstract <p>The purpose of this thesis was to create working business plan with help of literature. After that I would try out this business plan with questionnaire which I would send to customers.</p> <p>First, I started to find out good business plans which I compared together. When I had enough information and data, I started to do business plan myself. After business plan was ready, I did test it with my questionnaire.</p> <p>The study will surprise with interesting perspectives from the target group. For example, unlimited IT support for computers wasn't what target group wanted most, it was mobile application. 573 respond from target group, 86% felt that mobile applications were more useful and necessary. In addition, 20,7% from 565 responds felt that they are willing to pay a certain monthly price for a mobile application that would help them with IT. 83,4% from 573 respond that they would not be willing to pay a certain monthly amount to get help with IT overall. This clearly showed that people felt that the mobile application would be more important and for the business it would be the way to go also.</p> <p>After the data analyzing, I started to reflect business plan to data which worked, and which didn't. The most important thing what I learned from this, was that how important good and specific data is when you are doing good business plan about IT services. In IT business, the plan needs to have flow chart to be the best for the future developing.</p>		
Keywords Business, Plan, IT, Information technology, Mobile, Application, Lahti		

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	1
1.1	Tutkimuskysymys .....	2
1.1.1	Alakysymykset.....	2
2	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA .....	3
2.1	Mistä liiketoimintasuunnitelma koostuu? .....	3
2.2	Mallit ja vertailu .....	4
2.2.1	Onnistuyrittajana.fi .....	4
2.2.2	Yrittajat.fi .....	5
2.2.3	Liiketoimintasuunnitelma sijoittajan näkökulmasta .....	5
2.3	Yhteenveto .....	6
3	KESKEISET KÄSITTEET .....	7
3.1	IT-tuki .....	7
3.2	Etätyö .....	7
3.3	VPN.....	7
3.4	Pilvipalvelu .....	8
3.5	SWOT analyysi.....	9
3.6	Data.....	10
3.7	Mobiilisovellus .....	10
3.8	Mobiilisovelluspalvelu .....	10
3.9	Tutkimusmenetelmä .....	10
3.10	Kvalitatiivinen tutkimus .....	10
3.11	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä .....	11
3.12	Tutkimuskysymys .....	12
4	EDELLISET TUTKIMUKSET .....	13
4.1	Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö .....	13
4.2	Yhteenveto ja tulos .....	15
5	OMA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA .....	16
5.1	Liikeidea tiivistettynä.....	16
5.2	Asiakkaat.....	16
5.3	Kilpailijat .....	16
5.4	Tuotteet, palvelut ja hinnat.....	17
5.5	Myynti ja markkinointi .....	18
5.6	Riskit ja SWOT-analyysi .....	19

5.7	Data ja palvelujen ulkoistaminen.....	20
5.8	Kasvusuunnitelma ja sen analysointi .....	21
6	TUTKIMUS .....	23
6.1	Kilpailijoiden tutkiminen .....	23
6.2	Tutkimusmenetelmä .....	23
6.3	Tutkimusaineiston kerääminen .....	24
6.4	Tulokset.....	24
6.4.1	Sukupuoli ja ikä .....	25
6.4.2	Laitteet ja niiden käyttömäärä .....	26
6.4.3	Osaaminen ja kiinnostaminen.....	27
6.4.4	Hinta.....	27
6.4.5	Sovellukset .....	28
6.5	Johtopäätökset .....	28
7	REFLEKTOINTI JA MUUTOKSET.....	31
7.1	Suunnitelman parantelu ja mietteet.....	31
7.1.1	Liiketoimintasuunnitelma .....	31
7.1.2	IT-tuki .....	31
7.1.3	Mobiilisovellus .....	31
7.1.4	Hinta.....	33
7.1.5	Asiakkaat.....	33
	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	34
	LIITTEET .....	39

## 1 JOHDANTO

Olen aina ollut yrittäjähenkinen persoona, ja tietotekniikka on todella lähellä sydäntäni. Edellä mainituista syistä lähdin tutkimaan liiketoimintaideani toimivuutta Lahdessa. Perehdymme opinnäytetyössä mikä on hyvä liiketoimintasuunnitelma ja mitä sellainen pitää sisältää. Teorian jälkeen käymme läpi minun omaa liiketoimintasuunnitelmaani, jonka olen laatinut teorian pohjalta.

Mobiilisovelluksen takia haluan tutkia juuri tämän liiketoimintaidean onnistumista suunnitelman ja sen tutkimisen kautta. Mobiilisovelluksen keksiminen lähti omista tarpeistani. En ole löytänyt sovellusta vastaamaan omiin ongelmiini tämän mobiilisovelluksen tavalla. Tämän liiketoimintasuunnitelman testaus lähti myös siitä, kun olin ollut toisessa yrityksessä työharjoittelussa ja huomasin toiminnassa monia puutteita. Koin kyseiset ominaisuudet tämäntapaiselle liiketoiminnalle tarpeellisiksi, ellei jopa kriittisiksi. Tutkimuksia tietotekniikan käytöstä on monia, mutta ne ovat maailmanlaajuisia. Tässä tutkimuksessa keskityimme Lahteen, jotta saimme relevanttia dataa suunnitelman toimivuudesta. Suunnitelma on kehitetty siten, että Lahti olisi ensisijainen liiketoiminnan harjoituspaikka.

Liiketoimintasuunnitelmien, edellisen tutkimuksen sekä keskeisten käsitteiden jälkeen lähdin avaamaan lukijoille tutkimustani. Kerron tutkimusosiossa, miksi valitsin juuri otantamenetelmän ja miten se palveli mahdollisen yrityksen suunnittelua.

Tutkimuksen tuloksia pilkkoessani huomaamme, miten liiketoimintasuunnitelma ei olekaan kohderyhmän mieleen. Kuvittelin, että rajaton tietoteknillinen apu olisi se, mitä asiakkaat haluavat, mutta näin ei ollutkaan. Nimenomaan asiakkaat eivät halunneet rajatonta apua, vaan kännykkäsovelluksen. Tätä analysoin ja käyn läpi tutkimalla iän tuomia eroja IT-tuen halukkuuteen. Ison kohderyhmän vuoksi käytin datan keräämiseen kyselymenetelmää, mutta kyselymenetelmän käyttö ei ollut kovin yksinkertaista. Kyselymenetelmän haasteita ja perusteluita käymme läpi tutkimuksen yhteydessä. Lopuksi refleктоimme oppimaamme miettimällä, mikä toimi ja mikä ei.

Tässä opinnäytetyössä käytän yrityssivustojen liiketoimintasuunnitelman malleja sekä toisen valmistuneen opiskelijan opinnäytetyötä lähteenä omalle liiketoimintasuunnitelmalleni. Perustelen lähteiden valinnat sekä vertaan lähteitä toisiinsa. Käytän tutkimusmenetelmien tutkimiseen yliopistojen tutkimuksia ja opetuskirjallisuutta, jotta saisin mahdollisimman kattavan pohjan tutkimusta varten.

Tutkimuksen tarkoitus on reflektoida saatua dataa liiketoimintasuunnitelmaan, jonka loin kirjallisuuden pohjalta parhaimmaksi mahdolliseksi. Tämän avulla pystymme havainnoimaan, täsmääkö saatu data suunnitelmani kanssa vai haluavatko asiakkaat jotain muuta.

Tässä opinnäytetyössä on erittäin hyvää tietoa liiketoimintasuunnitelmista uudelle yrittäjälle tai yrittäjäksi haaveilevalle henkilölle. Luettuaan tämän opinnäytetyön pystyvät lukijat tekemään oman liiketoimintasuunnitelman. Liiketoimintasuunnitelman lisäksi lukijat pystyvät rakentamaan tutkimuksen liiketoimintasuunnitelma ympärille.

## 1.1 Tutkimuskysymys

Mikä on hyvä liiketoimintasuunnitelma?

### 1.1.1 Alakysymykset

Onko IT-tuelle tarvetta?

Onko mobiilisovellus parempi kehityskohde?

Miten liiketoimintasuunnitelma tehdään?

Miten tehdään hyvä liiketoimintasuunnitelma?

## 2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma on suunnitelma missä käydään yritystoiminnan kannalta kriittiset alueet läpi ja tämän suunnitelman tietoa käytetään oppaana liiketoiminnassa. Liiketoimintasuunnitelma on hyvä tehdä suunnitellessa uutta tuotetta tai palvelua yritykselle. Liiketoimintasuunnitelma on kuin ohjekirja yrityksen toiminnalle (Uusyrittäjäkeskus 2019).

### 2.1 Mistä liiketoimintasuunnitelma koostuu?

Liiketoimintasuunnitelma yleensä koostuu seuraavista alueista:

- Liikeidea tiivistettynä.
  - Tiivistetään liikeidea helposti ymmärrettäväksi.
- Asiakkaiden ja markkinoiden tutkiminen.
  - Tutkitaan potentiaalisten asiakkaiden määrää.
- Tutkaillaan markkinoita ja niiden mahdollisuuksia.
  - Tutkitaan markkinat ja niiden viimeaikaiset tai mahdolliset tulevat muutokset.
- Kilpailijat.
  - Tutkitaan mahdolliset kilpailijat.
- Palvelut ja tuotteet.
  - Suunnitellaan tuote tai palvelu.
- Suunnitellaan markkinointi ja myynti.
  - Miten tämä pitäisi toteuttaa ja miksi?
- Analysoidaan mahdolliset riskit.
  - Riskien analysointi ja niihin varautuminen.
- Talous.
  - Suunnitellaan kirjanpidon ulkoistaminen.
  - Ulkoiset ja sisäiset kulut.
- SWOT-analyysi
  - Vahvuudet
  - Heikkoudet
  - Mahdollisuudet
  - Uhat

*Liiketoimintasuunnitelman ei tarvitse olla mikään satasivuinen esitys, mutta sen tulee kertoa lukijalleen kaikki tärkeimmät yritystä ja yritystoimintaa koskevat tiedot, yrittäjän osaaminen sekä tulevaisuuden suunnitelmat (Onnistuyrittäjä.fi 2019).*



Jokainen liiketoimintasuunnitelma on yrityksen henkilökohtainen ja kattaa sen alueen, jonka yrittäjä itse haluaa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että olisi kannattavaa tehdä aukeaman pituista suunnitelmaa, joka ei kata mitään. Suunnitelman ja liiketoiminnan tulevaisuuden kannalta olisi hyvä käydä juuri liiketoiminnalle kriittiset alueet läpi. (Onnistuyrittajana.fi 2019; Yrittajat.fi 2019.)

## 2.2 Mallit ja vertailu

### 2.2.1 Onnistuyrittajana.fi

Onnistuyrittajana.fi kertoo miten liiketoimintasuunnitelma pitäisi rakentaa vaihe vaiheelta, jotta siitä tulee kuvan mukainen ”täydellisyden” ympyrä.

#### Liiketoimintasuunnitelman vaiheet



Kuva 1. Liiketoimintasuunnitelman vaiheet (Onnistuyrittajana.fi 2019)

Sivusto kertoo, ettei liiketoimintasuunnitelman tarvitse olla pitkä, mutta sen olisi hyvä kertoa lukijalle yrityksen keskeisimmät asiat niin nykytilanteesta kuin tulevaisuudesta. Onnistuyrittajana.fi. sivuston mukaan liiketoimintasuunnitelma pitäisi sisällään juoksevat kulut. Juokseviin kuluihin sisältyy muun muassa vuokra, palkat, laskut ja vakuutukset. Onnistuyrittajana.fi. sivusto myös kertoo, että liiketoimintasuunnitelmaa käytetään siihen, että

yritys saisi rahoitusta yritystoimintaa varten. Onnistuyrittajana.fi sivustollaan kerrotaan myös, että liiketoimintasuunnitelma pitäisi pitää ajan tasalla. (Onnistuyrittajana.fi 2019.)

