

Kimmo Kalliokoski

AJATUKSIA ALOITTAVALLE YRITTÄJÄLLE

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Elokuu 2017**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Elokuu 2017	Tekijä Kimmo Kalliokoski
Koulutusohjelma Liiketalous		
Työn nimi AJATUKSIA ALOITTAVALLE YRITTÄJÄLLE		
Työn ohjaaja Jorma Saloniemi	Sivumäärä 50 + 4	
Työelämäohjaaja Marko Ovaskainen		
<p>Opinnäytetyöni tuo ajatuksia aloittaville yrittäjille. Toimeksiantajana tälle opinnäytetyölle toimin itse. Myös oma kiinnostukseni yrittäjyyteen ja mahdollisesti oman yritystoiminnan aloittaminen tulevaisuudessa antoivat aiheen pohtia yritystoimintaa ja sen keskeisiä käsitteitä. Oppaita ja tietolähteitä yrityksen perustamisesta löytyy useita erilaisia ja halusinkin tehdä tiiviimmän paketin. Opinnäytetyön ei ole tarkoitus vastata kaikkiin kysymyksiin, jotka perustamisen yhteydessä voi syntyä, mutta se antaa monipuolisesti ajatuksia ja ohjeita yrittäjälle kattavasti.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin yrityksen perustamiseen liittyviä asioista muun muassa liiketoimintasuunnitelmaa, rahoitusta ja markkinointia. Lähdemateriaalina käytettiin koti- maista kirjallisuutta sekä internetlähteitä, jotka sisältävät videoita, haastatteluita ja blogeja.</p> <p>Käytännön osuuden tutkimus toteutettiin haastattelemalla yrittäjää ja käymällä läpi hänen kokemuksiinsa teoriaosuuteen verraten.</p>		

Asiasanat Yrityksen perustaminen, yrittäjyys, yritystoiminta
--

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date August 2017	Author Kimmo Kalliokoski
Degree programme Business Administration		
Name of thesis IDEAS FOR STARTING ENTREPRENEURS		
Instructor Jorma Saloniemi	Pages 50 + 4	
Supervisor Marko Ovaskainen		
<p>The thesis aim is to bring ideas to start-up companies and answer possible questions. There is no client in this thesis because I made it for myself. There are lots of different kinds of guides and information sources for starting a company and I wanted to squeeze everything to on small package. The thesis does not intend to answer all the questions which may arise when starting a company. It is meant to give guidance and thoughts to an entrepreneur when starting a company.</p> <p>The theoretical part of the thesis deals with issues related to setting up a business, among other things a business plan, financing and marketing. The source material includes domestic literature and internet sources that include video, interviews and blogs.</p> <p>The practical part of the thesis was done by interviewing an entrepreneur and by going through her experiences. I compared her thoughts to the theoretical part of the thesis.</p>		

<p>Key words entrepreneurship, starting a company</p>
--

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 YRITYSTOIMINTA.....	2
2.1 Yritys	2
2.2 Yrittäjäyys	3
2.3 Yrityksen reaaliprosessi ja rahaprosessi.....	4
3 YRITYSIDEASTA LIIKETOIMINTASUUNNITELMAKSI	6
3.1 Yritysidea	6
3.2 Perusideasta liikeideaksi	8
3.3 Liikeidea	10
3.4 Liiketoimintasuunnitelma	11
3.5 Yritystoiminnan riskit.....	13
4 MARKKINOINTI JA MYYNTI	15
4.1 Myynnin merkitys	15
4.2 Markkinointi	16
4.3 Mistä löydän asiakkaat.....	18
4.4 Aloittavan yrityksen markkinointi	20
5 TALOUS	21
5.1 Rahoitus	22
5.2 Rahoitussuunnitelma	24
5.3 Lainsäädäntö	25
6 ENNEN YRITYKSEN PERUSTAMISTA.....	27
6.1 Yritysmuodot	28
6.2 Perustamistoimet	29
6.3 Perustamisasiakirjat	29
6.4 Pakolliset vakuutukset.....	32
7 YRITTÄJÄSTÄ HENKILÖNÄ	34
7.1 Yrittämistä voi kokeilla.....	34
7.2 Miten voi arvioida omia yrittäjäominaisuuksiaan?	35
7.3 Yrittäjän velvollisuudet	38
8 CASE FITVERSTAS	39
8.1 Fitverstas	39
8.2 Haastattelu	40
8.3 Yrittäjän mahdolliset kompastuskivet	44
9 POHDINTA	46
LÄHTEET	49

LIITTEET

LIITE 1. Kysely

LIITE 2. Investointilaskelma

LIITE 3. Kannattavuuslaskelma

LIITE 4. Kassavirtalaskelma

KUVIOT

KUVIO 1. Yritysideoiden syntytavat	7
KUVIO 2. Yrityksen perustamisen vaiheet	9
KUVIO 3. Kasvukaariajattelu	11
KUVIO 4. Liiketoimintasuunnitelman osat.....	12
KUVIO 5. Hintaan vaikuttavat tekijät	17
KUVIO 6. Yrityksen taloustavoitteet.....	22
KUVIO 7. Yrityksen budjettijärjestelmä	23
KUVIO 8. Yrityksen perustaminen	27
KUVIO 9. Yrittäjäksi ryhtyminen.....	35
KUVIO 10. SWOT-analyysi.....	37

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä halutaan tuoda esiin asioita, jotka liittyvät yrityksen perustamiseen. Tämän tarkoituksena ei ole olla täydellinen opas yrittäjälle, vaan herättää ajatuksia ja käydä läpi asioita, joihin yrityksen perustamisessa tulisi ottaa huomioon.

Opinnäytetyön idea lähti liikkeelle siitä, että olen itse kiinnostunut yrittäjyydestä. Myös tuttaviani on yrittäjinä ja heiltä olen saanut kuulla, että yrittämisen alkutaipaleella olisi voinut olla hyötyä tämän tyylisestä teoksesta. Monet heistä ovat myös olleet sitä mieltä, että jos voisivat palata ajassa taaksepäin, he aloittaisivat yrityksen eri tavalla tai tekisivät joitain asioita toisin perustamisvaiheessa.

Opinnäytetyö koostuu teoriaosasta ja käytännön Case - osuudesta. Teoriaosuudessa käydään läpi yrityksen perustamiseen liittyviä asioita ja tuodaan esiin teemoja, joita yrittäjän on hyvä ottaa huomioon. Nämä tiedot pohjautuvat kirjallisuuteen ja internetlähteisiin. Yrittäjyys informaatio on nykyään paljon verkossa, ja sen takia hyödynsin myös verkkomateriaalia työtä tehdessäni.

Case - osuudessa käydään läpi esimerkkiyritys Fitverstaan taivalta, ja sitä kuinka Fitverstaan perustaja Emmi Salo on kokenut yrityksen perustamisen ja yrittäjyyden. Haastattelussa Emmi kertoi opinnäytetyötäni varten yrittäjyydestä ja yrityksen perustamisesta. Case - osuudessa myös verrataan haastatteluun pohjautuvaa tietoutta teoretietoon yrittäjyydestä.

Opinnäytetyöni on myös jatkoa ns. Oiva-opinnoilleni, joita suoritin Centria-ammattikorkeakoulussa. Oiva-akatemiassa keskitytään yrittäjyyteen ja osana opiskelua perustetaan oma yritys, osuuskunta. Tämä opettaa paljon konkreettisesti yritystoiminnasta ja sitä tietoutta olen myös pyrkinyt hyödyntämään työssäni, ja samalla saamaan lisää hyötyä itselleni.

2 YRITYSTOIMINTA

Yritystoiminta on tavaroiden ja palveluiden tuottamista ja myymistä asiakkaille voitonhankkimistarkoituksella. Yritystoiminnan harjoittajaa kutsutaan yrittäjäksi. Yrittäjä sijoittaa yritykseensä työpanoksena, liikeidean ja pääomaa ja odottaa toiminnallansa voivansa ansaita voittoa.

Vaikka yritykset eroavat kooltaan, tuotteiltaan ja toiminnaltaan paljonkin toisistaan, on niiden peruseriaate kuitenkin samanlainen. Yritykset hankkivat omistajilta ja muilta rahoittajilta pääomaa, jolla voidaan ostaa ulkopuolelta raaka-aineita, laitteita ja työvoimaa. Niiden avulla voidaan sitten tuottaa tavaroita ja palveluita eli tuotteita. Tuotteet myydään asiakkaille, joita voivat olla niin yksityiset ihmiset kuin yritykset tai julkishallinnot, kuten kunnat ja valtio. (Karikorpi 2010, 13.)

Yritystoiminnalla halutaan vastata tarpeisiin, jotka yrittäjä on huomannut. Kun yhä useammalla alkaa olla tarpeita samalle tuotteelle, syntyy kysyntää. Yrityksen tarkoitus on vastata kysyntään ja tuottaa tuotteita täyttääkseen kysynnän. Kuitenkin yleensä kysyntää on enemmän kuin mihin yksi yritys pystyy vastaamaan, ja alalle tulee useampia yrityksiä. Myöskin myyntimahdollisuuksia tulee enemmän ja kaikki halukkaat pyrkivät hyötymään olemassa olevasta kysynnästä. Tästä muodostuu kilpailua, jossa useampi yritys aloittaa kilpailun samoista asiakkaista omilla tuotteillaan ja omilla ideoillaan. (Karikorpi 2010, 15.)

2.1 Yritys

Yritys on nimitys yhden tai useamman henkilön harjoittamalle, yleensä taloudellista hyötyä tavoittelevalle, toiminnalle. Yritystoiminnan harjoittamiseksi yrittäjä/yrittäjät perustavat usein yhtiön, jonka puitteissa ja nimissä yritystoimintaa harjoitetaan. Yritykset voivat toimia monessa eri yhtiömuodossa. Yritystoiminnan käynnistäminen vaatii tyypillisesti pääomaa. Yrittäjät tai yrityksen omistajat tai ulkopuoliset rahoittajat kantavat yritystoimintaan liittyvän taloudellisen riskin, joka voi tarkoittaa yhtiömuodosta riippuen vastuuta henkilökohtaisella omaisuudella tai vastuu voi rajoittua yritykseen sijoitettuun pääomaan. (Karikorpi 2010, 23.)

2.2 Yrittäjyys

Yrittäjyys on ihmisessä olevaa halua ja tahtoa yrittäjämäiseen toimintaan. Yrittäjä on henkilö, joka tekee ansiotyötä ilman, että on tässä työssään virka- tai työsuhteessa. Yrittäjyys on uuden luomista, vastuun ottamista, tulosten aikaansaamista ja asioiden eteenpäin viemistä. Yrittäjyys on ihmisen ominaisuus ja sisäinen mielentila. Ihmisissä yrittäjyys vaihtelee.

Yrittäjyys voidaan jakaa kahteen erilaiseen alueeseen, sisäiseen ja ulkoiseen yrittäjyyteen. Ulkoinen yrittäjyys on sitä, mitä yrittäjyys tuo useimmille mieleen eli toimintaa itsenäisenä omistavana yrittäjänä. Sisäisellä yrittäjyydellä tarkoitetaan taas yrittäjämäistä toimintaa työsuhteessa. (Yrittäjä 2013.)

Ulkoinen yrittäjyys on yksilön halukkuutta toimia itsenäisenä yrittäjänä. Tämä voi näkyä esimerkiksi uuden yrityksen perustamisena tai siirtymisenä yrittäjäksi olemassa olevaan yritykseen omistajavaihdoksen kautta. Ulkoiseen yrittäjyyteen liittyy vahvasti riskin ja vastuun ottaminen. Yrittäjyys on myös yhteiskunnan talouden ja hyvinvoinnin kehittymisen perusta. Uusia yrityksiä ei synny ilman riittävää yritysintoa, joka myös edistää yrityksen kasvua. (Yrittäjä 2013.)

Sisäinen yrittäjyys tarkoittaa puolestaan yrittäjämäistä toimintaa. Siinä on kyse suhtautumisesta työn tekemiseen. Sisäinen yrittäjä suhtautuu työhönsä sitoutuneesti, innostuneesti ja aloitteellisesti, ihan niin kuin työpaikka olisi hänen oma yrityksensä. Sisäinen yrittäjyys ei ole yksilön ominaisuus, joka joillakin on ja toisilla ei. Se on pikemminkin asenne, johon yritys pystyy itse vaikuttamaan omalla johtamisellaan. Sisäinen yrittäjyys työelämässä voi tuoda työhön mielekkyyttä ja lisätä työssä viihtymistä, mutta se voi myös toisaalta luoda paineita ja lisätä työn kuormitusta. Sisäisen yrittäjyyden vaatimus työelämässä voi olla eräs tekijä, joka ohjaa ihmisiä ryhtymään kokonaan itsenäisiksi yrittäjiksi. (Yrittäjä 2013.)

Suomi ei tarjoa kovin edullista sijaintipaikkaa suurille yrityksille. Suomi on pieni ja syrjäinen maa, jossa kotimarkkinat ovat myös pienet. Tästä syystä Suomessa tarvitaan enemmän pienempiä yrityksiä. Myöskin suuret ikäluokat vaikuttavat yrittäjyyteen ja yritystoimintaan. Monet nykyiset yrittäjät ovat jäämässä pian eläkkeelle. Suomessa on maan kokoon, sijaintiin ja elinkeinorakenteeseen nähden liian vähän yrittäjiä ja siksi yrittäjyyden lisääminen on tär-

keä kansallinen tavoite maamme hyvinvoinnin kehittämisessä ja ylläpitämisessä. Lisäksi talouden globalisaatio ja massatuotannon siirtyminen halvemmän kustannustason maihin lisää pienempien erikoistuneiden yritysten ja niitä luovien yrittäjien tarvetta entisestään. (Yritys-Suomi 2016 c.)

Lyhyesti sanottuna yrittäjyys vaatii halua yrittää, yritysideaa, tietynlaista alan ammattitaitoa, yrittäjäosaamista, henkilökohtaisia yrittäjäominaisuuksia ja alkupääomaa. Yrittäjyyteen ei siis voi suin päin sännätä, vaan se vaatii pohjalle pitempiaikaista harkintaa ja suunnittelua.

2.3 Yrityksen reaali prosessi ja rahaprosessi

Yrityksen toiminta perustuu reaali prosessiin ja rahaprosessiin. Nämä kaksi asiaa kulkevat käsi kädessä koko yrityksen toiminnan ajan. Ennen prosessia tarvitaan kuitenkin aina idea. Ilman ideaa ei voida tehdä mitään tai suunnitella tulevaa. Idean tulee sisältää kaikki oleellinen yrityksestä. Muun muassa mistä raha tulee ja minkä verran on omaa pääomaa ja paljonko tarvitaan vierasta pääomaa. Mitä resursseja tarvitaan, esimerkiksi koneita ja raaka-aineita? Mitä riskejä voi olla ja onko jatkuvuutta? (Yrittäjät 2016 a.)

Toiminta alkaa rahaprosessilla ja tarkemmin luokitellusti sillä, että peruspanokset eli oma-pääoma ja lainan tarve selvitetään. Näiden avulla yritys saadaan liikkeelle ja toimimaan sekä tuottamaan yritykseen rahavirtaa. Tämä on ensimmäinen askel yrityksen konkreettisessa toiminnassa. (Kauppalehti 2007.)

Seuraavaksi yrityksen tarvitsee ostaa tuotannontekijöitä eli työtä, raaka-aineita, tarvikkeita, toimitilat ja rahoittaa nämä kaikki kassasta eli omalla pääomalla ja mahdollisilla lainoilla. Rahaprosessi kuvaa siis yrityksen rahavirtaa ja sitä, mistä rahaa tulee ja mihin sitä menee. Kun yritys on ostanut tarvittavat tuotannontekijät, päästään reaali prosessiin. (Yrittäjät 2016 a.)

Raaka-aineet ja muut tuotannontekijät toimitetaan yritykseen toiminnan käynnistämiseksi. Tarvitaan työvoimaa työstämään näitä, ja työntekijöitä on myös koulutettava tarvittaviin tehtäviin. Tämä on yritykselle menoerä, mutta myös samalla sijoitus tulevaisuuteen. Kun työvoima on hyvin koulutettua ja pätevää, se maksaa itsensä takaisin laadukkaalla työllä. (Yrittäjät 2016 a.)

Valmiit tuotteet myydään asiakkaille eteenpäin. Asiakkaina voivat toimia niin yksityiset asiakkaat kuin toiset yritykset. Kun asiakkaat maksavat tuotteesta, niin jälleen saadaan rahavirtaa takaisin yritykseen ja kassaan lisää tulosta, eli puhutaan tulorahoituksesta. (Karjalainen 2013, 77.)

Viimeinen vaihe prosessissa on pääoman palautukset. Voitonjako ja lainojen korot sekä takaisinmaksu ovat viimeinen asia, joka päättää prosessin ja jälleen alkaa uusi kierros. Yritys asettaa jälleen panokset ja lähtee rakentamaan seuraavaa kautta eteenpäin. (Yrittäjät 2016 a.)

