



UUDEN YRITYKSEN PERUSTAMISOPAS

Case Yritys X

Marika Hara

Elina Nousiainen

Opinnäytetyö
Marraskuu 2010
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritystoiminnan suuntautumisvaihtoehto
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritystoiminnan suuntautumisvaihtoehto

HARA, MARIKA & NOUSIAINEN, ELINA: Uuden yrityksen perustamisopas:
Case Yritys X

Opinnäytetyö 64 s., liitteet 16 s.
Marraskuu 2010

Opinnäytetyön tavoitteena on selventää yritykseen perustamiseen liittyviä asioita uudelle yrittäjälle. Tarkoituksena oli myös se, että kynnys perustaa oma yritys madaltuu. Työstä löytyy kattavaa tietoa yrityksen perustamisesta. Tarkoituksena oli kertoa esimerkkinä Yritys X:n ja Yrittäjä Y:n toimintaa ennen ja jälkeen yrityksen perustamisen. Työ esittelee myös Yritys X:n alustavan liiketoimintasuunnitelman ja markkinointisuunnitelman, sekä ohjeita niiden tekemiseen.

Aihe löytyi tuttavien pyynnöstä saada neuvoja uuden yrityksen perustamista varten. Tästä lähti idea kehittää opas uusille ja vasta aloittaneille yrittäjille. Opinnäytetyön tarkoitus oli luoda kattava paketti, jossa on selitetty selkeästi uuden yrityksen perustamiseen liittyvät asiat. Tarkoituksena oli kerätä kattavat alkutiedot, joiden pohjalta voitiin suunnitella ja toteuttaa laaja paketti uudelle yrittäjälle.

Aiheesta oli tarjolla paljon materiaalia sähköisenä ja kirjallisena. Lähteiksi valikoituivat vain tuoreimmat teokset. Sähköiset lähteet pyrittiin pitämään luotettavina ja ajankohtaisina. Lisäksi käytössä oli pankista ja yrittäjiltä saatuja materiaaleja ja neuvoja.

Opinnäytetyö koostuu kahdesta eri osasta. Ensimmäinen osa koostuu tarkemmasta ja laajemmasta tiedosta uutta yrittäjää varten. Toinen osa rakentuu tiiviimmästä aloittavan yrittäjän oppaasta ja markkinointisuunnitelmasta sekä liiketoimintasuunnitelmasta. Oppaan tarkoituksena on auttaa muitakin uuden yrityksen perustavia.

Työn tuloksena syntyi opas uudelle yrittäjälle, josta löytyy kattavat neuvot perustamistoimia varten kaikki samoista kansista. Myös Yritys X ja Yrittäjä Y sai hyödyllisiä neuvoja jo syntyneisiin kysymyksiin, sekä tulevaisuutta varten.

Opinnäytetyö sai useaan otteeseen pohtimaan valmiuksia perustaa oma yritys. Sen avulla pääsi myös todenteolla hyödyntämään koulussa oppimaa tietoa, sekä laajentamaan sitä.

Asiasanat: Yrityksen perustaminen, markkinointisuunnitelma, perustamisprosessi

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Entrepreneurship

HARA, MARIKA & NOUSIAINEN, ELINA:
A Guidebook for a New Company: Case Company X

Bachelor's thesis 64 pages, appendices 16 pages
November 2010

The objective of this thesis is to clarify the matters related to the start-up of a company to a new entrepreneur. The goal was also to lower the threshold of setting up a business of your own. The thesis includes comprehensive information on the establishment of a company. The idea is to use Company X and Entrepreneur Y as examples and explain their activities before and after establishing a company. The thesis also introduces the tentative business and marketing plans of Company X, as well as the guidelines for preparing them.

The idea for the topic of our thesis was given by a friend who asked for advice to set up a new company. We started to develop the idea into a guidebook for new and newly started businesses. The purpose of this thesis was to create a comprehensive package, where the start-up matters are clearly explained. At first, we aimed at gathering comprehensive information, on the basis of which we designed and carried out an extensive package for a new entrepreneur.

A lot of material, both electronically and in writing, was available on the subject, and only the most recent sources were selected. Attention was paid to maintain the electronic sources reliable and up-to-date. Additional material and advice was also received from bankers and entrepreneurs.

The thesis consists of two parts. The first part includes extensive and detailed information for new entrepreneurs. The second part is formed of a compact guidebook for new entrepreneurs and a marketing plan. The guidebook is intended to help others to set up a new business.

Our work resulted in a guidebook that provides comprehensive advice for setting up a new company. Company X and Entrepreneur Y also received some useful answers to questions already arisen and advice for the future.

The process of making the thesis many times made us ponder on the abilities to set up a business. It also really gave us opportunities to use, and elaborate, the information that we have learnt at school.

Keywords: establish a company, marketing plan, starting process

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	6
2 RYHTYISINKÖ YRITTÄJÄKSI?.....	7
2.1 Yrityksen perustamisen edellytykset.....	8
2.2 Yritysidea ja sen arviointi.....	9
3 YRITYKSEN PERUSTAMISPROSESSI.....	11
3.1 Perustamisvaiheet.....	11
3.2 Yritysmuodot ja niiden piirteet.....	12
3.2.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi, Tmi.....	13
3.2.2 Avoin yhtiö, Ay.....	13
3.2.3 Kommandiittiyhtiö, Ky.....	14
3.2.4 Osakeyhtiö, Oy tai Oyj.....	15
3.2.5 Osuuskunta.....	16
3.2.6 Franchising-yrittäjyys ja luvanvaraiset elinkeinot.....	16
3.3 Liikeidea ja sen kannattavuus.....	17
3.4 Liiketoimintasuunnitelma.....	17
3.5 SWOT-analyysi.....	18
4 YRITYKSEN TALOUS JA RAHOITUS.....	21
4.1 Talouden suunnittelu ja budjetointi.....	21
4.2 Oma ja ulkopuolinen rahoitus.....	23
4.3 Eri rahoitus- ja avustusmuodot.....	24
4.4 Starttiraha.....	24
4.5 Verotus.....	25
4.5.1 Välilliset ja välittömät verot.....	26
4.5.2 Pääoma- ja ansiotulojen verotus.....	26
4.5.3 Veroilmoitus.....	26
5 MARKKINAT JA KILPAILIJAT.....	27
5.1 Asiakkaat ja hinnoittelu.....	27
5.2 Kilpailijat ja toimintaympäristö.....	29
6 RISKIT.....	31
6.1 Yrityksen kohtaamat riskit.....	31
6.2 Riskien hallinta ja vakuutukset.....	33
7 ALOITAVAN YRITYKSEN MARKKINOINTISUUNNITELMA.....	35
7.1 Markkinoinnin merkitys.....	35
7.2 Markkinoinnin suunnittelu.....	36
7.3 Nykytilan analyysi.....	36
7.4 Tavoitteet ja toimenpiteet.....	36
7.5 Seuranta.....	37
8 YRITYKSEN PERUSTAMISEN OPAS.....	39
8.1 Nimi.....	40
8.2 Yritysmuodon valinta.....	41
8.3 Yrityksen rekisteröinti.....	41
8.4 Ideoiden ja tuotteiden suojaaminen.....	42
8.5 Toimitilat.....	42
8.6 Laitteet ja tarvikkeet.....	43
8.7 Kirjanpito.....	44
8.8 Mistä saa neuvoa?.....	45
8.8.1 Työvoimatoimistot.....	45
8.8.2 Yrityshautomot.....	45
8.8.3 Uusyrittäjäkeskukset.....	46

8.8.4 TE-keskukset.....	46
9 LOPUKSI.....	47
LÄHTEET.....	48
LIITTEET.....	49

1 JOHDANTO

Opinnäytetyö lähti liikkeelle jo keväällä 2010, mutta varsinaisesti työtä aloimme tehdä vasta syksyllä 2010. Keväällä tiedossa oli, että eräs tuttava perustaa oman toiminimen, jonka perustamiseen hän kyseli apua. Siitä saimme idean tehdä aiheesta hieman laajemman kokonaisuuden muitakin aloittavia yrittäjiä varten.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutustua aloittavan yrityksen perustamiseen tarkemmin. Opiskelumme ja valitsemamme suuntautuminen yritystoimintaan tuki opinnäytetyön tekemistä hyvin. Onneksi olimme osanneet valita kurseja jo opiskelun alkuvaiheessa, niin, että ne auttoivat aiheen valinnassa. Meiltä löytyy tietoa markkinoinnista ja yritystoiminnasta, sekä riskeistä ja kirjanpidosta. Näistä kaikista oli selvästikin hyötyä työtä tehdessä.

Valmis työmme koostuu kahdesta eri osuudesta. Ensimmäisessä osuudessa kerromme tarkasti ja yksityiskohtaisesti uuden yrityksen perustamiseen liittyvistä asioista. Selvitämme laajemmin uuden yrityksen aloittamiseen vaikuttavia tekijöitä, ja annamme neuvoja yrityksen perustamisprosessia varten.

Toisessa osuudessa olemme tehneet pienimuotoisen oppaan uudelle yrittäjälle, sekä markkinointisuunnitelman jo olemassa olevalle Yritys X:lle. Toisesta osiosta löytyy tiivis, mutta silti kattavan paketti uuden yrityksen perustamisesta. Koimme, että opas oli hyödyllinen tehdä myös erikseen, sillä se mahdollisesti hyödyttää myös muita aloittavia yrittäjiä.

Liikesalaisuuksien vuoksi kuvaamme tässä työssä käytettävää esimerkki yritystä nimellä Yritys X, ja yrittäjää nimellä Yrittäjä Y. Liikesalaisuuden vuoksi myös liiketoimintasuunnitelma ja markkinointisuunnitelma on jätetty pois julkisen opinnäytetyön liitteistä.

2 RYHTYISINKÖ YRITTÄJÄKSI

”Yrityksen perustaminen kiinnostaa itseensä uskovia ja osaavia ihmisiä, jotka haluavat ottaa tulevaisuuden omiin käsiinsä ja uskaltavat ottaa riskejä.” (Meretniemi & Ylönen 2008, 10.) Yrittäjäksi ryhtyminen kiinnostaa nykypäivänä monia. Tieto siitä, että itse päättää mitä tekee, milloin ja millä tavalla kiinnostaa ihmisiä. Myös strattiraha kannustaa ihmisiä yrittäjyyden pariin. Aivan suin päin ei yrittäjyyteen kuitenkaan kannata ryhtyä. Moni tuskin tajuaakaan, kuinka suuritöistä ja aikaavievää yrittäjyys oikeasti on. Kun strattirahan saaminen päättyy, niin valitettavasti myös moni aloittava yritys loppuu samalla.

Yrittäjiä on olemassa monenlaisia, mutta on kuitenkin olemassa joitain luonteenpiirteitä, jotka auttavat yrittäjänä menestymisessä. Ennen yrittäjäksi ryhtymistä on hyvä tarkkailla omaa osaamista ja ominaisuuksia, sekä miettiä sopiiko yrittäjän elämä itselle. Myös ulkoiset tekijät vaikuttavat yrittäjänä menestymiseen, kuten esimerkiksi taloudellinen tilanne. Omat taidot kannattavat arvioida rehellisesti, ja tämän jälkeen miettiä missä tarvitsee vielä lisää osaamista.

Etukäteen kannattaa myös miettiä yrityksen perustamiseen liittyviä riskejä, joita ovat esimerkiksi vapaa-ajan väheneminen, pitkät työpäivät, stressaantuminen, velkaantuminen, rahojen loppuminen tai lama. Harvoin sitä pystyy ennalta arvaamaan miltä yrittäjyys itsestä tuntuu, ja onko todella valmis tekemään nämä kaikki uhraukset oman unelman toteuttamisen vuoksi. Oman yrityksen perustaminen luo myös paljon erilaisia mahdollisuuksia, kuten uusien asioiden oppiminen, työn monipuolisuus, itsenäisyys, oman aikataulun laatiminen ja taloudellinen hyötyminen. Molempia ominaisuuksia kannattaa tarkkaan puntaroida, jotta on valmis perustamaan uuden yrityksen ja ottamaan haasteet vastaan.

Tässä seuraamassamme tapauksessa Yritys X:n perustaja Yrittäjä Y päätyi erittäin hyvän tuurin kautta yrittäjäksi. Viime keväänä juuri ennen valmistumistaan yrittäjä sai puhelun harjoittelupaikkansa työnantajalta, joka kysyi kiinnostaisiko häntä valmistuttuaan tulla hänelle töihin, sillä toinen kumppani jäisi äitiyslomalle. Aluksi Yrittäjä Y teki töitä työnantajansa palkkalistoilla, jonka jälkeen hän alkoi miettiä oman yrityksen perustamista. Työ on sisustussuunnittelua, jossa jokai-

nen toimii omalla toiminimellään suositellen kollegaansa. Näin ollen alkuperäisen työnantajan oli helppo tilata palvelut toiselta yrittäjältä.

Aluksi Yrittäjä Y mietti kauan uskaltaako ryhtyä yrittäjäksi, sillä hänellä oli vähäinen kokemus yrittäjyydestä, vain yksi kurssi opinnoissa oli koskenut yrittäjyyttä. Myös talous näytti pelottavalta, sillä opiskelijalla ei ole suuria säästöjä laittaa uuteen yritykseen. Yrittäjä Y päätti kuitenkin ottaa vastaan riskin, sillä hänellä olisi ainakin hyvä opastaja ja mahdollinen töiden tilaaja jo valmiina.

