

Opinnäytetyö (AMK)

Kauneudenhoitoalan koulutusohjelma

Estenomi

2015

Tarja Ojala

# YRITTÄJYYDEN HAASTEET JA PELOT



**TURUN AMMATTIKORKEAKOULU**  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Kauneudenhoitoalan koulutusohjelma | Estenomi

2015 | 40 + 3

Arja Keltaniemi

Tarja Ojala

## YRITTÄJYYDEN HAASTEET JA PELOT

Yrittäjyys on lähes ainoa työllistymiskeino parturi-kampaamo alalla. Työpaikkoja ei ole ja yrittäjyyteen kannustetaan, mutta mikä siinä pelottaa?

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää yrittäjyyden esteitä, pelkoja sekä sitä mikä yrittäjyydessä mietityttää. Ongelmakohtien selvittämiseksi tehtiin alakohtainen kyselykartoitus. Kyselykartoituksen pohjalta selvisi, että suurimmat huolenaiheet kohdistuivat taloudelliseen toimeentuloon, asiakashankinnan vaikeuteen, yrittäjyystiedon hallinnan puutteisiin sekä siihen mistä apua yrittäjyyteen olisi saatavilla.

Opinnäytetyö käsittelee kartoituksessa esille tulleita asioita helppotajuisesti ja pyrkii oppaan kaltaisesti tuomaan tietoa pelkoa ja huolta tuottavista asioista. Työssä pyritään tuomaan tietoa helposti lähestyttävästi asioista, joihin yrittäjyyttä suunnittelevalla ei vielä ole kokemusta. Samoin siinä tuodaan esille tiedonhallinnan tärkeyttä yrittäjyyden hallinnassa.

Tavoitteena on myöhemmin tuottaa opinnäytetyön pohjalta helposti lähestyttävä opas sekä koulutusmateriaali, joka suunnataan opinto/koulutusmateriaaliksi alan opiskelijoille sekä yrittäjyyttä suunnittelevalle.

### ASIASANAT:

Yrittäjyys, työllistyminen, kartoitus, toimeentulo, tiedonhallinta

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Beauty Care Management | Bachelor of Beauty Care Management

2015 | 40 + 3

Instructor Arja Keltaniemi

Tarja Ojala

## THE CHALLENGES AND FEARS OF ENTREPRENEURSHIP

Entrepreneurship is almost the only way of employment in the hairdressing branch. Jobs are not available and people are encouraged to entrepreneurship but what is so frightening about it?

The aim in this thesis was to clarify the barriers and fears in entrepreneurship as well as what puzzles in it. Sectoral survey was made to make clear the problem areas. Based on the survey became clear that biggest concerns were focused at economical livelihood, difficulty purchasing customers and lack of entrepreneurships data management as well as where to receive help for entrepreneurship.

The thesis handles facts that emerged in the survey in an easy-to-understand way and aims in a guiding way to give information about facts that cause fear and concern. The work pursues information in an approachable way about facts that a person who plans entrepreneurship does not have yet experience in. Likewise the work discloses the importance of data management in mastering entrepreneurship.

Based on the thesis the goal is to later on produce an approachable guide as well as an education material, which is targeted as a study/education material for students in this branch as for those who plan entrepreneurship.

### KEYWORDS:

Entrepreneurship, employment, survey, livelihood, data management

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 MIKÄ YRITTÄJYYDESSÄ MIETITYTTÄÄ?</b>	<b>6</b>
2.1 Kartoituksen analysointi	6
2.2 Kartoituksen tulokset	9
<b>3 YRITTÄJYYS ON PELOTTAVAA</b>	<b>11</b>
<b>4 LIIKETOIMINNAN SUUNNITTELULLA KOHTI MENESTYSTÄ</b>	<b>19</b>
4.1 Liiketoiminta suunnitelma kertoo mitä, kenelle ja miten?	21
4.2 Asiakashankinnan peruspilarit	22
<b>5 YRITYSTOIMINTA ON TÄYNNÄ YLLÄTYKSIÄ</b>	<b>29</b>
<b>6 POHDINTA</b>	<b>36</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>39</b>

## LIITTEET

Liite 1. Kyselykartoitus.