### 2.2.2 Yrittajat.fi

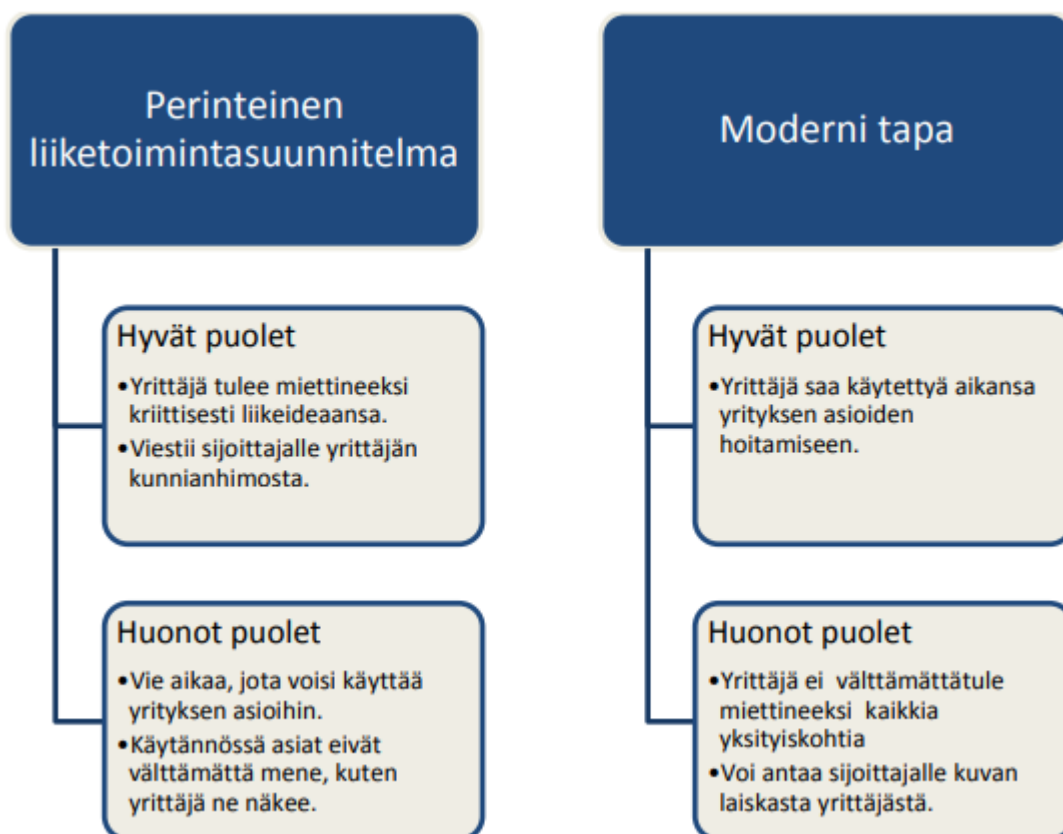
Yrittajat.fi. kertoo liiketoimintasuunnitelman rakenteesta ja luomisesta eri näkökulmasta kuin onnistuyrittajana.fi. sivusto. Yrittajat.fi. sivusto haluaa liiketoimintasuunnitelman tekijän kysyvän kysymyksiä, joihin tekijä vastaisi suunnitelmassaan. Yrittajat.fi. sivusto pyysi liiketoimintasuunnitelman tekijää kysymään muun muassa, keitä asiakkaat ovat ja onko tuotteelle tai palvelulle kysyntää. Yrittajat.fi. sivuston mielestä liiketoimintasuunnitelma kannattaisi tehdä itseään varten, jotta yritys voisi tukeutua omaan liiketoimintasuunnitelmaan ajan saatossa. (Yrittajat.fi 2019.)

### 2.2.3 Liiketoimintasuunnitelma sijoittajan näkökulmasta

Fors Jonatanin opinnäytetyön tarkoitus oli kertoa lukijalle, minkälainen liiketoimintasuunnitelma olisi hyvä olla sijoittajien näkökulmasta. Fors kuvaili, miten perinteinen liiketoimintasuunnitelma ei toimi nykypäivänä, koska liiketoimintasuunnitelman teko vie liian kauan aikaa. Perinteisessä liiketoimintasuunnitelmassa ei myöskään oteta huomioon muuttuvia tekijöitä yhtä laajasti kuin modernissa tavassa. Moderni tapa sen sijaan on hyvä nopeuden takia. Modernissa tavassa yrittäjä pystyisi reagoimaan muutoksiin paremmin ilman, että yrityksen tarvitsisi alkaa muuttamaan liiketoimintasuunnitelmaa kriittisesti.

Molempien tapojen ollessa hyviä omalla ainutlaatuisella tavallaan, kysyi Fors sijoittajilta mielipidettä temahaastattelun avulla. Sijoittajien mukaan ei kannata käyttää liikaa aikaa suunnitelman tekoon, koska asiat muuttuvat erittäin nopeasti. Myös internetillä on ollut osansa tässä, koska se on muuttanut yritystoimintaa enemmän dynaamiseksi.

Tekijä tiivisti eri lähteistä tiedon yhteen kuvaan, jossa hän kuvaa molempien tapojen hyvät sekä huonot puolet. (Fors Jonatan 2016, 17 - 19.)



Kuva 2. Liiketoimintasuunnitelmien mallit (Fors Jonatan 2019)

### 2.3 Yhteenveto

Vaikka kaikki sivustot tähtäävät samaan lopputulokseen, havaitsin, että Onnistuyrittajana.fi. sivusto kertoi selkeämmin, millainen liiketoimintasuunnitelman kannattaisi olla. Onnistuyrittajana.fi. sivuston ”täydellisyyden” ympyrä on kattava kuva kertomaan, mitä liiketoimintasuunnitelman pitäisi pitää sisällään. Forsin opinnäytetyö kertoi hyvin vanhan ja uuden liiketoimintasuunnitelman hyvät puolet, tätä muut sivustot eivät tehneet. Yrittajat.fi sivusto tarjosi hyvin suppean tiedon siitä millainen suunnitelman pitäisi olla. Kysymykset, joita yrittajat.fi sivusto pyysi kysymään, ovat tärkeitä, mutta kysymykset yksistään eivät riitä luomaan kattavaa liiketoimintasuunnitelmaa.

### 3 KESKEISET KÄSITTEET

Tässä osiossa käyn läpi opinnäytetyön keskeisiä asioita. Tämän osion avulla pystyy lukija ymmärtämään tutkimuksen aiheet paremmin ilman aikaisempaa tietoa.

#### 3.1 IT-tuki

IT-tuki on tukipalvelu, jossa tietotekniikan käyttäjää opastetaan käyttämään tietoteknillisiä laitteita oikein. IT-tuen palveluihin voivat kuulua myös laitteen asennus ja erilaiset ostotoimenpiteet, jotta käyttäjän ei tarvitsisi niitä tehdä. IT-tuki voi myös toimia yrityksen konsulttina tietotekniikan asioissa eli auttaa yritystä ymmärtämään, mitä yrityksen kannattaisi ostaa ja mitä ei. IT-tuki tunnetaan myös nimellä mikrotukityö, tietotekniikan apu sekä IT-apu. (Duunitori.fi 2019.)

#### 3.2 Etätyö

Etätyö tai etätyöskentely tarkoittaa sitä, että kohde ja tekijä ovat eri osoitteessa. Työntekijä tekee työnsä ohjelmiston avulla ilman fyysistä kontaktia kohteeseen. Etätyöskentely voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että työntekijä käyttää pilvipalveluita päästäkseen työpaikkansa tietoihin. Jotkin yritykset myös salaavat yhteyden VPN ohjelmalla.

Vaikka etätyöskentely antaa työntekijälle mahdollisuuden tehdä töitä missä tahansa, on siinä omat ongelmansa. Etätyöskentelyn tuoma vapaus tuo paljon vastuuta työntekijälle siitä, että hän varmasti tekee töitä työaikana. Myös VPN, palvelun kautta työskentely voi tuoda ongelmia, jos VPN ei toimi huoltokatkoksen tai ongelman takia. Etätyöskentelystä ei löytynyt kovin paljon materiaalia, mutta Ville Heiskasen opinnäytetyö ”Matkusta vähemmän, työskentele paremmin” esitti todella hyvin ja ytimekkäästi sen, mitä etätyö on. (Ville Heiskanen 2019, 3 - 7.)

#### 3.3 VPN

VPN voi olla vaikea käsite, koska ohjelmiston tuottamaa turvaa ei nähdä, kun konetta käytetään. Nortonin sivusto kertoi ytimekkäästi ja helposti ymmärrettävästi mikä VPN on ja miksi sitä käytetään. VPN tulee sanoista Virtual (virtuaalinen), Private (yksityinen) ja Network (verkko). VPN estää ulkopuolisia näkemästä muun muassa näitä:

- Selaushistorian
- Virtuaalista osoitetta ja fyysistä osoitetta
- Käyttäjän laitteita
- Verkkosivustojen aktiivisuutta


Ilman VPN ohjelmaa pystyy melkein kuka tahansa näkemään käyttäjän IP osoitteen, eli virtuaalisen osoitteen. IP osoite on virtuaalinen kotiosoite, jonka avulla pystytään käyttäjä paikantamaan hyvinkin tarkasti. (Norton, 2019.)

Keräsin whatsmyipaddress.com sivustolta tietoa, mitä kaikkea IP-osoitteen avulla näkee. Liitin havainnoista kuvan mitä kaikkea pelkän IP-osoitteen avulla näkee ja mitä VPN estää siinä. (Whatsmyipaddress.com, 2019.)

92.153.202.250

Lookup IP Address

### Details for 92.153.202.250

IP: 92.153.202.250  
 Decimal: 1553582842  
 Hostname: amarseille-651-1-187-250.w92-153.abo.wanadoo.fr  
 ASN: 3215  
 ISP: Orange  
 Organization: Orange  
 Services: None detected  
 Type: [Broadband](#)  
 Assignment: [Likely Static IP](#)  
 Blacklist: [Click to Check Blacklist Status](#)  
 Continent: Europe  
 Country: France   
 State/Region: Bouches-du-Rhône  
 City: Marseille  
 Latitude: 43.2876 (43° 17' 15.36" N)  
 Longitude: 5.3792 (5° 22' 45.12" E)  
 Postal Code: 13006

Kuva 3. IP details (WhatsMyIPAddress 2019)

### 3.4 Pilvipalvelu

Pilvipalvelut ovat palveluita, jotka eivät ole fyysisesti käsissä tai virtuaalisesti täysin omassa puhelimessa/tietokoneessa. Pilvipalveluiden palvelut ovat eri yhtiöiden ulkoisissa tietokoneissa, josta käyttäjät käyttävät näitä palveluita. Pilvipalvelun hyötyjä on se, ettei tarvitse käyttää tallennustilaa omista laitteista, jos haluaa esimerkiksi säilyttää kaikki kuvat jossain. Pilvipalvelun tärkeimpiä ominaisuuksia on se, ettei tietokoneen/kännykän



### 3.6 Data

Data eli tieto on jostain kerättyä faktatietoa, esimerkiksi kyselylomakkeiden data on kyselylomakkeiden vastauksista Raakaa saatu tieto. dataa analysoidaan, jotta siitä saadaan tarvittavat tiedot esille.

Dataa kerätään melko lailla kaikesta. Esimerkiksi Google kerää dataa käyttäjän verkko- ja sovellustoiminnasta sekä sijaintihistoriasta. (Google Finland Oy 2019; Ari Hovi 2017.)

### 3.7 Mobiilisovellus

Mobiilisovellus on ohjelmisto, joka on suunniteltu mobiililaitteilla käytettäväksi. Mobiililaitteiksi luokitellaan älypuhelimet ja tabletit.