2.1 Yrityksen perustamisen edellytykset

”Yrityksen perustamisen edellytyksenä on uuden yrittäjän oma halu ja tahto ryhtyä yrittäjäksi.” (Keskuskauppakamari 2008, 6.) Ammattitaidon lisäksi yrittäjältä vaaditaan vahvoja henkilökohtaisia taitoja ja ominaisuuksia. Ammattitaito kehittyy koulutuksen ja kokemusten perusteella. Hyvällä yrittäjällä täytyy olla myös tietämystä monista asioista, kuten kirjanpidon alkeet, verotus, markkinointi ja työsuhteasiat. Oman yrityksen perustamisen pohjana on hyvän ja toimivan yritysidean löytäminen, mutta menestyminen edellyttää sitä, että asiakkaat hyväksyvät idean pohjalta toteutuneen tuotteen tai palvelun. Välttämättä hyväkään yritysidea ei takaa tuotteen tai palvelun kysyntää. Koska kilpailu markkinoilla on ylitarjonnan vuoksi kovaa, on yritysideaan perustuvan tuotteen oltava kilpailijoiden tuotteita parempi ja omaperäisempi. Uuden yrityksen perustamiseen liittyviä riskejä vähennetään huolellisen suunnittelun avulla. Suunnittelun tulee kattaa koko yritystoiminta. Myös yrityksen rahoituslaskelmat tulee laatia huolellisuudella, sillä liian moni aloittava yritys kaatuu kulujen aliarviontiin.

Yrittäjä Y alkoi etsiä kaikkea mahdollista tietoa yrittäjyydestä, mitä vain löysi joka paikasta. Hän kävi alustavasti kysymässä neuvoa työvoimatoimista ja pankista, tutki alan kirjallisuutta ja otti yhteyttä tuttavaansa, jolla on oma tilitoimisto. Hän alkoi miettiä omia vahvuuksia ja heikkouksia, sekä mitä uutta itsellä olisi tarjota tuleville asiakkaille.

2.2 Yritysidea ja sen arviointi

Hyvän yritysidean löytäminen on erittäin olennaista yrityksen perustamisessa. Sen lisäksi tarvitaan myös selkeä toiminta-ajatus. Näiden kahden onnistunut toteuttaminen vaatii yrittäjältä ammattitaitoa, alan tuntemusta, havainto- ja muutostykyä, sekä halua yrittää. Myös yrittäjän omat arvot, asenteet ja henkilökohtaiset ominaisuudet ovat tärkeitä.

Toiminnan lähtökohtana ovat ne ideat, joiden hyödyntämiseksi liiketoimintaa harjoitetaan. Jokaisella on oikeus hyödyntää kehittämiään ideoita, mutta kenelläkään ei ole yksinoikeutta ideoihinsa. Uuden aloittavan yrittäjän yritysidea on usein hänen omat oivalluksensa, jotka syntyvät usein yrittäjän omasta ammattitaidosta tai markkinoilla olevasta puutteesta.

Olemassa ei ole mitään varmaa keinoa, joka takaisi aloittavalle yrittäjälle toimivan yritysidean löytämisen. Käyttökelpoisen idean löytämiseen vaikuttavat monet tekijät, muun muassa yrityksen toimiala, jos yritys perustuu palveluideaan vaikuttaa siihen useimmiten perustettaessa yrityksen sijaintitekijät. Yrityksen on tarjottava palveluita siellä, missä niille on kysyntää.

Yritysidean etsimiseen ja kehittämiseen voi myös hankkia ulkopuolista apua. Esimerkiksi yksityiset konsulttipalvelut tarjoavat asiantuntemustaan uudelle yrittäjälle. Usein yritysidea voi löytyä myös kauempaa, sillä useat palveluyritykset soveltavat ulkomailta saatuja ideoita omassa toiminnassaan. Kaikki ideat eivät kuitenkaan ole käyttökelpoisia, ja jopa se lupaavin idea saattaa tuottaa pettymyksen. Useimmiten ideaa on hyvä testata etukäteen ulkopuolisten asiantuntijoiden avulla.

Oman yritysidean arvioinnin vaikeus on usein siinä, että yrittäjä katsoo asioita liian läheltä. Oma näkemys kun usein on liian myönteinen, tämän vuoksi idea kannattaa perusteellisesti arvioida, sillä yritysidean huolellinen hiominen vähentää riskejä.

Yritys X:n yritysidea alkoi kehittyä jo Yrittäjä Y:n opiskeluaikana ja hänen ollessaan harjoittelijana oman alansa töissä hän huomasi löytäneensä unelmiensa

ammatin. Yrittäjä Y:n yritysidea on ajankohtainen, koska hänen alaansa liittyviä asioita käsitellään nykyään paljon televisiossa ja siihen liittyen on jopa muutamia ohjelmiakin pyörimässä televisiossa. Yrittäjä Y:n yritysidea on myös hänen pääpyrkimyksensä eli elättää itsensä sillä työllä, jota hän haluaa tehdä ja josta aidosti pitää.

Käytyään työvoimatoimistossa puhumassa alustavasti uuden yrityksen perustamisesta sai Yrittäjä Y neuvoksi varata ajan yritysneuvojalle. Yritysneuvojan luona hän sai paljon hyödyllistä tietoa yrittäjyydestä, ja siellä annettiin käyttöön valmis pohja liiketoimintasuunnitelmaa varten. Liiketoimintasuunnitelma tuli täyttää huolellisesti, ja seuraavalla kerralla se käytiin yhdessä yritysneuvojan kanssa lävitse.

3 YRITYKSEN PERUSTAMISPROSESSI

Yrittäjä hankkii toimeentulonsa yrittämällä. Useimmiten yrittäjä työskentelee omassa yrityksessä tehden palveluita tai tuotteita kuluttajalle, toisille yrityksille tai julkisille markkinoille. Yrittäjällä on kaikki vastuu itsellään oman yrityksen toiminnassa. Yrittäjä voi periaatteessa määrittää omat työ- ja loma-aikansa. Toisinaan yrittäminen merkitsee pitkiäkin työpäiviä pitkällä ajalla. Yrittäjällä on suuri vastuu yrityksen toiminnassa, mm. on huolehdittava että työntekijöillä on töitä ja että tilat ovat asianmukaisessa kunnossa. Yrittäjällä on sekä taloudellisia että myös juridisia vastuita yrityksestään. Toisaalta yrittäjällä on vastuullisia asioita tasapainottamassa ja oma vapaus päättää omista asioistaan, kuten työajoista, toiminnan kehittämisestä ja muista yritystoimintaan liittyvistä asioista.

3.1 Perustamisvaiheet

Hyvien yrittäjäominaisuuksien lisäksi yrittäjäksi alkava tarvitsee toimivan ja järkevän yritysideoan. Yritystoiminta rakennetaan yleensä yritysideoan varaan ja se on menestymisen perusedellytys. Yritysidea vastaa yleensä kysymyksiin: mitä yritys tarjoaa ja kenelle? (Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 67.)

Nykyään saattaa olla omalla alueella todella monta saman alan yrittäjää ja olisi tärkeää saada oma idea parhaiten näkyville. Hyvä ja toimiva yritysidea ja oma-leimaisuus ovat monesti menestyksen edellytyksiä.

Yrittäjän tulee miettiä ja pohtia omia erityisosaamisalueita ja yritysideoa: missä olen hyvä, miksi asiakkaat käyttäisivät juuri minun palveluita tai ostaisivat valmistamiani tuotteita, miten eroan kilpailijoistani tai mitä ei markkinoilla ole vielä tarjolla. (Kallio ym. 2008, 67.)

Huolellisella suunnittelulla ja yritysideoan jalostamisella voidaan vähentää yritystoimintaan liittyviä riskejä. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon koko yritystoiminta kokonaisuutena.

Yritystoiminnan suunnitteluun ja perustamiseen kuuluvat mm.: hyvä yritysidea, kattava liiketoimintasuunnitelma, rahoituksen järjestäminen, yri-

tysmuodon ja toiminimen valinta, yritystoiminnan luvanvaraisuudenselvittäminen, perusilmoitus kaupparekisteriin ja veroviranomaisille, lakisääteiset vakuutukset ja kirjanpidon järjestäminen.” (Kallio ym. 2008, 67.)

”Uuden yrityksen perustamisesta on tehtävä perustamisilmoitus, jonka perusteella yritys saa yritys- ja yhteisötunnuksen, eli Y-tunnuksen.” (Kallio ym. 2008, 85.) Perustamisilmoitus on yksi lomake, jolla perustamisesta ilmoitetaan sekä kaupparekisteriin, että verohallinnolle. Viranomaiset hoitavat yrityksen tietojen siirtämisen yhteiseen yritystietojärjestelmään (YTJ). Ilmoituksen perusteella verohallinto merkitsee yrittäjän arvonlisäverovelvollisen rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin, työnantajarekisteriin ja vakuutusmaksuverovelvollisten rekisteriin.

Yrittäjä Y otti seuraavaksi asiakseen tehdä perustamisilmoituksen, jonka avulla saa oman Y-tunnuksen, ja samalla yritys rekisteröitäisiin kaupparekisteriin.

3.2 Yritysmuodot ja niiden piirteet

Yritystoimintaa aloittaessa on olennaista miettiä sitä että mikä on itselleen sopivin yritysmuoto. Tulevan yrityksen toiminnan luonne on se tekijä joka vaikuttaa yritysmuodon valintaan. Myös se että kuinka suuren yrityksen on ajatellut perustaa ja minkä kokoisella pääomalla ajattelee olevansa liikkeellä, on suuri merkitys yritysmuodon valintaan. ”Liikeidean muotoutumisen ja yrityksen toimialan selvittämisen jälkeen yrittäjän tulee valita itselleen sopiva yritysmuoto.” (Kallio ym. 2008, 41.) Erilaisia yritysmuotoja ovat yksityinen elinkeinonharjoittaminen eli toiminimi (Tmi), kommandiittiyhtiö (Ky), avoin yhtiö (Ay), osakeyhtiö (Oy) ja osuuskunta. ”Valittu yritysmuoto vaikuttaa siihen että mitä perustamisasiakirjoja yritykseltä vaaditaan, miten yritys rekisteröidään, yrittäjän vastuuseen ja verotukseen.” (Kallio ym. 2008, 41.) Yritysmuotoa voi muuttaa yrityksen laajentueessa.

”Yritykset jaetaan yritysmuodon mukaan kahteen ryhmään eli henkilöyrittäjiin ja pääomayrittäjiin.” (Kallio ym. 2008, 41.) Henkilöyrittäjässä yrittäjällä on vapaus päättää yrityksen toiminnasta. Yrittäjällä on myös vastuu koko yrityksestä henkilökohtaisesti. Henkilöyrittäjiä ovat: toiminimi, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö. Pääomayrittäjiä ovat osakeyhtiö ja osuuskunta. Pääomayrittäjissä yritys

itse vastaa omista velvoitteista ja yritykseen sijoittaneet osakkaat vastaavat yrityksestä vain siihen sijoittamalla summalla.

3.2.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi, Tmi

Toiminimellä yrityksen aloittaminen on helppoa ja halpaa toimintaa. Yrittäjä sijoittaa yritykseen omaa pääomaa ja omaa työpanostaan. ”Yksityinen toiminimi sopii yksistään toimivalle liiketoiminnan harjoittamiseen, mutta jos haluaa yrittää tiimissä, niin silloin tulisi valita jokin muu yritysmuoto.” (Kallio ym. 2008, 46.) Toiminimi on myös hyvä valinta myös silloin jos haluaa harjoittaa pienimuotoista yritystoimintaa muun työn ohessa. ”Perustaminen ei edellytä erityisiä perustamistoimia eikä perustamiselle ole asetettu myöskään mitään rajaa vähimmäispääomalle.” (Kallio ym. 2008, 46.) Aina tosin kannattaa tehdä perustamisilmoitus kaupparekisteriin ja näin suojata oma yrityksensä.

Yrittäjä tekee itse kaikki yritykseen ja sen toimintaan liittyvät päätökset ja valinnat. Yrittäjä vastaa itse koko yrityksestään ja siihen liittyvistä riskeistä koko omalla omaisuudellaan. Tietysti yrittäjä saa itse käyttää yrityksessä tienaamiaan rahojaan, koska ne ovat hänen henkilökohtaisia varoja. Yrityksen varat ja henkilökohtaiset rahat pidetään kirjanpidon avulla erillään toisistaan. ”Yrittäjä saa palkata itselleen myös ulkopuolista työvoimaa, mutta itselleen eikä puolisolleen ei voi maksaa palkkaa yrityksen tuloista.” (Kallio ym. 2008, 46.)

Esimerkki yrityksemme Yritys X on juuri tämän kaltainen yritys eli toiminimi. Aloittavana yrityksenä oli helpoin valita toiminimi yritykselle ensimmäiseksi yritysmuodoksi. Toiminimeen päätyminen on myös helppoa siksi että yrityksen perusti vain yksi henkilö. Toiminimen voi myös helposti vaihtaa vaikka osakeyhtiöksi, jos yritys on aikeissa kasvaa.

3.2.2 Avoin yhtiö, Ay

”Avoimen yhtiön perustamiseen tarvitaan vähintään kaksi tai useampi yhtiömies.” (Kallio ym. 2008, 47.) Avoimen yhtiön perustavat yleensä sellaiset henki-

löt jotka tuntevat toisensa hyvin jo entuudestaan, kuten sukulaiset, ystävät tai kollegat. Yhtiön perustaminen vaatii sitä että kaikki sen perustajat haluavat samaa asiaa ja haluavat pyrkiä samaan päämäärään.

Avoin yhtiö voi syntyä pelkällä suullisella sopimuksella, mutta silti yhtiön perustamisesta on tehtävä kirjallinen perustamisilmoitus kaupparekisteriin. ”Avoimessa yhtiössä kaikki osakkaat vastaavat yhtiöstä omalla omaisuudellaan ja kaikki osakkaat ovat tasa-arvoisessa asemassa.” (Kallio ym. 2008, 47.) Kaikki osakkaat saavat myös tehdä yhtiöön liittyviä oikeustoimia, jollei heidän toimivaltaansa ole rajoitettu erikseen kaupparekisterissä. Yhtiön saavuttama tulos verotetaan jokaisen yhtiömiehen tulojen yhteydessä. Yhtiön voitot jaetaan yhtiömiesten yhtiösopimuksessa sovitulla tavalla. Myös palkan suuruuksista voidaan sopia yhtiösopimuksessa.