# 1 JOHDANTO

Parturi-kampaamoalalla lähes ainoa työllistymiskeino on työllistää itsensä yrittäjänä. Palkkatyöpaikkoja ei juuri ole ja monet ajautuvat yrittäjäksi, vaikka omat resurssit eivät riittäisikään. Yrittäjäksi ryhtyminen ei kuitenkaan ole kaikille itseltään selvää ja koska työpaikkoja ei ole pakkoyrittäjyyden pelossa hakeudutaan helposti muille aloille, jossa työpaikkoja on tarjolla.

Yrittäjyys on keskeinen ja onnistuessaan palkitseva työllistymisvaihtoehto, joka tarjoaa monia mahdollisuuksia ja jotta mahdollisuus yrittäjäksi ryhtymiseen voidaan luoda, tulee keskeiset esteet selvittää.

Opinnäytetyön lähtökohtana on selvittää kampaamoalan yrittäjyyteen kohdistuvia pelkoja ja haasteita, sekä selvittää mikä yrityksen perustamisessa tuntuu vaikealta. Pyrkimyksenä on selvittää mistä apua yrittämisen kulmakiviin on saatavilla. Tavoitteena on löytää ongelmien pääkohdat ja tarkastella niitä lähemmin, sekä löytää niihin ratkaisukeinoja. Tärkeimmiksi nousseet haasteet rajaavat opinnäytetyön käsiteltävät alueet.

Opinnäytetyön yhtenä tavoitteena on asioiden riittävän helppotajuinen kerronta, jotta asiaan enemmän perehtymätön, ymmärtää mistä on kysymys. Opinnäytetyön tarkoitus on antaa käytännönläheisiä neuvoja yrittäjyyttä harkitseville ja kertoa yrittäjäosaamisen hallinnan tärkeydestä ja merkityksestä yrityksen arjessa. Ajatuksena myös on, että opinnäytetyöstä on hyötyä yrittäjyyden alkumetreillä.

Opinnäytetyön tueksi laaditaan verkkokysely sekä tutustutaan aiheeseen liittyvään aineistoon. Aineisto tuodaan opinnäytetyöhön helposti lähestyttävässä muodossa, jotta jokainen aloittava yrittäjä voisi löytää sieltä itselleen helposti ratkaisun itseään askarruttavaan asiaan.

## 2 MIKÄ YRITTÄJYYDESSÄ MIETITYTTÄÄ?

Keskeisemmiksi teemoiksi opinnäytetyön kartoituksessa rajattiin kampaamoalan yrittäjyyteen kohdistuneita pelkoja, haasteita ja yrittäjyyden vaikeuksia selvittävät kysymykset. Kartoitus haluttiin kohdistaa alan opiskelijoiden, työntekijöiden sekä yrittäjien todellisten pulmien selvittämiseksi. Kysymyksillä kartoitettiin myös mahdollista tietoa siitä, onko heillä ongelmiinsa ratkaisuja ja mistä apua voisi saada.

Kartoituksella haluttiin selvittää mikä yrittäjyydessä mietityttää ja mitä virheitä jo yrittäjänä toimivat tekivät aloittaessaan yrittäjänä sekä myös sitä, mitä neuvoja he haluaisivat antaa yrittäjyyttä harkitsevalle. Kartoituksen kysymykset laadittiin avoimiksi ja vastaajille luotiin mahdollisuus vastata kysymyksiin omin sanoin.

Kartoitus (Liite 1) suoritettiin verkkokyselynä Parturi-Kampaajien-ryhmän (Facebook) suljetulla sivustolla.