Mobiilisovellus voi olla ilmainen tai maksullinen ohjelmisto. Esimerkiksi virustorjuntaohjelmisto mobiililaitteelle voi olla maksullinen. (Sanoma Media Finland Oy 2019.)

### 3.8 Mobiilisovelluspalvelu

Mobiilisovelluspalvelu on palvelu, joka on luotu mobiililaitteille. Tätä palvelua käytetään esimerkiksi tabletilta, kännykältä tai älykellosta. Mobiilipalveluita voi mahdollisesti käyttää tietokoneella, mutta yleensä nämä palvelut ovat ainoastaan mobiililaitteille yhteensopivia. (Sanoma Media Finland Oy 2019.)

### 3.9 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmät ovat menetelmiä, joilla hankitaan dataa empiirisiin tutkimuksiin. Tutkimusmenetelmiä on erilaisia, laadullisia ja määrällisiä. Tutkimusmenetelmän valitseminen riippuu tutkimuskysymyksestä ja tutkimuksen aiheesta. (Koppa 2019.)

### 3.10 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen tutkimus eli laadullinen tutkimus on menetelmäsuuntaus missä pyritään analysoida tutkittavan kohteen ominaisuuksia, laatua tai merkitystä. Tämän tutkimusmenetelmän yleisin piirre on se, että kohteen ympäristö, tausta, tarkoitus ja merkitys korostuu näkökulmissa paljon. Monesti kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käytetään kvalitatiivisen yhteydessä, mutta kvalitatiivinen kertoo tarkemman datan kvantitatiivisesta tutkimuksesta.

Koppa, menetelmäpolkuja humanisteille käy hyvin läpi kaikkia asioita tutkimusmenetelmistä sekä yhdistää tätä tietoa. Lisäksi Koppa käy hyvin ytimekkäästi tämän aihealueen läpi. (Koppa 2019.)

*Survey on tutkimusstrategia, jonka tavoitteena on koota kysely- tai haastattelu menetelmillä tietoa suurehkosta määrästä edustavalla satunnaisotannalla valituista tutkimuskohteista. Jyväskylän yliopisto, Menetelmäpolkuja humanisteille, sivu tutkimusstrategiat, 15.1.2014, saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/>*

### 3.11 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivinen tutkimus vastaa yleisesti kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. Tällä tutkimusmenetelmällä saadaan suuri määrä dataa, jota voimme tutkia prosentuaalisesta näkökulmasta. Tällä datalla voidaan analysoida mahdollisuuksia eri näkökulmista, kunhan ensin raaka data analysoidaan prosentuaalisiksi luvuiksi. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä vaatii yleensä isoa otosta tai koko perusjoukon tutkimista, jotta raa'asta datasta voisi analysoida validia dataa.

Kvantitatiivinen tutkimusprosessi koostuu yleensä seuraavanlaisista aiheista:

- Aikaisempiin tutkimuksiin perehtyminen
- Tutkimussuunnitelman teko
- Tiedonkeruumenetelmän suunnittelu
- Tiedon hankinta
- Tiedon Analysointi
- Raportointi
- Tuloksien mahdollinen hyödyntäminen

Tämä tutkimusmenetelmä vaatii ison määrän vastauksia, jotta data olisi mahdollisimman validia. Otannan tarkoitus on näyttää sama data kuin koko perusjoukko näyttäisi. Otanta edustaa perusjoukkoa, mutta miniatyyri muodossa. Perusjoukko on koko tutkimuksen ihmisryhmä. Kvantitatiivista dataa kerätään yleensä erilaisilla lomakkeilla/kyselyillä tai haastatteluilla.

Tarja Heikkilän kirja keräsi hyvin monen eri lähteen tiedon yhteen jättämättä mitään tärkeää pois. Kirjassa käytiin hyvinkin yksityiskohtaisesti asioita läpi ja tämän avulla saa kuka tahansa todella hyvän käsityksen kvantitatiivisesta tutkimusmenetelmästä. (Tilastokeskus 2009; Koppa 2015; Pertti Alasuutari 2019; Tarja Heikkilä 2014, 5 - 10.)



### 3.12 Tutkimuskysymys

Spoken.fi sivuston artikkeli kertoi, että tutkimuskysymys on kysymys, joka antaa suunnan tutkimukselle. Tämän avulla tutkimuksen struktuuri pysyy yhtenäisenä sekä tutkimus saadaan määriteltä, kun tiedetään, mitä osa-aluetta lähdetään tutkimaan. Vaikka tutkittava kohde olisi olemassa, on se joissain tutkimuksissa hankala pilkkoa osiin. Tämän ongelman kohdalla tutkimuskysymys auttaa erittäin paljon. Tutkimuskysymystä voidaan myös muuttaa tutkimuksen edetessä, jotta struktuuri olisi looginen. (Spoken Oy 2019.)

## 4 EDELLISET TUTKIMUKSET

### 4.1 Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö

Tilastokeskus on julkaissut kvantitatiivisen tutkimuksen 4.12.2018, jossa he tutkivat suomalaisten internetin käyttöä. Tutkimus osoitti, että erittäin moni suomalaisista käyttää internet palvelua päivittäin ja monessakin eri asiassa. Tutkimus on toteutettu otantamenetelmällä, otoskoko oli 5100 henkilöä. Vastauskato vaikuttaa tutkimuksen tulokseen merkittävästi.

Ikä	Käyttänyt internetiä 1)
	%-osuus väestöstä
16-24	100
25-34	99
35-44	100
45-54	98
55-64	93
65-74	78
75-89	40
Miehet	90
Naiset	88
Kaikki	89

Kuva 5. Internetin käyttö (Tilastokeskus 2018)

89 % väestöstä on käyttänyt internetiä joskus.

Ikä	Käyttää internetiä yleensä useita kertoja päivässä
16-24	98
25-34	97
35-44	96
45-54	87
55-64	72
65-74	47
75-89	19
Miehet	78
Naiset	74
Kaikki	76

Kuva 6. Kerrat päivässä (Tilastokeskus 2018)

76 % väestöstä käyttää internetiä useita kertoja päivässä.

Ikä	Älypuhelin omassa käytössä
16-24	99
25-34	97
35-44	96
45-54	90
55-64	80
65-74	59
75-89	24
Miehet	81
Naiset	79
Kaikki	80

Kuva 7. Älypuhelin (Tilastokeskus 2018)

80 % väestöstä käyttää älypuhelinia.

Ikä	Ostanut jotain verkosta 1)
16-24	56
25-34	72
35-44	76
45-54	56
55-64	32
65-74	17
75-89	7
Miehet	47
Naiset	46
Kaikki	47

Kuva 8. Ostot verkosta (Tilastokeskus 2018)

47 % väestöstä on ostanut jossain vaiheessa elämässään jotain verkosta.

Ikä	Ostanut matkapuhelimella internetistä jotain 2)
16-24	39
25-34	50
35-44	46
45-54	21
55-64	9
65-74	3
75-89	1
Miehet	25
Naiset	25
Kaikki	25

Kuva 9. Matkapuhelin ostot (Tilastokeskus 2018)

25 % väestöstä on ostanut matkapuhelimen internetillä jotain jossain vaiheessa elämässään. (Tilastokeskus 2018)

#### 4.2 Yhteenveto ja tulos

Tilastokeskuksen tutkimus oli ainoa tutkimus, jota voimme käyttää tässä opinnäytetyössä.

Tilastokeskuksen tutkimus osoittaa hyvin, miten paljon mobiililaitteita käytetään nykyisin. Tilastokeskuksen tutkimuksen avulla voimme todeta, että mobiililaitteiden palveluilla on kysyntää ja niihin olisi yritysten kannattavaa siirtää resursseja. Panostaminen mobiililaitteihin tarkoittaa muun muassa sitä, että yritys panostaisi verkkosivuihin, jotka toimisivat mobiililaitteella hyvin. Kyseisen verkkokaupan sovellus olisi luotu nimenomaan mobiililaitteille. Myös se, että verkkokauppa tekisi verkkosivusta mobiililaitteille yhteensopivan, kehittäisi ja auttaisi liiketoimintaa huomattavasti.

## 5 OMA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

### 5.1 Liikeidea tiivistettynä

Liiketoimintaideani on tarjota IT-tukea kuukausihintaan. Lisäksi asiakkailta on pääsy mobiilisovellukseen, josta löytyy niin uudelle kuin kokeneemmallekin IT-käyttäjälle hyödyllisiä ohjeita ja uutisia. Asiakkaita olisi tarkoitus pystyä auttamaan etäyhteyden avulla, jotta mahdolliset pienemmät työt voitaisiin hoitaa ilman fyysistä kontaktia. Tällä tekniikalla sekä asiakas että yritys säästäisivät aikaa matkakuluissa.

Liikeidean tiivistäminen helposti ymmärrettäväksi on erittäin hyvä tapa saada rahoitusta, jos sellaista kaipaisi jossain kohtaa. Yrityksellä on mahdollisuus palata alkuperäiseen liiketoimintasuunnitelmaan halutessaan, käyttäen suunnitelmaa oppaana.

### 5.2 Asiakkaat

Asiakkaiksi luokitellaan kaikki lahtelaiset asukkaat. Asiakkaat voivat olla IT-alan ammattilaisia tai täysin kokemattomia tietotekniikan kanssa. Lahti toimisi pääasiallisena toimialueena, mutta palvelua voitaisiin kehittää myös muihin kaupunkeihin tarvittaessa.

Asiakkaista on hyvä tehdä oma osio liiketoimintasuunnitelmaan. Alkuperäisen asiakassuunnitelman kautta voidaan miettiä, olisiko yrityksen järkevä laajentaa toisille paikkakunnille.

### 5.3 Kilpailijat

Kilpailijoita on Lahdessa muutamia. Googlesta löytyi noin kuusi eri yritystä, jotka tarjoavat samankaltaista palvelua. Näistä kilpailijoista monet tarjoavat kertamaksulla palveluitaan niin kuin esimerkiksi Datatronic ja Lahden ATK-Klinikka tekevät. Ne tarjoavat puhelin ja tietokonehuoltoa noin 40 - 100 euron hintaan, mutta kilpailijat eivät tarjoa yhtä laajaa tukea kuin tämän suunnitelman liiketoiminta tarjoaisi. Datatronic tosin tarjoaa myös komponenttimyyntiä, mitä muut kilpailijat eivät tarjoa. Lahden ATK-Klinikka keskittyy markkinoinnissa hyvin paljon mobiililaitteiden huoltoon, mitä Datatronic ei tee. (DevNet Oy 2019; Lahden atk klinikka ky 2019.)

Kotiope Aarno Hyvönen tarjoaa samanlaisia palveluita kuin tämä liiketoimintasuunnitelma tarjoaisi, mutta erittäin paljon kalliimmalla. Esimerkiksi pikahuolto maksaa 49 euroa, joka saa kestää maksimissaan 30 minuuttia. Normaali tuntiveloitus on 58,50 euroa tuntia kohden. (Kotiope Aarno Hyvönen 2019.)

PCTurva+ on Lahden ATK-Klinikka KY:n tytäryhtiö. Vaikka PCTurva+ onkin tytäryhtiö, voidaan heidät laskea erillisenä kilpailijana. He tarjoavat apua vain tietoturvaan liittyvissä asioissa. He eivät tarjoa muuta apua, kuin tietoturva ohjelmiston, joka auttaa pitämään virukset poissa. Heistä ei ole kovin isoa kilpailua, vaikka he tarjoavatkin kattavan palvelun tietoturva asioihin. He myyvät tätä ohjelmistoa 59 euroa vuodessa hintaan, joka vastaa aika yleistä hintaa tietoturva ohjelmistoilta. (Lahden atk klinikka ky 2019.)