3 YRITYSIDEASTA LIIKETOIMINTASUUNNITELMAKSI

Liikeideat, liiketoimintasuunnitelmat ja yritys ideat - mitä eroa näillä termeillä on ja mitä ne tarkoittavat? Seuraavaksi lähdän käsittelemään, miten yritysideoista voi muovautua mestariteoksia.

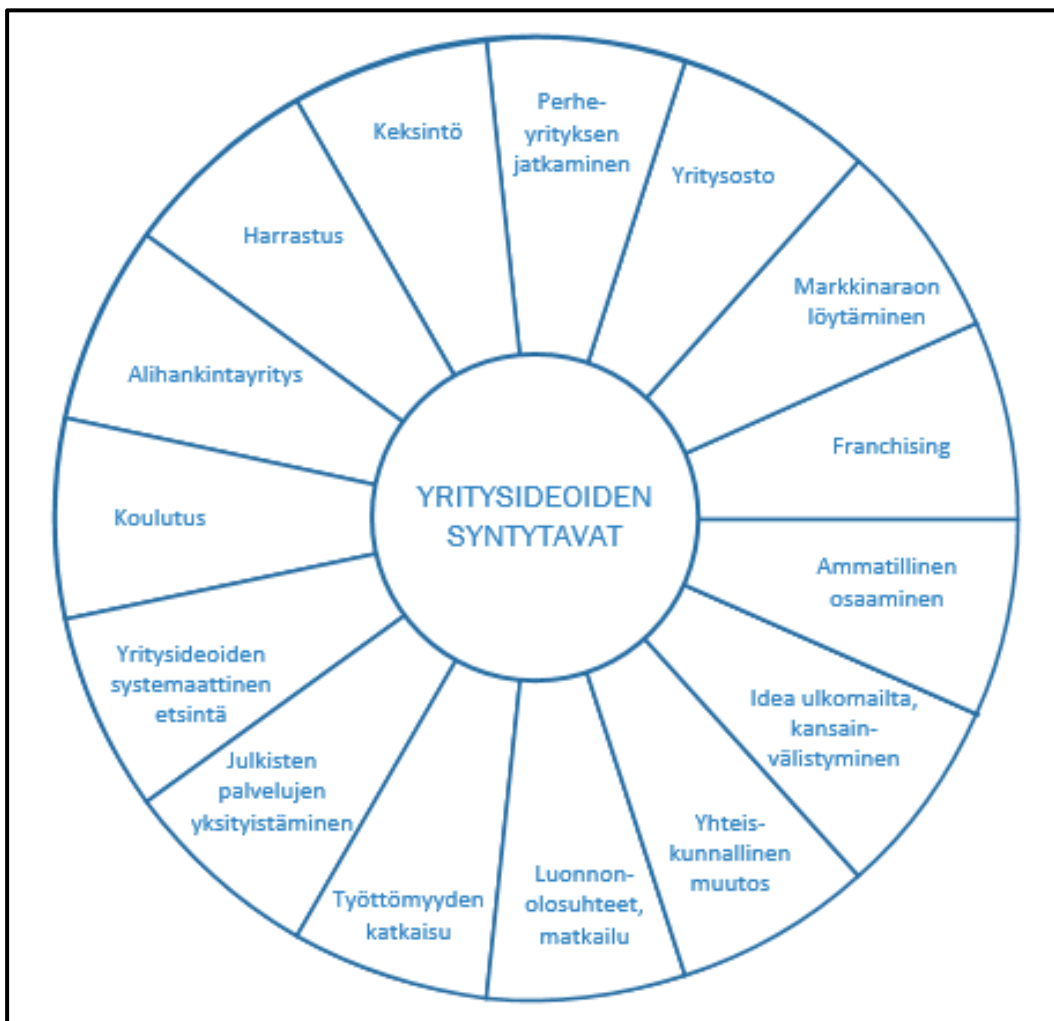
3.1 Yritys idea

Yritys on aina idea, kunnes se on konkreettisesti nähtävillä. Ilman ideoita ja ajatuksia ei syntyisi tarpeita ja ilman tarpeita ei syntyisi yrityksiä, jotka voisivat tyydyttää nämä tarpeet. (Kokonaho 2011, 29.)

Jokainen yritys tarvitsee toimintansa perustaksi kantavan toiminta-ajatuksen. Hyvä yritys idea ja sen pohjalta rakennettu toimiva liikeidea yhdistettynä osaavaan yrittäjään luovat yritystoiminnan onnistumisen edellytykset. Yritystoiminta voi olla kannattavaa, vaikka itse yritys idea ei olisi hyvä, ja toisaalta yritys, jonka yritys idea on hyvä, voi epäonnistua. On siis elintärkeää yrityksen perustamisvaiheessa käydä läpi mahdolliset rahoitukset, yritys muodot ja haasteet. (Kokonaho 2011, 30.)

Markkinoilla kilpailu on kovaa ja useilla aloilla on ylitarjontaa. Yritys ideaan perustuvan tuotteen on yleensä oltava kilpailijoiden tuotteita parempi, tuottavampi ja omaperäisempi. Kansainvälistyminen lisää kilpailua, mutta toisaalta tuo myös uusia mahdollisuuksia. Jos on liikeidea, se on hyvä pukea liiketoimintasuunnitelmaksi, jossa arvioidaan suunnitellun liiketoiminnan kannattavuutta ja menestymismahdollisuuksia. (Raatikainen 2011, 26.)

Seuraavaksi tutustutaan KUVION 1 perusteella siihen, mistä kaikkialta voi syntyä eri yritys ideoita.



KUVIO 1. Yritysideiden syntytavat (mukaillen Raatikainen 2011, 25)

Edellä oleva kuvio kertoo, mistä kaikkialta voi yritysideoita löytää. Usein yritys perustetaan kokonaan uuden liikeidean varaan. Se voi perustua tuotteen, palvelun tai liiketoimintamallin kehittämiseen. Uuden idean kanssa on riskialtteinta lähteä liikkeelle. Syynä siihen on, että ei tiedetä, kuinka hyvin se voi toteutua ja menestyä, koska käytännön testausta ei ole vielä toteutettu. Muutenkin uuden yrityksen ja tuotteen tunnetuksi tekeminen vaatii paljon työtä ja panostusta erityisesti markkinointiin. Kuitenkin uusi ja omaperäinen idea voi tarjota yrittäjälle mahdollisuuden toteuttaa itseään luovasti ja onnistuessaan siitä voi tulla menestystarina.

Myös valmiista ideoista on mahdollista hyödyntää. Esimerkiksi tiedostetaan tietyn markkina-alueen kysyntä, mutta tähän kysyntään ei ole vastattu markkina-alueella. Tällöin uudella yrittäjällä on oiva tilanne perustaa oma yritys ja hyödyntää valmiita markkinoita. Monet ideat

tulevat myös ulkomailta Suomeen. Olemassa olevaa ideaa pyritään usein toteuttamaan muunneltuna jollakin uudella tavalla. (Raatikainen 2011, 27.)

Yrittäjäksi voidaan lähteä myös ostamalla valmis olemassa oleva yritys. Kuten aiemmin jo mainitsin, tämän hetken yrittäjistä merkittävä osa on jäämässä eläkkeelle, jolloin yrityksille tarvitaan jatkajaa. Yrityskauppatilanteessa yrittäjäksi aikova saa hyvän mahdollisuuden päästä mukaan valmiiseen ja jo markkinoilla testattuun yritystoimintaan. Yrityksellä on valmis asiakaskunta, toimiva hallinto ja yhteistyösuhteet. (Raatikainen 2011, 28.)

Toimivan yrityksen ostamiseen kuitenkin sisältyy riskinsä. Se kuitenkin tarjoaa helpomman alun yrittäjälle, koska asiakkaat ja liikevaihto löytyvät jo valmiiksi. Riskit liittyvät tavallisesti esimerkiksi omaisuuden arvostamiseen, saatavien laatuun ja tulosodotuksiin sekä omistajanvaihdoksesta johtuviin muutoksiin. Apuna tällaisissa asioissa voidaan käyttää ulkopuolisia asiantuntijoita. Uusyrityskeskusten yritysneuvojat ja vastaavat ovat asiantuntijoita. Yrityskauppaa tehdessä yleensä laaditaan kilpailukieltosopimus, jossa myyjä lupaa olla aloittamatta uutta saman alan yritystoimintaa määrääjäksi. (Raatikainen 2011, 35.)

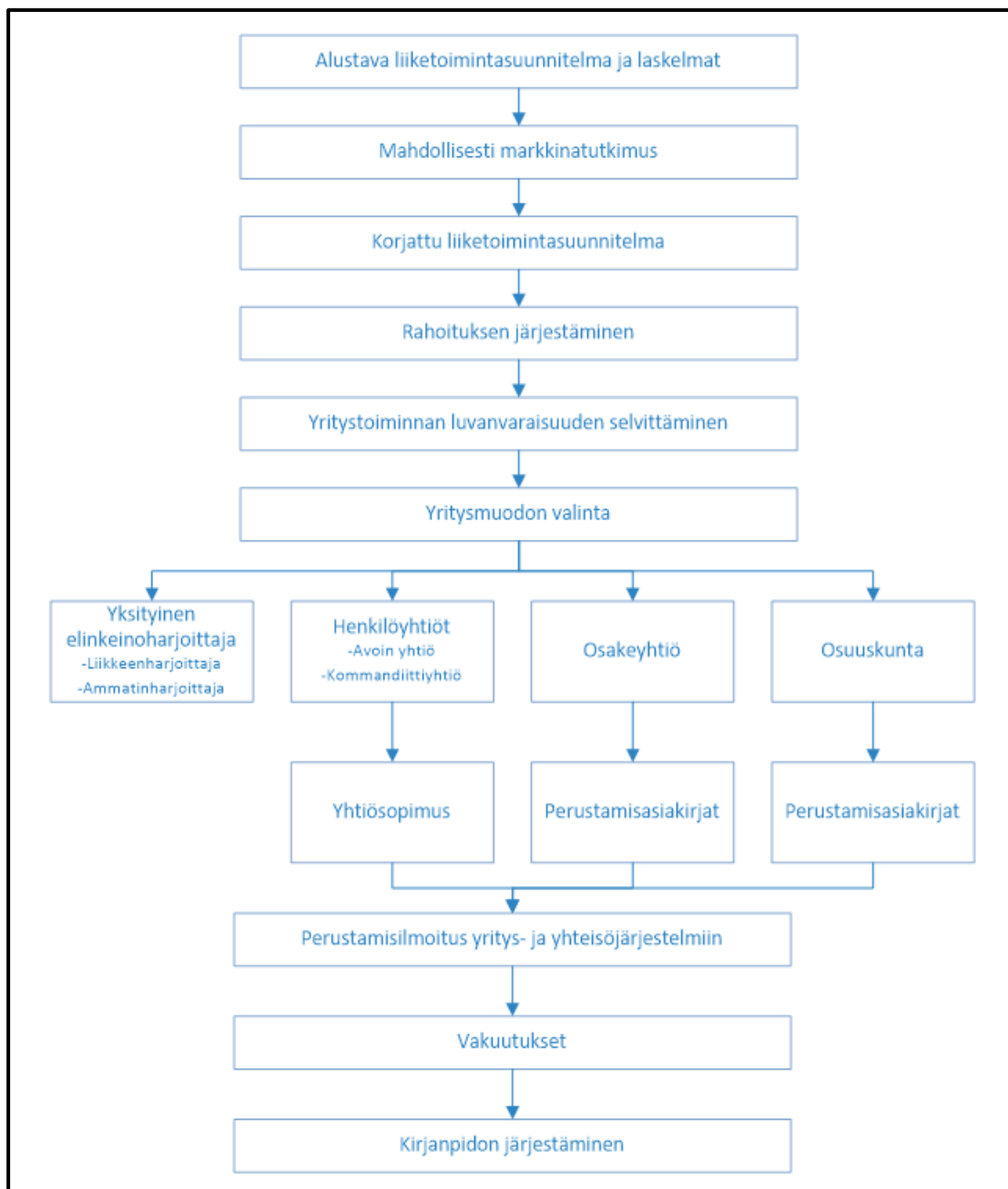
Jos valmista ideaa ei vielä ole, mutta kuitenkin on halu ryhtyä yrittäjäksi, kannattaa miettiä myös franchising-yrittäjyyttä. Yrittäjä liittyy tällöin valmiina olevaan yritysketjuun, josta tarjotaan korvausta vastaan valmiiksi testattu konsepti. Franchising on kahden itsenäisen yrityksen välinen sopimus, joka perustuu pitkäaikaiseen yhteistyöhön. Siinä franchising-antaja luovuttaa franchising-ottajalle oikeuden käyttää maksua vastaan kehittämäänsä liikeideaa toimintaohjeiden mukaisesti. (Yritys-Suomi 2016 b.) Tunnettuja franchising-ketjuja ovat muun muassa Kotipizza, R-kioski ja Fitverstas.

3.2 Perusideasta liikeideaksi

Yritystoiminta lähtee liikkeelle ideasta, joka voi olla oivallus uudesta tuotteesta, valmistustavasta tai yksikertaisesti havainto siitä, että kysyntä ylittää tarjonnan jonkin tuotteen kohdalla. Monet yritysideaat syntyvät harrastusten ja aikaisemman työkokemuksen pohjalta.

Alustava idea ei kuitenkaan ole vielä valmis liikeidea, vaan sitä pitää jatkokehittää ja tehdä tarkempia suunnitelmia. Liikeidea on perusajatusta pidemmälle ja yksityiskohtaisemmaksi viety suunnitelma. (Puustinen 2006, 67.)

Seuraavasta kuvioista (KUVIO 2) nähdään eri vaiheet, joita yrityksen perustaminen pitää sisällään. Tätä kuviota tulen myös myöhemmin käymään läpi tämän opinnäytetyön aikana. Kuten huomataan, yrityksen perustaminen alkaa alustavalla liiketoimintasuunnitelmalla ja laskelmilla. Tämän jälkeen suunnitelmaa lähdetään jatkojalostamaan ja viemään eteenpäin.



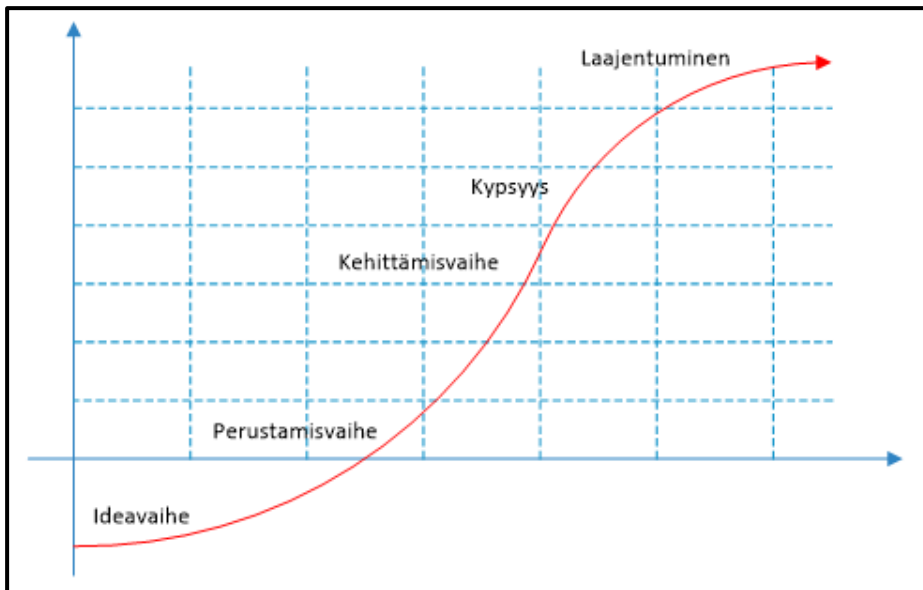
KUVIO 2. Yrityksen perustamisen vaiheet (mukailien Meretniemi & Ylönen 2009, 15)

Yllä oleva kuvio (KUVIO 2) kertoo yrityksen perustamisen vaiheet vaihe vaiheelta. Alkutilanteena on, että löytyy alustava liiketoimintasuunnitelma ja laskelmat, joita yritys tarvitsee. Tästä edetään markkinatutkimukseen, jolla päästään selvittämään markkinatilannetta. Tämä tuo tukea liiketoimintasuunnitelmalle, jota parannetaan vielä markkinatutkimuksesta saadulla tiedolla. Kun liiketoimintasuunnitelma on kunnossa, tarvitaan rahoitusta yritykselle toiminnan aloittamiseksi. Tästä edetään yritystoiminnan luvanvaraisuuden selvittämiseen ja valitaan yritysmuoto. Nyt yritys on konkreettisesti alkamassa muotoutumaan eikä se ole vain suunnitelmaa ja paperia. Yhtiömuodon selvittyä tehdään perustamisilmoitus, jonka jälkeen yritystoimintaa varten tarvittavat vakuutukset hoidetaan yritykselle kuntoon ja järjestetään kirjanpito yrityksen talouden seuraamista varten. Tämän kaiken jälkeen on yritys valmiina viralliseen toimintaan. (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä.)