### 2.1 Kartoituksen analysointi

Kartoituksen vastaukset analysoitiin kirjaamalla ylös mahdolliset huolenaiheet, pelot, avuntarpeet sekä mietittiin ratkaisuvaihtoehtoja esille tulleisiin ongelmiin. Esille tulevia ongelmia ja haasteita tarkasteltiin lähemmin. Kartoitus kohdistettiin kampaamoalalla toimiviin vastaajiin ja verkkosivuston käyttäminen edellytti suljetun ryhmän jäsenyyttä.

Jäsenyusehtoina ryhmässä mainitaan todistettava yhteys kampaamo yrittäjyydestä, opiskelusta alalle tai työntekijän asema kampaamoalan yrityksessä. Ryhmän jäseneksi on hakeuduttava ja sivuston ylläpitäjät hyväksyvät ryhmään jäseneksi, mikäli ehdot täyttyvät.

Virhemarginaalin mahdollisuus verkkokyselyissä on aina olemassa, joten tuloksia voidaan pitää suuntaa antavina, mutta kuitenkin melko luotettavina.

Kartoitukseen vastasi 90 vastaajaa. Vastaajista kolmesta (13) kpl olivat alan opiskelijoita, alalla työntekijöinä toimivia neljätoista (14) kpl ja yrittäjinä toimivia kuusikymmentäkolme (63) kpl. Yhteystietonsa jättäneistä, mahdollisia lisäkysymyksiä varten, oli ainoastaan kolme (3) kpl.

Vastaukset lukuina:

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset kpl	Vastaukset %
Opiskelijat	13	14,44
Yrittäjät	63	70
Työntekijät	14	15,56
Yhteensä	90	100 %

Kuvio 1. Kartoituksen vastausjakauma lukuina

Kuten kaavioista voimme todeta, suurin vastaajaryhmä (70%) oli jo alalla toimivat yrittäjät. Opiskelijoiden (14,44%) sekä alalla työskentelevien työntekijöiden (15,56%) luvut jakautuivat tasaisesti näiden kahden vastaajaryhmän kesken.

### **Oppilaat ja työntekijät**

Kartoitukseen vastanneista oppilaista sekä työntekijöistä lähes kaikilla suurimmaksi huolenaiheeksi muodostuivat asiakkaiden hankinnan vaikeus sekä pelko tulojen riittävydestä. Myös pelko sosiaaliturvan heikkeneminen huolestutti useampaa vastaajaa. Nähtävillä oli tietämättömyys ja avuntarve yritysjuridisissa asioissa, kuten yrityksen perustamiseen liittyvät asiakirjat ja käytänteet.

Tiedon puutteen aiheuttama pelko yrittäjyyteen liittyvissä asioissa oli havaittavissa useimmista vastauksista. Myös yhteiskunnan ja lähipiirin tuen puute nousi vastauksista yhdeksi pelon aiheuttajaksi. Kysymyksiä herätti myös huoli ja tie-

tämättömyys oikeiden yhteistyökumppaneiden löytymisestä, kuten esim. hyvän kirjanpitäjän löytäminen.

Vastuunotto yrityksestä ja rohkeus olivat myös usealle vastaajista huolen aiheita.

Avuntarpeen opiskelijat sekä työntekijät kokivat itselleen erittäin tärkeäksi. Apua toivottiin liiketoiminnan kaikkiin osa-alueisiin. Eräät vastaajista olivat yrittäjätaustaisesta perheestä ja arvioivatkin avunsaannin mahdollistuvan omilta vanhemmiltaan. Osalla vastaajista lähipiiriin kuului yrittäjä, jolta otaksuttiin apua saatavan.

Useimmat vastaajista eivät osanneet määritellä mistä apua voisi saada, mutta arvelivat löytävänsä tarvitsemansa tiedon netistä. Ymmärrystä omien tietojen puutteellisuudesta kuitenkin oli ja vastaajat arvioivat tarvitsevansa apua mm. verotukseen liittyvissä asioissa, markkinointiin ja talouden hallintaan.

Opintoihin kuuluvan yrittäjäyiskoulutuksen tiedot koettiin riittämättömäksi oman yrityksen perustamisessa.