Ainoa saman luokan kilpailija olisi Pc-Apu. Pc-Apu tarjoaa palveluitaan kuukausittaiseen hintaan. Heidän hintojaan ei ole saatavilla netistä eikä mainoksista, mutta hinnan voi saada selville kysymällä heiltä. He tarjoavat rajatonta tietokonetukea, mutta he tarjoavat sitä huomattavasti kalliimmalla ja suppeammalla palvelulla jos huomioidaan tämän suunnitelman sovellus. Jos sovellusta ei huomioida, on tuen laajuus suurin piirtein yhtä paljon. Heidän hinnoittelunsa menevät seuraavalla tavalla: Yhden vuoden sopimuksella asiakkaat saavat vuosihuollon ja rajattoman avun 18,90 euron kuukausihintaan. Kolmen vuoden sopimuksella saa asiakas saman palvelun kuin vuoden sopimuksella, mutta 15,90 euron kuukausihintaan. Tämän lisäksi he tarjoavat myös kertamaksulla huoltoa, mutta se on 89 euroa ja siitä ylöspäin riippuen palvelusta. Pc-Avulla on noin 1500 eri asiakasta, eli heillä on jo iso markkinarako Lahdessa. (Damika Oy 2019.)

Kovan kilpailun takia tuotteen pitäisi olla todella paljon parempi kuin kilpailijoiden, jotta asiakkaat suostuisivat vaihtamaan palveluntarjoajaa. Tästä syystä suunnitelmaan on sisennetty myös mobiilisovellus, tätä ei ole viimeisen tiedon mukaan yhdelläkään kilpailijalla tarjolla kuluttajalle.

Kilpailijoista on hyvä tehdä oma osio liiketoimintasuunnitelmaan, jotta nähdään myöhemmin ovatko kilpailijat muuttaneet toimintatapojaan. Tämän avulla voidaan myös reagoida kilpailuun nopeammin, koska tietomme kilpailijoista pidetään päivitettyinä.

#### 5.4 Tuotteet, palvelut ja hinnat

9.90 euron kuukausihintaan asiakas pääsee käsiksi mobiilisovellukseen, jossa on netistä eri lähteistä kerättyä tietoa ja uutisia IT-alasta. Sovelluksessa voi olla artikkeli esimerkiksi siitä, miten korjataan jokin asia tai miten huomata onko koneen komponentissa vikaa. Applikaatiossa on myös uutisia IT-alaan liittyen, joka olisi kiinnostavampi asia tietotekniikan ammattilaisille. Tuohon kuukausihintaan asiakkaalla on myös oikeus saada meiltä tukea puhelimitse sekä etäyhteyden avulla niin paljon kuin haluavat. Tarjoamme apua kello yhdeksästä viiteentoista. Vastaamme myös sähköpostitse tukipyyntöihin sekä kysymyksiin jottei asiakaspalvelu ruuhkaudu puhelimesta. Tarjoamme asiakkaalle sopimusta missä he sitoutuvat maksamaan yhden vuoden 9,90 euroa joka kuukausi tai muutamassa erässä

koko vuoden kuukausihinnat. Tällä tavalla saisimme asiakkaat pysymään meidän asiakainamme, vaikkei he tarvitsisi meidän apuamme joka kuukausi. Pelkän mobiilisovelluksen saa käyttöönsä 25 euron vuosihintaan tai 2,5 euron kuukausihintaan.

Kuukausimaksullisia IT-palveluita ei kovin paljon ole massassa. Kuukausimaksullisten palveluiden puute IT-alalla ja oma mielenkiinto kyseiseen hinnoittelutaktiikkaan johti minut valitsemaan tämän hinnoittelutavan. Tässä hinnoittelutavassa on tietysti omat riskinsä, koska liiketoiminnalla pitää olla iso volyyymi asiakkaita saadakseen voittoa. (Founder Institute 2018.)

Hinnan suunnittelin siten, että se tuntuisi mahdollisimman helpolta asiakkaille lähteä kokeilemaan palvelua. Mobiilisovelluksen hinnoittelu tulee omista kokemuksista ja mieltymyksistä, henkilökohtaisesti en koe 2,5 euron hintaa kuukaudessa liian suureksi mobiilisovelluksesta.

Asiakkaalle avun tarjoaminen tuohon tiettyyn aikaan on suunniteltu siten, että yritykselle jäisi tietty aika päivästä myös koneiden korjaamiselle. Liiketoiminta olisi tarkoitus aloittaa yksin, tämä tarkoittaa sitä, että minulla on rajallinen aika vapaana asiakaspalvelulle. Jos hoidan asiakaspalvelua 9 - 15, tarkoittaa se sitä, että minulle jäisi aamusta 7 - 9 ja illasta 15 - 20 ajat itse IT-huollolle. Yrityksen kasvaessa ja henkilöstöä palkatessa voisi aukioloaikoja pidentää. Myös kokemusten kautta voidaan pidentää aukioloaikoja, kun nähdään miten kiireisenä asiakaspalvelu minut pitäisi.

Tämän alueen datan avulla voidaan suunnitella palveluille paremman hinnan. Tutkimusdatan valmistuttua voidaan havaita hinnoitteluun tulleet ristiriidat. Tämän tutkimusdatan avulla voidaan tehdä parempia muutoksia niin yrityksen toimivuuden kuin asiakkaiden saatavuuden kannalta.

## 5.5 Myynti ja markkinointi

Markkinointi lähdetäisiin toteuttamaan mahdollisimman kevyesti. Tarkoitus olisi luoda asiakkaalle helppo ja luotettava kuva yrityksestä. Asiakkaalla olisi mahdollisuus päästä kokeilemaan palvelua kuukaudeksi ilmaiseksi sekä jatkotarjouksena vuoden sopimus olisi 25 prosenttia edullisempi. Tämä auttaisi siinä, että asiakkailla olisi pienempi kynnys tehdä sopimus ja jäädä asiakkaaksemme. Mainokset tästä palvelusta olisi nähtävissä YouTube nimisessä palvelussa, sekä kadun kylteissä. YouTube olisi nuoria ja alan ihmisiä varten, kun taas kyltit vanhempaa sukupolvea varten. Sosiaalisessa mediassa mainostaminen on nykyään melkein pakollista, varsinkin kun asiakasryhmä on laaja. Sosiaalisen median avulla eri ikäiseen ja kokoiseen asiakasryhmään on helpompi saada yhteys. Myynti

tapahtuisi asiakaskontaktin aikana. Tämän myyntitaktiikan avulla yritys saisi henkilökohtaisemman otteen myyntiin.

Myynnin ja markkinoinnin suunta on hankala ennustaa, mutta sen suunnittelu on hyvä tehdä ennen liiketoiminnan aloittamista. Se, että dokumentoimme meidän toimintamme, auttaa meitä tulevaisuudessa tutkailemaan, onko markkinointi auttanut myyntiä vai ei.

## 5.6 Riskit ja SWOT-analyysi

Yksi isoimmista riskeistä olisi mobiilisovelluksen toimimattomuus. Se että mobiilisovellus ei olisikaan niin haluttu loisi yritystoiminnalle suuren vajeen liikevoitossa. Iso riski on myös Pc-Avun nykyinen asiakaskunta. Tällä hetkellä todella moni palvelun halukkaista käyttävät jo Pc-Apua, jolloin tämän liiketoiminnan pitäisi kilpailla ensin heidän kanssaan. Pc-Avun kanssa kilpaileminen onneksi kompensoituu sillä, että nuorempi ja osaavampi väki käyttäisi suunnitelmien mukaan mobiilisovellusta.

Pc-Avulla on tällä hetkellä heidän mainostuksensa mukaan yli tuhat vakituista asiakasta. Heillä etuna on myös se, että he ovat olleet olemassa vuodesta 2004 lähtien. Yrityksen pitkäaikainen olemassaolo tuo uskottavuutta asiakkaille. Uskon kuitenkin, että Pc-Apu kovasta markkinaraosta huolimatta olisi kovan paineen alla pitkään, jos he eivät reagoi kilpailuun lähes välittömästi. Heidän palvelunsa ovat erittäin paljon kalliimpia ja suppeampia kuin tämän suunnitelman palvelut ovat.



Kuva 10. Swot analyysi

Ajattelen nuorta ikää ja tuoretta tietoa koulusta niin sisäisenä vahvuutena kuin heikkoutena. Syy tähän on se, että minulla ei ole paljoa kokemusta työelämästä. Vähäinen



kokemus tuo omat heikkoudet, kun ei vielä ymmärrä tai muista kaikkea mitä liiketoimintaan tai asiakaskohtaamisiin kuuluu. Mutta myös IT-alaa huomioiden tuore tieto on erittäin merkittävä asia. Tuoreen koulutuksen ansiosta minulla on tuore tieto IT-alan muutoksista ja palveluista, joita voidaan tarjota. Nuori ikä tuo vahvuuden ja heikkouden asiakaskontakteissa, koska osa asiakkaista luottaisi enemmän vanhempaan sukupolveen.

Ulkoisen ympäristön mahdollisuuksiksi näen GDPR epävarmuuden, toimijoiden määrän sekä IT-palveluiden vapaat markkinat mobiilialustalla. GDPR on noin vuoden vanha säännös, mutta se edelleen ihmetyttää ihmisiä. Moni ihmettelee mikä se on ja miksi sellainen on. Ihmisten tietämättömyyden avulla pystyttäisiin valjastamaan uusia asiakkaita liiketoiminnalle auttamalla heitä ymmärtämään asioita paremmin.

Toimijoiden määrä vaikuttaa selkeästi kilpailuun. Kun ei ole kilpailua, ei ole myöskään niin isoa riskiä joutua konkurssiin. Vapaat markkinat mobiilialustalla IT-palveluihin liittyen on todella iso juttu. Vapaat markkinat tarkoittaisi sitä, että liiketoiminnan mobiilisovellus, jolla autetaan ihmisiä, olisi ainut olemassa oleva. Tämä antaa selkeän valta-aseman alussa, ennen kuin muut yritykset mahdollisesti lähtisivät kilpailemaan kyseisellä alueella.

Riskien dokumentointi auttaa yritystä olemaan tekemättä niitä virheitä, jotka on dokumentoitu liiketoimintasuunnitelmassa. Tämä ei tietenkään poista kaikkia riskejä tai virheitä, koska yritystoiminta on aina riskialtista, mutta yrityksellä ainakin olisi jokin suunnitelma niiden varalle. Tämän osion dataa voidaan myös reflektoida erittäin hyvin kehitysvaiheissa katsoen mitä silloin teki näille riskeille sekä auttoiko riskien analysointi mitään ja miksi ei auttanut/auttoi.

## 5.7 Data ja palvelujen ulkoistaminen

Kirjanpito sekä laskuttaminen olisi ulkoistettava, jotta yritys voisi keskittyä liiketoiminnan ydintyöhön. Näiden palveluiden lopullista hintaa emme osaa arvioida monien eri muuttujien takia.

Keräämme asiakkaista seuraavanlaista dataa:

- Ikä
- Laitteiden määrä kotona
- Mitä laitteita käytetään
- Asiakastyytyväisyys
- Osoite
- Nimi
- Puhelinnumero

Tätä dataa keräämme, jotta voimme kehittää palveluitamme sekä pystyisimme arvioimaan asiakkaiden tarpeita tulevaisuudessa. Tämän lisäksi myös palvelun nopeus parantuu huomattavasti, kun tietokannassamme on asiakkaasta jo olemassa perustiedot.

Dataa käsitellään verkossa olevan sisäisen järjestelmän avulla. Tämä on toteutettu GDPR tietoturvan vaatimusten mukaisesti sekä EU:n sisällä.

Sisäisenä järjestelmänä käyttäisimme valmista pohjaa nimeltään Odoo.com. Heillä on muutaman kympin maksava palvelu, jossa pystymme koko liiketoimintaamme hoitamaan helposti ja tehokkaasti. Tämä on mielestäni helpoin ja kaikkein kustannustehokkain tapa hoitaa asiakasdata sekä liiketoiminnan oma data.