Yhtiömies ei saa alkaa kilpailemaan yhtiön kanssa muussa toiminnassaan ilman että hän on saanut siihen muiden osakkaiden suostumuksen. ”Avoin yhtiö katsotaan purkautuneeksi, jos yhtiömiesten lukumäärä on vain yksi henkilö vuoden ajan.” (Kallio ym. 2008, 47.) Yhtiömies saa luovuttaa yhtiöosuutensa toiselle yhtiömiehelle vain muiden suostumuksella.

3.2.3 Kommandiittiyhtiö, Ky

Kommandiittiyhtiö on aika samankaltainen toiminnaltaan kuin avoin yhtiö, mutta siinä on vähintään yksi vastuunalainen yhtiömies sekä yksi äänetön yhtiömies. Äänetön yhtiömies ei vastaa yhtiön veloista henkilökohtaisesti kuten vastuunalainen yhtiömies, mutta hän sijoittaa yhtiöön pääomapanoksen. ”Vastuunalainen yhtiömies vastaa yhtiönsä veloista koko henkilökohtaisella omaisuudellaan.” (Kallio ym. 2008, 51.)

Kommandiittiyhtiö syntyy yhtiömiesten välisellä kirjallisella sopimuksella. ”Sopimukseen tulee määritellä äänettömän yhtiömiehen sijoituksen suuruus ja se osuus jonka hän saa yhtiön voitosta.” (Kallio ym. 2008, 51.) ”Kommandiittiyhtiön toiminnasta vastaavat lähinnä vastuunalaiset yhtiömiehet. He voivat tehdä yhtiötä koskevia päätöksiä kuten avoimessakin yhtiössä.” (Kallio ym. 2008, 51.)

Äänettömän yhtiömiehen toiminta yhtiössä on vain ainoastaan toimia rahoittajana alussa. Kommandiittiyhtiö sopii sellaiselle porukalle, jossa kaikki eivät halua ottaa vastuuta yhtiön toimista tai olla mukana yhtiön päivittäisessä toiminnassa. Kommandiittiyhtiön verotus on samankaltainen kun avoimen yhtiönkin eli tulos verotetaan yhtiömiesten tulona.

3.2.4 Osakeyhtiö, Oy tai Oyj

Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi henkilö.

Osakeyhtiötä perustaessa tulee laatia perustamiskirja, josta käy ilmi perustajan nimi, osakkeista yhtiölle maksettava määrä, aika jonka kuluessa osakkeet on maksettava yhtiölle, perustamiskokouksen kutsuminen ja perustamisesta yhtiölle koituvat kulut.” (Kallio ym.2008, 52.)

Osakeyhtiön perustamisesta päätetään perustamiskokouksessa. Perustamisen jälkeen laaditaan osakeluettelo kaikista yhtiön osakkeista ja osakasluettelo kaikista osakkeenomistajista ja heidän osuuksistaan yhtiössä. Päätösvaltaa osakeyhtiössä käyttää yhtiökokous. ”Kokouksessa päätetään voiton käyttämisestä, hallituksen ja tilintarkastajan valinnasta, tilinpäätöksen vahvistamisesta ja johdon vastuuvapaudesta” (Kallio ym. 2008, 56.). Osakeyhtiön hallitus valitsee toimitusjohtajan, joka vastaa päivittäisistä päätöksistä koskien osakeyhtiötä.

Osakeyhtiöitä voi olla kahta erilaista eli yksityisiä ja julkisia. ”Yksityisen osakeyhtiön pääoman on oltava vähintään 2500€ ja julkisen osakeyhtiön pääoman vähintään 80 000€. Julkisen osakeyhtiön osakkeet ovat julkisessa kaupankäynnissä mukana.” (Kallio ym. 2008, 56.) Osakeyhtiöissä osakkaat eivät ole henkilökohtaisesti vastuussa yhtiön veloista. Osakeyhtiössä toimijat voivat ottaa tuottoa itselleen palkkana, voittovaroista osinkona tai jakamalla sijoitetun vapaan pääoman rahastoa. Osakeyhtiö on mahdollista muuttaa avoimeksi yhtiöksi tai kommandiittiyhtiöksi, mutta silloin osakkeenomistajista tulee yhtiömiehiä.

3.2.5 Osuuskunta

Osuuskunta on jäsentensä omistama yhteenliittymä, jonka tavoitteena on jäsenten talouden ja elinkeinon tukeminen. ”Osuuskunnan perustamisessa tulee olla vähintään mukana kolme henkilöä, yhteisöä tai säätiötä.” (Kallio ym. 2008, 57.) Osuuskunnan perustamisesta laaditaan perustamiskirja, josta käy ilmi säännöt ja toimintaperiaatteet. Osuuskunta syntyy kun se on merkitty kaupparekisteriin.

”Osuuskuntaan liittyttäessä maksetaan vain osuusmaksu. Osuusmaksu palautuu jäsenelle hänen erotessaan.” (Kallio ym. 2008, 57.) Jäsenen vastuu rajoittuu hänen sijoittamaan pääomapanokseen. Osuuskunnan tuottaessa voittoa, jäsen voi saada rajoitetun korvauksen panokselleen tai ylijäämä voidaan maksaa ylijäämän palautuksena tai osuuspääoman korkona.

3.2.6 Franchising-yrittäjyys ja luvanvaraiset elinkeinot

”Franchising sopii sellaiselle henkilölle, joka olisi hyvä yrittäjä ominaisuuksiensa puolesta, mutta hänellä ei välttämättä ole liikeideaa tai tietoa liiketoiminnan riskeistä.” (Kallio ym. 2008, 62.) Franchising-antaja eli ketju tekee sopimuksen franchising-ottajan eli itsenäisen yrittäjän kanssa. Eli toiminta pohjautuu pitkäaikaiseen yhteistyöhön sopimuksen pohjalta. Sopimuksessa käy ilmi se että yrittäjä luovuttaa tietyn osan liiketoimintansa tuloista ketjulle, mutta saa vastineeksi ketjulta valmiit linjat ja konseptit että miten edetä urallaan.

”Luvanvaraisia elinkeinoja ovat sellaiset elinkeinot, jotka vaativat yrittäjältä erityisen luvat niiden harjoittamiseen.” (Kallio ym. 2008, 62.) Tällaisia luvanvaraisia elinkeinoja on muun muassa: matkatoimistot, apteekit, perintätoimistot, alkoholipitoisten aineiden myynti ja maahantuonti, ammattimainen moottoriajoneuvoliikenne ja kiinteistön- ja asunnonvälitys.

3.3 Liikeidea ja sen kannattavuus

Yrityksen toiminnan pohjana on yritysidea. Se kuvaa niitä asioita, joihin yrityksen synty ja olemassaolo perustuu. ”Liikeidea on jalostettu yritysideaista. Se on lyhyt kuvaus siitä, miten yritys hankkii rahaa eli tuloja. Liikeidea pohjautuu peruskysymyksiin: Mitä? Kenelle? Millä hinnalla?” (Kallio ym. 2008, 67.) Yrityksen toiminnan onnistumiseen tarvitaan vain hyvä yritysidea ja sen pohjalta rakennettu toimiva liikeidea ja nämä vielä yhdistetään yrittäjän ammattitaitoon. Liikeideassa tutkaillaan yrityksen asiakkaita, tuotteita ja kilpailuetua. Näiden perustana ja pohjana ovat aina asiakkaiden tarpeet. Liikeidean tulee selvittää että miten asiakkaiden tarpeet on ajateltu tyydyttää. Yrityksen toimintatapojen, henkilöstön, tuotteiden ja kaiken ulkoisen ja sisäisen toiminnan tulisi olla yhteneväistä ja keskenään samankaltaista.

Liikeidea vaikuttaa ratkaisevasti yrityksen menestymiseen, sillä se määrittelee miten yrityksestä tehdään kannattava. Se on myös toiminnan suunnittelun apuväline ja hyvin rakennettuna se ohjaa yrityksen toimintaa. Liikeidean voi löytää monella tavalla, sen ei tarvitse olla loistava, vaan riittää että se toimii ja yritys menestyy. Liikeidean löytämisessä voi käyttää apuna omaa osaamistaan, tai vanhojen ideoiden hyödyntämistä.

Yrittäjä Y:n liikeidea alkoi kehittyä pikku hiljaa kevään 2010 aikana, ja harjoitteleaikanaan saman alan töissä tunsu Yrittäjä Y löytäneensä unelmiensa ammatin, ja halusi ryhtyä itsenäiseksi alan yrittäjäksi. Yrittäjä Y pitää liikeideaansa kannattavana, ja toivoo että rakastamansa työ elättää häntä.

3.4 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on yritystoiminnan kokonaisvaltainen suunnitelma. ”Liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on selvittää aiotun yritystoiminnan kannattavuutta ja menestymisen mahdollisuuksia.” (Kallio ym. 2008, 67.) Liiketoimintasuunnitelmasta on apua yrittäjäksi aikovalle, koska sen avulla hän pystyy tutkimaan osaamisensa heikkouksia ja vahvuuksia. Liiketoimintasuunnitelmassa on myös suuntaa antavia arvioita mahdollisista asiakkaista, markkinoista

ja kilpailijoista. Liiketoimintasuunnitelma laaditaan myös rahoittajia varten, sillä sitä tarvitaan esimerkiksi haettaessa pankkilainaa tai starttirahaa. Liiketoimintasuunnitelman osat ovat: liikeidea, tuotteet ja palvelut, asiakkaat, toimintatapa, visio, toimiala ja markkinatilanne, kilpailijat ja laskelmat ja lisätiedot.

Toimintasuunnitelma on liiketoimintasuunnitelman tärkein osa. Siinä selvitetään, miten yritys toimii, missä ja millaiset toimitilat yrityksellä on, millaisia tuotantovälineitä yritystoiminta tarvitsee, miten paljon se alkuvaiheessa työllistää työntekijöitä, millä tavalla liiketoiminta käynnistetään ja mitä mainosvälineitä aiotaan käyttää myynnin edistämiseksi. ”Liiketoimintasuunnitelmasta selviää myös kirjanpitoon liittyvät asiat, kuten miten kirjanpito ja yrityksen talousasiat järjestetään.” (Kallio ym. 2008, 69.) Toimintaansa aloittavat yritykset saavat apua rahoitushakemusten valmisteluun ja neuvontaa yrityksen perustamista koskeviin asioihin uusyrityskeskuksista (www.uusyrityskeskus.fi).

Yrittäjä Y teki itselleen oman yrityksensä liiketoimintasuunnitelman käytyään juttelemassa yritystoimintaneuvojan kanssa. Yrittäjä Y tarvitsi liiketoimintasuunnitelmaa starttirahan hakemista varten. Liiketoimintasuunnitelman teosta oli myös paljon hyötyä yrittäjälle itselleen, sillä siinä hän joutui pohtimaan omaa liikeideaansa ja omia heikkouksiaan. Myös omat tavoitteet oli hyvä kirjata ylös, jotta ne todella on konkreettisesti jossain ylhäällä.

3.5 SWOT-ANALYYSI

Yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia voidaan tarkastella niin sanotun SWOT-analyysin avulla. SWOT-analyysi on käyttökelpoinen ja yleinen keino liikeidean ja yrityksen toimintaympäristön kriittiseen arviointiin. Analyysi esitetään usein siten, että vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat sisäisiä tekijöitä. Mahdollisuudet ja uhat taas ovat ulkopuolisia ja tulevaisuudessa tapahtuvia tekijöitä.

Analyysin nimi muodostuu seuraavista sanoista;

S= strengths = vahvuudet

W= weakness = heikkoudet

O= opportunities = mahdollisuudet

T= threats = uhat

VAHVUUDET:

- koulutus ja työkokemus alalta
- tuotteet ja palvelut
- halu oppia uutta, sitkeys
- kiinnostus ja oma-aloitteisuus
- hyvä sijainti
- toinen alan osaaja suosittelijana

HEIKKOUEDET:

- ei kokemusta yrittäjyydestä
- vähäinen myyntiosaaminen
- alkupääoman puute

MAHDOLLISUUDET:

- ihmisten kiinnostus sisustaa
- kotitalousvähennys
- halutaan palkata osaava henkilö suunnittelemaan
- vaurauden lisääntyminen

UHAT:

- alati kehittyvä ala
- paljon kilpailijoita alalla
- tietämättömyys
- talouden taantuma

Yrittäjä Y on tehnyt oman SWOT-analyysin (KUVA 1) osana liiketoimintasuunnitelmaa:

8. SWOT-ANALYYSI YRITYSHANKKEESTA

Yrityshankkeen sisäiset tekijät:

Vahvuudet

Kilpailuhenkinen, omatoiminen, voimakas tahto onnistua, määrätietoinen suorittaja, monipuolinen aiempi koulutus; mahdollisuus laajentaa osaamista, hyvät tukiverkostot

Heikkoudet

Kokemuksen puute
Vähäinen tieto yrittäjyydestä

Yrityshankkeen ulkopuoliset ja tulevaisuudessa tapahtuvat tekijät:

Mahdollisuudet

Kasvattaa ja laajentaa toimialuetta
Sopimukset suurien firmojen kanssa

Uhkatekijät

Oma jaksaminen
Lama

KUVA 1. Yrittäjä Y:n SWOT-analyysi

4 YRITYKSEN TALOUS JA RAHOITUS

Yrityksen perustaminen edellyttää huolellista taloudellista suunnittelua, johon liittyy usein laskelmien tekemistä. Liikeidea ja sen toteuttaminen pitää pukea numeroiksi. Usein aloittava yrittäjä aliarvioi toimintansa kustannukset. Yrittäjä saattaa luulla voivansa valmistaa ja tarjota tuotteita halvemmalla kuin mihin lopulta pystyy. Liiketoimintaan sisältyy usein piilokustannuksia, joita yrittäjä ei välttämättä ole havainnut. Taloudelliset laskelmat saattavat pettää.