### **Yrittäjät**

Jo yrittäjänä toimivat vastaajien pelot ja haasteet olivat yhteneväisiä muiden vastaajien kanssa. Taloudellisen tilanteen epävarmuus, toimeentulo sekä asiakashankinnan haasteellisuus olivat suuremmiksi huolenaiheiksi nousseet kysymykset. Yrittäjien oman yrittäjäytensä alun haasteet ja pelot eivät poikenneet opiskelijoiden ja työntekijöiden peloista.

Yrittäjyyden alun virheiksi kerrottiin yrityksen liian alhainen hintataso ja vähäinen perehtyminen yrittäjyyteen. Menojen suuruus oli yllättänyt usean vastaajista ja kulurakenteista ei ollut käsitystä yrittäjyyden alussa. Yrityksen päivittäisissä toiminnoissa oli myös tehty virheitä kuten esim. liian isot ainetilaukset ja väärät markkinointikanavat.

Haasteina oli koettu myös hyvien ja luotettavien yhteistyökumppaneiden etsintä kuten esim. kirjanpitäjä sekä vaikeaksi oli koettu yrityksen alkurahoituksen



saaminen. Yritysjuridiikka sekä muut yrityksen perustamiseen vaadittavat asiakirjat oli koettu hankalaksi yritystä perustettaessa.

Monella yrittäjällä oli jo käsitys siitä mistä apua on tarvittaessa saatavilla. Moni kertoi hakeneensa tietoa ja apua eri viranomaisilta. Apua yrittäjyyden tueksi oli haettu mm. yrittäjäneuvojilta, elinkeinoasiamieheltä, kirjanpitäjältä jne., mutta myös kollegoiden tuki koettiin hyväksi.

## 2.2 Kartoituksen tulokset

Oppilaiden sekä työntekijöiden pelkoja aiheuttaa suurelta osin tiedon sekä kokemuksen puute. Oma osaaminen kyseenalaistettiin ja luottamus omaan liiketoimintaosaamiseen oli heikkoa, toisaalta tietoisuus lisätiedon hankkimisesta oli tiedostettu, mutta oikeita tiedonhankkimiskanavia ei osattu määritellä.

Liiketoiminnan kokonaisuuden hahmottaminen oli heille vaikeaa ja tiedon puute eri osa-alueilla kuten yritysjuridiset asiat, verotus, yhteistyökumppanien hankinta koettiin hankalaksi. Apua ei osattu etsiä tai ei tiedetty mitkä tahot sitä tarjoavat.

Huoli taloudellisesta toimeentulosta ja pelko ettei olekaan asiakkaita, on realistinen huolenaihe yrittäjyydestä vastaajien keskuudessa. Myös yhteiskunnan tukeman perusturvan ulkopuolelle jääminen mietitytti. Koettiin, että yrittäjä jää yksin ja apua ei saa.

Rohkeuden puute ja pelko yrittäjän suuresta vastuusta esti muutamaa vastaajaa harkitsemasta yrittäjyyttä.

Osa yrittäjistä katui yrittäjyyden aloittamista ja sitä, ettei ollut hakenut tarpeeksi tietoa ennen yrityksen perustamista. Virheitä oli yrityksen alussa tehty paljon, joka laski merkittävästi yrityksen tuottavuutta. Tieto osoittaa liiketoimintaosaamisen tärkeyden yritystä perustettaessa ja sen toiminnan aikana.

Uusasiakashankinnan ja markkinointiosaamisen taidon puutteet vaikuttivat oleellisena osana asiakasvirtaan, sen hallintaan sekä suoraan yrityksen kannat-

tavuuteen. Kannattavuuden lasku näkyi yrittäjän sekä yrityksen henkisten ja aineellisten resurssien laskuna, kertoivat jo yrittäjinä toimivat vastaajat.

Tärkeimmiksi huolenaiheiksi kartoituksessa osoittautui yrityksen kannattavuuden pelot, uusasiakashankinnan heikkoudet, liiketoimintaosaamisen heikkous sekä oikeat kanavat avun etsimisessä.