GDPR muutos tuli vuonna 2018 EU maihin. Tämä laki muutti sen, että jokaisella henkilöllä on oltava pääsy pyydettyä näkemään hänestä kerätty data. Tämän datan on kerännyt se yritys, josta he kysyvät nähtäväksi datan. Tämä muutos asetti isoja rajoitteita tietoturvasioihin, koska jokainen yritys, jossa kerättiin asiakkaista dataa, piti salata tarkasti ja tehdä dokumentaatiot siitä. (Tietosuojavaltuutetun toimisto 2019; Odoo.com 2019.)

Datan keruu sekä palveluiden ulkoistaminen on tärkeä osa liiketoimintaa. Tämä tuo tehokkuutta ja mahdollisesti lisää liiketoimintaa yritykselle. Se, että sen kirjoittaa ylös tuo lisää suuntausta sille, miten dataa pitäisi käsitellä ja kerätä. Se että kirjoittaa ulkoistamisen, tuo hyvän suunnan liiketoiminnan alulle.

## 5.8 Kasvusuunnitelma ja sen analysointi

Eri tekniset laitteet ja automatisoitunut teknologia tuo mahdollisesti kysyntää jatkuvalla tuella laitteiden kanssa. Tähän vastaamme sillä, että pysymme ajan tasalla lukemalla uutisia ja ohjeita. Tämän lisäksi myös testaamme uusia laitteita ja Windows käyttöjärjestelmän päivityksiä. Tietotekniikan ja googlen ansiosta emme tarvitse ulkopuolista apua kouluttamaan itseämme uusien laitteiden kanssa. Yksinkertaisesti se, että testaamme itse laitteet ja päivitykset, kehittävät meitä tarpeeksi.

Kysymme itseltämme jatkuvasti seuraavia asioita, jotta palvelumme pysyisi tuoreena ja kattavana:

- Onko hinta sopiva?
- Onko asiakkaat valmiita maksamaan kuukausimaksua palvelustamme?
- Onko palvelumme tarpeeksi kattava asiakkaiden mielestä?
- Mitä liiketoimintamme tekee 10 vuoden päästä?
- Voisimmeko automatisoida liiketoiminnan eri prosesseja?

Näihin kysymykseen pureudumme kuuden kuukauden välein ja tutkailemme, olisiko jotain muutettava toimintamme parantamiseksi. Tämän lisäksi käymme läpi asiakaspalautteemme ja tutkailemme niiden dataa myös nykyiseen suunnitelmaan. Suunnitelma on se, että analysoimme kerättyä raakaa dataa ja keräämme mahdolliset työntekijät yhteen suunnittelemaan uusia tapoja toiminnallemme. Palautteiden ja datan perusteella teemme konkreettiset muutokset liiketoimintaan. Tämä auttaa siinä, että pysymme tuoreena ja aina asiakkaille relevanttina.

Koen että näiden kysymyksiä pariin pureutuminen on yksi liiketoiminnan tärkeimmistä asioista, koska se auttaa liiketoimintaa pysymään ajan tasalla sekä reagoimaan mahdollisiin muutoksiin ajoissa. Mitä enemmän aika menee eteenpäin, sitä enemmän yritys saattaa juurtua paikoilleen ja tehdä samoja virheitä vuodesta toiseen. Se, että suunnitelmat kirjoitetaan ylös ja myös palataan niihin säännöllisesti, auttavat erittäin paljon estämään tätä vahingollista toimintaa.

## 6 TUTKIMUS

### 6.1 Kilpailijoiden tutkiminen

Lähdin tutkimaan kilpailijoita Googlen avulla. Googlen hakukoneella löytyi kuusi varteenotettavaa kilpailijaa, jotka tarjoavat palvelua, joka vastaa jollain osa-alueella omaani. Kävin jokaisen kilpailijan nettisivuilla tutkailemassa hintoja ja palvelun syvyyttä. Tästä tiedosta loin Excel taulukon, jonka näette alapuolella. Tämän Excel taulukon avulla pystyin tunnistamaan paremmin alueeni missä olisi varaa toimia toisin tai ei olisi hirveästi kilpailua. Asia, joka selkeästi ei ole kenelläkään käytössä, on mobiilisovellus. IT-huoltoa ja neuvontaa löytyy kyllä paljonkin, mutta siihen se aika pitkälti jääkin. Kilpailijoiden tutkimisen jälkeen lähdin tutkimaan omaa suunnitelmaa. Tästä lisää seuraavissa aiheissa.

Kilpailija	Onko nettisivua	Nettisivu	Onko mobiilisovellusta	Palvelu lyhyesti	Palvelun hinta/vuosi
Datatronic	On	<a href="http://datatronic.fi">datatronic.fi</a>	Ei	IT huoltoa, neuvontaa sekä laite/komponenttimyyntiä	40€-100€
Pc-Apu	On	<a href="http://pcapu.fi">pcapu.fi</a>	Ei	IT huoltoa ja neuvontaa.	39€-200€
Lahden ATK Klinikka	On	<a href="http://lahdenatk.fi">lahdenatk.fi</a>	Ei	IT huoltoa ja neuvontaa.	40€-100€
Tietokoneapu Lahti	On	<a href="http://tietokoneapulahti.com">tietokoneapulahti.com</a>	Ei	IT huoltoa ja neuvontaa.	40€-100€
Kotiope Aarno Hyvönen	On	<a href="http://www.kotiope.com">www.kotiope.com</a>	Ei	IT huoltoa ja neuvontaa.	49€-200€
PCTurva+	On	<a href="http://pcturvaplus.fi">pcturvaplus.fi</a>	Ei	IT turvaohjelmiston myynti	59 €

Kuva 11. Kilpailijat

### 6.2 Tutkimusmenetelmä

Käytän tässä tutkimuksessa kvantitatiivista otantatutkimusta, jossa hankin otantadatan nettissä täytettävällä kyselylomakkeella. Tällä tutkimusmenetelmällä saadaan relevanttia dataa juuri tälle liiketoimintaidealle. Tätä dataa voimme myöhemmin käyttää liiketoimintasuunnitelman parantamiseksi.

Tässä tutkimuksessa perusjoukko on koko Lahden väestö ketkä käyttävät tietotekniikkaa. Perusjoukon ollessa monien kymmenien tuhansien kokoinen, täytyi harkita datan keräämismenetelmää tarkasti. Perusjoukon koon takia käytin kyselylomaketta datan keräämiseksi. Kyselylomakkeen laitoin Lahti ryhmään Facebook nimisen palvelun sisällä. Kyseisen ryhmän sisällä olevat henkilöt käyttävät varmasti tietotekniikkaa. Ryhmän koko oli viimeksi katsottuna noin 33 tuhatta. Ryhmän käyttäjien määrästä uskoin saavani tarpeeksi suuren määrän vastauksia. Ensimmäisellä kerralla vastauksien määrä meinasi jäädä lyhyeksi, mutta kiersin tämän ongelman pitämällä kyselyn voimassa pidemmän aikaa ja laitoin sen uudestaan Lahti ryhmään muutaman kerran. Pidin kuitenkin huolen, ettei sama ihminen pysty vastaamaan kahdesti pyytämällä sähköpostiosoitteet vastaajilta lomakkeessa.

### 6.3 Tutkimusaineiston kerääminen

Päädyin valitsemaan kvantitatiivisen otantatutkimuksen, koska perusjoukko on erittäin suuri. Perusjoukko on tässä tapauksessa kaikki Lahden asukkaat, jotka käyttävät tietotekniikkaa. Lahdessa asukkaita on noin 100 - 150 tuhatta yhteensä. Lahti Facebook ryhmässä on 33 tuhatta käyttäjää. Tästä voimme päätellä, että käyttäjiä olisi enemmän kuin 33 tuhatta, koska kaikki tietotekniikkaa käyttävät lahtelaiset eivät ole Facebook palvelussa.

Otantatutkimus loi suuren vaatimuksen vastausmäärälle. Otanta piti olla tarpeeksi kattava, jotta saisimme erilaiset mielipiteet näkyville mahdollisimman selkeästi. Tämän haasteen kiersin sillä, että laitoin nettiselaimessa olevan kyselylomakkeen Facebookin Lahti ryhmään. Ryhmän avulla tavoitin 33 tuhatta ihmistä perusjoukosta kerrallaan, josta toivoin saavani 300 - 400 vastausta. Käytin kyselyssä suljettuja sekä avoimia kysymyksiä, jotta tutkimustulos olisi mahdollisimman validi. Raaka data pitäisi näyttää hyvin erilaiset mielipiteet sen jälkeen, kun olemme analysoineet sen.

### 6.4 Tulokset

Sain kyselylomakkeeseen 573 vastausta. Vastauksien määrä ylitti omat tavoitteeni, koska noin 300 vastauksella olisin saanut tarpeeksi ison otannan, jotta erilaiset mielipiteet ja eri ikäluokkien erot olisivat näkyneet. Melkein 600 vastauksella nämä erot selkeytyivät ja sain lisää erilaisia näkökulmia esille huomattavasti paremmin. Jos olisimme saaneet enemmän vastauksia, olisi data entistä tarkempi. Jotta eroavaisuudet tulisivat vielä selkeämmin esille, tarvittaisiin vastauksia noin muutamasta tuhannesta kymmeneen tuhanteen. Jos vastausmäärä olisi ollut suurempi, olisimme voineet pitää dataa absoluuttisena faktana. Nykyisen vastausmäärän pohjalta emme voi pitää dataa absoluuttisena faktana, mutta

saimme suuntaa antavaa dataa. Tämä määrä dataa auttaa liiketoimintaa siinä, että voimme reflektoida dataa liiketoimintasuunnitelmaan ja tehdä muutokset tämän pohjalta.

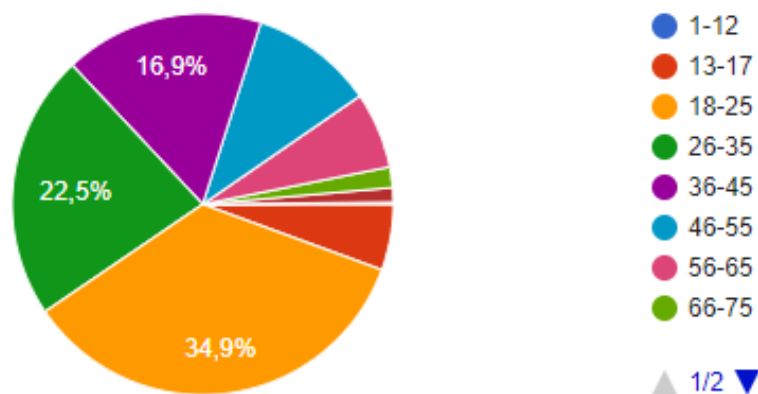
Seuraavaksi pilkon tulokset omiin osioihin ja osassa on datakuvio näkyvissä, joka on otettu Google Forms kyselylomakkeesta. Koko kyselyn raaka data on näkyvissä osoitteessa, joka on liitteissä.

#### 6.4.1 Sukupuoli ja ikä

573 vastaajasta 84,8 % oli naisia, 14,5 % miehiä ja loput jotain muuta. Vastauksia tuli hyvin eri ikäisiltä. Ikähaarukka oli seuraavanlainen: 18 - 25 vuotiaita oli 34,9 %. 26 - 35 vuotiaita 22,5 %. 36 - 45 vuotiaita 16,9 %. 46 - 55 vuotiaita 10,5 % ja muun ikäisiä oli 15,2 %. Tällä kysymyksellä hain pohjaa mahdolliselle analysoinnille, onko iällä ja avun tarpeella eroja.