3.3 Liikeidea

Yritysidea on toiminnan pohjana yritykselle. Siihen perustuu yrityksen synty ja olemassaolo. Liikeidea on jalostettu yritysideasta. Se kuvaa yksinkertaisimmillaan, miten tuloja hankitaan yritykselle. Liikeidea vastaa kysymyksiin, mitä tuotteita tai millaisia palveluja yritys tuottaa, kenelle niitä myydään ja miten ne tuotetaan, myydään ja toimitetaan. (Yrittäjä 2013.)

Liikeidea kertoo parhaimmillaan, miten yrityksestä voidaan saada kannattava. Liikeidea on myös osa yrityksen toiminnan suunnittelua ja hyvin tehtynä se ohjaa yrityksen toimintaa. Liikeidean ei kuitenkaan tarvitse aina olla loistava, ainutlaatuinen tai omaperäinenkään, jotta yritys olisi toimiva ja se menestyisi. Seuraava kuvio (KUVIO 3) kuvaa yrityksen kasvua ja kehittymistä.



KUVIO 3. Kasvukaariajattelu (mukaillen Raatikainen 2011, 120)

Kuviosta 3 nähdään, miten yrityksen kasvukaari lähtee liikkeelle ideavaiheesta. Kun ideointi on saatu päätökseen, on toiminnan aika. Yritys perustetaan ja liiketoiminta aloitetaan. Yritys hakee omaa sijaintia ja paikkaansa ja kehittyy. Tämän jälkeen saavutetaan kaikki, mitä on tällä kokoonpanolla mahdollista ja yritys on tavallaan kypsynyt valmiiksi. Tästä on lähdettävä laajentumaan ja hakemaan uutta suuntaa, jos yritys haluaa pysyä kasvavana ja kehittyvänä toimintona.

3.4 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen esitys, jossa kuvataan suunniteltavan yritystoiminnan eri osa-alueet. Aloittavan yrityksen liiketoimintasuunnitelmassa yritysidea tarkennetaan tulevaa yritystoimintaa koskevaksi yksityiskohtaisemmaksi suunnitelmaksi. (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä.)

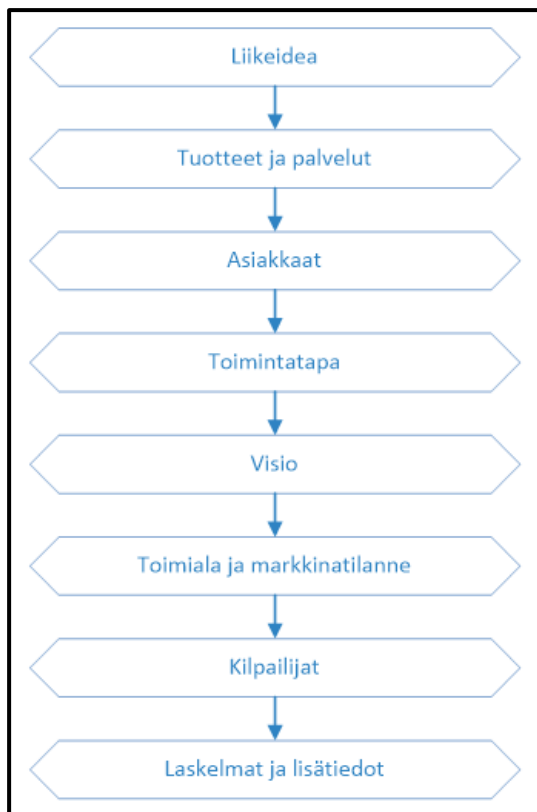
Uuden yrityksen liiketoimintasuunnitelmassa käydään läpi mm. perustiedot yrityksestä ja yrityksen perustajista, yrityksen toimiala, markkinat, kysyntä ja kilpailu, yrityksen toiminta-ajatus ja liikeidea, yritysmuoto, markkinointi, yrityksen tavoitteet ja tulevaisuuden visio sekä yritystoimintaan kohdistuvat riskit. Lisäksi esitetään myös perusteluja, miksi suunniteltu yritys kannattaa perustaa. (Meretniemi 2009, 23.)

Liiketoimintasuunnitelman liitteeksi lisätään laskelmia, joista käy ilmi, paljonko pääomaa yritystoimintaan tarvitaan, mistä rahoitus saadaan, millainen on suunnitellun yrityksen kannattavuus ja kuinka suuri myynti tarvitaan kannattavuuden saavuttamiseksi. Tämän opinnäytetyön liitteissä 2 – 4 on esitetty tärkeimmät liiketoimintasuunnitelmassa tyypillisesti sisällytettävät laskelmat.

Liiketoimintasuunnitelma sisältää siis seuraavat asiat:

- Perustiedot yrityksestä
- Yrityksen lähtötilanteen arviointi
- Yrityksen päämäärät ja tavoitteet
- Yrityksen strategia ja toimintasuunnitelmat
- Mitä riskejä toimintaan sisältyy ja miten niitä hallitaan
- Taloudelliset laskelmat

Seuraavasta kuvioista (KUVIO 4) selviää vielä tarkemmin, mitä kaikkea kuuluu liiketoimintasuunnitelmaan, ja missä järjestyksessä asiat usein käsitellään.



KUVIO 4. Liiketoimintasuunnitelman osat (mukaillen Meretniemi & Ylönen 2009, 25)

Kuviossa 4 nähdään kuinka johdonmukaisesti asiat seuraavat toisiaan. Yrityksen perustaminen ja toiminta on siis hyvin johdonmukaista. Tärkeintä on ymmärtää syy/seuraus -suhteita ja huomata, kuinka asiat vaikuttavat keskenään toisiinsa. Tärkeää on myös huomata, miten kysyntä syntyy asiakkaiden tarpeista ja mahdollistaa myynnin, jota kilpailu sitten rajoittaa.

3.5 Yritystoiminnan riskit

Organisaatioiden toiminta on täynnä yllätyksiä. Toimintaympäristössä voi tapahtua äkillisiä ja isoja muutoksia. Tavoitteita asetettaessa tehtyjä ennusteita täytyy tarkentaa - tavoitteitakin voidaan joutua muuttamaan. Myös toiminta saattaa muuttua merkittävästi: laajennetaan uusille markkinoille, tehdään iso yritysostos jne. Tämä kaikki synnyttää riskejä. (Suomen Riskienhallintayhdistys ry.)

Riski on vahingon mahdollisuus. Riskit ovat ihmisen aiheuttamia ja niihin voidaan vaikuttaa ja varautua ja niiltä voidaan suojautua. Jos riskeihin ei ole osattu, ehditty tai huomattu ajoissa kiinnittää huomiota, ne pääsevät yllättämään. Riskejä otetaan myös joskus tietoisesti ja harkiten. Riski voi olla liiketoiminnassa myös mahdollisuus. Yritystoiminta vaatii järkevää riskien ottamista ja niiden hallintaa. (Suomen Riskienhallintayhdistys ry.)

Pienetkin riskit on hyvä havaita ajoissa. Jos niihin ei puututa, voivat ne käynnistää tapahtumaketjun, joka saattaa jopa uhata yrityksen toimintaa. Konkurssiin joutuneen yrityksen lähihistoriasta löytyy usein vuoden-parin takainen ongelmatilanne, josta yritys ei ole kyennyt toipumaan. (Yrittäjä 2013.)

Pienillä yrityksillä riskienhallinta on varsin kriittistä. Pienillä yrityksillä ei ole aina aikaa eikä resursseja puuttua riskeihin, jotka tiedostetaan. Riskejä lisää myös pienillä yrityksillä se, että päätöksenteko, asiakaskunta ja tuotevalikoima ovat yksipuolisia. (Yritys-Suomi 2016 b.)

Riskit jaetaan riskilajeihin sen mukaan, millaisia ne ovat luonteeltaan tai mihin yrityksen toimintoihin ne voivat vaikuttaa. Moni riski voi kuulua useampaankin lajiin. Luokittelut helpottavat riskien tunnistamista ja hallintaa. Esimerkkejä tällaisista riskilajeista ovat operatiiviset riskit, taloudelliset riskit ja vahinkoriskit. (Suomen Riskienhallintayhdistys ry.)

Operatiivisiin riskeihin kuuluvat muun muassa henkilöriskit. Henkilöriskeillä tarkoitetaan henkilöstöstä aiheutuvia riskejä yrityksen toiminnalle ja riskejä, joita yrityksen henkilöstöön voi kohdistua. Nämä riskit voivat tulla joko yrityksen sisältä tai sen ulkopuolelta. Pienessä yrityksessä henkilöriskit korostuvat. Avainosaaminen on usein yhden ihmisen varassa - vastualueet kasautuvat ja varamiesjärjestelmät puuttuvat. (Suomen Riskienhallintayhdistys ry.)

Taloudellisiin riskeihin kuuluvat liikeriskit, jotka tarkoittavat henkilöstöön, markkinointiin, kysyntään, tuotantoon ja kustannuksiin liittyviä riskejä. Yrityksen toimintaympäristön muuttuessa muuttuu myös liikeriskien painopistealue. Liikeriskit ovat olennainen osa yritystoimintaa. Menestyäkseen yrityksen on oltava valmis ottamaan riskejä. Menestynyt yritys on ottanut monta onnistunutta riskiä ja kääntänyt päätöksentekoon sisältyvät uhat mahdollisuuksiksi. (Suomen Riskienhallintayhdistys ry.)

Vahinkoriskeihin kuuluu muun muassa keskeytysturva. Pienten yritysten keskeinen haaste on toiminnan häiriöttömyyden ja varmuuden turvaaminen. (Suomen Riskienhallintayhdistys ry.)

Vaativa liike-elämä edellyttää tahdistusta. Pyrkimykset nopeuteen, tehokkuuteen ja pieniin varastoihin edellyttävät kaikkien osapuolten pysymistä aikataulussa. Jos toimitus asiakkaalle viivästyy, vaikka vain päivällä, vahinko voi olla suuri. Pahimmassa tapauksessa yritys joutuu myös maksumieheksi, jos se on syypää viivästyksen. (Suomen Riskienhallintayhdistys ry.)

4 MARKKINOINTI JA MYYNTI

Markkinointi määritellään nykyisin kannattavien asiakassuhteiden rakentamiseksi, johon kuuluu sekä uusien asiakkaiden hankinta tarjoamalla ylivertaista arvoa asiakkaille että nykyisen asiakaskunnan palveleminen maksimoimalla asiakastyytyväisyys. Markkinoinnin perustavoitteet, asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen (vanhat asiakkaat) ja asiakkaiden tavoittaminen (ml. uusasiakashankinta) eivät kuitenkaan ole muuttuneet. Perinteinen markkinointiajattelu, niin sanottu 4P-viitekehys on väistymässä, mutta se on edelleen tärkeä. (Kokonaho 2011, 33.)

4.1 Myynnin merkitys

Jotta pystymme näkemään, mikä on myynnin merkitys yritykselle ja sen työntekijöille, meidän tulee kysyä, mitä hyvää yrityksen kilpailukyky tuottaa yritykselle ja sen työntekijöille ja heidän perheilleen? (Kokonaho 2011, 15).

Liiketoiminnassa menestyäkseen tarvitaan ja edellytetään, että tuotteita tai palveluita myydään oikeaan aikaan, oikealla tavalla ja oikeille asiakkaille. Toimintoja ja resursseja tehostamalla yritys saavuttaa kilpailukykyä markkinoilla. Tämä johtaa siihen, että yritys on kannattava ja ennen kaikkea sen liiketoiminta on kannattavaa. (Kokonaho 2011, 17.)

Kun yrityksen liiketoiminta on tuloksellista, rahavirta on positiivista. Yritys saa tällöin rahaa toimintaansa ja se pystyy jatkamaan liiketoimintaa. Jos rahavirta loppuisi, niin loppuisi myös liiketoiminta. Myynnillä saadaan elinvoimaa yritykseen ja pidetään yrityksen toimintakyky hyvänä. (Kokonaho 2011, 18.)

4.2 Markkinointi

Markkinoinnilla tarkoitetaan yrityksen toimenpiteitä olemassa olevia ja tulevia asiakkaita silmällä pitäen. Kun markkinointi on onnistunut, se merkitsee sitä, että asiakkaat ostavat yrityksen tuotteita ja palveluita ja tuottavat tulovirtaa yritykselle. (Meretniemi & Ylönen 2009, 114).

Markkinointi on laajasti ymmärrettynä kaikkiin niihin asioihin vaikuttamista, jotka saavat asiakkaan ostamaan. Markkinoinnin kilpailukeinoina toimivat tuote (product), hinta (price), jakelu (place) ja myyninedistäminen (promotion). Nämä neljä asiaa ovat niin sanotusti markkinoinnin klassinen 4P-malli. Tästä laajennettu asiantuntijapalveluiden markkinoinnin kilpailukeino on 7P-malli. Tähän malliin kuuluvat hinta (price), markkinointiviestintä (promotitative marketing communication), tuote (product), jakelu (place), ihmiset (people), prosessit (processes) ja fyysinen ympäristö (physical evidence). (Meretniemi & Ylönen 2009, 112.)

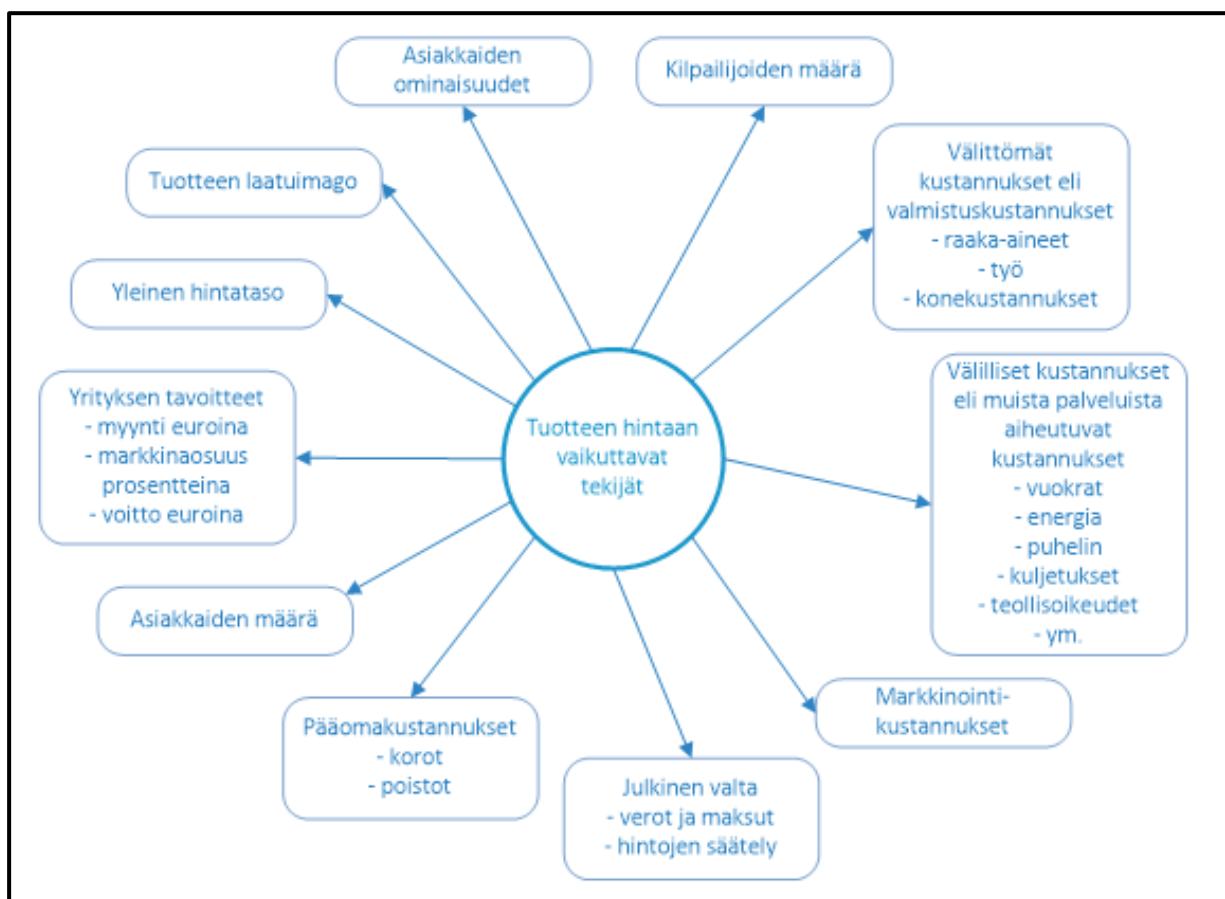
Markkinoinnin kannalta tuotteen on oltava haluttu. Vaikka tuotteessa ei olisi eroa kilpailijoiden tuotteisiin verrattuna, eroa voidaan kehittää erilaisilla liitännäisosilla ja niitä rakentamalla. Ydintuote voi toimia samalla periaatteella kuin kilpailijoiden vastaavat, mutta liitännäisillä saadaan se erottumaan massasta ja synnyttämään eroa kilpailijoihin. Tällaisia liitännäisiä voivat olla esimerkiksi tuotteen merkki, käyttöön liittyvä opastus ja tukipalvelut kuten muu asiakasneuvonta, myynnin jälkeinen palvelu tai vaikka tuotteelle annettu takuu. Nämä antavat lisäarvoa ja myös luovat positiivista mielikuvaa. (Kokonaho 2011, 33.)