Yritystoiminnan käynnistäminen vaatii aina rahaa, ja rahoitustarve tulisi selvittää perusteellisesti ennen yrityksen perustamista. Aloitushankintojen lisäksi rahoituksen tulisi kattaa yrittäjän oma eläminen ja yritystoiminnan pyörittäminen, mielellään 6-12 kuukautta toiminnan aloittamisesta. Heti kun yrittäjä päättää perustaa yrityksen alkaa yritystoimintaan liittyviä kuluja tulla. Sen sijaan ensimmäisiä myyntituloja saattaa yrittäjä joutua odottamaan jopa puolikin vuotta. Aloittavan yrittäjän tulisi laskea, paljonko tarvitsee alkupääomaa esimerkiksi koneisiin ja kalustoon, sekä juokseviin kuluihin. Kun kaikki nämä kulut ovat tiedossa, voi ryhtyä suunnittelemaan rahoituksen hankintaa. Usein uuden yrityksen perustajalla ei ole paljoa varoja sijoitettavaksi yritykseen, ja koska yrittäjät pyrkivät tulemaan toimeen mahdollisimman pienellä velalla on yrityksen alkuvaiheet usein varsin tiukkoja.

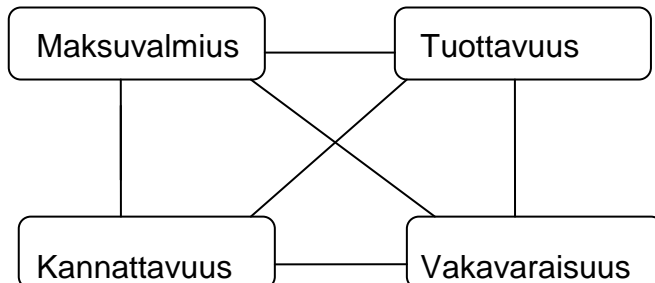
4.1 Talouden suunnittelu ja budjetointi

Yrityksen sidosryhmistä erityisesti rahoittajat, yritystukien myöntäjät, mahdolliset sijoittajat, asiakkaat ja tavaran toimittajat arvioivat yrityksiä niiden kannattavuuden, tuottavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden perusteella. Nämä tekijät antavat kuvan yrityksen taloudellisesta suorituskyvystä. Niihin tulee siksi paneutua perusteellisesti, kun yrityksen rahoitusta suunnitellaan.

Yrittäjän on hyvä pitää mielessä ainakin nämä asiat taloutta suunnitellessa;

- Tulojen pitää olla suurempia kuin menojen, jotta yrityksen toiminta on kannattavaa.

- Kannattavuus on liiketoiminnan perusta.
- Turhia kuluja kannattaa välttää erityisesti yritystoiminnan alkuvaiheessa.
- Yrityksen talouden suunnitteluun kannattaa käyttää tarpeeksi aikaa.



KUVIO 1. Yrityksen talouden tärkeät tekijät (Meretniemi & Ylönen 2008, 68.)

Maksuvalmius= Yrityksen käytettävissä olevaa rahaa kutsutaan maksuvalmiudeksi eli likviditeetiksi. Maksuvalmius kertoo, riittävätkö yrityksen rahat kaikkien laskujen hoitamiseen.(Kuvio 1)

Kannattavuus= Kannattavuus tarkoittaa sitä, että tuloja on enemmän kuin menoja.(Kuvio 1)

Tuottavuus= Tuottavuutta arvioidaan tuotoksen suhteena sen aikaansaamiseksi tarvittavaan panokseen.(Kuvio 1)

Vakavaraisuus= Yrityksen vakavaraisuus eli omavaraisuusaste on keskeinen yrityksen taloudesta kertova tunnusluku.(Kuvio 1) (Meretniemi & Ylönen 2008, 68.)

Yritykset laativat budjetin eli arvion tulevista tuloista ja menoista. Sen avulla voidaan seurata kannattavuutta. Tietyin määräajoin voidaan verrata tuloja ja menoja budjettiin. Poikkeamat ja niiden syyt tulee selvittää nopeasti. Mikäli tulot jäävät suunniteltua pienemmiksi tulee myyntiä ja markkinointia tehostaa nopeasti. Välillä pitää myös miettiä, että onko tuotteet ja palvelut asiakkaiden haluttamia ja onko niiden laatu markkinoiden odotusten mukaista.

Yrittäjä Y teki osana liiketoimintasuunnitelmaa myös pienimuotoisen budjetin suunnittelun. Budjetti on aluksi hyvin tiukka, sillä Yrittäjä Y:llä ei ole mahdolli-

suutta laittaa paljota omarahoitusta yritykseen. Lainaa Yrittäjä Y ei vielä tässä vaiheessa halua ottaa, vaan pärjää tällä hetkellä saamallaan starttirahalla. Yrittäjä Y on yrittänyt hinnoitella oman tuotteensa sen mukaan, että se on kilpailukykyinen, mutta samalla myös kannattava itselle. Talouden suunnittelua ja budjetointia on lisää myös tekemässämme markkinointisuunnitelmassa.

4.2 Oma ja ulkopuolinen rahoitus

Pääomapula on tyypillistä uutta yritystä perustettaessa. Sen vuoksi omistajien sijoitukset ja tulo-rahoitus ovat tärkeitä erät uuden yrityksen omassa rahoituksessa. Rahoitusta suunniteltaessa on syytä pyrkiä löytämään kaikki mahdolliset omarahoituslähteet. Kyseeseen voi tulla jopa omaisuuden myynti. Mitä suurempi on oman panoksen osuus, sitä helpompaa on löytää hankkeelle ulkopuolista rahoitusta. (Keskuskauppakamari 2010, 23.)

Omalla pääomalla on merkittäviä etuja vieraaseen pääomaan verrattuna, koska siitä ei makseta korkoa, eikä sitä tarvitse lyhentää.

Tarvittavaan alkupääoman keräämistä helpottaa usein yhtiökumppaneiden löytäminen. Vastuu omasta rahoituksesta jakaantuu useamman kannettavaksi. Jos yrityksessä on useampi osakas, kaikki pääomasijoituksiin sekä valta- ja vastuusijoituksiin liittyvät asiat on syytä määritellä perustamisvaiheessa. Ehdosta kannattaa tehdä kirjallinen sopimus erimielisyyksien välttämiseksi. (Keskuskauppakamari 2010, 23.)

Aloittava yritys ei yleensä selviydy ilman ulkopuolista rahoitusta. Ulkopuolisen rahoituksen hankkimiseen ei ole olemassa yhtä ja oikeaa sääntöä. Ulkopuolisen rahoituksen riittävyys riippuu paljon mm. yrityksen liikeideasta, toimialasta ja yritykseen kohdistuvista riskeistä. Lisäksi on hyvä muistaa, että jokaisessa eri rahoitusmuodossa on omat hyvät ja huonot puolensa. Oman pääoman ehtoinen rahoitus on kuitenkin yleensä kalliimpaa yritykselle ja sisältää enemmän riskiä rahoittajille kuin vieraan pääoman ehtoinen rahoitus. Vierasta pääomaa tarjoavat yritykselle mm. pankit, rahoitusyhtiöt ja vakuutusyhtiöt.

4.3 Eri rahoitus- ja avustusmuodot

Pankki on uuden yrittäjän tärkeä yhteistyökumppani niin yritystä perustettaessa kuin sen toiminnan myöhemmissäkin vaiheissa. Pankkisuhde on välttämätön jo yrityksen maksuliikenteen hoitamiseksi. Pankkilaina on usein uudelle yritykselle ainoa ulkopuolinen rahoituslähde. Usein myös erityisrahoituslaitokset, kuten Finnvera Oyj edellyttävät, että yrityksen pankki osallistuu niiden rahoittamien hankkeiden rahoitukseen. (Keskuskauppakamari 2010, 23)

Kun yritys hakee pankista lainaa, kiinnittää pankki huomiota mm. seuraaviin seikkoihin:

- yrityksen liikeidea
- johdon kyvykkyys (esim. johdon taustat)
- omistajien kyvykkyys
- toimiala
- kilpailijat
- asema markkinoilla
- yritykseen kohdistuvat riskit
- liikeriskit
- rahoitusriskit
- taserakenne
- tilinpäätösanalyysit (Keskuskauppakamari 2010, 23)

4.4 Starttiraha

Työvoimatoimistot voivat tukea aloittavia yrittäjiä starttirahalla. Starttiraha on suunnattu työttömille työnhakijoille ja muille yrittäjiksi ryhtyville. Se auttaa turvaamaan yrittäjän omaa toimeentuloa yritystoimintaa käynnistettäessä ja vaikiinnutettaessa. Starttiraha voidaan myöntää, jos työvoimatoimisto on todennut yrittäjyyden olevan hakijalle soveltuva vaihtoehto ja jos hakijan liiketoimintasuunnitelma on toteutuskelpoinen. Tukea voi saada enintään 18 kuukauden ajan. Starttirahan suuruus on noin 500–650 euroa kuukaudessa.

Starttirahaa haetaan työvoimatoimiston lomakkeella. Hakemus liitteineen jätetään henkilökohtaisesti työvoimatoimiston starttirahaneuvojalle. Liitteenä tulee

olla liiketoimintasuunnitelma, rahoitussuunnitelma ja yrityksen kannattavuuslaskelmat. Starttirahaa tulee hakea ennen yrityksen perustamista.

Viranomaiset arvioivat henkilön yrittäjäsyydedellytyksiä sekä liikeidean elinkelpoisuutta. Yleensä tuen saamisen ehtona on edes lyhyen yrittäjäkoulutuksen suorittaminen.

Starttirahan saamisen edellytykset:

- hyvä liikeidea ja liiketoimintasuunnitelma
- rahoitussuunnitelma
- realistinen kannattavuuslaskelma
- henkilön soveltuminen yrittäjäksi
- yrittäjäkokemus tai – koulutus
- yritystä ei ole perustettu ennen tuen myöntämistä
- yritystoiminta ei käynnistyisi ilman starttirahaa
- starttirahan myöntäminen ei vääristä kilpailua alalla
- hakija ei saa samaan aikaan muuta valtionapua omiin palkkakustannuksiinsa

Yrittäjä Y haki itselleen starttirahaa Työvoimatoimistosta. Hakemuksen liitteeksi hänen täytyi laittaa liiketoimintasuunnitelma liitteineen. Hänelle myönnettiin starttiraha, ja sen suuruus on 38,45 euroa/päivä. Starttiraha myönnetään aluksi kuudeksi kuukaudeksi, jonka jälkeen voi hakea lisää starttirahaa, sen saamisen edellytyksenä on, ettei ole pystynyt nostamaan palkkaa työstä itselleen. Lisätukea on mahdollisuus saada enintään 4-5 kuukaudeksi.

4.5 Verotus

Verotukseen liittyvät asiat saattavat tuntua uudesta yrittäjästä hankalilta. Onneksi verotuksesta on tarjolla runsaasti tietoa. Verohallitus kertoo verotukseen liittyvistä muutoksista ja uusista laeista julkaisemissaan tiedotteissa. Verotussäännökset muuttuvat vuosittain, joten yrittäjän kannattaa tarkistaa verotukseen liittyvät asiat säännöllisesti verotoimistosta.

Eri yritysmuotoihin sovelletaan tuloverotuksessa pitkälti samoja säännöksiä. Yritysmuotojen rakenteellisista eroista johtuen esimerkiksi voitonjakotilanteisiin liittyvät säännökset kuitenkin poikkeavat toisistaan.

4.5.1 Välilliset ja välittömät verot

Verotus jaetaan välittömiin ja välillisiin veroihin. Välittömiin veroihin kuuluvat tulo- ja varallisuusverotus ja välillisiin kulutusvero (arvonlisävero eli alv, valmistevero). Veroja maksetaan valtiolle, kunnalle, seurakunnalle ja veroluontoisia maksuja kansaneläkelaitokselle.

4.5.2 Pääoma- ja ansiotulojen verotus

Luonnollisen henkilön kaikki tulot jaetaan pääoma- ja ansiotuloihin, ja näitä verotetaan eri tavalla. Näistä ansiotulot ovat kevyemmin verotettuja noin 20 000-28 000 euroon asti. Pääomatuloa ovat esimerkiksi korkotulo, vuokratulo, voittoosuus, henkivakuutuksen tuotto ja pörssiyhtiöiltä saatu osinkotulo. Ansiotuloa puolestaan ovat työsuhteesta saatu palkka, eläkkeet, etuudet ja eräät vahingonkorvaukset ja vakuutusmaksut.

4.5.3 Veroilmoitus

Yrittäjän tulee antaa yrityksen veroilmoitus tilikausittain. Veroilmoitus annetaan verohallituksen lomakkeita käyttäen. Lomakkeita saa verotoimistoista ja verohallinnon Internet-sivuilta. Tilikauden muutoksesta on tehtävä ilmoitus yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. Veroilmoituksen tulee perustua yrityksen kirjanpitoon, ja ilmoituksen tiedot on annettava määräajassa. Puutteellisesta, myöhässä tai kokonaan antamatta jätetystä veroilmoituksesta seuraa yleensä veronkorotus. Yrittäjän henkilökohtaisten tulojen osalta verovuosi on aina kalenterivuosi.

5 MARKKINAT JA KILPAILIJAT

Yrityksellä on oltava jotakin myytävää, konkreettinen tavara, palvelu tai näiden yhdistelmä eli tarjooma, jolla on kysyntää. Tarjottujen tavaroiden ja palveluiden on erotuttava kilpailijoista sekä tyydytettävä asiakkaiden tarpeita ja mieltymyksiä. Tarjotuille tuotteille on pystyttävä määrittelemään sopiva hinta suhteessa kilpaileviin tuotteisiin ja ostajien hinnanodotuksiin. Tuotteiden on oltava mahdollisimman helposti ostajien saatavilla. Tuotteiden olemassaolosta ja ominaisuuksista on kerrottava mahdollisille ostajille markkinointiviestinnän, esimerkiksi mainonnan avulla. Yrityksen toimipaikan sisustus ja henkilöstön toiminta ovat myös tärkeitä kilpailutekijöitä. Nämä toiminnot yhdessä muodostavat yrityksen kilpailukeinot markkinoilla. (Bergström & Leppänen 2007,10.)