## Ikä

573 vastausta



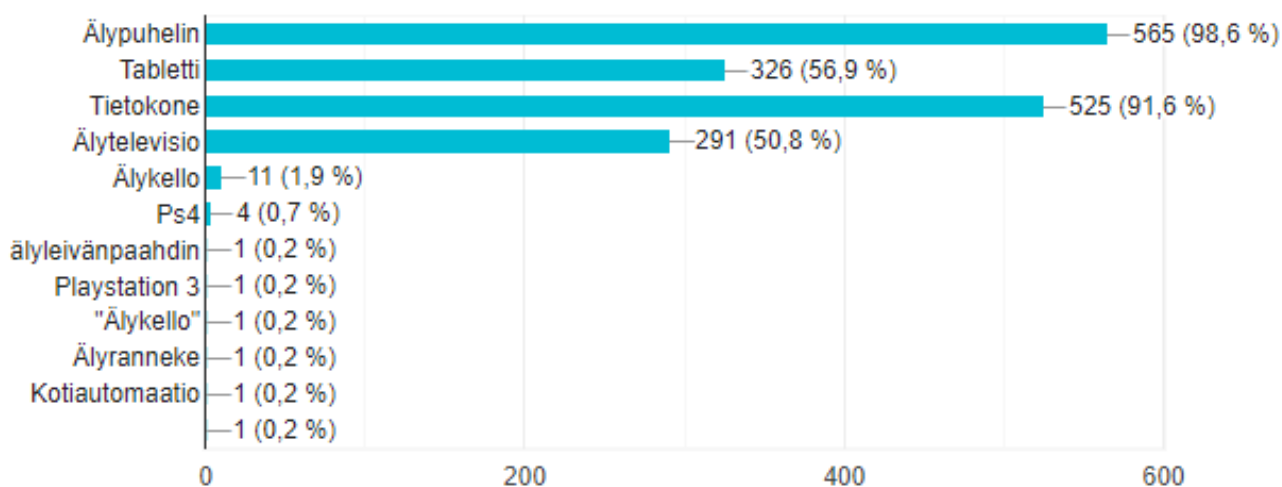
Kuva 12. Ikä

## 6.4.2 Laitteet ja niiden käyttömäärä

537 vastaajasta 98,6 % kertoi omistavansa älypuhelimien. Tuosta vastausmäärästä 56,9 % omisti myös tabletin. 91,6 % omistaa tietokoneen ja 50,8 % omistaa älytelevisio. Tällä kysymyksellä hain sitä, että miten laaja liiketoiminnan tuki pitäisi olla, jotta voisi tarjota mahdollisimman relevantin palvelun asiakkaille. Esimerkiksi pitäisikö meidän tukea myös älytelevisioita sekä muita kodinkoneita?

### Mitä laitteita omistatte/käytätte?

573 vastausta

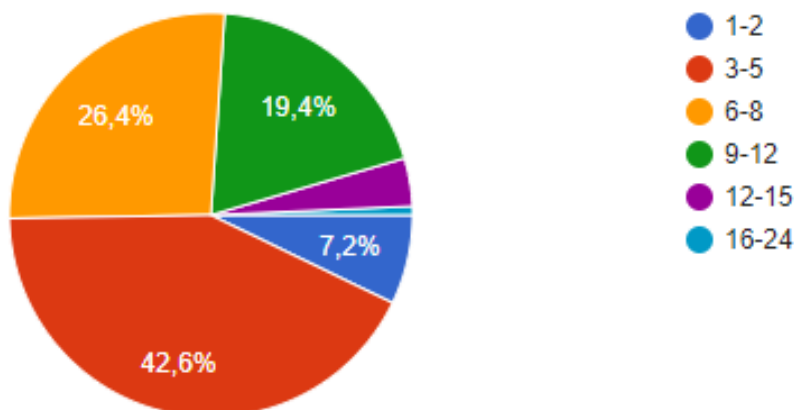


Kuva 13. Mitä laitteita omistatte/käytätte

573 vastaajasta 42,6 % käytti kolmesta viiteen tuntiin päivässä jotakin älylaitetta. 26,4 % käytti kuudesta kahdeksaan tuntiin. 19,4 % yhdeksästä kahteentoista ja vain 7,2 % käyttää yhdestä kahteen tuntiin. Tämän kysymyksen avulla voimme reflektoida olisiko jatkuvalla puhelinpäivystyksellä oikeasti tarvetta vai ei jos asiakkaat käyttävät harvoin laitteitaan.

## Kuinka monta tuntia käytätte tietotekniikkaa päivässä?

573 vastausta



Kuva 14. Kuinka monta tuntia käytätte tietotekniikkaa päivässä

### 6.4.3 Osaaminen ja kiinnostaminen

573 vastaajasta 14,7 % koki osaavansa käyttää tietotekniikkaa täydellisesti. 18,2 % erittäin hyvin ja 32,8 % hyvin. 18,3 % kohtalaisesti/hyvin ja 6,6 % kohtalaisesti. 5,9 % keski-vertaisesti, 2,6 % huonosti ja 1,1 % erittäin huonosti. Tällä kysymyksellä hain pohjaa suunnitelman tuen tarpeelle ja tämä data auttaisi ymmärtämään miksi ihmiset eivät halua apua tai millä tasolla heille olisi hyvä tarjota apua.

### 6.4.4 Hinta

573 vastaajasta 83,4 % koki, että ei olisi valmis maksamaan kuukausihintaa, jotta saisi apua tietotekniikan kanssa. Tämä oli yllättävää, mutta jatkokysymyksenä kysyin kuitenkin, että mikä hinta olisi hyvä, jos henkilö ostaisi tietoteknillistä apua kuukausihintaan. Tämän kysyin sen takia, koska vaikka henkilö kokee kysymystä tehdessä, ettei haluaisi maksaa mitään voi hyvä markkinointi tai tarpeeksi relevantti palvelu muuttaa henkilön mielipidettä. 573 vastaajasta 31,6 % koki, että kuukausihinta kuudesta kymmeneen euroon olisi hyvä tietokone avusta, jossa ei ole käyttörajoitusta. 21,3 % koki yhdestä viiteen euroon sopivaksi. 25,1 % koki 11 - 15 euroa sopivaksi. 19,2 % koki 16 - 20 euroa sopivaksi ja loput 2,8 % vastasi jotain muuta.

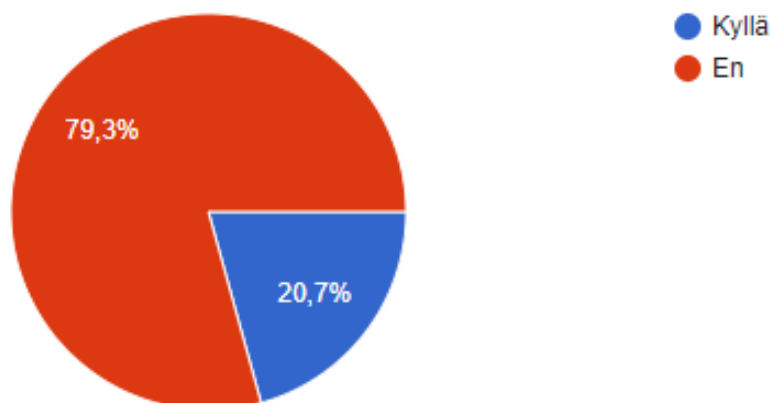


### 6.4.5 Sovellukset

573 vastaajasta 86 % koki, että mobiilisovellukset ovat tarpeellisia ja hyödyllisiä. Tällä kysymyksellä hain pohjaa sille, että olisiko mahdollisesti liiketoimintasuunnitelman mobiilisovellus kannattava idea toteuttaa. 565 vastaajasta 20,7 % olisi valmis maksamaan tietyn kuukausihinnan kännykkäsovelluksesta, joka auttaisi heitä tietotekniikan kanssa.

## Olisitko valmis maksamaan kk-hinnan kännykkäsovelluksesta joka auttaisi teitä tietotekniikan kanssa?

565 vastausta



Kuva 15. Olisitko valmis maksamaan mobiilisovelluksesta

### 6.5 Johtopäätökset

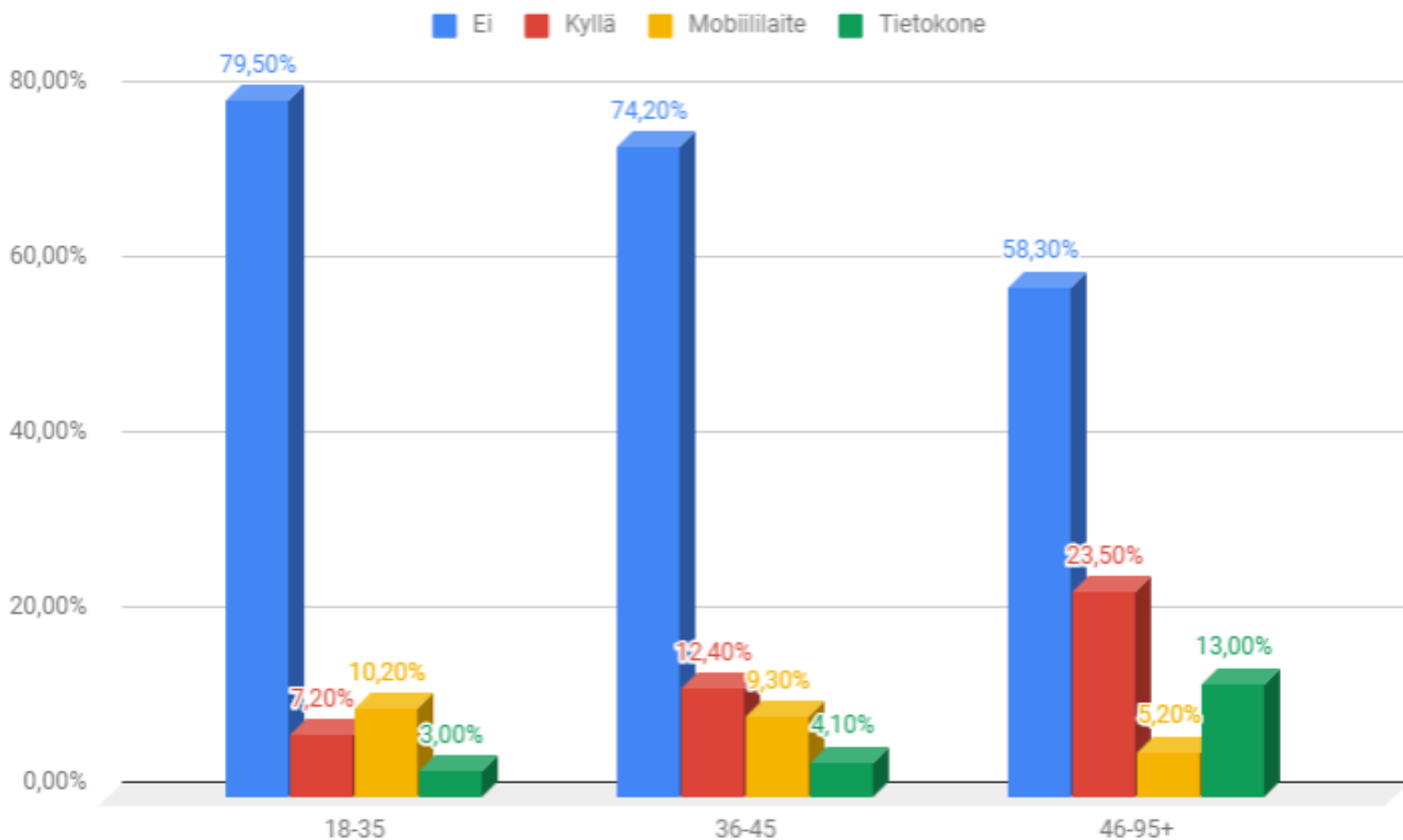
Tulokset selkeästi kertovat ihmisten kokevan, etteivät he tarvitse rajatonta tietoteknillistä apua. Vastaajat kokivat kännykkäsovellukset erittäin tärkeiksi ja osa heistä koki, että voisi maksaa erikseen kuukausihinnan sovelluksesta. Datan perusteella yrityksen ensisijainen tulolähde olisi mobiilisovellus. Tutkimuksen tulos näytti, että mahdollisesti pelkällä tietoteknillisellä tuella lahdessa ei ole mahdollisuutta, mutta kännykkäsovelluksella olisi. Liiketoiminnan kannattaisi käyttää resurssit sovelluksen kehittämiseen ja yrittää saada mobiilisovelluksen markkinat haltuun. Sovelluksen avulla liiketoiminta voisi toimia myös muissa kaupungeissa ja maissa, koska mobiilisovellus ei rajoita avunantoa yhteen paikkakuntaan.