Mielikuvalla saadaan erilaistettua tuotetta ja palvelua. Yritys pyrkii tietoisesti eroamaan kilpailijoista. Se vaikeuttaa vertailua kilpailijoiden tuotteisiin ja tekee tuotteista ja palveluista omaleimaisia ja antaa enemmän vapautta hinnoitteluun. Näin voidaan herättää asiakkaiden mielenkiintoa. (Kokonaho 2011, 34.)

Hinta on palvelun ja tuotteen ohella tärkeä yrityksen kilpailukeino. Hinnalla on monta erilaista merkitystä. Sillä voidaan suoraan vaikuttaa tuotteen arvostukseen ja siitä syntyvään mielikuvaan. Laadukas mielikuva heijastuu suoraan hintaan ja toisinpäin. Tuotteen laatua epäillään, jos se on reilusti muita vastaavia tuotteita halvempi. Jos hinta on taas liian korkea, se saattaa rajoittaa myyntiä, koska kilpailijoiden vastaavat tuotteet ovat edullisempia. Matalampi hinta voi taas tuoda asiakkaita kilpailijoilta, jos ne eivät pysty samaan hintatasoon. On

kuitenkin varottava, ettei hinnoittelulla tee mielikuvaa halvasta ja heikosta tuotteesta. Hinnan tulee olla yrityksen tavoittelemalle asiakasryhmälle sopiva. Hintatasolla voidaan vaikuttaa siihen, miten asiakkaat näkevät yrityksen imagon. Korkeat hinnat antavat mielikuvan, joka nostaa yrityksen yleistä arvostusta ja imagoa, kun taas edullisia hintoja kilpailukeinona käyttämällä vaikutus on päinvastainen. (Kokonaho 2011, 35-36.)

Hinta vaikuttaa myös yrityksen kannattavuuteen, koska hinta yleensä vaikuttaa suoraan myynnin määrään ja tuottoihin. Hintaa nostamalla saadaan parannettua yrityksen kannattavuutta, kunhan lisähinta ei vähennä tuotteen menekkiä. Alentamalla hintaa voidaan myynnin määrää kasvattaa, mutta kannattavuus voi kärsiä, ellei myyntimäärän kasvu ole riittävän suuri. Pienetkin hinnan muutokset voivat vaikuttaa paljon yrityksen kannattavuuteen. Hintaa määriteltäessä on hyvä ottaa huomioon hinnan vaikutus sekä tuotteiden myyntimäärään että tuotteista saatavaan katetuottoon. (Raatikainen 2011, 85.)



KUVIO 5. Hintaan vaikuttavat tekijät (mukailten Raatikainen 2011, 87)

Yläpuolella olevasta kuviosta (KUVIO 5) nähdään, mitkä kaikki osatekijät vaikuttavat tuotteen hintaan. Esimerkiksi kilpailijoiden määrä vaikuttaa suuresti hintaan, jos hinnalla halutaan kilpailla eikä tuotteella ole esimerkiksi kovin hyvää laatuimagoa. Jos tuotteella on paljon kysyntää ja asiakkaita riittää, hintaa voidaan pitää jopa alempana kuin kilpailijoilla, mutta kuitenkin kustannukset on katettava. Kysyntä on ratkaiseva tekijä. Yrityksen tavoitteet antavat myös hintaan vaikutusta. Esimerkiksi tavoite voitosta ja se, kuinka paljon myyntiä halutaan euroina, voi vaikuttaa hintaan nostavasti tai laskevasti. Näitä asioita on syytä selvittää, kun tuotetta tai palvelua hinnoitellaan. Korkealla hinnalla voidaan saavuttaa enemmän voittoa, mutta asiakasmäärä voi kärsiä eikä tämän takia saavuteta myyntitavoitetta. Kuvion (KUVIO 5) kohtia on hyvä miettiä etukäteen hinnoittelua tehdessä, mutta on syytä pitää mielessä, että hinnalla pitää saada katettua kustannukset. Myynti on tärkeä osa yrityksen toimintaa ja sitä, kuinka hyvin yritys tulee toimimaan.

Menekinedistämisen välineinä käytetään tavaränäytteitä, kilpailuja, kuluttajavalistusta, tuote-esittelyitä liikkeissä, alennuskortteja, kutsuja, erikoishintoja ja yleisöesityksiä. Menekinedistäminen on eräänlaista mainonta- ja myyntityötä. (Meretniemi & Ylönen 2009, 124.) Menekinedistämällä halutaan tavoittaa uusia asiakkaita ja vahvistaa nykyisten asiakkaiden ostouskollisuutta ja saada asiakkaat ostamaan enemmän.

Markkinointisuunnitelmassa tulisi erityisesti kiinnittää huomiota kohderyhmän valintaan ja keskittyä siihen. Tärkeää on siis myös tuotteiden hinnoittelu, johon vaikuttavat useat erilaiset tekijät, mm. suoritettavan työn laatu, tuotteen arvo asiakkaille, palvelun tuottamisen kustannukset ja kilpailutilanne. (Meretniemi & Ylönen 2009, 114.)

4.3 Mistä löydän asiakkaat

Yritysideoita on erilaisia ja niistä monet tuntuvat hyviltä. On kuitenkin aina hyvä varmistaa, riittääkö yritykselle asiakkaita, eli löytyykö kysyntää. Yritystoimintaa suunniteltaessa on hyvä luetteloita kaikki tuotteet ja palvelut sekä eritellä ja tutkia yrityksen asiakkaat ja kilpailijat. Tämän analyysin avulla hahmotetaan potentiaaliset asiakkaat, jotka tarvitsevat yrityksen tuotteita ja palveluita. (Yrittäjä 2013.)

Asiakasanalyysi koostuu seuraavista pohdinnoista:

- Keitä ovat asiakkaat tai asiakasryhmät?
- Minkä asiakkaan tarpeen tuotteemme tai palvelumme tyydyttää, tai minkä ongelman se ratkaisee?
- Miten tarpeet tyydytetään tällä hetkellä?
- Esiintyykö markkina-alueella ostouskollisuutta? Onko joku asiakas halukas vaihtamaan ostokohdetta tai -paikkaa?
- Paljonko yksittäinen asiakas tai asiakasryhmä on valmis käyttämään rahaa hankintoihin vuoden aikana?
- Mihin suuntaan asiakkaiden määrä kehittyy?
- Paljonko asiakas tai asiakasryhmät tuovat euroja koko markkina-alueelle?
- Mikä voisi olla sinun yrityksesi osuus koko markkina-alueen myynnistä?
- Mihin suuntaan markkinat kehittyvät: ovatko ne kasvavat, taantuvat vai vakaat?
- Kuka tekee lopullisen ostopäätöksen? Mieti tarkasti.
- Mistä ja milloin yleensä ostetaan?
- Kuinka usein ostoja tehdään?
- Miten tällainen asiakas tavoitetaan eli millainen mainos häntä kiinnostaa, millainen myyntityö saa hänet ostamaan, miten häntä pitää lähestyä, millainen ihmistyyppi hän on?
- Millaisia johtopäätöksiä edellisten kysymysten perusteella voi tehdä? (Raatikainen 2011, 86.)

Asiakasanalyysillä selvitetään asiakasryhmä, jolle tuotetta ja palvelua tarjotaan, jotta sen tarpeet saadaan tyydytettyä. Samalla saadaan tietoa siitä, kuinka paljon kyseinen asiakasryhmä on valmis käyttämään rahaa hankintoihin. Tämä auttaa myös tulevaisuuden suunnittelua. Samalla nähdään, kuinka asiakkaiden määrä kehittyy ja miten markkinat kehittyvät ajan myötä. Asiakasryhmän selvittäminen ja tiedon hyödyntäminen siitä on avaintekijä. Asiakasryhmä antaa tietoa siitä, kuinka yrityksen kannattaa lähteä viemään itseään eteenpäin. Tärkeää on pitää itsensä hereillä ja kuulostella kaikkea sitä tietoa, mitä on saatavilla.

4.4 Aloittavan yrityksen markkinointi

Aloittavan yrittäjän on suunniteltava, kuinka hän lähtee markkinoimaan yritystään. On otettava huomioon potentiaaliset asiakkaat, mutta samalla myös markkinointibudjetti eli rahamäärä, joka käytetään mainontaan, myynninedistämiseen tai vaikkapa myyntityöhön. (Raatikainen 2011, 94.)

Aloittavan yrittäjän ongelmana alussa on monesti se, että alkumarkkinointiin ei sijoiteta riittävästi rahaa. Jokaisen aloittavan yrittäjän on kuitenkin syytä tuoda yrityksensä esille ja asiakkaiden tietoisuuteen. Markkinointiviestintä aiheuttaa kuluja ja siihen on varauduttava. Kuitenkin pitemmällä tähtäimellä nämä kulut ovat investointi ja toivottavasti tulevat maksamaan itsensä takaisin onnistuneina myyntilukuina. Markkinoinnin on oltava näkyvää aloittavalla yrittäjällä, että yritys erottuu joukosta. Jos oma osaaminen ei riitä ideointiin ja toteuttamiseen, kannattaa käyttää mainostoimiston apua. (Raatikainen 2011, 95.)

Markkinoinnin toimenpiteet voidaan jakaa suoramainontaan, tiedottamiseen ja näkymismainontaan. Suoramainonta pitää sisällään esitteet, hinnastot, myyntikirjeet ja kuvastot sekä internetin. Tiedottaminen on mainontaa lehdissä, tv:ssä, radiossa sekä internetsivuilla. Näkymismainonta taas on ulko- ja liikennemainontaa, yrityksen nimen ja logon esille tuontia. (Raatikainen 2011, 97.)

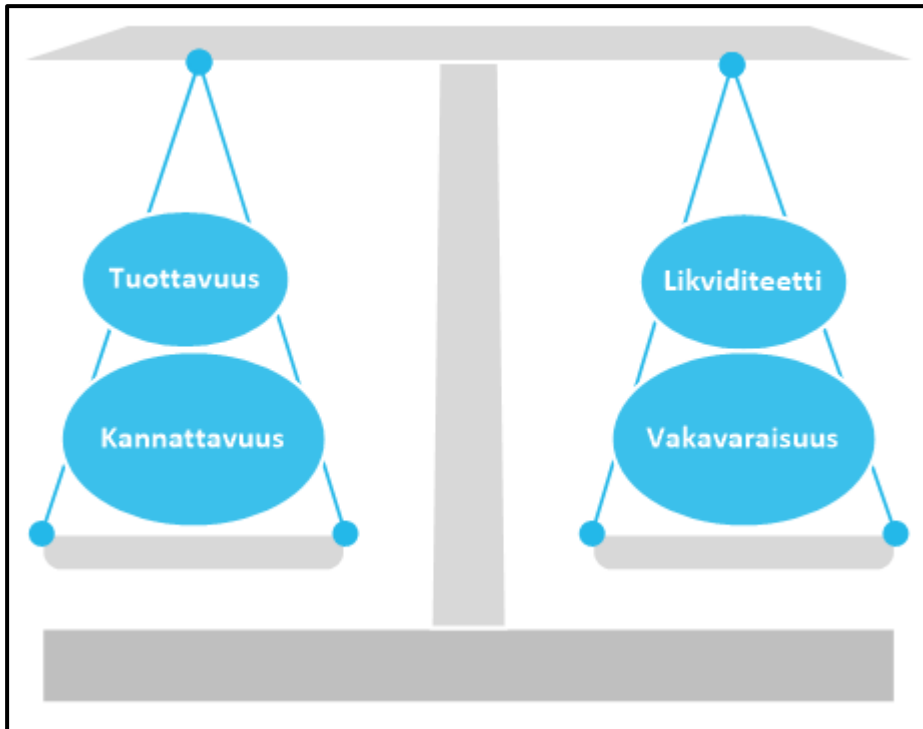
5 TALOUS

Yrityksen alkuvaiheen rahoitus katetaan yleensä pitkälti lainoilla. Nämä kuitenkin on maksettava takaisin ja ne eivät olekaan vakaan ja kestävä yrittäjän kannalta paras mahdollinen taloudellinen pohja. Yrityksen onkin tärkeintä saada mahdollisimman pian kassavirtaa yritykseen. Näin syntyy tulorahoitusta, jolla voidaan maksaa lainaa pois, mutta myös rakentaa tulevaisuutta investoinneilla. (Karjalainen 2013, 111.)

Tulorahoitus syntyy, kun yrityksen kassaan virtaa myynnin kautta enemmän rahaa kuin sieltä lähtee pois. Kassavirta nähdään tilinpäätöksen rahoituslaskelmassa. Tulorahoitus syntyy, kun liiketoiminnan kassaan maksuista vähennetään kassasta maksut. Jos rahavirta ei riitä kattamaan investointeja, yritys ei ole rahoituksellisesti omavarainen. Erotus pitää saada katettua joko kassavarjoilla, järjestämällä osakeantia eli vahvistamalla omaa pääomaa tai ottamalla lisää velkaa. (Karjalainen 2013, 112.)

Voimakkaasti kasvava yritys tarvitsee paljon käyttöpääomaa ja voi ensisijaisesti tavoitella myynnin ja markkinaosuuden kasvattamista ulkopuolisen rahoituksen turvin, ei niinkään tuloksenteon ja positiivisen kassavirran muodostamisen näkökulmasta. Tavoitteena kuitenkin on kaukana tulevaisuudessa saada hyvä tuloskunto. Tällöin tulosrahoitus voi olla kaukaa haettava ja mahdotonta saavuttaa, koska kasvavalla yrityksellä kulut kasvavat koko ajan, mutta kassavirta sisäänpäin voi olla vielä heikkoa ja toiminta pyörii ulkopuolisen rahoituksen varassa. (Karjalainen 2013, 114.)

Vaikka investointeja ei otettaisi huomioon voi liiketoiminnan kasvu silti heikentää tulorahoitusta. Vaihto-omaisuuden ja myyntisaamisten lisääntyminen sitovat pääomaa ja pienentävät liiketoiminnan rahavirtaa, jolloin puhutaan käyttöpääoman lisätarpeesta. (Yrittäjä 2013.)



KUVIO 6. Yrityksen taloustavoitteet (mukaillen Raatikainen 2011, 130)

Kuviossa 6 nähdään taloustavoitteiden tasapainoon vaikuttavat osa-alueet. Yrityksen täytyy olla kannattava ja vakavarainen, jotta sen toiminta on taattua ja talous ei kärsi. Samalla se myös sallii yritykselle joustovaraa ja yritys pystyy selviämään pienistä taloudellisista vaikeuksista. Yritystoiminnan riskeistä suurin on kuitenkin se, että yritykseen ei tule riittävästi rahaa sisälle. Tätä varten yrityksen pitää suunnitella talouttaan pitkällä tähtäimellä, mutta myös lyhyellä tähtäimellä, jotta osataan reagoida muuttuviin tilanteisiin nopeasti.