Opinnäytetyössä käsitellään näitä tärkeitä osa-alueita yrittäjän näkökulmasta ja pyritään tuomaan yrittäjyyden pelkoihin perustiedon lisäksi rohkaisua sekä ratkaisuja.

### 3 YRITTÄJYYS ON PELOTTAVAA

*”Muutostilanteet ovat aina vaikeita, koska ne vaativat siirtymistä epämukavuusalueelle. Prosessit on siksi käännettävä tarinoiksi, joita tavalliset ihmiset ymmärtävät. Ja kun he ymmärtävät, heillä on mahdollisuus onnistua sellaisena kuin ovat ja tehdä parhaansa. Vahvistuvat ihmiset vahvistavat firman kilpailukykyä. Siitä tulee vankka perustus, joka kestää innovaatorakettien laukaisut.”*

Jari Sarasvuo, Trainer’s house Oy

(Teoksessa Taivas + Helvetti)

Yrittäjyyttä kohtaan tunnetaan pelkoja iästä riippumatta. Pienimuotoisen yrittäjyyden aloittaminen nuorena mahdollistaa vahvan yrittäjäosaamisen myöhemmällä iällä. Nuoret sietävät paremmin yrittäjyyden alun epävarmuutta, pieniä tuloja sekä pitkiä päiviä, kun taas perheen jo perustanut aikuinen, joka on jo tottunut turvalliseen palkkatuloon sekä tiettyyn elintasoon, saattaa empiä yrittäjäksi ryhtymistä, mutta toisaalta aikuinen on jo oppinut paljon itsestään ja ammatistaan sekä tehnyt jo useita virheitä, joista on oppinut.

Yrittämisessä tarvitaan intohimoa, uskallusta ja omistautuneisuutta – samoja ominaisuuksia, jotka auttavat työntekijää etenemään nopeasti uralla. Potentiaalinen yrittäjä, iästä riippumatta, saattaa olla etenemisputkessa pikemmin kuin vähemmän yrittäjähenkisen työtoverinsa. Suurimpana ratkaisuntekijänä ei siis ole ikä vaan rohkeus.

*”Yrittämisen ei tarvitse olla pelottavaa, vaan se voi myös olla hauskaa”,* kuten yrittäjä Pete Poskiparta kirjoittaa kolumnissaan, ”Yrittämisen sietämätön keveys”(Varsinais-Suomen yrittäjät lehti 9/2015). Hän kirjoittaa vapauden olevan yrittäjälle suuri arvo ja yritys tarvitsee taustalleen sellaisia ihmisiä, jotka tuntevat paloa tekemäänsä työhön, haluavat tehdä työn omalla tavallaan ja olla ylpeitä lopputuloksesta, vaikka se tarkoittaisikin joskus unettomia öitä tai lähes sietämätöntä stressiä. Hän neuvookin, että jos kate on liian pieni, on katetta nostettava. Tai jos riskit ovat liian suuret, on riskit otettava haltuun ja jos lomaan ei ole

varaa, on kehitettävä toimintaa niin, että lomailu jatkossa on mahdollista, hän kirjoittaa. Poskiparta myös mainitsee, että yrityksen voi koska tahansa hallitusti lakkauttaa tai myydä, mikäli toiminta ei ole mieleistä tai kannattavaa.

Vuosittaisessa tutkimuksessa, jonka suorittaa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), käy ilmi, että 44 prosenttia aikuisista suomalaisista sanoi tunnustavansa hyviä liiketoimintamahdollisuuksia ympäristössään. Mutta samaan aikaan 37 prosenttia vastasi, että epäonnistumisen pelko estäisi yrittäjäksi ryhtymisen. (Gem 2014.)

Myös Dynastartin nuorille suunnatussa yksinkertaisessa kyselyssä; ”Mikä yrittäjyydessä pelottaa eniten?” voidaan havaita, että epäonnistumisen pelko sekä taloudellinen epävarmuus ovat keskeisimpiä huolenaiheita. (Admin 2012.)