Hinnan kyselytulos kertoi selkeästi sen, ettei kuukausimaksullinen palvelu ole tuntematon käsite ja tämän kaltaisen palvelun arvo menee samaan hintaluokkaan kuin esim. Netflix, Elisa viihde, HBO Nordic ja niin edelleen. Näillä palveluilla kuukausihinta on noin 10 eurosta 15 euroon. Vastaajat selkeästi kokivat, että viidestä eurosta viiteentoista euroon on kohtuullinen kuukausihinta, ilman että se tuntuisi liian suurelta. Datan perusteella liiketoiminnan kannattaisi hinnoitella pelkkä mobiilisovellus kevyesti kahdesta viiteen euroon kuukaudessa. Kevyesti hinnoiteltu sovellus voisi olla ratkaisu liiketoiminnan menestykselle. Kevyellä hinnoittelulla liiketoiminta saisi asiakkaita mukaan kokeilemaan mobiilisovellusta helpommin. (Netflix 2019; HBO Nordic 2019.)

Tutkimuksen perusteella nuoret 13 - 35 vuotiaat olivat vain 5,4 % vähemmän valmiita maksamaan IT-apusta kuin 36 - 45 vuotiaat. Suurempi ero tuli ikäryhmästä 46 - 95 ja siitä ylöspäin, joka oli 21,3 %.

Nuoret halusivat 5 % enemmän mobiilisovelluksen kautta palvelun kuin vanhempi sukupolvi. Nuoret halusivat 10 % vähemmän apua tietokoneen kanssa sekä yleisesti 16,3 % vähemmän rajatonta IT-apua kuin vanhempi sukupolvi.

Kuvion data: Kyllä, haluaa apua tietotekniikan ja mobiililaitteiden kanssa. Ei, ei halua apua ollenkaan minkään kanssa. Tietokone, haluaa vain tietokoneelle apua. Mobiililaite, haluaa vain mobiililaitteiden kanssa apua.



Kuva 16. Eri ikäryhmät ja heidän halukkuutensa tuelle

## 7 REFLEKTOINTI JA MUUTOKSET

### 7.1 Suunnitelman parantelu ja mietteet

#### 7.1.1 Liiketoimintasuunnitelma

Vertailussa olevat liiketoimintasuunnitelmat olivat hyviä, mutta ne eivät taipuneet IT-alan suunnitelmaan tarpeeksi hyvin. Liiketoimintasuunnitelma jäi selkeästi kaipaamaan suunnitelmaa mobiilisovelluksen kehitykselle ja kulkukaavioille.

#### 7.1.2 IT-tuki

Tutkimuksen otantaryhmä eivät kokeneet rajatonta IT-apua tarpeelliseksi. 26 % tutkimuksen vastaajista olivat valmiita maksamaan IT-avusta kuukausihintaan, mutta tämä määrä ei riitä liiketoiminnan kannatteluun yksinään. Tämä tarkoittaa sitä, että suunnitelmasta olisi järkevintä poistaa koko ominaisuus pois tai muuttaa sitä erittäin rajulla kädellä tehden siitä vain lisäpalvelu. Tämä tietysti voi peruuntua sillä, että liiketoimintatila maksaisi enemmän kuin palvelu tuottaisi. Silloin tämä palvelu olisi hyvä ottaa kokonaan pois. IT-tuen voisi myös yhdistää mobiilisovellukseen siten, että IT-tuki olisi saatavilla chatin kautta.

#### 7.1.3 Mobiilisovellus

86 prosenttia vastaajista kokivat, että mobiilisovellukset ovat tärkeitä, joten tätä ominaisuutta olisi suunnitelmassa hyvä käydä lisää läpi ja mahdollisesti suunnitella lisäominaisuuksia. Liiketoiminnan olisi järkevintä keskittyä mobiilisovellukseen siten, että luo ilmaisen puolen sovelluksesta, jossa on muun muassa seuraavia ominaisuuksia ilmaisenä:

- IT-alan artikkelit
- IT-alan uutiset
- IT-Ohjeita
- Asiakaspalvelu

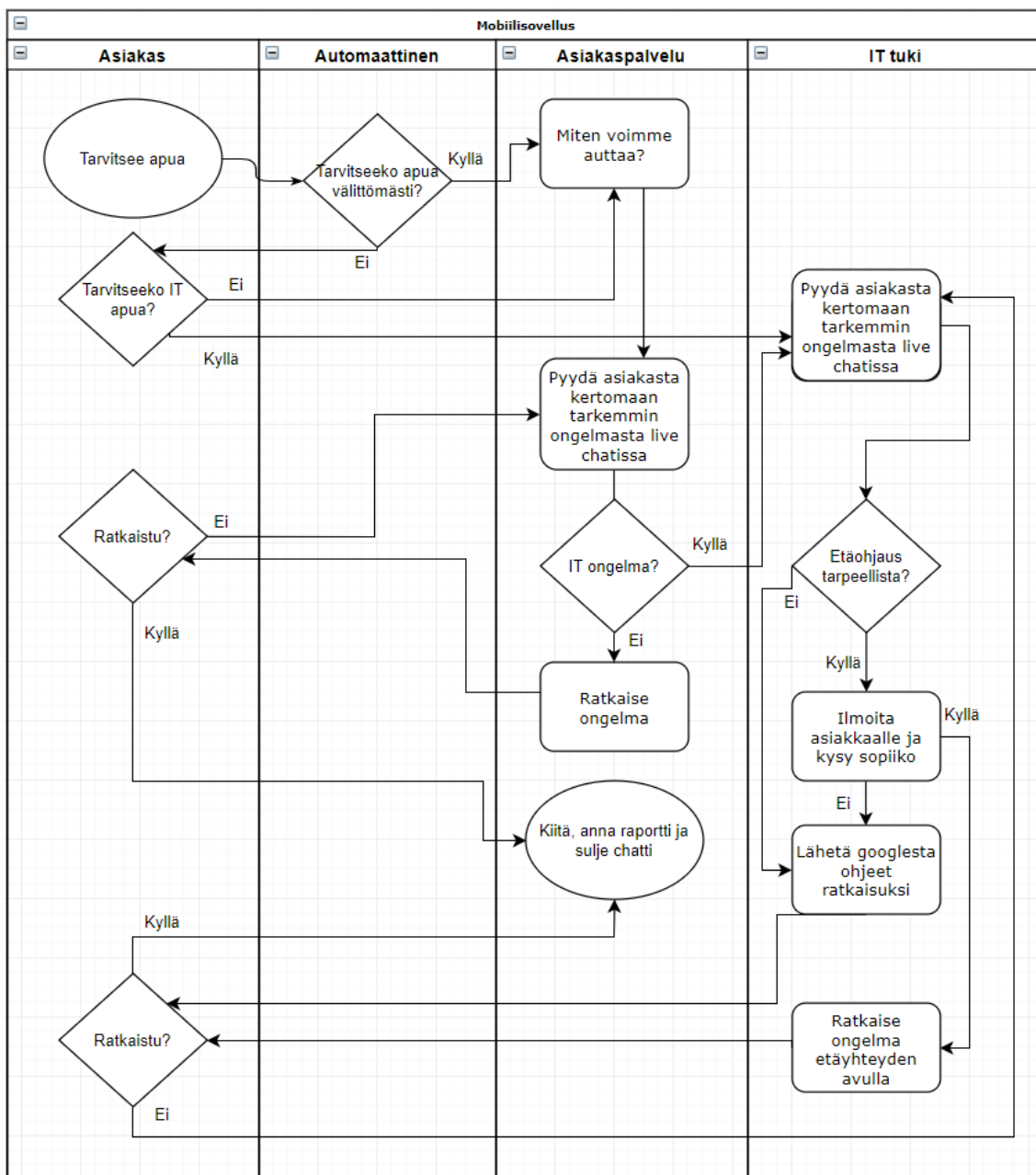
Ilmaisen puolen rahoittaisi pienet, mutta ei häiritsevät sponsoroinnit ja mainokset. Esimerkiksi Asus (IT-laitteiden valmistaja) voisi sponsoroida yhtiötä antamalla pienen määrän rahaa per käyttäjä ja vastineeksi yhtiö voisi tarjota erilaista näkyvyyttä Asus yhtiölle. Ilmaisen puolella saisimme ihmiset kokeilemaan sovellusta ja näkemään onko siitä hyötyä, sekä asiakkaiksi heidät, jotka oikeasti tarvitsevat rajatonta apua.

Maksullisen puolen takana olisi muun muassa:

- Laajempi asiakaspalvelu
- Rajaton IT-tuki

- Sovelluksen mainokset saisi pois
- Käyttäjäprofiilin luonti
- Artikkeleiden tallentaminen

Mobiilisovelluksen maksullinen osuus olisi sivutulo ennen kuin sovelluksella on paljon käyttäjiä. Sovelluksen haastavin osuus on tehdä maksullisesta puolesta tarpeeksi hyvä, jotta asiakas kokisi sen olevan hintansa arvoinen. Esimerkiksi 10 euroa kuukaudessa hinta voisi olla hieman liikaa tästä, mutta esimerkiksi viisi euroa kuukaudessa hinta voisi olla ihan kohtuullinen. Tätä asiaa pitäisi tutkia lisää, jotta saataisiin tarkempi hinta.



Kuva 17 Kulkukaavio

Maksullinen pääsy ei ole kummoinen asia nykyään. Monet sanomalehdet netissä tai useat eri sovellukset ovat antaneet osan toiminnoista ilmaiseksi mainoksia vastaan ja lukinnut muut pienen kertamaksun tai kuukausittaisen maksun taakse. Tätä toimintoa on hyvä käyttää, jos uskoo että maksu antaisi niin paljon asiakkaille, että he haluaisivat maksaa siitä. (Pietro Saccomani 2019.)

#### 7.1.4 Hinta

Hinnoittelu kyseiselle palvelulle tosin meni tutkimuksen tuloksien kanssa yhteen. Suunnitelin ennen tutkimusta palvelun kuukausihinnaksi 9,90 euroa joka kuukausi. Tutkimus osoitti, että mahdollisesta asiakaskunnasta yli puolet voisi maksaa kuudesta eurosta kuu-teentoista euroon kuukaudessa tämän suunnitelman palvelusta. Pienellä hienosäädöllä hinnan saisi tosi hyväksi mobiililaitteelle sopivaksi ja asiakkaat olisivat sen valmiita maksamaan, jos kokevat hyödyn olevan tarpeeksi iso. Hinnoittelua olisi hyvä tutkia huomattavasti lisää.