5.1 Rahoitus

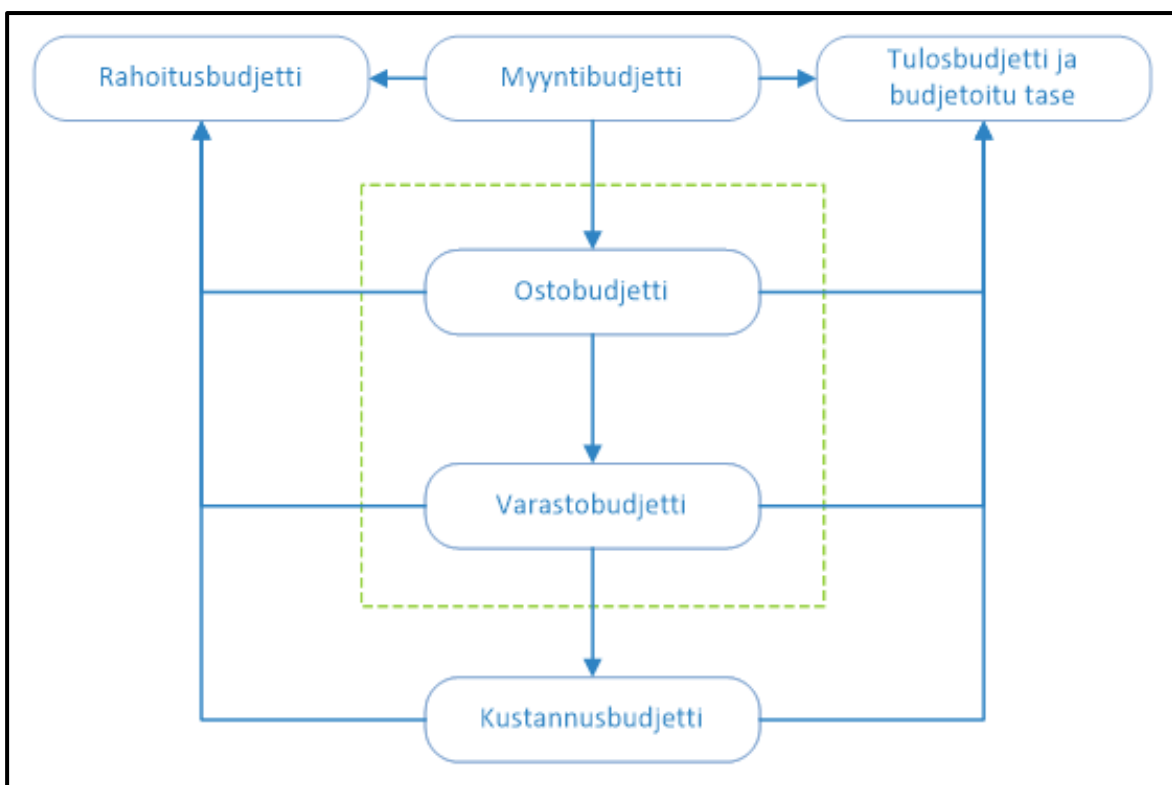
Yritystoiminnan aloittaminen vaatii aina rahaa. Rahan tarve tulisi kartoittaa hyvin ennen yrityksen perustamista. Rahoituksen tulisi kattaa yrittäjän oma eläminen, aloitushankinnat ja yritystoiminnan pyörittäminen pitemmällä aikajaksolla, mielellään 6 – 12 kuukautta aloittamisen jälkeen. (Karjalainen 2013, 135.)

Tavanomaisesti rahoitus jaetaan kahteen eri kategoriaan, pääoma- ja tulorahoitukseen. Pääomarahoitus jakaantuu vielä pienempiin osiin, joita nimitetään vieraaksi ja omaksi pääomaksi. Vieras pääoma voi olla pitkäaikaista, jolloin sen takaisinmaksuaika on yli vuoden

mittainen, tai se voi olla lyhytaikaista, jolloin se maksetaan takaisin vuoden sisällä. Tulorahoitus taas tarkoittaa myynnistä saatavaa rahoitusta, joka saadaan, kun menot vähennetään myyntituloista. (Yrittäjä 2013.)

Kuluja alkaa syntyä heti yritystoiminnan aloittamisesta, kun yrittäjä päättää yhtiön perustamisesta. Ensimmäisiä myyntituloja joudutaan kuitenkin odottamaan usein jopa kuukausia. Tähän yrittäjän on varauduttava ja uuden yrittäjän on tehtävä suunnitelmia sen varalle. Laitteistolle vaadittavat alkupääomat on laskettava, mutta myös käyttöpääomat, että kuluihin pystytään vastaamaan. Rahoitusta voidaan lähteä hakemaan siinä vaiheessa, kun tiedetään kaikki pakolliset ja juoksevat kulut. (Yrittäjä 2013.)

Alussa harvalla yrityksen perustajalla on suoraan suuria varoja sijoitettavaksi yritykseen. On löydettävä vaihtoehtoisia rahoitustapoja, koska yrittäjä haluaa kuitenkin selvittää mahdollisimman pienellä velkamäärällä. Yrityksen alkuvaihe on yleensä tiukinta aikaa, ja silloin rahaa kuluu jo perustamismenoihin ja hankintoihin enemmän kuin usean vuoden ajan toimineella yrityksellä. Tämä rahan puute kuitenkin pakottaa yritystä toimimaan tehokkaasti. (Raatikainen 2011, 54.)



KUVIO 7. Yrityksen budjettijärjestelmä (mukaan Raatikainen 2011, 56)

Tulorahoitus on yrityksen selviämisen kannalta olennaisin osa. Ilman tuloja yritys ei voi pyöriä ja menestyä. Kuviosta 7 nähdään, kuinka myyntibudjetti vaikuttaa kaikkeen: rahoitusbudjettiin, tulosbudjettiin ja ostobudjettiin. Sieltä se vielä jakaantuu pienempiin osa-alueisiin. Jos yritystoiminnan aloitus rahoitetaan pankkirahoituksella, niin tarvitaan tulorahoitusta, että yrityksen toiminta saadaan pidettyä vakaana ja toimivana. Tulorahoituksen tärkeyttä ei voi unohtaa. Yritys on kuin ihminen ja ilman tuloja on vaikea saada perustarpeita tyydytettyä. Kannattava yritys pyörii tulorahoituksella eikä pankkirahoituksella. (Yrittäjä 2013.)

5.2 Rahoitussuunnitelma

Rahoitus on yrityksen talouden perustekijöitä. Rahoitusta voidaan arvioida kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden pohjalta. Nämä kaikki on otettava huomioon rahoituksen suunnittelussa. (Yritys-Suomi 2016 a.)

Lainarahoitus vaikuttaa suoraan yrityksen kannattavuuteen. Tämän takia lainarahoitusta tulisi pyrkiä hankkimaan mahdollisimman pienin kustannuksin ja vähän. Korke ei ole ainoa asia, joka tulisi ottaa huomioon, vaan tärkeää on huomioida luottokustannukset. (Yritys-Suomi 2016 c.)

Vakavaraisuuden varmistamiseksi on hyvä pitää silmällä velan määrää. Velan osuus ei nimittäin saa olla liian suuri suhteessa yrityksen liikevaihtoon tai omaisuuteen. Ylivelkainen yritys kestää huonosti mahdollisia huonoja aikoja. Tällöin kasvaa riski siitä, että yritys ei selviä veloistaan. (Yritys-Suomi 2016 c.)

Maksuvalmius on hyvä varmistaa. Tällä tarkoitetaan sitä, että yrityksellä on kykyä selviytyä maksuistaan kaikissa tilanteissa. Maksuvalmius riittää silloin, kun yrityksen pankkitilillä on varoja tiedossa olevista ja mahdollisista yllättävistä tulevista maksuista selviytymiseen asti. Jos maksuvalmius on heikko, yllättävät menot tai tulojen puuttuminen tai pieneminen voivat johtaa yrityksen maksuvalmiuskriisiin. Tästä voi pahimmillaan seurata yritykselle konkurssi. (Yrittäjä 2013.)

5.3 Lainsäädäntö

Yrittäjällä on monenlaisia asioita huomioitavana lainsäädännöstä yritystä perustaessaan. Esimerkiksi arvonlisäverolaki, muut verolait, työlainsäädäntö ja työehtosopimukset pitää ottaa tarkasti huomioon ja lakien ja sopimusten määräyksiä on noudatettava.

Arvonlisävero on kulutusvero jonka yritys, joka myy tuotetta tai palvelua, on sisällyttänyt myyntihintaan. Yrittäjä voi vähentää arvonlisäveron ostaessaan tuotetta tai palvelua toiselta yritykseltä. Toki tämä edellyttää sitä, että tavaraa tai palvelua käytetään arvonlisäverollisessa liiketoiminnassa. Esimerkiksi jos yrittäjä ostaa kyniä yritykselleen toiselta yritykseltä, ostava yrittäjä voi vähentää arvonlisäveron, koska kynät menevät yrittäjän oman yrityksen käyttöön toimistotyövälineiksi. (Holopainen 2016, 100.)

Tavaran tai palvelun myynnissä myyjä on velvollinen maksamaan arvonlisäveron. Ostaja sen sijaan suorittaa veron, kun myyjänä on ulkomaalainen, jos myyjällä ei ole Suomessa kiinteää toimipaikkaa. Maahantuojana on velvollinen suorittamaan tavaran maahantuonnista veroa. (Holopainen 2016, 109.)

Suomessa myytävään rakentamispalveluun tai työvoiman vuokraukseen rakentamispalvelua varten sovelletaan käännettyä arvonlisäverovelvollisuutta. Samoin käännettyä verovelvollisuutta sovelletaan yritysten välisen rautaromun ja -jätteen kaupassa. Käännetty arvonlisäverovelvollisuus tarkoittaa, että tavaran tai palvelun myynnistä verovelvollinen on ostaja. (Holopainen 2016, 109.)

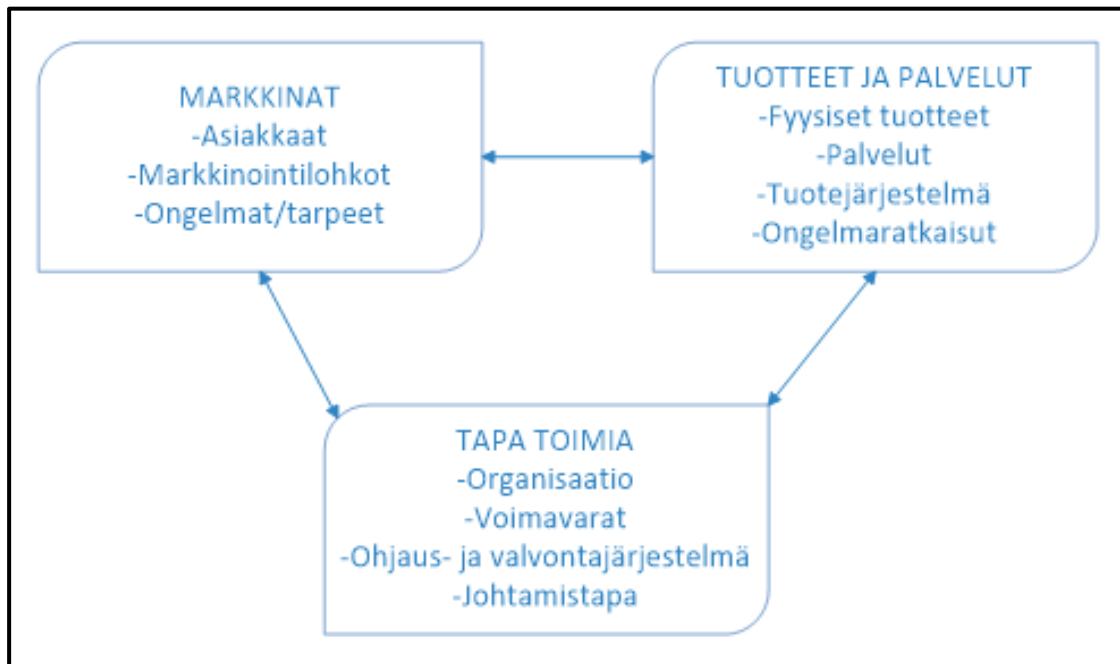
Työlainsäädäntöön kuuluvat mm. työsopimuslaki, työaikalaki, vuosilomalaki, yhdenvertaisuuslaki, laki yksityisyyden suojasta työelämässä, työehtosopimuslaki, vuorotteluvapaalaki, opintovapaalaki, palkkaturvalaki sekä henkilöstön osallistumisjärjestelmiä eli yhteistoimintaa yrityksissä, hallintoedustusta ja henkilöstörahastoa koskeva lainsäädäntö. (Holopainen 2016, 154.)

Työehtosopimus on työnantajan ja työntekijäjärjestön tai työnantajien järjestön välinen sopimus alakohtaisista työehdoista. Ehtoihin kuuluvat työajat, lomat, palkat ja muut edut, joita sopimuksen soveltamisalalla noudatetaan. Työehtosopimukset voivat olla joko normaalisito-

via tai yleissitovia. Yleissitovasopimus koskee myös järjestäytymätöntä työnantajaa. Normaalisitovat työehtosopimukset velvoittavat niitä osapuolia, jotka ovat allekirjoittaneet sopimuksen tai jotka kuuluvat järjestöön, joka on solminut työehtosopimuksen. (Yritys-Suomi 2016 a.)

6 ENNEN YRITYKSEN PERUSTAMISTA

Ennen yrityksen perustamista on oltava liiketoimintasuunnitelma tehtynä ja valmiina. Tätä on jo käsitelty aiemmin, ja nyt syvennyn yrityksen perustamistoimiin. Yritys tarvitsee myös muodon, missä toimia. (Yrittäjä 2013.)



KUVIO 8. Yrityksen perustaminen (mukaillen Holopainen 2016, 12)

Yllä esitetystä kuviosta (KUVIO 8) nähdään, miten erilaiset asiat vaikuttavat yrityksen perustamiseen. Markkinat ohjaavat yritystä asiakkaiden ja tarpeiden avulla. Usein asiakkaita löytyy, mutta heidän tarpeisiinsa ei pystytä vastaamaan riittävästi. Kun markkinoilla ei ole tarjontaa kysyntään, hyvin perustetulla yrityksellä on asiakkaita valmiina. Tuotteilla ja palveluilla halutaan täyttää markkinoiden tarpeita. Tuotteilla myös luodaan yrityksiä. Yrityksen imago ja brändi tulevat myös siitä, miten asiakkaat kokevat yrityksen tuotteet ja palvelut. Tämä tietyllä tavalla ohjaa yritystä.

6.1 Yritysmuodot

Yritystoimintaa voidaan harjoittaa useassa juridisessa yritysmuodossa. Yritystä perustettaessa on syytä harkita tarkoin, mikä yritysmuoto on kulloinkin sopivin ja tarkoituksenmukaisin. (Holopainen 2016, 21.)

Yksityinen elinkeinonharjoittaja (niin sanottu toiminimi) ei varsinaisesti ole yhtiömuoto. Se tarkoittaa pikemminkin sitä, että henkilö harjoittaa yritystoimintaa luonnollisena henkilönä, omissa nimissään. Kirjanpitolaki velvoittaa kuitenkin pitämään yritystoimintaan kuuluvat menot ja tulot sekä omaisuuden ja velat erillään omistajan yksityistaloudesta. Toiminimen perustaminen on yksinkertaista. Kun yrittäjä päättää aloittaa yritystoiminnan, toiminimi on olemassa heti ilmoituksen tekemisestä alkaen. Laki ei aseta toiminimelle mitään vähimmäispääomavaatimusta. Myös vaadittava paperityö on vähäistä toiminimeä perustettaessa. Pelkkä aloittamisilmoitus verottajalle ja kaupparekisteriin riittää. (Yrittäjä 2013.)

Avoin yhtiö vaatii vähintään kaksi yhtiömiestä (perustajaa). Avoin yhtiö on yhtiökumppaneiden yhteinen yritys, jossa osakkaat pystyvät toimimaan yhtiön puolesta ja päättämään sen asioista. Osakkaat voivat olla luonnollisia henkilöitä tai yrityksiä ja yhteisöjä eli oikeushenkilöitä. Avoin yhtiö syntyy perustajaosakkaiden keskinäisellä yhtiösopimuksella. Alkupääoman voi rahoittaa esimerkiksi ottamalla yhtiön nimiin lainan, sillä laki ei velvoita osakkaita sijoittamaan yritykseen pääomaa, vaan pelkkä työpanos riittää. (Yrittäjä 2013.)

Yhden perustajan yrityksen on yksinkertaisinta toimia yksityisenä elinkeinonharjoittajana. Haluttaessa rajoittaa taloudellista vastuuta voidaan valita yritysmuoto, jossa ei ole varsinaista minimipääomaa ja yksikin perustaja riittää eli yritysmuodoksi valitaan osuuskunta. Kommandiittiyhtiö ja avoinyhtiö, joita myös henkilöyhtiöiksi sanotaan, vaativat vähintään kaksi yhtiömiestä. Jos yritystä on perustamassa suurempi joukko, ovat vaihtoehtoina osakeyhtiö ja osuuskunta. (Holopainen 2006, 187.)

6.2 Perustamistoimet

Yrityksen tai yhteisön perustamisesta on ilmoitettava Patentti- ja rekisterihallituksen eli PRH:n kaupparekisteriin tai säätiörekisteriin sekä Verohallinnon arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin ja työnantajarekisteriin. (Yrittäjät 2016 b.)

Yritys tarvitsee myös pankkitilin muun muassa osakepääoman maksuun, kirjanpidon tueksi ja maksutapahtumien käsittelyyn. Pankkitili voidaan avata rekisteröidylle yritykselle, mutta tietyissä tilanteissa tili tarvitaan jo ennen kuin yritys on rekisteröity kaupparekisteriin. (Yrittäjät 2016 b.)