Epäonnistumisen pelko sekä oman taloudellisen tilanteen heikentyminen ovat yrittäjäksi ryhtymisen yhteneväisiä huolenaiheita niin nuorilla kuin aikuisillakin.

Huolet eivät suinkaan ole turhia, sillä yrittäjän vastuu epäonnistumisesta on painavampi kuin palkkatyöläisellä, ja kaksikymppisenä epäonnistunut yrittäjä saattaa kantaa velkojaan koko loppuelämänsä. Suomalainen sosiaaliturva ja työehdot on rakennettu pääasiassa pitkässä palkkatyösuhteessa olevien ihmisten tueksi.

Epävarmuuden sietäminen on osa yrittäjyyttä ja myös pelot ovat osa tervettä varovaisuutta. Pelko saattaa sekä sen myös tulisi sysätä hakemaan lisää tietoa omasta alastaan ja yrittäjyydestä. Pelkojen hallintaan auttaa yrittäjyystiedon etsiminen ja omaksuminen, ja se saattaa myös olla yksi yrittäjyyden alkuun lähdön edellytyksiä. Riittävän yrittäjyystiedon hankinta vahvistaa omaa osaamista ja poistaa pelkoja yrittäjyydestä sekä takaa yritykselle paremmat edellytykset tehdä taloudellisesti positiivista tulosta.

Turvallisuuden tunnetta yrittäjyyteen tuo myös liiketoiminnan systemaattinen suunnittelu, johon olennaisena osana kuulu hyvin suunniteltu liiketoiminta, sen seuranta sekä riskien tiedostaminen ja niiden hallinta. Pienemmänkin yrityksen tulee suunnitella toimintansa niin, ettei suuria yllätyksiä pääse tapahtumaan, on

tunnistettava realiteetit sekä mahdolliset ongelmat ja niihin myös tartutaan. Yrityksen toimintojen kontrollointi erilaisin seurantakeinoin on osa myös pienyrityksen kannattavuuden ylläpitämisen perustoimintoja.

Liiketoiminnan suunnittelussa ja riskien kartoittamisessa myös kampaamoalan yrittäjää auttaa mm. liiketoimintasuunnitelman laadinta sekä riskienhallinta – analyysi. Näiden avulla voidaan liiketoimintaa johtaa todellisen tiedon valossa, eikä yritystoiminta perustu vain oletuksiin. Todellisten liiketoiminnan tunnuslukujen avulla on mahdollista vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen ja turhat pelot yrittäjyydestä on mahdollista osin minimoida. Ollaan toisin sanoen kiinnostuneita siitä, miten oma yritys esim. taloudellisesti voi.

Liiketoimintasuunnitelma sekä riskienhallinta saattaa yrittäjyydestä haaveilevalle tuntua hyvin vieraalta, mutta omassa elämässä on paljon yhtäläisyyksiä yrityksen liiketoiminnan suunnittelun kanssa. Liiketoimintasuunnitelman laadintaa ja riskienhallintaa voi verrata kotona tehtäviin suunnitteluihin kuten esimerkiksi juhlien järjestämiseen: millaiset juhlat järjestän (= liikeidea, yrittäjän vahvuudet), missä juhlat järjestetään (= liikekiinteistö), paljonko mahdollinen juhlatilan vuokra maksaisi ja onko minulla siihen varaa (= kulut/rahoitus). Näiden lisäksi on mietittävä miten ja millaiset kutsut lähetän (= markkinointi, mitä viestitän), ketä haluan/en halua kutsua (= kilpailijat, asiakkaat), mitä tarjotaan (= tuotteet ja palvelut), kuinka paljon olen valmis maksamaan tarjoilusta (= kulut ja menot/rahoitus), mitä maksuja on vielä tulossa (= kulujen ennakointi) ja jos jotain hajoaa, niin onko minulla kotivakuutus ja mitä se kattaa (= riskienhallinta).