#### 7.1.5 Asiakkaat

Huomioin tätä tutkimusta tehdessäni, että Lahdessa asukkaita on noin 120 tuhatta, josta noin 33 tuhatta oli Facebookin Lahti-ryhmässä. Jos mietimme hypoteettisesti, että noin 40 tuhatta käyttää tietotekniikkaa, niin kuinka moni heistä oikeasti haluaisi ostaa kyseistä palvelua? Tästä tulikin ajatus, että jos liiketoiminta siirtyisi täysin mobiilipohjaiseen järjestelmään voisi liiketoimintaa harjoittaa myös koko suomessa, ei ainoastaan Lahdessa. Jos mobiilisovellukselle tekisi englanninkielisen pohjan, voisi sovellusta harjoittaa ulkomailla-kin. Tämä aukaisisi erittäin paljon uusia mahdollisuuksia asiakaskuntaan. (Lahti, 2019; Facebook Oy 2019)

## JOHTOPÄÄTÖKSET

**Työn tavoite oli kerätä tietoa mikä olisi hyvä liiketoimintasuunnitelma** ja tämän perusteella tekisin oikean suunnitelman omaa yritystoimintaani varten. Suunnitelman jälkeen tutkin liiketoimintasuunnitelman hypoteettista toimivuutta otantamenetelmällä. Perusjoukko oli lahtelaiset tietotekniikan käyttäjät, josta yritin tavoittaa pienen osan eli otantaryhmän. Otantaryhmälle annoin kyselylomakkeen, jossa kysyttiin muun muassa ikää, laitteiden määrää, IT-tuen tarvetta ja mobiilisovelluksia tarpeellisuutta. Tämän datan avulla sain todettua hypoteettisen todennäköisyyden liiketoimintasuunnitelman toimivuudelle. Tutkimus osoitti, ettei alkuperäinen liiketoimintasuunnitelma olisi kannattava, mutta sen sijaan yrityksen kannattaisi keskittyä mobiilisovelluksen kehittämiseen. Mobiilisovelluksen avulla palvelu voitaisiin tuottaa hieman eri tavalla koko maailmalle. Tätä olisi hyvä tutkia ja kehittää hieman lisää, ennen kuin yritys kehittäisi palvelua enempää.

Vaikka tutkimus olikin onnistunut, oli siinä myös puitteita. Otantaryhmän koon takia emme voi todeta saatua dataa absoluuttiseksi faktaksi. Menetelmä tapa vaatisi vastausmäärää muutamasta tuhannesta kymmeneen tuhanteen, josta sitten olisi katsottu tarkempaa dataa. Seuraava tutkimus kannattaisi tehdä siten, että yritys kehittäisi sovellusta eteenpäin. Sovelluksen kehittyessä voisi yritys antaa asiakkaille sovellusta testattavaksi sekä pyytäisi heiltä kommentteja palvelun kehittämiseksi. Heidän kommenttien avulla voisi kehittää palvelua, sekä kysyä hinnoittelusta ja palvelun tarpeista.

Minun suunnitelmani kattoi kaikki hyvän liiketoimintasuunnitelman aiheet, mutta suunnitelmasta puuttui oleellisia asioita IT-alaan liittyen. Oleellisia asioita olisi esimerkiksi kulkukaavio, mobiilisovelluksen ulkonäkö ja sovelluksen ominaisuudet. Näitä asioita ei yksikään sivusto, artikkeli tai kirja kertonut tärkeäksi, vaan nämä pitäisi IT-alan osaaja itse ymmärtää tehdä.

Opin työtä tehdessä, että minun olisi pitänyt keskittyä mobiilisovellukseen maailmanlaajuisesti sekä kehittää ideaa ennen testaamista tutkimuskysymyksillä. Vaikka loinkin teorian pohjalta kattavan suunnitelman, ei se auta, jos ei idea ole kehittynyt tarpeeksi pitkälle. Myös tärkeä neuvo olisi se, että älä keskity liikaa siihen, millaisia suunnitelmia maailmalla on vaan siihen miten kattavan siitä luo itselleen. Yksi kulkukaavio on huomattavasti kattavampi kuin muutama sivua tekstiä kertomaan tuleeko ongelmatilanne jossain kohtaan vai ei.

## LÄHTEET

Ari Hovi 2019. Data-alan termeistä ja hypetyksestä. Ari Hovi Oy [viitattu 10.10.2019].

Saatavilla: <https://www.arihovi.com/dataa-alan-termeista-hypetyksesta/>

Datatronic, 2019. [viitattu 7.4.2019]. Saatavuus: <https://www.datatronic.fi/>

Duunitori Oy, 2019. It-tukihenkilö [viitattu 21.9.2019]. Saatavilla:

<https://duunitori.fi/tyopaikat/suomi/it-tukihenkil%C3%B6>

Facebook Oy, 2019. Lahti [viitattu 5.4.2019]. Saatavilla:

<https://www.facebook.com/groups/10530030157/>

Founder Institute, 2018. [viitattu 7.4.2019]. Saatavissa: <https://fi.co/insight/the-10-most-popular-startup-revenue-models>

Google Oy, 2019. Tilin Asetukset [viitattu 5.8.2019]. Saatavilla:

<https://myaccount.google.com>

Jyväskylän yliopisto, 2019. Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineistot [viitattu 20.7.2019].

Saatavilla: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/kirjasto/kirjastotuutori/aihehaku-tutkimusprosessissa/menetelmatietoa-ja-palveluja>

Kangasniemi H, Lintulahti M 2017. Mikä on Pilvipalvelu? Elisa Oy [viitattu 15.10.2019].

Saatavilla: <https://yksityisille.hub.elisa.fi/mika-on-pilvipalvelu/>

Koppa, 2014. Menetelmäpolkuja humanisteille. Jyväskylän yliopisto [viitattu 7.4.2019].

Saatavilla:

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/>

Lahden ATK-Klinikka, 2019. [viitattu 7.4.2019]. Saatavuus: <http://www.lahdenatk.fi/>



Lahden kaupunki, 2019. Lahden väkiluku kesäkuussa 120 078 [viitattu 27.7.2019]. Saatavilla: <https://www.lahti.fi/ajankohtaista/uutiset/lahden-v%C3%A4kiluku-kes%C3%A4kuussa-120-078>

Netflix, 2019 [viitattu 8.4.2019]. Saatavilla <https://www.netflix.com/>

Odoo, 2019 [viitattu 7.4.2019]. Saatavilla: <https://www.odoo.com/>

Onnistuyrittäjänä.fi. 2019. Liiketoimintasuunnitelma [viitattu 7.4.2019]. Saatavissa: [https://www.onnistuyrittajana.fi/liiketoimintasuunnitelma-ohje?gclid=CjwKCAjwvbLkBRBbEiwAChbckfRC451SQ-0ZdvpP2u58ozaXDnX2IQLeno8Bio\\_88TQyH0jis5XIEhoCRjcQAvD\\_BwE](https://www.onnistuyrittajana.fi/liiketoimintasuunnitelma-ohje?gclid=CjwKCAjwvbLkBRBbEiwAChbckfRC451SQ-0ZdvpP2u58ozaXDnX2IQLeno8Bio_88TQyH0jis5XIEhoCRjcQAvD_BwE)

PC-Apu, 2018. [viitattu 7.4.2019]. Saatavilla: <http://pcapu.fi>

Pertti Alasuutari 2019. Mitä on laadullinen tutkimus [viitattu 7.4.2019]. Tampereen yliopisto. Saatavilla: [http://www.wedu oulu.fi/tohtorikoulutus/jarjestettava\\_opetus/Alasuutari/Mita\\_laadullinen\\_tutkimus\\_on.pdf](http://www.wedu oulu.fi/tohtorikoulutus/jarjestettava_opetus/Alasuutari/Mita_laadullinen_tutkimus_on.pdf)

Pietro Saccomani 2019. Should you add a paywall to your site? Fifty Pixels Limited [viitattu 16.9.2019]. Saatavilla: <https://www.mobiloud.com/blog/paywall/>

Sanoma Media Finland Oy, 2019. Mobiilisovellukset [viitattu 4.9.2019]. Saatavilla: <https://sanoma.fi/tietoa-meista/tietosuoja/tuotekohtaiset-tarkennukset/mobiilisovellukset/>

Spoken Oy, 2019. Tutkimuskysymyksen muodostaminen [viitattu 24.8.2019]. Saatavilla: <https://www.spoken.fi/tutkimuskysymyksen-muodostaminen/>

SRHY-Riskienhallinta, 2019. Nelikenttäanalyysi – SWOT [viitattu 7.4.2019]. Saatavilla: <https://www.pk-rh.fi/tools/swot.html>

Steve Symanovich 2019. What is a VPN? Symantec Oy [viitattu 15.10.2019]. Saatavilla: <https://us.norton.com/internetsecurity-privacy-what-is-a-vpn.html>

Suomi.fi 2019. Yritystoiminnan suunnittelu [viitattu 7.4.2019]. Saatavilla: <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu>

Tarja Heikkilä 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. Edita Publishing Oy [viitattu 7.4.2019]. Saatavilla: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

Tero Vuorinen 2019. Strategiakirja – 20 työkalua. Alma Talent Oy [viitattu 20.9.2019]. Saatavilla: [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.aineistot.lamk.fi/teos/CACBEXDTEB#kohta:OSA\(\(20\)2\(\(20\)STRATEGIATY\(\(d6\)KALUT\(\(20\)JA\(\(a0\)MENETELM\(\(c4\)T\(\(20\)ERI\(\(20\)TILANTEISIIN\(\(20\):1\(\(20\)STRATEGIATY\(\(d6\)KALUJA\(\(20\)TEHOKKUUDEN\(\(20\)PARANTAMISEEN\(\(20\):SWOT-ANALYYSI\(\(20\)/piste:b1442](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.aineistot.lamk.fi/teos/CACBEXDTEB#kohta:OSA((20)2((20)STRATEGIATY((d6)KALUT((20)JA((a0)MENETELM((c4)T((20)ERI((20)TILANTEISIIN((20):1((20)STRATEGIATY((d6)KALUJA((20)TEHOKKUUDEN((20)PARANTAMISEEN((20):SWOT-ANALYYSI((20)/piste:b1442)

Tietosuojavaltuutetun toimisto, 2019. Usein kysyttyä EU:n tietosuojasetuksesta [viitattu 7.4.2019]. Saatavilla: <https://tietosuoja.fi/gdpr>

Tilastokeskus, 2009. Otantamenetelmä on surveytutkimuksen kulmakivi [viitattu 7.4.2019]. Saatavilla: [http://www.stat.fi/artikkelit/2009/art\\_2009-12-14\\_003.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2009/art_2009-12-14_003.html?s=0)

Tilastokeskus, 2018. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [viitattu 8.9.2019]. Saatavilla: <https://tilastokeskus.fi/til/sutivi/>

Uusyrityskeskus, 2019. [viitattu 7.4.2019]. Saatavilla: <https://www.uusyrityskeskus.fi/yrityksen-perustaminen/liiketoimintasuunnitelma/>

Yrittäjät, 2019. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen [viitattu 7.4.2019]. Saatavuus: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustaminen/liiketoimintasuunnitelman-tekeminen>

Yrityksen perustaminen, 2019. Liiketoimintasuunnitelma (LTS) [viitattu 7.4.2019]

Saatavilla: <https://yrityksen-perustaminen.net/liiketoimintasuunnitelma-lts/>

Ville Heiskanen 2013. Matkusta vähemmän, työskentele paremmin Savonia-

ammattikorkeakoulu [viitattu 6.8.2019]. Saatavilla:

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/57921/Matkusta%20vahemman%20%20tyoskentele%20paremmin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

WhatsMyIPAddress Oy 2019. IP Details [viitattu 27.10]. Saatavilla:

<https://whatismyipaddress.com/ip/92.153.202.250>

## LIITTEET

Liite 1: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfRGZ5-D6AFsKr3rRt0559m7YBgoI9T6qr1yzV1ZRbEd3abwg/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfRGZ5-D6AFsKr3rRt0559m7YBgoI9T6qr1yzV1ZRbEd3abwg/viewform?usp=sf_link)

Liite 2: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nKZh12r8lhP1mXV28n4dk5QbgO\\_1vRLAKkjlRqGKUz4/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nKZh12r8lhP1mXV28n4dk5QbgO_1vRLAKkjlRqGKUz4/edit?usp=sharing)