Kysyntä ja tarjonta muodostavat markkinat. Yrityksen kilpailukeinoja ovat ne tekijät ja asiat, joissa yritys on kilpailijoitaan parempi. Tällaisia kilpailukeinoja ovat mm. tuote, hinta, saatavuus, markkinointiviestintä ja strateginen suunnittelu. Yrityksen kilpailukeinoja voi tarkastella tarkemmin markkina-analyysin avulla, joka on yksi tärkeä osa liiketoimintasuunnitelmaa.

5.1 Asiakkaat ja hinnoittelu

Alkavan yrittäjän on ensimmäisen yritysvuoden aikana tehtävänä tehdä yritystään tunnetuksi mahdolliselle asiakaskunnalle. Yrityksen nimeen, logoon, värimaailmaan sekä toimitilojen suunnitteluun kannattaa panostaa, sillä se on viestimässä yrityksen toimialaa ja tapaa toimia. (Kallio ym. 2008, 69.)

Markkina-analyysin osana voi käyttää asiakasanalyysia, eli sen avulla hahmotellaan potentiaaliset asiakkaat, jotka saattavat tarvita yrityksen tuotteita tai palveluita. Asiakkaat kannattaa jakaa asiakasryhmiin ja tutkia eri ryhmien avulla, että miten kyseisen ryhmän tarpeet tyydytetään. Ryhmistä voidaan tarkastella eri rahamäärien käyttöä tai ostotottumuksia. Ryhmien avulla pystytään hyvin miettimään että mihin ryhmiiin yrityksen kannattaa panostaa ja mitkä ryhmät vievät liikaa yrityksen voimavaroja silti tuottamatta yritykselle riittävää tuottoa. Omaa ympäristöä olisi hyvä tarkastella asiakkaiden näkökulmasta eli mihin suuntaan ostovoima on omalla alueella kehittymässä. Oman ympäristön tarkastelun yhteydessä selviää myös se että paljonko alueella on asiakkaita ja kuinka

paljon niistä olisi mahdollista hankkia yrityksen asiakkaiksi. Yrityksen myynnin osuus koko oman markkina-alueen myynnistä tulee arvioitua asiakkaiden kartoituksen yhteydessä.

Asiakkaat eivät itsestään tule ostamaan yrityksen tuotteita tai palveluita. Heidät tarvitsee houkutella ostamaan joko mainonnan, ärsykkeiden tai tarpeen luomisen avulla. Asiakkaita hankittaessa tulisi miettiä ainakin kahta isointa kysymystä, eli: Miten asiakas tavoitetaan/ millainen mainos olisi hyvä? Millaista myyntityötä tarvitaan, jotta asiakas ostaa?

”Aloittavalla yrittäjällä yksi vaikeimmista asioista on oikeanlainen hinnoittelu. Hyvän hinnoittelun perustana on se, että sekä asiakas että yrittäjä ovat tyytyväisiä.” (Manninen 2009, A. 10.) Hintaan vaikuttavat monet eri tekijät: yleinen hintataso, valmistuskustannukset, muista palveluista aiheutuvat kustannukset, pääomakustannukset, markkinointikustannukset, verot, asiakkaiden määrä, kilpailijoiden määrä ja yrityksen tavoitteet myynnin osalta.

Hinnalla pystytään helposti leikkimään ja luomaan asiakkaalle hyviä mielikuvia juuri hänelle tehdystä hinnoittelusta. Tällaista hinnoittelua kutsutaan psykologiseksi hinnoitteluksi. Mielikuva luodaan laittamalla tuotteen hinta sen näköiseksi että tuotteesta tulee sen avulla houkuttelevampi. Tällaisia hintoja ovat mm.: tashintojen alittaminen (99€), pienempää yksikköä kohden ilmoitettu hinta, ostorajoituksen liittäminen hintaan tai pakettihinnoittelu, jossa tulee enemmän tuotteita kerralla. Muunkinlaisia hinnoittelukeinoja on olemassa, kuten hintaporras, jossa samaa tuotetta tai palvelua myydään eri hinnalla eri asiakkaille. Hinta-keinoina voisi pitää myös alennuksia ja maksuehtoja. Alennuksia ovat käteisalennukset, kanta-asiakasalennukset ja ennakkotilausalennukset. Maksuehdoissa yleensä sovitaan maksuajankohdasta ja maksutavasta.

Yrittäjä Y:n asiakkaita voivat olla potentiaalisesti kaikki suomalaiset 20 ikävuodesta ylöspäin; sinkut, perheet, pariskunnat, työyhteisöt tai julkinen sektori. Lisäksi Yrittäjä Y on saanut itselleen muutamia kontakteja, jotka suosittelevat häntä, ja mahdollisesti tilaavat töitä hänen kauttaan.

Yrittäjä Y tekee töitään tuntipohjaisella laskutuksella, mutta suuremmista töistä lasketaan tarjous (joka pohjautuu tietenkin tuntihinnoitteluun). Hinnat ovat mietitty työmäärän pohjalta ja näin ollen tuntihinta on saatu kohtuulliseksi. Yrittäjä Y:n mukaan hintaa voidaan tulevaisuudessa nostaa kun kokemus ja varmuus työn tekemiseen karttavat.

5.2 Kilpailijat ja toimintaympäristö

Yrityksen perustamisvaiheessa olisi hyvä tutustua hyvin oman toimialan kilpailijoihin. Eri toimialoista saa tietoa mm. työ- ja elinkeinoministeriön kotisivujen toimiala onlinesta (www.tem.fi). Aluksi kannattaa miettiä, että miten juuri oma yritys erottuu kilpailijoista ja missä se on vahvempi kuin muut. Omien vahvuuksien ja erikoisosaamisen vahvistaminen parantaa omaa toimintaa. Tulevaisuuden mahdollisuuksien hahmottaminen ja visiointi on tärkeää, koska on hyvä tarkastella että onko omalle toimialalle tulossa uusia yrittäjiä ja miten toimialan yritystoiminta kehittyy.

Kilpailua ja kilpailijoita voi omalta toimialalta tarkastella monesta eri näkökulmasta. Aluksi kannattaa kartoittaa että mitkä yritykset ovat kilpailijoita ja miten niiden myynti on kehittynyt viime vuosina. Yritysten vahvuuksien ja heikkouksien arviointi auttaa tarkastelussa yritysten kehittymisestä. Tulevaisuuden tarkastelua alan kasvun ja kilpailun lisääntymisen näkökulmasta ei kannata unohtaa sillä ilman niitä ei voi tehdä kokonaisvaltaisia omaa toimialaa koskevia johtopäätöksiä.

Yrityksen sijainti on myös yksi tärkeistä tekijöistä. Sillä voi olla ratkaiseva osuus yrityksen näkyvyydessä ja tuottamisessa. ”Yrityksen sijainti kannattaa miettiä tarkoin, sillä se vaikuttaa palvelukykyyn, jakelutehokkuuteen, kehitykseen, työvoimaan, energiavaihtoehtoihin ja kuljetuksiin.” (Manninen 2009, A, 12.)

Yrittäjä Y:n kotiseudulla toimii tällä hetkellä n. 20 alan yritystä, jotka ovat samanlailla koulutettuja. Markkinoilla on saman alan yrityksiä, mutta vain muutama tarjoaa Yrittäjä Y:n osaamia erikoispalveluita, jolloin asiakkaaksi voi tulla saman alan toinen yrittäjä. Ala on kokoajan kehittyvä ja nousujohteinen, joten

kaikille takuulla riittää omia asiakkaita. Tärkeimmät ja pahimmat kilpailijat Yritys Y:llä ovat suuret yritysketjut, jotka tarjoavat kaiken saman katon alta. Myös muut alan yrittäjät ovat potentiaalisia kilpailijoita, mutta yrittäjä aikoo hyödyntää monialaosaamistaan myös heidän saamiseksi asiakkaiksensa.

Kilpailua on jonkin verran, mutta asiakkaita riittää kaikille; jokaisella on oma tyyli tehdä asioita. Yrittäjä uskoo myös, että yhteistyökumppaneiden kautta saa tukevan jalansijan ja etua muihin alalla toimiviin yrittäjiin nähden. Kilpailu on suurempaa mitä isoimmasta kohteesta on kyse, koska julkiset tahot joutuvat kilpailuttamaan työnsä.

Asiakkaiden henkilökohtainen taloudellinen tilanne vaikuttaa myös yrityksen toimintaan. Lama-aikana ihmiset käyttävät varovaisemmin rahaa mihinkään ylimääräiseen, mutta toisaalta, laman jälkeen on havaittavissa suurta nousua nimenomaan rakentamisen saralla. Positiivinen vaikutus on Yrittäjä Y:n ammatin tuleminen tutuksi ihmisille erilaisten ohjelmien ja lehtien myötä. Nykyään alan palveluiden käyttäminen ei automaattisesti tarkoita että rahaa käytetään suurilla summilla, rahat vaan sijoitetaan rakennettaessa paremmin.

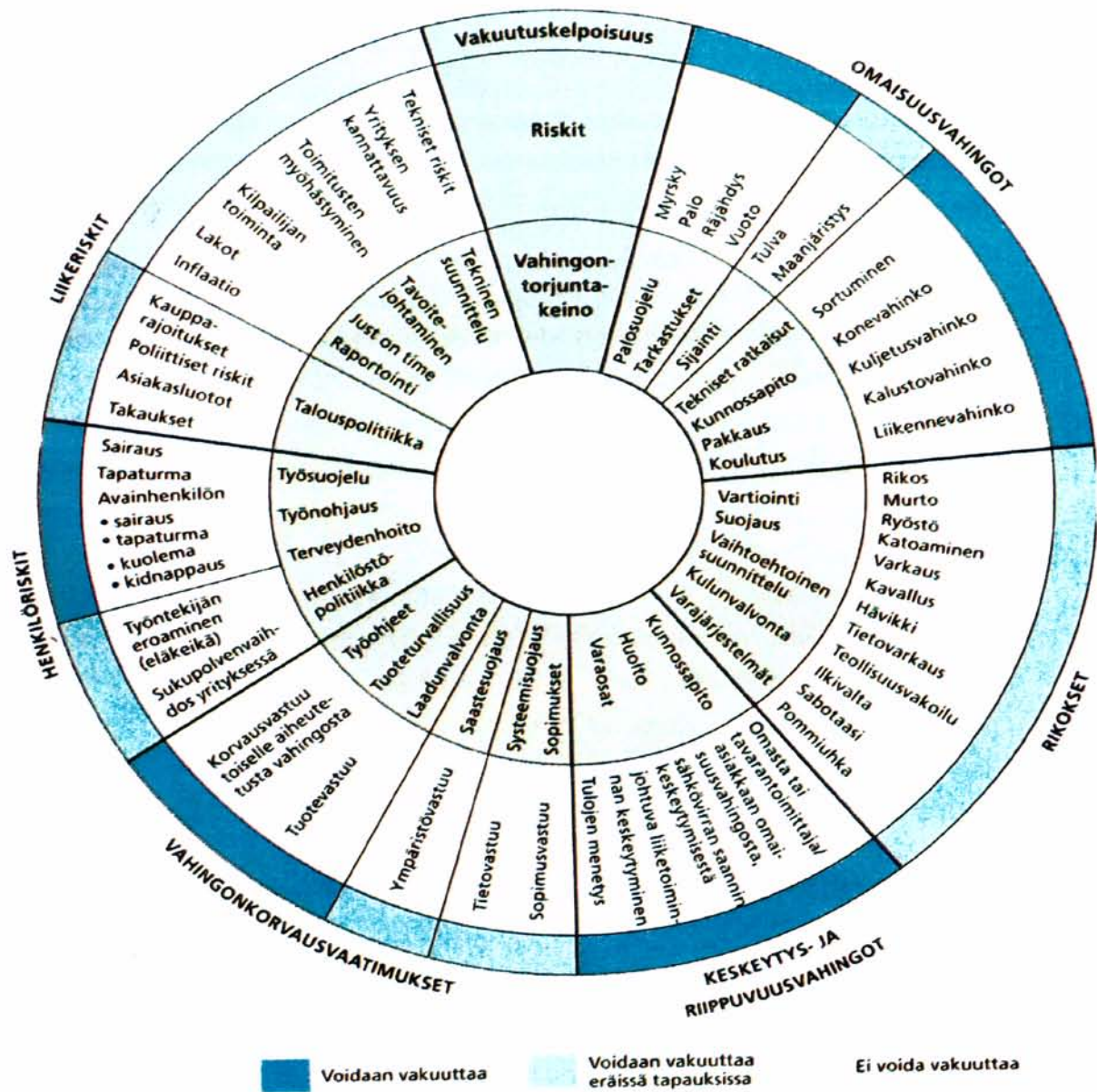
6 RISKIT

”Yritystoimintaan liittyy monenlaisia uhkia ja muita tekijöitä eli riskejä.” (Aho Johanna 2008, 35.) Kaikkia riskejä ei voi ennalta ehkäistä, mutta niihin pystyy vaurutamaan etukäteen ja näin lieventämään niiden aiheuttamaa tuhoa. Erilaiset riskit tulisi ottaa huomioon päivittäin työskennellessä ja yrityksen asioiden hoidossa, varsinkin suuremmissa investoinneissa ja päätöksissä. Erilaiset riskit olisi hyvä oppia tuntemaan ja sellaisen kohdatessa tulisi osata analysoida yrityksen kannalta paras vaihtoehto ongelman ratkaisemiseksi ja poistamiseksi.