## Yrittäjyystieto hallintaan

*”Minä opin kyselemällä, kävelemällä ympäriinsä. Ei ihmisen oppimiskyvyllä ole rajaa. Jos eteen tulee uutta, niin kyllähän se sen ymmärtää.”*

Juhani Lehti, Tampereen konepajat Oy

(Teoksessa Taivas + Helvetti)

Yrittäjyys on matka, joka muuttaa ihmistä tavalla tai toisella. Tämän ohella yrittäjyys on kontrolloimista, lankojen pitämistä käsissä. Yrittäjyys on lisäksi rajamista; missä bisneksessä ollaan mukana ja missä ei. Sen määrittely, mikä kuuluu yrityksen piiriin ja mikä ei. Niin ikään yrittäjyys on tasapainottamista ja tasapainoilemista erilaisten ristivetoisten intressien ja voimien välissä. (Pyykkö 2011, 75.)

Yrittäjyydessä yrityksen edes osittainen lankojen pitäminen käsissä ei onnistu, mikäli yrittäjä ei ole hankkinut itselleen riittävästi tietoa yrittäjyysosaamisen kaikilta osa-alueilta. Yrittäjyysosaaminen on laaja käsite ja kaiken sen tiedon hallitseminen vaatisi jo valtavaa paneutumista, eikä se silti takaa, että yritys menestyisi. Tärkeintä ei kuitenkaan ole osata itse aivan kaikkea, vähimmäisvaatimus on, että ymmärtää mistä on kysymys ja keneltä voi pyytää apua.

Parturi-kampaamo yrityksen toiminta vaatii toimiakseen saman yrittäjyystiedon hallinnan kuin mikä tahansa muu yritys. Ei yksin riitä, että on hyvä työssään asiakaspalvelijana, vaan toimiva ja menestyvä yritys vaatii johtajan, joka hallitsee liiketoimintaosaamisen vaadittavalla tasolla. Kaikkia osa-alueita ei tarvitse itse hallita kuten esim. kirjanpitoa tai markkinointia, vaan palveluita voi ostaa alan asiantuntijoilta, mutta kokonaisuuden käsittäminen on kuitenkin eriarvoisen tärkeää.

Varsinais-suomen yrittäjä – lehden (9/2015) pääkirjoituksessa ”Kasvuhalukkuutta yrittäjiin” kirjoitetaan, että yrityksen kilpailukyvyn kasvun edellytyksenä on yrittäjän oma henkinen sekä taidollinen kasvu ja kun yritys kasvaa, korostuu entistä enemmän johtamistaitojen, vastuun jakamisen, strategisen suunnittelun,

kannattavuuslaskelmien, markkinoinnin ja henkilöstöjohtamisen, ym. taitojen kehittäminen. ”*Tämä ei aina tunnu omalta alalta, mutta on yrityksen menestyksen kannalta oleellista*”, kirjoittaa Varsinais-suomen yrittäjien varatoimitusjohtaja Jaakko Heininen.

Tietopohjalla on merkittävä vaikutus osaamiseen. Yrittäjällä tulee olla sellaista sisältö- ja substanssietoa tai erityisosaamista, jonka hyödyntämisestä koko liiketoiminnassa on kyse. Vastaavasti liiketoiminta- tai yrittäjäosaaminen voi olla heikoimmissa kantimissa. Tässä tilanteessa eteen tulee kysymys siitä, missä määrin yrittäjävalmiuksia kannattaa lähteä kohentamaan ja missä määrin oman erityisosaamisen syventäminen on perusteltua. Kirjanpidon voi, ja usein kannattaa ulkoistaa, mutta strategisen suunnittelun kuten liiketoimintasuunnitelman ulkoistaminen on lähes mahdotonta. Tietopohjan pohtiminen on perusteltua aloittavalle yrittäjälle sillä tasolla, ovatko esim. taloushallinto ja markkinointi tuttua vai ei ja mikäli asiat tuntuvat itselle vierailta, on niihin perehdyttävä ennen yrittäjyyden aloittamista. Yrittäjyyttä harkitsevan kannattaa pohtia, millaisia juuri omaan liikeideaan liittyviä taitoja tarvitaan. (Pyykkö 2011, 62.)