6.3 Perustamisasiakirjat

Yksityinen elinkeinonharjoittaja:

Yksityinen elinkeinonharjoittaja toimii itsekseen, joten hänen ei tarvitse laatia minkäänlaisia sopimusasiakirjoja, ainoastaan perustamisilmoitus.

Avoim yhtiö:

Avoimen yhtiön yhtiösopimukselta edellytetään kaupparekisteriä varten ainakin seuraavien asioiden määrittelemistä:

1. yhtiön toiminimi
2. kunta, josta yhtiön toimintaa johdetaan
3. yhtiön toimiala
4. yhtiömiehet

Kommandiittiyhtiö:

Kommandiittiyhtiön yhtiösopimukselta edellytetään kaupparekisteriä varten ainakin seuraavien asioiden määrittelemistä:

1. yhtiön toiminimi
2. kunta, josta yhtiön toimintaa johdetaan
3. yhtiön toimiala
4. yhtiömiehet: eritellään, ketkä ovat vastuunalaisia yhtiömiehiä ja ketkä äänettömiä yhtiömiehiä
5. äänettömän yhtiömiehen rahapanoksen määrä euroissa

Osakeyhtiö:

Osakeyhtiön perustamissopimuksessa on aina mainittava:

1. sopimuksen päivämäärä
2. kaikki osakkeenomistajat ja kunkin merkitsemät osakkeet
3. osakkeesta yhtiölle maksettava määrä
4. osakkeen maksuaika
5. yhtiön hallituksen jäsenet

Perustamissopimuksessa on tarvittaessa mainittava toimitusjohtaja ja hallituksen jäsenet sekä tilintarkastajat. Perustamissopimuksessa voidaan myös nimetä hallituksen ja hallinto-neuvoston puheenjohtaja. Perustamissopimukseen on lisäksi otettava tai siihen on liitettävä yhtiöjärjestys, joka voi nykyisen osakeyhtiölain mukaan olla varsin lyhyt.

Yhtiöjärjestyksessä tulee aina mainita:

1. toiminimi
2. kotipaikkana oleva Suomen kunta
3. toimiala

Osuuskunta:

Osuuskuntalain mukaan osuuskunnan säännöissä on mainittava vähintään

1. osuuskunnan toiminimi, ja jos sitä aiotaan käyttää kaksi- tai useampikielisenä, jokainen toiminimen ilmaisu
2. osuuskunnan kotipaikkana oleva Suomen kunta
3. osuuskunnan toimiala

Sääntöjen lisäksi osuuskunnan perustajat laativat osuuskunnan perustamiskirjan, joka on päivittävä ja perustajien allekirjoitettava. Perustamissopimuksessa on lain mukaan aina mainittava:

1. perustamissopimuksen päivämäärä
2. kaikki perustajajäsenet ja kunkin merkitsemät osuudet
3. osuudesta osuuskunnalle maksettava määrä (merkintähinta)
4. osuuden maksuaika
5. osuuskunnan hallituksen jäsenet

Lisäksi tietyin edellytyksin perustamissopimuksessa on mainittava:

1. osuuskunnan säännöt
2. määräys tilikaudesta, ellei siitä ole mainintaa säännöissä
3. osuuskunnan toimitusjohtaja, hallintoneuvoston jäsenet, tilintarkastajat ja toiminnantarkastajat, jos osuuskunnassa on tällainen elin
4. Lisäksi osakkeista ja niiden merkitsijöistä on mainittava kohdissa 1—5 tarkoitetut tiedot, jos annetaan myös osakkeita.
5. Perustamissopimuksessa voidaan nimetä hallituksen ja hallintoneuvoston puheenjohtaja. (Yritys-Suomi 2016 c.)

6.4 Pakolliset vakuutukset

Työnantajalla on lakisääteinen velvollisuus vakuuttaa työntekijänsä tapaturmavakuutuksella työtapaturmien ja ammattitautien varalle. Mikäli kalenterivuoden aikana teetettyjä työpäiviä on yli 12, työnantaja on velvollinen ottamaan vakuutuksen. Lakisääteinen tapaturmavakuutus voidaan ottaa joko omavastuisena tai ilman omavastuuosuutta. Omavastuullisessa vakuutuksessa työnantaja maksaa tapaturmavakuutuslaissa määrätyn omavastuuosuuden jokaisesta työtapaturmasta ja ammattitaudista. (Holopainen 2006, 289.)

Yrittäjän tulee ottaa itselleen yrittäjän eläkevakuutus eli niin sanottu YEL-vakuutus viimeistään puolen vuoden kuluessa yrittäjätoiminnan aloittamisesta (Holopainen 2006, 243). Vakuuttamisen piiriin kuuluu vähintään neljä kuukautta kestänyt yrittäjätoiminta. Myös sivutoimisen yrittäjän, jonka työtulot ovat vähintään 7 557,18 euroa, tulee ottaa YEL-vakuutus. Vakuutusmaksu maksetaan 1, 2, 3, 4, 6 tai 12 kertaa vuodessa. Pelkkä yrityksen omistaminen ei riitä yrittäjäeläkkeen perusteeksi, vaan eläkevakuutus edellyttää työntekoa yrittäjänä. Myös omistussuhde ja erilaiset yhtiömuodot vaikuttavat siihen, täytyykö yrittäjän ottaa YEL- vai TyEL-vakuutus eli työntekijän eläkevakuutus. (Holopainen 2007.)

Jos yrityksellä on työntekijöitä, yrittäjä vakuuttaa myös heidät. Yrittäjän pitää ottaa lakisääteinen työtapaturma- ja ammattitautivakuutus sekä ryhmähenkivakuutus ennen töiden aloittamista, jos palkka-arvio on yli 1 200 €/kalenterivuosi. Myös TyEL-vakuutus on otettava työntekijän palkanmaksua seuraavan kuukauden aikana. On myös haettava työttömyysvakuutusmaksujen ennakonmääräämistä työttömyysvakuutusrahastolta, jos maksettavia palkkoja on yli 1 200 euroa kalenterivuodessa. (Holopainen 2017.)

Yrittäjä voi myös ottaa vapaaehtoisia vakuutuksia. Tällaisia ovat muun muassa yrittäjän vapaaehtoinen työajan vakuutus (tapaturmavakuutus), keskeytysvakuutus, vastuuvakuutus ja oikeusturvavakuutus. Keskeytysvakuutus turvaa liiketoiminnan keskeytymisestä aiheutuvaa tulojen menetystä. Vastuuvakuutus korvaa tietyin edellytyksin toiselle aiheutuneen vahingon sekä vahingon selvittelyn ja mahdolliset oikeudenkäyntikulut. Oikeusturvavakuutus korvaa asianajo- ja oikeudenkäyntikuluja, jotka voivat johtua esimerkiksi toimitus-, kauppa- tai urakasopimuksesta. Tietyillä toimialoilla toimiville yrittäjille on säädetty velvoitteita ottaa muitakin vakuutuksia. Näitä ovat liikennevakuutus, potilasvakuutus ja ympäristövakuutus. (Holopainen 2017.)

Yrittäjien työttömyyskassan jäseneksi voi liittyä vakituisesti Suomessa asuva yrittäjä, jolla on vähintään 12 564 euron vuosituloon perustuva lakisääteinen eläkevakuutus, joko YEL, MYEL tai TyEL. (Holopainen 2017.)

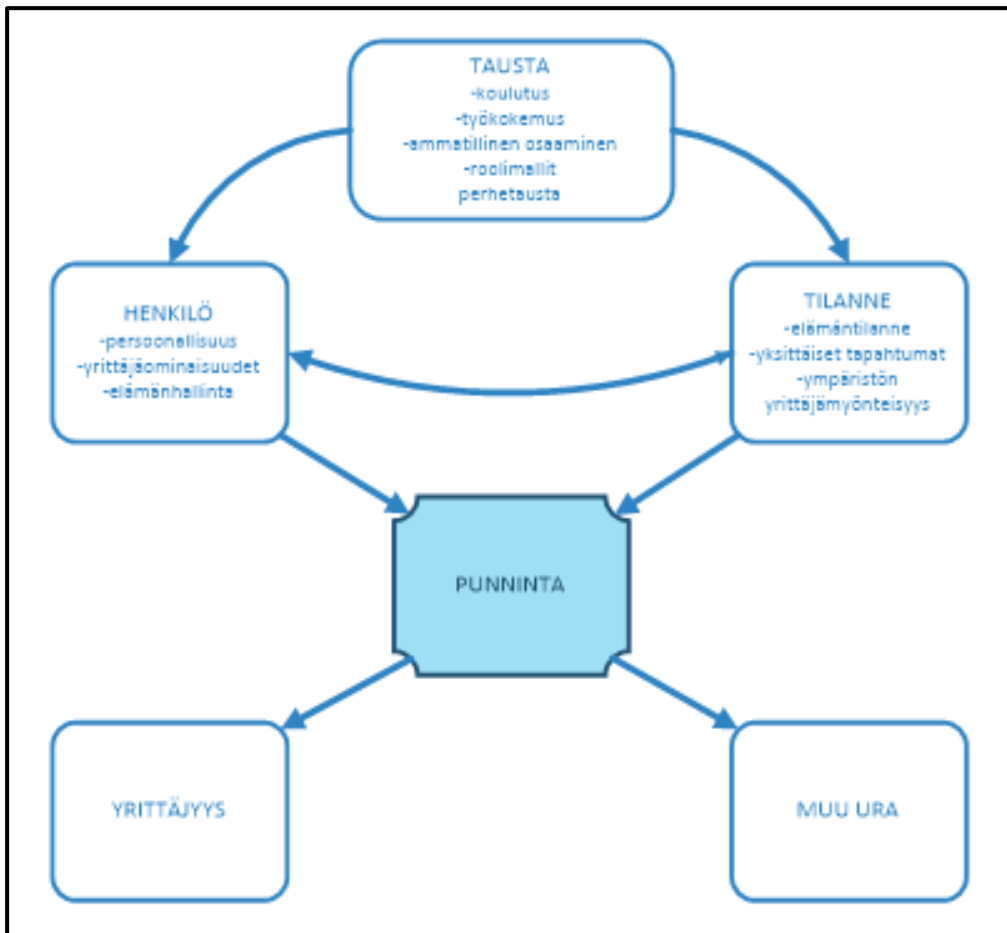
7 YRITTÄJÄSTÄ HENKILÖNÄ

Yrittäjä on persoona, joka uskaltaa kokeilla asioita siinäkin pelossa, että jokin epäonnistuu. Hän jopa odottaa sitä, että jokin epäonnistuu, koska vain virheistä voi oppia jotain mitä kehittää. Yrittäjyys on jatkuvaa kehittämistä ja kehittymistä. (Jylänki, 2014.)

Yrittäjä tietää, ettei tekeminen lopu kesken, ja itseään on jaksettava haastaa ja kehittää koko ajan eteenpäin. Lisäksi on pysyttävä ajan hermolla. Yrittäjät ovat hyviä verkostoitumaan ja löytämään samanhenkisiä ihmisiä. Jos näin ei olisi, yrityksen olisi vaikea solmia yhteyksiä ja yrittäjän olisi vaikea saada kumppaneita. Yrittäjän on myös luovittava erilaisista kriiseistä toiseen ja osattava luoda ratkaisuja ongelmiin, joita hän ei aikaisemmin ole vielä kohdannut. (Jylänki, 2014.)

7.1 Yrittämistä voi kokeilla

Yrittämistä voi kokeilla ja yrittäjäksi ryhtyminen ei tarkoita, että siihen sitoutuisi loppuelämäksi. Jos miettii yrittäjyyttä, on hyvä tutkia itseään hieman tarkemmin. Millainen ihminen on ja millainen olisi yrittäjänä? Entä löytyykö halua olla luova, ratkaisuhakuinen, ja millaisen koulutuksen on saanut? Seuraava kuvio (KUVIO 9) auttaa hahmottamaan, mitä yrittäjyydeltä vaaditaan, ja yrittäjyyttä harkitseva voi punnita niitä itsessään. Tämä ei kuitenkaan tarkoittaa sitä, etteikö ihmisestä olisi yrittäjäksi, vaikka kaikkia yrittäjämäisiä ominaisuuksia ei olisikaan.



KUVIO 9. Yrittäjäksi ryhtyminen (mukaillen Raatikainen 2011, 22)

Yllä olevasta kuviosta (KUVIO 9) nähdään, kuinka yrittäminen lähtee liikkeelle henkilön taustoista. Kokemus ja tekeminen vaikuttavat siihen, minne suuntaudutaan. Henkilö itse vaikuttaa siihen, onko hän kiinnostunut yrittäjyydestä, ja myös tilannetekijät synnyttävät ajatuksen siitä, voisiko olla mahdollisuus yrittäjyyteen. Puntaroinnin jälkeen joko päädytään ratkaisuun lähteä kokeilemaan yrittäjyyttä tai valitaan toinen ura.

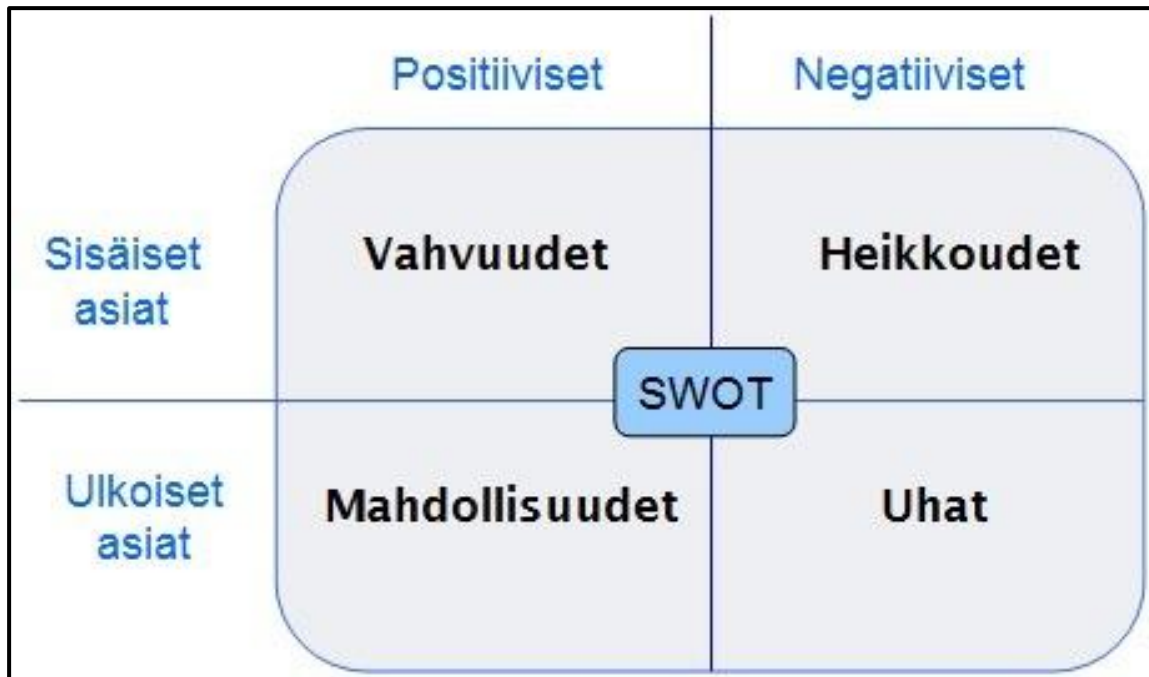
7.2 Miten voi arvioida omia yrittäjäominaisuuksiaan?

Omia ominaisuuksiaan yrittäjänä voi arvioida. On vain kysyttävä itseltään rehellisesti kysymyksiä ja vastattava niihin rehellisesti. Seuraavana on lista asioita, joita voi kysyä itseltään ja vastata, onko luonteeltaan esimerkiksi hyvinkin luova vai ei ollenkaan luova.

- luovuus
- pitkäjänteisyys
- kyky tulla toimeen ihmisten kanssa
- suoritustarve
- itseluottamus
- luotettavuus ja uskottavuus
- suunnitelmallisuus ja tavoitteellisuus
- nöyryys
- tiedon ja kehittymisen halu
- paineensietokyky
- järjestelmällisyys
- kyky ottaa riskejä ja sietää epävarmuutta (Yritystoiminta 2017.)

Yllä oleva lista on laadittu ajatuksella, että kukin voisi pohtia itseään yrittäjänä. Jos suurimpaan osaan ajatuksista vastataan myöntävästi, niin hyvin suurella todennäköisyydellä henkilöllä on luontaista viettiä yrittäjyyteen. Tämä ei tietenkään tarkoita sitä, etteikö yrittäjä voisi olla, vaikka vastaisikin kaikkiin kieltävästi. Nämä edellä mainitut piirteet ovat yrittäjille yhteisiä piirteitä ja ne kuvastavat yrittäjyyttä ja yrittäjän luonnetta. (Yritystoiminta 2017.)