6.1 Yrityksen kohtaamat riskit

Riskejä joita yritys kohtaa toimintansa aikana on monenlaisia. ”Riskejä ovat esimerkiksi koneiden rikkoutuminen, tulipalo, avainhenkilön kuolema tai yrityksen kannattavuuden heikentyminen.” (Kallio ym. 2008, 110.) Riskejä voidaan helpoiten tarkastella jakamalla ne yrityksen sisäisiin riskeihin ja yrityksen ulkopuolisiin riskeihin. Yrityksen sisäisiin riskeihin voidaan lukea sellaiset riskit jotka aiheutuvat ja liittyvät yrityksen toimintaan. Toimintaan liittyviä riskejä ovat omaisuusvahingot, henkilöstöön liittyvät riskit ja vahingonkorvausvastuu. Yrityksen ulkopuolisiin riskeihin voidaan lukea ulkopuolisista markkinoista johtuvat riskit, IT-riskit ja yhteiskunnalliset riskit. Ulkopuolisiin riskeihin ei välttämättä pysty itse vaikuttamaan niin paljoa kuin sisäisiin riskeihin ja ulkopuolisten riskien minimointi voi olla usein hankalaa.

Seuraavana on esitetty Leena Raatikaisen kirjasta *Liikeideasta liikkeelle* (2006) otettu riskiympyrä (Kuvio 2), joka havainnollistaa yritystoimintaa koskevia riskejä ja niiden hallintakeinoja, sekä toivottavasti auttaa oman riskianalyysin hahmottamisessa.



KUVIO 2. Riskiympyrä (Raatikainen 2006, 103)

6.2 Riskienhallinta ja vakuutukset

Riskienhallinta ja tunnistaminen ovat tärkeitä, koska ilman niitä yritys ei välttämättä selviä kovin pitkään toiminnassa. ”Riskienhallinta on yrityksen kannalta tärkeää, koska silloin sen menestymismahdollisuudet paranevat. Tästä seuraa se että häiriötilanteet ja katkokset vähenevät, tuotannon tehokkuus ja laatu paranee.” (Manninen 2009, B, 6.) Työpaikalla toiminta opitaan tuntemaan paremmin kuin kaikki siihen liittyvät riskit on selvitetty. Henkilöstön kannalta riskienhallinta on tärkeää, sillä sen avulla työtyytyväisyys ja valmius oman osaamisen kehittämiseen paranevat. Henkilöstön osallistuessa riskien syiden ja torjunnan tarkasteluun, toimintavalmius vahingon sattuessa paranee.

Riskienhallintaan on olemassa muutamia vaihtoehtoja. Näitä vaihtoehtoja on esimerkiksi riskien pienentäminen parempien hallintatoimien tai strategisten muutosten avulla. Riskien siirtäminen vakuuttamalla tai vaihtoehtoisten suunnitelmien avulla on myös yksi vaihtoehto. Riskien hyväksyminen osaksi jokapäiväistä toimintaa pyrkien samalla pienentämään vahingontaajuutta ja riskien ottaminen omalle vastuulle ovat myös tärkeitä riskienhallintaan vaikuttavia asioita.

Riskit olisi hyvä oppia tunnistamaan. Tunnistaminen tarkoittaa lähinnä sitä että tarkastelee tarkemmin riskin jo aiheuttamaa vahinkoa tai riskistä mahdollisesti seuraavaa vahinkoa. Esimerkiksi yrityksen tavaroiden kuljetuksessa voi tulla esiin monia riskejä. Niiden tunnistamiseen tarvitaan kuljetukseen liittyviin asioihin perehtymistä. ”Kuljetuksen riskeihin voi perehtyä muutamilla kysymyksillä, kuten: Minne ja missä kuljetetaan? Millä välineellä tavarat kuljetetaan? Millaiset ovat kuljetettavien tavaroiden luonne, ominaisuudet ja kuljetuskestävyys?” (Manninen 2009, B, 5.) Näihinkin kysymyksiin vastaamalla pystytään helposti jo pienentämään riskejä ja tiedostamaan mahdollisia ongelmia etukäteen.

Riskianalyysin teko on järkevää, koska sen avulla pystyy helposti tutkimaan kokonaisvaltaisesti kaikkia tavallisempia yrityksen kohtaamia riskejä. Riskianalyysi kannattaa helpoiten tehdä swot-analyysin pohjalta. Analyysi kannattaa tehdä mahdollisimman käytännönläheiseksi eli pidetään asioiden nykytila ja liiketoiminnan tulevaisuus erillään. Nykytilan tarkasteluun kuuluu vahvuudet ja heikoudet, tulevaisuuden onnistumisiin kuuluvat uhat ja mahdollisuudet. Tämän

analyysin avulla pystytään helposti saamaan selville yrityksen nykytilan ja tulevaisuudessa kehittämistä vaativat asiat.

Yrityksen kannattaa siirtää mahdollisimman paljon riskejään ns. kolmannelle osapuolelle. Tällaisia kolmansia osapuolia ovat vakuutusyhtiöt, toiset yritykset ja vuokranantajat. Tietysti kannattaa ensin miettiä että mitä kaikkia asioita kannattaa siirtää kolmannen osapuolen vastuulle ja mistä asioista yritys itse pystyy olemaan vastuussa. Riskien siirtäminen muille tuo lisää kustannuksia yritykselle, mutta vastuun siirtäminen voi helpottaa monien asioiden tekemistä. Erilaisia vakuutuksia on yrityksille olemassa monenlaisia, kuten: yrityksen työntekijöiden vakuutus, palovakuutus, konevakuutus, vastuuvakuutus tai kuljetusvakuutus. Kannattaa neuvotella oman vakuutusyhtiön kanssa juuri omalle yritykselle sopivat ja toimivat vakuutukset.

Lakisääteisiä vakuutuksia ovat: tapaturmavakuutus, palkansaajan työttömyysvakuutus, työnantajan työttömyysvakuutus, työntekijän ryhmähenkivakuutus, työntekijän eläkevakuutus, yrittäjän eläkevakuutus ja liikennevakuutus. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2010)

Yrittäjä Y:n palveluiden kysyntään vaikuttaa tietenkin mahdollisten asiakkaiden raha-tilanne ja yleinen markkinatilanne maailmalla. Kysyntä on kuitenkin tasaisesti kasvanut muissa vastaavissa yrityksissä, joten tilausta markkinoilla todennäköisesti on. Tuotteen myyntiin liittyvät riskit ovat kohtuullisen minimaaliset, mutta työssä ei saa tapahtua virheitä.

7 ALOITTAVAN YRITYKSEN MARKKINOINTISUUNNITELMA

Markkinoinnilla tarkoitetaan yrityksen toimenpiteitä olemassa olevia ja tulevia asiakkaita silmälläpitäen. Kun markkinointi on onnistunut, se merkitsee sitä, että asiakkaat ostavat yrityksen tuotteita ja palveluita ja tuottavat tulovirtaa yritykselle. (Meretniemi & Ylönen 2008, 114.)

Markkinointisuunnitelmaa laadittaessa tulisi kiinnittää erityisesti huomiota kohderyhmän valintaan ja keskittyä siihen. Tärkeää on myös tuotteiden hinnoittelu, johon vaikuttavat useat erilaiset tekijät, mm. suoritettavan työn laatu, tuotteen arvo asiakkaalle, palvelun tuottamisen kustannukset ja kilpailutilanne.

7.1 Markkinoinnin merkitys

Markkinoinnilla on keskeinen merkitys yrityksen ja sen tarjoamien tuotteiden ja menekin kannalta. Markkinoilla on ja tulee koko ajan lisää kilpailevia tuotteita, joista yrityksen on pystyttävä erottamaan oma tuotteensa ja pystyttävä antamaan sille lisäarvoa. Aloittavalle yritykselle onnistunut markkinointi on elinehto. Muuten kukaan ei saisi tietää yrityksen ja sen tuotteiden tai palveluiden olemassaolosta.

Tarkemmin eriteltynä markkinoinnin tavoitteena on:

- ylläpitää ja aikaansaada kilpailuetua
- ylläpitää ja parantaa tuottoa
- lisätä tuotteen/palvelun houkuttelevuutta ja kohottaa sen myyntikatetta
- luoda, ylläpitää ja kehittää asiakassuhteita
- ylläpitää yrityksen näkyvyyttä ja yhtenäisestä imagoa yrityksen kaikessa toiminnassa
- huolehtia yhtenäisestä, selkeästä ja yrityksen strategian mukaisesta viestinnästä

(Markkinointisuunnitelma, 2010.)

7.2 Markkinoinnin suunnittelu

Markkinointisuunnitelman tulisi selventää yrittäjälle, mitä markkinointikeinoja ja viestintävälineitä hänen olisi hyödyllisintä käyttää ja mihin asiakasryhmiin kohdentaa markkinointiaan. Markkinoinnin kilpailukeinot kannattaisi selvästi luetella ja selventää suunnitelmassa. Eli kilpailukeinoja ovat tavoitteet ja toimenpiteet niiden saavuttamiseksi. Myös arvio kilpailukeinojen aiheuttamista kustannuksista olisi hyvä olla näkyvillä, jotta siihen osattaisiin varautua. Suunnitelmassa olisi hyvä olla selkeästi ilmaistu eri markkinointitoimenpiteet niiltä osin joihin yrityksen resurssit riittävät ja jotka auttavat pitämään yritykselle toivottua imagoa näkyvillä. Suunnitelmassa on siis oltava tiedot siitä että, mitä, missä, milloin, miten ja millä välineillä toteutetaan ja kuka vastaa ja millaisin kustannuksin.

7.3 Nykytilan analyysi

Markkinointisuunnitelman laatiminen alkaa nykytila-analyysistä. Kun nykytilanne on selvitetty, niin siitä on helppo siirtyä miettimään yrityksen tulevaisuutta. Nykytila-analyysissä arvioidaan yrityksen asiakkaat, tuotteet ja kilpailijat. Asiakkaat kannattaa segmentoida ryhmiin ja panostaa potentiaalisten asiakkaiden markkinointiin. Kannattaa käydä läpi omat tuotteet ja palvelut, ja katsoa tarvitseeko joku niistä päivitystä, ja onko joku jäänyt kehityksestä jälkeen. Kartoita yrityksesi tärkeimmät kilpailijat, ja tutki miten pystyt vastaamaan kilpailuun, ja onko sinulla jotain sellaisia ominaisuuksia jotka puuttuvat kilpailijoilta.

7.4 Tavoitteet ja toimenpiteet

Jokaisella yrityksellä täytyy olla myyntitavoitteet. Myyntitavoite kertoo sen, paljonko aikoo myydä tuotteita tai palveluita, ja mihin hintaan. Yrityksen resurssit kannattaa huomioida myyntimäärän osalta ja hinnoittelu on oltava keskiostohinta, jolla tuotteet saadaan myydyksi huomioiden tuotemäärät ja mahdolliset alennukset. Yrityksen tavoitteellista kehitystä ajatellen myyntitavoitteet kannattaa miettiä valmiiksi ainakin kolmeksi seuraavaksi vuodeksi. Tuotteiden ja pal-

veluiden keskiostohinnat ja myyntimäärät kannattaa arvioida liiketoimintasuunnitelmaan käyttäen apuna kilpailijoiden hintoja.

7.5 Seuranta

Markkinointisuunnitelman toteutumista tulee seurata säännöllisesti ja kriittisesti. Kannatta kuuden kuukauden välein kartoittaa millä osa-alueilla on edistytty tavoitteiden mukaisesti, ja missä ollaan jäljessä aikataulusta.

Edistymistä on helppo seurata esimerkiksi laskentataulukon avulla. Siihen voi kirjata kaikki markkinointitoimenpiteet, aikataulut, vastuuhenkilöt ja markkinointiin liittyvät kulut. Kun taulukkoa ylläpitää ja täydentää säännöllisesti, siitä näkee jatkossakin vaivatta toimenpiteiden toteutumisen sekä niiden suhteen myyntiin ja muihin mittareihin. (Markkinointisuunnitelma, 2010.)

Markkinointisuunnitelmaa tehdessä kannattaa myös miettiä varalle toista vaihtoehtoa, eli suunnitelma B:tä, mikäli joku sattuu menemään pieleen. Suunnitelma B:stä voi hakea neuvoja jos jokin osa-alue menee pääsuunnitelmassa vialle. Suunnitelma B tai joku sen osa-alueista on helppo ottaa käyttöön tarvittaessa, kun ne on jo aiemmin mietitty valmiiksi.

Liitteenä löytyy Yritys X:lle tehty markkinointisuunnitelma, joka koostuu yrityksen perustietojen esittelystä, lähtökohta-analyysistä, markkinointistrategiasta, itse markkinointisuunnitelmasta ja riskien arvioinnista. Aluksi tutkimme yrityksen perustietoja, eli selvitimme markkinat ja kysynnän, tämän jälkeen tutkimme alalla olevaa kilpailua, ja lopuksi kartoitimme toimintaympäristön.

Lähtökohta-analyysi koostuu kahdesta eri osasta, ympäristö – ja yritysanalyysistä. Ympäristöanalyysi käsittää yrityksen ulkopuolisia tekijöitä, eli selvitetään toimialan ja markkinoiden kehitystä. Yritysanalyysissä selvitetään sisäisiä toimia, eli liikeidean tutkimista ja toiminnan analysointia kaikissa muodoissaan.

Seuraavana tulee markkinointistrategia, joka koostuu markkinoinnin tavoitteiden tutkimisesta. Selvitetään kirjanpidollisia asioita, kuten liikevaihtoa ja markkina-

asemaa. Tässä tutkitaan myös organisaation rakennetta ja henkilöstöä, sekä taloudellista asemaa.

Varsinaisessa markkinointisuunnitelmassa on käyty läpi tarkemmin tuotteet, viestintä, sekä markkinoinnin organisaatio, henkilöstö, sekä budjetti. Tuotteistukseen kuuluu itse tuotteet ja palvelut, sekä niiden hinnoittelu. Viestintään kuuluu kaikki minkä asiakkaat näkevät yrityksestä ulospäin, eli mainonta ja myyntityö.

Lopuksi arvioidaan yrityksen suurimpia riskejä, ja miten niihin on valmistauduttu. Riskejä on vaikea arvioida tässä tilanteessa, koska yritys on vielä niin alkutekijöissä ja riskejä on niin paljon. Riskien varalle kannattaa tehdä varasuunnitelma, jotta ei joudu pulaan.

8 YRITYKSEN PERUSTAMISEN OPAS

Oman yrityksen perustaminen voi olla monella haaveena, mutta mitä vaaditaan että saadaan tehtyä haaveista totta. Ennen kuin yritys perustetaan niin, yrittäjäksi haluavalla tulee olla todella kova halu ja tahto aloittaa oma yritys. Pelkkä halu ja tahto eivät riitä vaan tarvitsee keksiä yritysidea ja laatia liiketoimintasuunnitelma, jotta asiat lähtevät etenemään sellaiseen suuntaan kuin itse haluaa. Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä kohdataan melkein kaikki yrityksen toimintaan liittyvät asiat. Ensimmäisten joukossa tulee vastaan yritysmuodon valinta: toiminimi, avoinyhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö vai osuuskunta. Liiketoimintasuunnitelmaa ja yritysideaa mietittäessä tulee pohtia ja käydä läpi ainakin seuraavia asioita: mitä, kenelle, miten, miksi, kenen kanssa yhteistyössä, markkinat, asiakkuudet ja hinnoittelu. Näihin kohtiin kun osaa vastata on jo yrityksen perustaminen hyvällä pohjalla.

Ennen liiketoiminnan aloittamista, yrittäjän tulee tehdä perusilmoitus kaupparekisteriin. Kaupparekisteriin hyväksymisen jälkeen yritys saa oman Y-tunnuksen ja se tunnistetaan toimivaksi yritykseksi. Verottaja tarvitsee myös yrityksen tietoja, mutta ne tiedot käyvät selville kaupparekisteriin jätettävästä perustamisilmoituksesta eli Y-lomakkeesta. Lomakkeita on saatavilla verohallinnon toimipisteissä, TE-keskuksissa, maistraateissa ja Internetissä.

Yrittäjän toiminnassa on myös arvonlisävero (ALV) vahvasti mukana. Arvonlisävero on kulutusvero, jonka myyjä sisällyttää tavaran tai palvelun myyntihintaan. Lopullisessa laskussa tulee näkyä eriteltynä arvonlisäveron määrä. Yrittäjien välisessä kaupassa arvonlisävero on välillinen vero eli yrittäjä saa vähentää arvonlisäveron, jonka toinen yrittäjä on laskuttanut häneltä. Yrittäjän kirjanpidossa tulee näkyä se että kuinka paljon hän on toisille yrityksille maksanut arvonlisäveroa ja kuinka paljon hän on tililleen saanut asiakkaiden laskujen maksun yhteydessä ALV:tä. Yrittäjän tarvitsee ilmoittaa kuukausittain valvontatiedot verottajalle arvonlisäveroista ja maksamistaan palkoista työntekijöillensä.

Yrittäjän tulee myös huolehtia yrityksen kokonaiskirjanpidon järjestämisestä ja tarvittavien vakuutusten ottamisesta. Näillä toimilla yrityksen al-

kuvalmistelut ovat valmiina ja varsinainen työ yrittäjänä ja liiketoiminnan pyörittäminen voi jo alkaa. (Kallio ym. 2008, 74.)

Yrittäjän on pidätettävä myös ennakonpidätys eli niin sanottu ennakkovero sekä työntekijänsä palkasta että tehdystä työstä, tehtävästä tai palveluksesta. Verotajan ennakonperintärekisteriin merkitään se joka harjoittaa elinkeinotoimintaa.

Aloittavan yrityksen ennakonperintä perustuu yrittäjän omaan arvioon ensimmäisen tilikauden verotettavan tulon määrästä. Verotettava tulo on se, mikä jää yrittäjälle/yritykselle itselleen, kun laskutettavasta myynnistä on ensin vähennetty kaikki yritystoiminnan kulut. (Kallio ym. 2008, 73.)

8.1 Nimi

Hyvä yritysnimi jää mieleen ja siitä on suuri apu yrityksen tuotteiden tai palveluiden tunnetuksi tekemisessä. ”Nimen keksimiseen kannattaa käyttää aikaa ja kannattaa tutustua myös muihin saman toimialan yrityksiin ja tutkia jo yritysrekisterissä olevia yrityksiä.” (Kallio ym. 2008, 82.) Toiminimen rekisteröidessä kaupparekisteriin tulee sen rekisteröivälle yrittäjälle yksinoikeus nimeen koko maan laajuisesti. Olisi hyvä että yrityksen nimeä käytettäisiin vain siinä muodossa kaikissa tilanteissa, joissa se on merkitty kaupparekisteriin. Näin välttyttäisiin väärinkäsityksiltä ja yrityksestä tulisi tunnetumpi.

Hyvän nimen keksiminen yritykselle on hankalaa, koska sen tulisi kertoa mitä yritys myy. Liian lyhyt tai liian pitkä tai liian hankala nimi on huono valinta. Yrityksen nimen keksimisessä kannattaa huomioida se että millainen nimi olisi hyvä myös siinä tapauksessa jos yritys kasvaakin isommaksi tai alkaa jopa laajentaa ulkomaille. Nimiehdotuksen kannattaa tarkistaa kaupparekisteristä, jotta samalle alalla tai jopa sama nimeä ei ole käytössä jo muualla. ”Nykyaikana on tärkeää muistaa myös näkyvyys Internetissä ja tutkia myös se että onko mahdollisen nimen www-sivut vapaana.” (Kallio ym. 2008, 82.) Olisi hyvä jos nimi esiintyisi Internet-sivujen osoitteena, koska se helpottaisi asiakkaita löytämään yrityksen myös Internetistä.

8.2 Yritysmuodon valinta

Yhtiömuodon valinta vaikuttaa yrityksen tulevaan toimintaan ja sen onnistumiseen. Yritystä perustettaessa kannattaa miettiä, mikä yritysmuoto on itselle sopivin ja tarkoituksenmukaisin. Arvioinnissa on tarpeellista huomioida eri yhtiömuotojen erilainen verokohtelu. Useimmiten yritystä perustettaessa päädytään valitsemaan osakeyhtiö, mutta erityisesti pienimuotoisempaa yritystä perustettaessa tulee harkita myös muita yritysmuotoja. Yritysmuodot ovat; yksityinen elinkeinonharjoittaja (toiminimi), avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö ja osuuskunta.

Yrityksen perustajan on syytä selvittää eri yritysmuotoihin liittyviä kysymyksiä alan asiantuntijoiden kanssa. Yritysmuodon valintaan vaikuttavat muun muassa seuraavat seikat: perustajien lukumäärä, pääoman tarve, vastuu, toiminnan joustavuus, toiminnan jatkuvuus, voiton ja tappion jakaminen ja verotus.

8.3 Yrityksen rekisteröinti

Yritys on sitten rekisteröity virallisesti kun se on hyväksytty kaupparekisteriin. ”Yrityksen rekisteröinti tapahtuu tekemällä perusilmoitus kaupparekisteriin.” (Kallio ym. 2008, 84.) ”Ilmoitusvelvollisia ovat: yksityinen elinkeinonharjoittaja, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö, osuuskunta ja ulkomainen elinkeinonharjoittaja, joka perustaa Suomeen sivuliikkeen.” (Kallio ym. 2008, 85.) Perusilmoitus pitää tehdä ennen liiketoiminnan aloittamista ja sen saa tehdä myös sellainenkin yritys joka ei ole velvollinen sitä tekemään. Osakeyhtiö ja osuuskunta syntyvät juridisesti vasta sitten kun ne merkitään kaupparekisteriin. Kaupparekisteriin perusilmoituksen tekemisestä peritään käsittelymaksu, jonka suuruus riippuu ilmoitustyypistä ja yritysmuodosta. Käsittelymaksu tulee maksaa ennen ilmoituksen jättämistä.

8.4 Ideoiden ja tuotteiden suojaaminen

Omat ideat ja tuotteet kannattaa suojata, jotta muut eivät pääse hyötymään omasta keksinnöstä. Tavaramerkkien ja patenttien suojaus tapahtuu parhaiten patentti- ja rekisterihallituksen sivujen kautta (www.prh.fi). ”Tavara merkki on sellainen tunnusmerkki, joka erottaa yrityksen tuotteet tai palvelut muiden yritysten vastaavista tuotteista tai palveluista.” (Patentti- ja rekisterihallitus 2010.) Tavaramerkin rekisteröinti takaa sen että on lupa käyttää yksinomaan omaa tavaramerkkiä koko Suomen alueella ja oikeuden kieltää kilpailijoita käyttämästä samaa tai vastaavaa tavaramerkkiä. Hyvin suunniteltu tavaramerkki ja hyvin tehty hakemus, jolla tavaramerkkiä haetaan, ovat tae että saa rekisteröityä haluamansa tavaramerkin itselleen.

Muitakin tavaramerkin kaltaisia rekisteröitäviä asioita ovat mallioikeus ja patentti. Mallioikeus antaa suojaa tuotteen tai sen osan ulkomuodolle. ”Suojattava kohde on aina tavara ja suojattava esine tai kohde on näköaistilla havaittavissa. Mallisuoja käytetään yleensä huonekaluissa, pakkauksissa tai elintarvikkeissa.” (Patentti- ja rekisterihallitus 2010.) Tuote kannattaa mallisuojata, jos on mielestään keksinyt yksilöllisen ja persoonallisen muodon tai ilmeen tuotteelle. Tällöin siihen muotoon tulee yksinoikeus. Mallin tulee olla uusi ja yksilöllinen, jotta sen voi rekisteröidä itselleen. Pelkästään pienten muutosten tekeminen ennalta tunnettuihin tuotteisiin ei riitä. ”Patentit taasen ovat välineitä uusimpiin teknisiin tietoihin ja ne antavat samalla kuvaa tutkimus- ja tuotekehitystoiminnasta maailmanlaajuisesti.” (Patentti- ja rekisterihallitus 2010.) Ennen kuin alkaa patentoida omaa keksintöään, kannattaa selata läpi patenttitietokanta, jotta vastaavaa keksintöä ei ole jo keksitty.

8.5 Toimitilat

Usein yrittäjät aloittavat toimintansa kotonaan, mutta varsinkin toiminnan laajetessa on aika etsiä erilliset toimitilat. Toimitiloja löytää useilta huoneistovälitysyrittäjiltä, sekä kunnilta kannattaa niitä kysyä. Toimitilat voi joko vuokrata tai ostaa itselleen. Mikäli päätyy vuokraamaan tilat itselleen, tulee muistaa tarkistaa vuokrasopimus huolellisesti. Myös kahden tai kolmen kuukauden vuokratakuun

maksamiseen tulee valmistautua. Vuokrasopimukseen on olemassa vakiokäytäntöjä, joissa mainitaan kaikki tarpeellinen kyseisten tilojen vuokrauksesta.

Usein muuttuvat tilatarpeet ovat suurin haaste yrittäjälle. Toimitilan tulisi aina vastata kunkin yrityksen yksilöllisiä tarpeita, niin toiminnallisesti kuin kustannuksiltaan. Yrityksen sijainti on tärkeä osa yrityksen imagoa ja joskus keskeisin valintakriteeri. Joskus taas toimitilan toiminnalliset ominaisuudet ja kustannustaso ovat tärkeämpiä. Tässä joitakin yleisiä kysymyksiä punnittaviksi:

- keskusta, taajama vai syrjäisempi osoite? Alueen maine?
- alueen muut toimijat, mahdolliset synergiaedut.
- toiminnan laajentamismahdollisuus
- henkilöstön saatavuus
- palvelujen saatavuus: liiketoimintaa tukevat palvelut. Kaupat, koulut, päiväkodit, terveyspalvelut, ravintolat.
- liikenne- ja jalankulkuvirrat.
- kuljetukset, rahti: raskaan liikenteen tarpeet, lentokentän, rautatien, sataman jne. läheisyys.
- työmatkaliikenne: julkiset liikenneyhteydet, parkkipaikat.

(Suomen Yrittäjät, 2010.)

Omiin tarpeisiin sopivan toimitilan löytämiseen kuluva aika vaihtelee. Kesto vaihtelee tapauskohtaisesti koosta ja yrittäjän tarpeista riippuen. Mikäli tilaa joudutaan muokkaamaan asiakkaan toiveiden mukaisesti, aikaa myös kuluu enemmän. Oman toimitilan löytäminen vaihtelee yhdestä päivästä kuukausiin.

8.6 Laitteet ja tarvikkeet

Uuden yrittäjän kannattaa miettiä tarkkaan mitä laitteita, koneita, ohjelmia ja kalusteita hän todella tarvitsee, ja kuinka ne aikoo hankkia. Vaihtoehtoja on monia, joko ostaa uutena, tai käytettynä, myös leasing-sopimus on mahdollista. Usein on saatavilla edullisia huollettuja, mutta toimivia käytettyjä välineitä, ja joissakin tapauksissa niille saattaa saada jopa toimintatakuun. Myös toimistokalusteita kannattaa etsiä aluksi käytettyinä.

Leasing-sopimukset tehdään usein kahdeksi tai kolmeksi vuodeksi kerralla. Usein laitteet on mahdollista ostaa tuon ajan jälkeen itselleen hinnalla, jossa ikä otetaan huomioon. Ennen leasing-sopimusta kannattaa laskea tarkkaan, paljonko niihin sitoutuu rahaa ostettaessa ja kuinka paljon joutuu maksamaan niiden leasing-ajasta. Vasta tämän jälkeen on hyvä tehdä päätös laitteiden hankintatavasta.