Yrittäjänä toimiminen on pitkälinjaista toimintaa ja se vaatii yrittäjältä paljon. Siinä myös oppii tunnistamaan itsestään uusia puolia ja löytämään heikkouksia ja vahvuuksia. Heikkouksia ei saa pelätä, sillä niitä on jokaisella, myös parhaimmilla yrittäjillä. Siksi yrittäjän onkin hyvä tehdä SWOT-analyysi itsestään ja myös hyödyntää sitä. Se kertoo yrittäjästä ja auttaa löytämään heikkouksia ja vahvuuksia ja myös tuo esille ominaisuuksia, joita pitää kehittää ja parantaa. SWOT-analyysin voi tehdä myös yritykselle ja miettiä asioita yrityksen kannalta, mutta yrityksen alkuvaiheessa on hyvä tunnustella hieman myös itseään ja omia ominaisuuksiaan. (Yritystoiminta 2017.)



KUVIO 10. SWOT-analyysi (mukaillen Suomen Riskienhallinta ry 2017)

SWOT-analyysissä (KUVIO 10) käydään läpi vahvuudet (strengths), heikkoudet (weaknesses), mahdollisuudet (opportunities) ja uhat (threats). SWOT-analyysin tavoitteena on selvittää, miten vahvuuksia voidaan hyödyntää, miten heikkoudet saadaan vahvuuksiksi, miten tulevaisuuden mahdollisuuksia voidaan kehittää ja miten uhat voidaan välttää. Tästä saadaan tuloksena toimintasuunnitelma siitä, mitä millekin asialle pitää tehdä. (Meretniemi & Ylönen 2009, 122.)

7.3 Yrittäjän velvollisuudet

Yrittäjällä on monenlaisia velvollisuuksia. Hänen on yrityksen pyörittämisen ohella pidettävä mielessään monta asiaa, jotka yleensä vaikuttavat yrityksen toimintaan. Ensimmäisenä hän on keulakuva. Yrittäjän on esiinnyttävä aina johtajana ja hänen on noudatettava erilaisia johtajuuteen sopivia periaatteita. Jos johtaja olisi samanlainen kuin muut työntekijät, ei häntä todennäköisesti arvostettaisi johtajana. Toki läheisyys esimiehen ja alaisten välillä voi olla myös hyvä johtamisen keino. (Yrittäjät 2016 c.)

Tästä pääsemmekin siihen, että yrittäjän on huolehdittava alaisistaan. Työterveyshuolto on jokaisen työntekijän oikeus. Yrittäjän on vastattava ja huolehdittava siitä, että työterveyspalvelut ovat kaikkien käytössä ja tavoitettavissa. Yrittäjä on velvollinen noudattamaan lakia ja tekemään työpaikasta turvallisen, mutta myöskin velvollinen perehdyttämään työntekijät työpaikalla ja antamaan ohjeistuksen työturvallisuudesta. (Yrittäjät 2016 c.)

Yrittäjän on huolehdittava myös yhteiskunnallisista velvollisuuksista. Verot ja muut julkiset maksut on maksettava ajallaan. Myös ympäristölainsäädäntöä on noudatettava. Yrittäjän on oltava lainkuuliainen ja erilaisia lakeja noudattava henkilö. (Yrittäjät 2016 c.)

Yrittäjän on myös hyvä laittaa muistiin seuraavat päivät. Kuukauden 12. päivä verohallinnolle pitää yrittäjän ilmoittaa ja maksaa arvonlisävero, palkkojen ennakonpidätykset ja sairausvakuutusmaksut. 20. päivä maksetaan vakuutusyhtiölle TyEL- ja YEL-maksut sekä muut vakuutusmaksut. 23. päivä maksetaan verohallinnolle yrityksen ennakkovero. (Holopainen 2017.)

8 CASE FITVERSTAS

Seuraavassa tulen käymään läpi yritystoiminnan erilaisia kompastuskiviä. Esimerkkiyrityksenä käyn läpi Fitverstasta ja sen perustajan Emmi Salon toimintaa. Haastattelin 20.10.2016 Emmiä tähän opinnäytetyöhön kertomaan yrittäjyydestä ja siitä mitä kaikkea hän on kokenut yrittäjänä ollessaan. Tämän luvun loppupuolella on lista asioista, jotka ovat kompastuskiviä yrityksen perustamisessa.

8.1 Fitverstas

Fitverstas on liikunta- ja ravitsemusalan palveluita tarjoava yritys. Palveluihin kuuluvat personal training -palvelut, kuntosali- ja ravitsemusohjelmat sekä -analyysit, kuntotestien ja -mittauksien järjestäminen, tyky- ja virkistytymispäivät sekä ryhmäliikuntaohjaus. Yritys tarjoaa laadukkaita juuri asiakkaan tarpeiden mukaan räätälöityjä palveluita ammattitaidolla ja energisellä otteella. Fitverstaalla on myös Suomen laajin nettivalmennusvalikoima. Fitverstas tarjoaa valmiita treeniohjelmapaketteja niin kuntosalille, kotioloihin kuin erilaisiin treeni- muotoihin. Valikoimasta löytyy myös ravinto-ohjelmia ja monia muita liikuntaan ja hyvinvointiin liittyviä ohjelmia. Pääasiallinen toiminta on kuitenkin personal training -palvelut. Tällöin yksilölle laaditaan hänen mukaisensa ohjelmapaketti harjoitteineen, ruokavalioineen ja seurantoineen kaikkineen. Lisäksi tähän kuuluvat personal trainerin kanssa tehtävät harjoitteet, alku- ja loppuraportit sekä tuloksellinen seuranta. Fitverstaalla on myös laaja yhteystyökumppaniverkosto, johon kuuluvat muun muassa Nutri Works, Aminopörssi, Foamroller, Spartan Gear, FlipBelt, Baseativa Suomi ja Intersport.

Tekemäni haastattelun kysymykset antavat kuvaa siitä, minkälainen oli yrityksen alkutai-pale. Kysymyksien tarkoituksena ei ole tehdä syväluotaavaa analyysiä, vaan niiden tarkoi-tuksena on pysyä perusasioissa ja keskittyä niihin asioihin, jotka ovat tärkeimpiä asioita yri-tyksen perustamisessa. Kysymyksillä haluan tuoda esiin, että kaikilla yrityksillä on alussa haasteita ja ne haasteet voidaan ylittää. Myös Fitverstaalla on ollut omat haasteensa alussa, mutta niistä on selvitty ja yritys on kasvanut jatkuvasti isommaksi. Esimerkiksi lokakuussa 2016 kahden viikon aikana Fitverstaalle oli tullut yli 400 uutta asiakasta. Tämä on huikea määrä yritykselle, joka on vasta toimintansa alkutai-paleella. Samanlaista kasvua odotetaan

olevan luvassa jatkossakin, ja tämä kertoo siitä, että haasteita ei saa pelätä ja on jatkettava yrittämistä.

8.2 Haastattelu

Haastattelun toteutin 20.10.2016 paikallisessa kahvilassa Kokkolassa. Haastatteluun osallistuin itse haastattelijana ja Emmi Salo haastateltavana. Haastattelu käytiin suullisesti ja vapaamuotoisesti keskustelemalla yrittäjyydestä ja yrityksen perustamisesta. Haastattelun runkona toimivat ennakkoon laatimani kysymykset (LIITE 1), joita käsittelen seuraavaksi.

Ensimmäisenä kysymyksenä oli, mistä ajatus lähti yrittäjyyteen. Tähän Emmi oli saanut ajatuksen blogista, jossa oli kysely neuvoa ja apua ongelmiin. Emmillä oli siis valmis ratkaisu tarjota asiakkaille, jotka itse loivat markkinat kyselemällä. Tämä herätti mielenkiinnon ja ajatuksen yrittäjyydestä Emmissä, joka näki tilaisuuden yrittäjyydelle.

Yrittäminen nähdään usein riskinä ja takaraivossa ihmisillä yleensä on ajatus, että mitä jos tämä ei kuitenkaan toimi. Tulee mieleen, että mitä jos tämä idea onkin ”tuhoon tuomittu” ja ”en voi tässä onnistua.” Yrittäjän on alkutaipaleella tehtävä selväksi itselleen, että on pakko yrittää ja katsoa mihin se riittää, ilman pelkoa, että työ olisi tuhoon tuomittu jo syntyessään. Tähän yrittäjä ei saa kompastua, vaan on kokeiltava hullujakin ideoita! Kuka esimerkiksi olisi uskonut 1970-luvulla, että tupakka-askin kokoisessa rasiassa voisi olla tehokkaampi tietokone kuin yksikään tietokone, jonka avustuksella ihminen on saatu kuuhun. Teknologia on kehittynyt ja niin pitää ihmisenkin.

Toisena kysymyksenä oli, millaisia haasteita on ollut yrityksen perustamisessa. Tähän Emmi vastasi, että talous on ollut suurimpana ongelmana. Varsinkin alussa raha on tiukassa ja ilman starttirahaa ei yritys välttämättä olisi lähtenyt liikkeelle. Tämä on yleinen ongelma monella yrityksellä alkuvaiheessa. Pienellä budjetilla on lähdettävä liikkeelle ja saatava rakennettua yritys siihen kuntoon ja tilaan, että se tuottaa tulosta ja rahaa. Vasta tällöin päästään tekemään visiota todeksi ja laajentamaan yritys siihen tilaan, jota on toivottu. Alkuvaiheen rahoitus onkin tärkeä osa yritystä ja sitä ei pidä aliarvioida. On myös hyvä, että yrityksellä on painetta parantaa taloutta, koska alun rahoitus ei kestä ikuisesti. On kuitenkin hyvä huo-

mioida rahoituksen riittävyys, että yritys pääsee toimintaan kunnolla. Liian suurella summalla liikkeelle lähtiessä voi unohtaa tärkeän asian, nimittäin tulon hankkimisen. Tyydytään siihen, että kassassa on vielä rahaa ja ei huomata sitä, että yritys tekee tappiota, eikä muuta rahoitusta ole kuin alkupääoma.

Kolmantena kysymyksenä oli, miten alun markkinointi saatiin tehtyä. Emmi mukaan blogi toimi oivallisena välineenä Fitverstaalla alkutaipaleen markkinointiväylänä. Blogi sai alkunsa siitä, että Emmi jakoi sitä kautta tietouttaan, kokemuksiaan ja ajatuksiaan harjoituksista ja ruokavinkeistä. Sieltä tuli myös paljon valmiita asiakkaita. Ei tarvinnut erikseen miettiä, miten löytäisi asiakkaat ja miten saisi mainostettua uutta yritystä. Asiakaskunta oli jo valmiina ”tarjottimella.” Enää tarvittiin vain tuotteet ja palvelut, joita voitaisiin tarjota. Myös taloudellisesti blogi on ollut erinomainen markkinointiväylä. Toki se on vaatinut aikaa ylläpidon ja muun kanssa, mutta se on toisaalta ollut edullisempi keino kuin esimerkiksi lehtimainonta. Yrittäjä voi kompastua siihen, että alussa valikoima on liian laaja tai liian suppea. On hyvä kuulostella tilannetta ja katsoa tulevaisuuteen, mitä tarjota ja millä kapasiteetilla. ”Soitellen sotaan” ei kannata lähteä. Valikoiman laajuus voi kostautua yrittäjälle siten, että ei olekaan resursseja pitää kaikkea tarjonnassa ja menekki ei olekaan odotetun kaltaista. Tällöin yritys toimii tappiolla ja se joutuu myymään ylijäämää polkuhintaan, että saisi omansa takaisin. Myöskään liian suppeasti ei kannata tarjota, sillä yritystä voidaan tällöin pitää kilpailijoihin verrattuna heikkona. Vaikka yritys ei sitä olisikaan, tunteilla on tärkeä merkitys asiakkaiden päätöksenteossa, ja ne määrittelevät paljon sitä, mitä halutaan ostaa ja keneltä. Tähän rakoon esimerkiksi Apple on iskenyt. Hinnat ovat korkeammat kuin muilla ja myös tarjonta on osin suppeampaa muihin verrattuna. Kuitenkin Apple on onnistunut rakentamaan hyvän ja laadukkaan imagon brändin taakse.

Neljäntenä kysymyksenä oli, olisiko alussa tarvinnut apua tai tukea. Tähän Emmi vastasi, että talouden kanssa oli alussa ”painimista.” Siihen olisi ollut hyvä saada apua, että ei olisi niin paljoa tarvinnut käyttää aikaa ja resursseja siihen. Myös etukäteen suunnittelu ja muille töiden jakaminen ovat asioita, joita Emmi piti asioina, joita olisi huomioitava yritystä perustaessa. Talousasiat eivät ole aina selkeitä varsinkaan alkutaipaleella, jolloin on paljon asioita mietittävänä ja tehtävänä, ja kaikki on uutta. Etukäteen suunnittelu auttaa paljon, sillä se auttaa valmistautumaan tulevaan. Se, myös kertoo yrittäjälle itselleen, missä ollaan menossa nyt, ja mitä tulevaisuutta varten pitää ottaa huomioon. Näin pysytään niin sanotusti ajan hermolla koko ajan. Työtä ei kuitenkaan kannata ottaa liikaa itselleen. Työtä on hyvä

jakaa muille joko yhtiökumppanille tai vaikka työntekijälle. Tämä antaa voimavaroja itse yrittäjälle keskittyä yrityksen suurimpiin kysymyksiin, kun taas helpompia ja pienempiä asioita hoitavat muut tahot. Näin myös yrittäjä itse jaksaa pidempään ja on innokkaampi uusia asioita kohtaan.

Viidentenä kysymyksenä kysyttiin, millä tavalla kilpailijat vaikuttivat alkutaipaleeseen. Emmi itse kertoi, että ei niinkään välittänyt kilpailijoista ja oli hieman välinpitämätön sen suhteen, koska luottoa omaan konseptiin ja tuotteisiin oli niin paljon. Tämän todisti kysyntä, jota oli jo ennen kuin yritys oli valmiina. Itse näen, että tässä tilanteessa siitä ei ole ollut harmia, että kilpailijoita ei huomioitu alussa. Markkinat olivat hyvät ja valmiit, mutta jos olisi ollut toinen yhtä vahva kilpailija markkinoilla samaan aikaan, tilanne olisi voinut olla toinen. Kilpailijoita on hyvä kartoittaa ja ottaa huomioon, miten itse vaikuttaa markkinoilla. Asiakkaat ovat ratkaisevassa asemassa siinä, mikä yritys kannattaa ja mikä ei. Kilpailijoita ei kannata aliarvioida vaan niitä kannattaa tutkia ja pitää itsensä aina tietoisena siitä, että joku toinen saattaa pitää sinua uhkana omalle yritykselleen.

Ilman myyntiä yrityksen on mahdotonta toimia pitkällä aikavälillä. Tulorahoituksen tärkeyttä ei voida unohtaa ja olla painottamatta tarpeeksi. Fitverstaalla ei ollut ongelmaa alussa asiakkaista ja siitä, etteikö tuloa olisi ollut. Asiakkaita riitti ja talous pysyi vakaana. Fitverstas sai näyttöä siitä, että yritys on kilpailukykyinen kovilla markkinoilla ja potentiaalia laajenemiseen myös löytyy.

Kuudentena kysymyksenä oli, millaiset tulevaisuuden näkymät Fitverstaalla on? Emmi vastasi, että positiiviset ja hyvät. Kasvua näkyy ja laajentamista ulkomaille on mietitty. Fitverstas on ollut todella lennokas alkutaipaleellaan ja jatkaa vieläkin kasvuaan. Ihmisiä kiinnostavat terveelliset elämäntavat ja fitnessbuumi ei ainakaan vielä näytä hiipumista. Laajentaminen ulkomaille olisi myös uusi askel eteenpäin yritykselle. On tärkeää huomioida, miten yritystoiminnan saa pyörimään useammassa maassa ja on opeteltava tutkimaan ennakkoon tulevaisuutta ja miettimään, miten toimia missäkin tilanteessa tulevaisuudessa.

Seitsemäntenä kysymyksenä oli, paljonko yritystoiminta on työllistänyt Emmiä ja muita henkilöitä. Emmin mukaan työtä on paljon ja tulee olemaan paljon. Päivääkään ei voi ottaa töistä vapaaksi ilman, että työt jäisivät jälkeen. Toimintaa ei myöskään voi ajatella päivätyönä vaan harrastuksena, jonka parissa viihtyy vuorokaudet ympäriinsä. ”Persoona ratkaisee tässä

hommassa ja pitää olla halua tehdä, kehittyä ja haastaa itseään.” Kuten aikaisemmin mainitsinkin, Fitverstas osoittautui potentiaalisesti mahdollisuudeksi ja se oli valmis haastamaan muita fitness-alan yrityksiä. Työtä alkoi kasaantua Emmille ja auttavat kädet olivat tarpeen. Oli pakko laajentaa ja palkata apuvoimia ja työväkeä. Fitverstas toimii franchising-periaatteella eli Fitverstas tarjoaa valmiit tuotteet, konseptin ja palvelut yrittäjälle. Yrittäjän harteille jää ”vain” myynnin tekeminen. Emmi saikin nopeasti innokkaita uusia yrittäjiä ja myös itselleen ”oikean käden.” Kasvua ei pelätty ja uskallettiin lähteä tuntematonta kohti.