8.7 Kirjanpito

”Kirjanpito on yrityksen toiminnasta johtuvien liiketapahtumien rahamäärien kirjaamista. Kirjanpitoon rekisteröidään yrityksen menot, tulot ja muut rahoituksen tapahtumat.” (Kallio ym. 2008, 94.) Kaikki yritykset ovat kirjanpitovelvollisia, kirjanpidon oikeellisuus on yritystoiminnassa keskeistä. Kirjanpidon hoitaminen kannattaa useimmiten antaa asiantuntijan hoidettavaksi, vaikka yrittäjän onkin hyvä olla tietoinen yrityksen tilitapahtumista ja tuloksesta.

Yrityksen kirjanpidossa yksi tärkeimmistä asiakirjoista on tilinpäätös. Tilinpäätös kuvaa yrityksen tuloksen muodostumista tilikaudella tuloslaskelman avulla. Tilinpäätöksen taseen avulla taasen kerrotaan taloudellinen tila ja sen avulla pystytään katsomaan yrityksen omaisuuden ja velkojen arvoa tietynä ajankohtana. ”Tilinpäätös tulee laatia neljän kuukauden kuluessa jokaisen tilikauden päättymisestä. Yksi tilikausi kestää 12 kuukautta.” (Kallio ym. 2008, 95.) Uuden yrityksen tilikausi saa poikkeuksellisesti olla 18 kuukautta tai vähemmän kuin 12 kuukautta. ”Tilinpäätöksen tulee yleisesti sisältää yrityksen tuloslaskelman, taseen, vaaditut liitetiedot, rahoituslaskelman ja toimintakertomuksen. Ammatinharjoittajalla tilinpäätökseen riittää pelkkä tuloslaskelma.” (Kallio ym. 2008, 95.)

Kirjanpitoa koskevaa aineistoa on säilytettävä kuusi vuotta. ”Tähän aineistoon kuuluvat: laskut, rahtikirjat, tiliotteet, yrityksen kokouksen pöytäkirjat, käteis- ja korttimaksukuitit, sopimukset ja liikekirjeet.” (Kallio ym. 2008, 95.) Nykyaikana yleistyneet sähköiset laskut ja tärkeät sähköpostit tulee myös säilyttää. Tositteiden pitää olla alkuperäisiä ja kirjanpitovelvolliselle osoitettuja. Niissä olevat merkinnät on oltava selkeitä ja niistä on käytävä ilmi, mikä liiketapahtuma on kyseessä.

8.8 Mistä saa neuvoa?

Uudelle yrittäjälle on tarjolla paljon neuvoa erilaisten keskustusten ja toimistojen kautta. Neuvonantajia löytyy netistä suuret määrät, sekä aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta on myös hyötyä. Luettelemme tässä muutaman yleisimmän ja hyödyllisen neuvonhakupaikan uudelle yrittäjälle. Uusi yrittäjä voi hakea neuvoa muun muassa: Työvoimatoimistot, Yrityshautomot, Uusyrityskeskukset, TE-keskukset, NYP-yrityspalvelut, Kauppakamari, Euroneuvontakeskukset, Finpro, Suomen Yrittäjät ry, Naisyrittäjyyskeskus ry ja Pellervo-seura ry.

8.8.1 Työvoimatoimistot

Työvoimatoimistot tarjoavat starttirahan lisäksi monenlaista tukea ja neuvontaa yrityksen perustamista suunnittelevalle. Ne esimerkiksi järjestävät erilaista koulutusta yrittäjyyteen. Työvoimatoimista neuvoo työttömiä työnhakijoita yritystoiminnan käynnistämiseen liittyvissä asioissa. Yrittäjäksi aikova voi osallistua kursseille, joilla käsitellään yritystoiminnan periaatteita ja vaatimuksia, sekä yrittäjän ominaisuuksia. Yrityksen peruskoulutus sopii sekä yrittäjyyttä suunnittelevalle tai jo hiljattain aloittaneelle yrittäjälle. Kursseilla annetaan perustietoa markkinoinnista, verotuksesta ja laskentatoimesta.

Yrityksen kehittämiskoulutus on suunnattu jo yritystoiminnassa toimineelle yrittäjälle, ja sen tavoitteena on edistää yritysten välistä yhteistyötä ja kehittää yritystoiminnan eri osa-alueita. Työvoimatoimisto auttaa myös yrittäjää löytämään sopivia työntekijöitä, ja se voi myös tukea työttömän työnhakijan palkkaamista taloudellisesti. (Meretniemi & Ylönen 2008, 146)

8.8.2 Yrityshautomot

Suomessa toimii useita kymmeniä erilaisia yrityshautomota, jotka tarjoavat aloittaville yrittäjille toimitiloja, neuvontaa, tukea ja kontakteja. Koska, hautomot tukevat uusia yrittäjiä monin eri tavoin on sen avulla yritystoiminnan aloittaminen helppoa.

Hautomovaiheessa painotetaan erityisesti yrittäjänä kehittymistä ja tarvittavien valmiuksien hankkimista. Samalla autetaan luomaan edellytykset yritykseen kasvuun ja kehitykseen. Hautomot tarjoavat yrittäjille myös erilaisia koneita ja laitteita käyttöönsä. Hautomot arvioivat yrittäjäksi aikojan liikeidean toteutumismahdollisuuksia, sekä mahdollisia korjaustoimenpiteitä. Hautomoyrittäjäksi haluavat tulee sopia tapaaminen hautomohenkilökunnan kanssa, jossa liiketoimintaan liittyviä toimenpiteitä pohditaan yhdessä. Selvitysten perusteella ratkaistaan sopiiko yrittäjä hautomoyritykseksi. (Meretniemi & Ylönen 2008, 147)

8.8.3 Uusyrityskeskukset

Suomessa toimii ainakin 30 uusyrityskeskusta, ja ne opastavat aloittavaa yrittäjää toiminnan käynnistämisessä. Niillä on yhteensä 80 palvelupistettä ympäri maata. Uusyrityskeskukset tarjoavat maksutonta ja asiantuntevaa neuvontaa uusille yrittäjille.

Uusyrityskeskukset käsittelevät asiakkaiden tietoja luottamuksellisesti, ja neuvonta on asiakkaiden tarpeista lähtevää. Uudesta yrityshankkeesta tehdään peruskartoitus, jonka jälkeen yrityksen perustamista suunnitteleva ohjataan sopivan asiantuntijan luokse. (Meretniemi & Ylönen 2008, 148)

Uusyrityskeskukset antavat myös lausuntoja rahoittajille, sekä starttirahahakemuksen liitteeksi.

8.8.4 TE-keskukset

TE-keskukset, eli Työvoima- ja elinkeinokeskukset ovat kauppa- ja teollisuusministeriön, maa- ja metsätalousministeriön ja työministeriön perustamia palvelukeskuksia. Niitä on yhteensä 15 kappaletta ympäri Suomea.

TE-keskukset tarjoavat palveluitaan aloittaville yrityksille, yrityksille ja yksityisille kansalaisille. TE-keskus tarjoaa esimerkiksi näitä palveluita: yritysidean arviointi ja kehittäminen, yrittäjävalmennus, rahoitusneuvonta ja kaupparekisteripalvelut. TE-keskus on kehittänyt yritysidean arviointiin ja kehittämiseen ProStart-nimisen ohjelman, jonka avulla voidaan selvittää yrityshankkeen toimintakelpoisuus. Ohjelma sisältää kaksi vähintään kahden tunnin tapaamista asiantuntijan kanssa, ja maksaa 100 euroa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 149)

9 LOPUKSI

Aloittavan yrityksen opas on hyödyllinen yrittäjyyttä miettiville henkilöille ja jo oman yrityksen perustaneille uusille yrittäjille. Ihmiset ovat tulleet enemmän tietoiseksi siitä, että oman yrityksen perustamiseen liittyvä kynnys on madaltunut, ja nykyään yhä useampi uskaltautuu ryhtyä yrittäjäksi. Tämä johtuu varmasti osaksi siitä, että nykypäivänä tietoa yrittäjyydestä löytyy helposti ja nopeasti, sekä kattavasti Internetistä. Internetistä löytyy myös paljon yrittäjien itse kertomia onnistumistarinoita yrittäjyydestä, myös mahdolliset vastoinkäymiset ovat esillä laajasti.

Opinnäytetyön aihe osoittautui lopulta melko haastavaksi laajuutensa vuoksi. Työn jakaminen kahteen eri osaan helpotti työn rajaamista ja selkeytti työn tekoa. Työtä tehdessä useat asiat selvisivät paremmin kuin tunneilla opiskellessa. Tunneilla opimme vain pääkohdat, ja pintaraapaisun asioista, mutta nyt kun itse joutui toden teolla selvittämään asioita, löytyi paljon uutta tietoa. Työn aikataulutuksen osalta meillä oli loppuvaiheessa hieman kiire, koska aineistoa löytyi niin paljon, että työ tuntui laajenevan laajenemistaan. Työstä oli vaikea jättää mitään pois, mutta lopulta onnistuimme siinä.

Opinnäytetyö opetti meille itsenäistä työskentelyä ja ongelmanratkaisua, joista varmasti on hyötyä tulevaisuudessa. Tärkeää oli myös pysyä annetussa aikataulussa, ja opetella karsimaan vain se tärkein tieto esille. Työn tekeminen oli mukavaa, sillä pääsi vapaasti toteuttamaan itseään ja syventämään, sekä hyödyntämään koulussa opittuja tietoja.

Yritys X oli koko työn teon ajan mielessämme, mutta siitä kertominen työssä osoittautui hankalaksi. Yritys X, kun on perustettu vasta tämän vuoden alussa, ei siitä siksi saanut paljoa tietoa irti. Lähinnä sai vain neuvoa uusille yrittäjille siitä miten asiat kannattaisi tehdä, ja miten ei. Kuitenkin työstä oli apua Yritys X:lle, sillä se oli käynnistetty hyvin vähäisellä suunnittelulla ja kartoituksella. Yrittäjä tiesi, että me teemme tämän työn, josta hän saa apuja tulevaisuutta varten.

LÄHTEET

Aho Johanna. 2008. Opinnäytetyö. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen perustettavalle muoti- ja kauneusalan yritykselle. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu.

Bergström, S. Leppänen, A. 2007. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Kallio, J. Ripatti, E. & Tanni, K. 2008. Oma Yritykseni. Tampere: TAT-Palvelu Oy.

Keskuskauppakamari. 2008. Yrityksen perustajan opas. Helsinki: Keskuskauppakamarin Palvelu Oy.

Manninen, J. 2009. Kurssimateriaali A. Aloittavan yrityksen suunnittelu 7.1. – 13.3.2009. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu.

Manninen, J. 2009. Kurssimateriaali B. Riskienhallinta 16.3. – 13.5.2009. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu.

Markkinointisuunnitelma. 2010. Markkinoinnin suunnittelu. Luettu 28.10.2010. <http://www.markkinointisuunnitelma.fi/?id=297>

Meretniemi, I., Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Otava.

Patentti- ja rekisterihallitus. 2010. Tavaramerkki, patentti, mallioikeus. Luettu 29.10.2010. <http://www.prh.fi/fi.html>

Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. 5. Uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2010. Lakisääteinen vakuutus. Luettu 20.10.2010. http://www.stm.fi/vakuutusasiat/lakisaateinen_vakuutus

Suomen Yrittäjät. 2010. Yrittäjät.fi. Luettu 26.10.2010 <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/valmis-yrittajaksi/>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2010. Toimiala online. Luettu 21.10.2010. <http://www.tem.fi/index.phtml?s=54>

LIITTEET

Liite 1 Liiketoimintasuunnitelma

Liite 2 Markkinointisuunnitelma

LIITE 1 Liiketoimintasuunnitelma (Luottamuksellinen)

Liiketoimintasuunnitelma

1(7)

**LIIKETOIMINTASUUNNITELMA****1 Yritysidea****2 Tuote****3 Asiakkaat ja markkinatiedon hankkiminen**

- 3.1 Asiakkaat
- 3.2 Markkinat
- 3.3 Kilpailijat

4 Toimintatavat ja voimavarat

- 4.1 Myynti ja markkinointi
- 4.2 Oma osaaminen
- 4.3 Tuotanto
- 4.4 Kirjanpito ja talouden suunnittelu

5 Yrityskuva**6 Rahoitus****7 Toiminnan kannattavuus ja hinnoittelu****8 Yrityshankkeen SWOT-analyysi****9 Laskelmat (Kts. erilliset Excel-taulukot)****10 Yrittäjäehdokkaan itsearviointi ja kommentit**

LIITE: Laskelmat

LIITE 2 Markkinointisuunnitelma (Luottamuksellinen)

Markkinointisuunnitelma

Luottamuksellinen

Yrityksen nimi:

Sisällysluettelo

1. **Perustiedot yrityksestä**
2. **Markkinat**
 - 2.1 Kysyntä
 - 2.2 Kilpailu
 - 2.3 Toimintaympäristö
3. **Lähtökohta-analyysi**
 - 3.1 Ympäristöanalyysi
 - 3.1.1 Toimialan kehitys
 - 3.1.2 Markkinat ja kehityssuunnat
 - 3.2 Yritysanalyysi
 - 3.2.1 Toiminta-ajatus
 - 3.2.2 Liikeidea
 - 3.2.3 Toiminnan analysointi
4. **Markkinointistrategia**
 - 4.1 Markkinoinnin tavoitteet
 - 4.1.1 Liikevaihto, tulos ja markkina-asema
 - 4.1.2 Markkinat ja tuotteet
 - 4.1.3 Markkinointitoimenpiteet
 - 4.1.4 Organisaatio ja henkilöstö
 - 4.1.5 Taloudellinen asema
5. **MARKKINOINTISUUNNITELMA**
 - 5.1 Tuotteistus
 - 5.1.1 Tuotepolitiikka ja –suunnittelu
 - 5.1.2 Hinta
 - 5.2 Viestintä
 - 5.2.1 Myyntityö
 - 5.2.2 Mainonta
 - 5.2.3 SP
 - 5.2.4 PR
 - 5.3 Markkinoinnin organisaatio ja henkilöstö
 - 5.4 Budjetti
6. **Riskien arviointi**