Kahdeksantena kysymyksenä oli, mitä olisit tehnyt toisin, jos se olisi mahdollista. Emmi haluaisi tehdä enemmän suunnitelmia, miettiä tulevaisuutta ja miettiä sitä kehen luottaa. Suunnitelmien tekeminen on tärkeää ja se tuo yritykselle tulosta pidemmällä tähtäimellä. Alussa suunnitelmien tekeminen vuosien päähän voi vaikuttaa turhalta ajankäytöltä, mutta suunnitelmat auttavat hahmottamaan yrityksen tilannetta ja antavat suuntaa siitä, mihin yritystä kannattaa viedä ajan kuluessa. Tämä auttaa myös havainnoimaan sitä, onko yritys mennyt toivottuun suuntaan ja toteutuvatko suunnitelmat. Yrityksen on tärkeää hahmottaa tulevaisuuden näkymiä ja tunnustella niitä jatkuvasti. On osattava huomioida kilpailijoiden liikkeitä, mutta myös sitä, mitä asiakkaat haluavat. Fitverstas oli tietoinen, mitä asiakkaat halusivat. Blogin kautta oli tullut yhteydenottoja Emmille ja suoria toiveita siitä, mitä halutaan ja tarvitaan. Kasvua kuitenkin tapahtui nopeasti eikä huomattu, kuinka tärkeää on myös tunnustella yrityksen sisällä, kuinka yritys itsessään pystyy vastaamaan kasvuun ja onko se valmiina siihen. Emmi sanookin, että jos voisi palata taaksepäin, hän hidastaisi tahtia ja katsoisi uudelleen asioita. Ei huomattu tarpeeksi ajoissa, että lisätty työvoima ja kasvava asiakasvirta eivät kohdanneetkaan, ja avuksi palkattu väki alkoikin painaa yritystä alaspäin ja uudet tuulet eivät ajaneetkaan yritystä toivottuun suuntaan.

Emmin oli pakko alkaa karsia Fitverstaan toimintaa ja selkeyttää sitä. Myös kriteereitä lisättiin ja alettiin pitää huolta siitä, ketkä pääsevät edustamaan Fitverstasta. Haluttiin luoda laadukasta kuvaa ja näyttää, että Fitverstas on asiantunteva ja asiakasta kuunteleva yritys. Alalla kilpailu on kovaa ja vaatii paljon. Ei auta levätä laakereilla ja tyytyä tähän hetkeen. Yrityksen ja yrittäjän on kehityttävä aina vain paremmaksi ja lisättävä tahtia, samalla tavalla kuin Fitverstas kehittää asiakastaan parempaan kuntoon.

8.3 Yrittäjän mahdolliset kompastuskivet

Seuraavaksi listaan hieman asioita, jotka näen tärkeiksi kohdiksi ja suurimmiksi kompastuskiviksi yrittäjän uran alkutaipaleella. Aiemmin on käyty läpi yrityksen perustamista ja Case-osuudessa kävin läpi miten tuore yrittäjä on kokenut yrityksen perustamisen. Näihin asioihin liittyen kokosin kyseisen listan asioista, mitkä voivat olla kompastuskiviä yrittäjälle.

Kassavirta:

Suurimpana ongelmana yrityksellä on saada kassavirta virtaamaan halutulla tavalla ja niin, että yritystoiminta on kannattavaa. Kuten aikaisemmin olen painottanut, on kassavirta yrityksen tärkein tulon lähde. Ilman kassavirtaa ei yrityksellä yleensä ole tulevaisuutta eikä se voi toimia pitkäjänteisesti.

Asiakkaat:

Yrityksellä ei yksinkertaisesti ole asiakkaita. Tämä voi johtua siitä, että yritystä ei ole markkinoitu tarpeeksi tai ei ollenkaan. Asiakkaat synnyttävät kassavirran.

Verot:

Muu toiminta on hyvää, mutta ennakko- ja arvonlisäverot jäävät maksamatta. Velkoja kerääntyy ja velkoja maksaessa kassasta loppuvat varat kesken ja jäädään verottajalle velkaa.

Ostaminen:

Vaikka yrityksen idea on myydä tuotetta tai palvelua, yritys joutuu myös ostamaan tuotteita tai palveluita. Kuitenkaan yritykset eivät välttämättä osaa ostaa ja kyseenalaistaa hintaa ja ostaa sitä oikeaa, vaan luotetaan sokeasti siihen, mitä tarjotaan ja ostetaan, mitä vastaan tulee. Aina kannattaa pyytää vähintään kaksi tarjousta, että syntyy kuva hinnoista.

Mielipide:

Ei tiedetä, mitä mieltä asiakkaat ovat ja mitä asiakkaat haluavat. Markkinatutkimusta ei välttämättä ole tehty, jotta osattaisiin vastata asiakkaiden toiveisiin.

Ei haluta/osata myydä:

Yrittäjä ei välttämättä itse halua myydä tuotettaan. Tämä on yllättävän yleistä. Yrittäjän pitää osata esitellä tuotteensa ja myydä se potentiaalisille asiakkaille niin, että asiakas ymmärtää mistä on kyse. Yrittäjä toivoo helposti, että joku muu tekisi hänen puolestaan myyntityön ja hän voisi itse keskittyä muuhun työhön. Fakta vain yleensä on, että ilman myyntiä ei ole tuloa ja ilman tuloa ei pian ole yritystä.

9 POHDINTA

Mielestäni suoritetusta esimerkkiyrityksen haastattelusta käy hyvin ilmi se, että yrityksen perustamisessa on omat haasteensa. Jokainen yritys ja jokaisen yrityksen taival on omanlaisensa, mutta yhteisiä piirteitä on kaikilla. Tärkeintä on, että yrittäjä itse huomaa nämä asiat.

Yrittäjän pitää tuntea toimiala, jolle hän yrityksen perustaa. Yrittäjän täytyy muistaa seurata alalla tapahtuvia muutoksia ja on trendejä ja pysyttävä mukana kehityksessä. Yrittäjän täytyy opiskella. Uutta on opittava ja kehitettävä itseään eteenpäin. Yrittäjyyttäkin voi opiskella ja yritysneuvonnan asiantuntijoiden apuun voi aina kääntyä.

Yritys voi toimia sellaisen tuotteen ja/tai palvelun varassa, jolle on olemassa riittävät markkinat. Yrittäjän onkin syytä tarkkailla markkinoita ja pitää yritys markkinoiden vauhdissa ja muutoksissa mukana ja olla valmiina vastaamaan markkinoiden muutoksiin. Imagosta on myös hyvä huolehtia ja pitää kiinni siitä. Jos taas imago ei ole paras mahdollinen, sitä kannattaa kehittää ja panostaa siihen huolella. Tämä maksaa itsensä takaisin myöhemmin.

Pelkkä markkinointi ei kuitenkaan riitä menestymiseen, vaan on myös osattava myydä. Ilman myyntiä ei yritys toimi pitkällä tähtäimellä. Yrittäjän on hyvä pyrkiä tekemään aloitteita ja pyrkiä vastaamaan asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin. Lisäksi yrittäjän on tehtävä työnsä aina niin kuin on sovittu asiakkaiden kanssa tai vielä paremmin. Tämä luo yritykselle positiivista kuvaa ja antaa myös asiakkaille tunteen siitä, että heistä välitetään aidosti ja he ovat ainutlaatuisia. Yrittäjän on hyvä myös kiinnittää huomiota parhaisiin asiakkaisiin. He välittävät hyvää sanomaa eteenpäin, samoin kuin myös mahdollista huonoa sanomaa.

Yrittäjän on huolehdittava velvoitteista, jotka laki määrää. Täytyy maksaa verot ja viranomaismaksut ajallaan ja antaa viranomaisilmoitukset ajoissa. Kun näitä tekee tarpeeksi usein ja huolella, se muodostuu rutiiniksi ja toiminta tulee automaattiseksi. Jos velvoitteista luistaa, voi yleensä hyvin nopeasti unohtaa yrittämisen.

Yritystoimintaa on pidettävä kunnossa ja kehitettävä koko ajan. Turhia tuotteita ja palveluita voi karsia pois. Jos ne eivät myynnillisesti kannata, mitä järkeä niitä on pitää? Yrittäjän on

hyvä yrittää minimoida kuluja ja lisätä näkyvyyttä. Kuitenkaan kulujen minimointi ei saa vaikuttaa laatuun sitä heikentäen. Laatu saa parantua, mutta jos se heikkenee niin pian asiakkaat lähtevät.

Tärkeimpänä on itse yrittäjä. Yrittäjän on hyvä huolehtia itsestään ja omasta hyvinvoinnistaan. Kansaneläkelaitos eli Kela korvaa yrittäjälle työterveyshuollosta aiheutuneita tarpeellisia ja kohtuullisia kustannuksia. Yrittäjä on kuitenkin yhtä yrityksen kanssa ja hänen vaikutuksensa yritykseen voi näkyä hyvinkin negatiivisesti tai positiivisesti. Itseään ei myöskään kannata polttaa loppuun työtä tekemällä. Yrittäjä sitoutuu yritykseen vuorokaudet ympäriinsä ympäri vuoden, mutta kuitenkin on muistettava, että ihmeisiin ei kannata pyrkiä ja välillä loma voi olla paikallaan. Loma ja virkistäytyminen voi myös tuoda uusia tuulia yritykseen.

Tässä vielä pieni muistilista jokaiselle yrittäjälle siitä, mitä täytyy muistaa yritystä perustessa:

- Liiketoimintasuunnitelma
- Kannattavuuslaskelma
- Markkinoiden selvittäminen
- Rahoitus
- Sopimukset
- Rekisteröinti kaupparekisteriin
- Viranomaisluvut
- Rahaliikenne
- Kirjanpito
- Verotus
- Vakuutukset
- Työttömyysturva
- Henkilöstö
- Yrittäjän tukiverkosto

Yrittäjyyttä ei kannata pelätä ja täytyy muistaa, että sitä voi aina kokeilla. Yrittäjyys kasvattaa ihmistä ja se tarjoaa kokemusta, jota ei muualta voi saada. Kuten esimerkkiyrittäjä Emmin

haastattelussakin kävi ilmi, yrittämisen pitää olla pikemminkin harrastus kuin työ. Silloin jaksaa ja pystyy panostamaan paljon enemmän. Harrastuksena se on mieluista, ja siinä haluaa kehittyä koko ajan paremmaksi ja paremmaksi. Työ toisen palveluksessa on usein pikemminkin kaavaan kirjoitettua ja jäykkää. Se voi olla pakonomaista suorittamista, eikä niinkään mielekästä tekemistä, jossa voi haastaa ja kehittää itseään sekä löytää uutta. Jokaisen yrittäjäksi haluavan kannattaa siis rohkeasti kokeilla yrittämistä ja muistaa, että jokaisella on vaikeuksia, mutta apua on aina tarjolla ja voi rohkeasti lähteä haasteita kohti.

LÄHTEET

- Holopainen T. 2017. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. Www-dokumentti. Saatavissa: https://www.uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2017/02/SUK_OPAS2017_verkkoon.pdf. Viitattu 22.3.2017.
- Holopainen, T. 2006. Yrityksen perustajan opas – silta yrittäjyyteen. Helsinki: Edita Publishing Oy
- Holopainen, T. 2016. Yrityksen perustamisopas. Käytännön perustamistoimet. Vantaa: Hansaprint Oy
- Jylänki, S. 2014. Millainen on yrittäjä? Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.rede-san.fi/millainen-on-yrittaja/>. Viitattu 14.11.2016.
- Karikorpi, O. 2010. Raha ratkaisee – yritystalous tutuksi. Helsinki: Hakapaino Oy
- Karjalainen, L. 2013. Yrittäjän talousopas. Helsinki: Hakapaino Oy
- Kauppalehti. Elo, H. 2007. Päivä 20: Tärkein rahoitusmuoto on tulorahoitus. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://blog.kauppalehti.fi/80-plus-paivassa-osakesijoittajaksi/paiva-20-tarkein-rahoitusmuoto-on-tulorahoitus>. Viitattu 7.1.2017.
- Kokonaho, T. 2011. Myynnin ajokortti. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy
- Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava
- Puustinen, T. 2006. Avain omaan yritykseen. Helsinki: Kirjakas
- Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy
- Suomen Riskienhallintayhdistys ry. 2017. Mitkä ovat riskit? Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=mita-ovat-riskit>. Viitattu 20.2.2017.
- Yrittäjyys. Yritystoiminta 2017. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://sites.google.com/site/yritystietoa/yrittajyys>. Viitattu 23.1.2017.
- Yrittäjä. 2013. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://yrittaja.net>. Viitattu 14.3.2017.
- Yrittäjät. 2016 a. Oletko valmis yrittäjäksi? Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/oletko-valmis-yrittajaksi-316168>. Viitattu 11.1.2017.
- Yrittäjät. 2016 b. Yrityksen perustamisen vaiheet. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustamisen-vaiheet-316210>. Viitattu 11.1.2017.

Yrittäjät. 2016 c. Yritysmuodot ja vastuut. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yritysmuodot-ja-vastuut-316303>. Viitattu 11.1.2017.

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä. 2017. Perustamisilmoitus. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.ytj.fi/index/ilmoittaminen/perustamisilmoitus.html>. Viitattu 29.3.2017.

Yritys-Suomi. 2016 a. Arvonlisävero. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://yritys-suomi.fi/arvonlisavero1>. Viitattu 3.2.2017.

Yritys-Suomi. 2016 b. Monta tietä yrittäjäksi. Www-dokumentti. Saatavissa <https://yritys-suomi.fi/monta-tieta-yrittajaksi>. Viitattu 3.2.2017.

Yritys-Suomi. 2016 c. Perustamistoimet. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://yritys-suomi.fi/perustamistoimet>. Viitattu 3.2.2017

Liite 1: Haastattelu kysymykset

- Mistä ajatus yrittäjyyteen ja yrityksen perustamiseen?
- Haasteita yrityksen perustamisessa ollut?
- Miten markkinointi alkutaipaleella on hoidettu?
- Alussa tarvinnut tukea ja apua?
- Millä tavalla kilpailijat vaikuttaneet alkutaipaleella?
- Tulevaisuuden näkymät?
- Paljonko työllistänyt niin sinua kuin muita?
- Mitä olisit tehnyt toisin, jos mahdollista?

Liite 1: Investointilaskelma

	ennen aloi- tusta	1. vuoden ai- kana
Investoinnit		
Koneet ja laitteet		
Asennukset		
Kalusteet		
Auto		
Puhelin		
Toimistotarvikkeet		
Perustamiskustannukset		
Muut		
Käyttöpääoma 1-3kk		
Yrittäjän oma toimeentulo		
Työntekijöiden palkat		
Vuokrat ja takuuvuokrat		
Laittevuokrat		
Alkumainonta ja esitteet		
Vaihto- rahoitusomaisuus		
Kassa		
Alkuvarasto		
Rahantarve yhteensä		

RAHANLÄHTEET

Oma pääoma		
Omat sijoitukset		
Omat koneet		
Osakepääoma		
Muut		
Lainapääoma		
Pankkilaina		
Finnvera		
Lainat tavarantoimittajilta		
Osakaslaina		
Muut		
Muu tulorahoitus		
Rahanlähteet yhteensä		

Liite 3: Kannattavuuslaskelma

	kuukau- dessa	vuodessa
=Tavoitetulos (netto)		
+Yrityksen lainojen lyhennys		
=Tulot verojen jälkeen		
+Verot (kunta ja valtio)		
=Rahoitustarve (bruttotulot)		
+Yrityksen lainojen korot		
KÄYTTÖKATETARVE (X)		
+Kiinteät kulut (ilman ALV:a)		
YEL-vakuutus		
Muut vakuutukset		
Yrittäjän palkka		
Työntekijöille maksettavat pal- kat		
Palkkojen sivukulut		
Työttömyyskassan jäsenmaksu		
Vuokrat		
Kirjanpito		
Toimistokulut		
Yhteyskulut		
Autokulut		
Matkakulut		
Koulutus		
Markkinointi		
Lehdet		
Muut		
=KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ (Y)		
=MYYNTIKATETARVE (X+Y)		
+Ostot (ilman ALV:a)		
=LIIKEVAIHTO		
+Arvonlisävero		
=KOKONAISMYYNTI / -LASKUTUS		