Kukaan ei ole ”seppä syntyessään” ja yrittäjyyden alussa sekä sen aikana tieto, taito ja kokemus karttuvat vääjäämättä. Voimme vaikuttaa näihin tasoihin oppimalla ja omaksumalla. (Pyykkö 2011, 63.)

Matkan varrella opittuja tietoja ja taitoja voidaan hyödyntää jatkossa yrittäjyysosaamisessa.

## Aloittava yrittäjä tarvitsee yhteistyökumppaneita

*”Yrittäjän pitää huolehtia siitä, ettei ole yksin. Kirjanpitäjään, pankkiin ja vakuutusyhtiöön kannattaa luoda niin hyvät suhteet, että niiden edustajiin voi luottaa kuin perheenjäseniin. Asiantuntijoiden hyödyntäminen on tärkeää myös yrittäjän oman jaksamisen kannalta.”*

Sirpa Jyrkkänen, T:mi kauneushuone SJ

(Teoksessa Taivas + Helveti)

Aloittava yrittäjä tarvitsee erilaisia yhteistyökumppaneita eli sidosryhmiä, jotta yritystoimintaa voi harjoittaa. Sidosryhmillä tarkoitetaan kaikkia yrityksen kanssa yhteistyössä olevia tahoja. Sidosryhmät ovat kiinteästi mukana yrityksen toiminnassa. Ilman sidosryhmiä yritys ei voi toimia. Eri yhteistyökumppaneilla on paras oman alansa tietämys ja näin ollen yrittäjä voi myös hyödyntää sidosryhmiensä jakamaa tietoa yrittäjyyteen liittyvissä kysymyksissä. (Yvi 2015.)



Kuvio 2. Yrittäjän keskeisemmät verkostot



Yritystoiminnan suunnittelussa sekä aloittamisessa ensiarvoisen tärkeää on löytää hyvä kirjanpitäjä, jonka tuella ja avustuksella yrityksen perustamisen voi viedä käytäntöön. Yrityksen toiminnan sekä yrittäjän paras tuki on osaava kirjanpitäjä, jonka opastuksella useimmat yrityksen talous- ja juridiset kysymykset saavat vastauksen tai ohjauksen oikealle taholle.

Kirjanpitoimiston ja yrittäjän välisestä sopimuksesta riippuu, mitä palveluita ja kuinka laajasti kirjanpitäjä yrityksen asioita hoitaa. Hyvä kirjanpitäjä hoitaa yrityksen lakisääteiset toiminnot kuten kirjanpidon, verotukseen liittyvät asiakirjat, mutta myös sopimusasiat, kuten esim. tuolivuokrasopimukset ja muut sopimusasiat jne, sekä huolehtii verotuksen seurannasta eli siitä että yrittäjälle ei tule verotuksellisia ikäviä yllätyksiä. Kirjanpitäjä auttaa myös perustamisasiakirjojen sekä muiden hakemusten laadinnassa.

Ammattinsa osaava kirjanpitäjä on hyvässä vuorovaikutuksessa yrittäjän kanssa tehtäväkenttäänsä kuuluvissa yritystä koskevissa asioissa.

Yrittäjä ostaa kirjanpitäjältä kirjanpidollisia palveluita ja antaa suostumuksensa yrityksensä lakisääteisten asioiden hoitoon, mutta on kuitenkin muistettava, että yrittäjä on aina viimekädessä itse vastuussa yrityksensä lakisääteisistä velvoitteista esim. verottajalle jos jotain vahingollista sattuu kirjanpitäjän toimesta. Tärkeää on siis löytää luotettava ja ammattitaitoinen kirjanpitäjä, jotta ongelmilta vältytään. Hyviä tapoja löytää itselleen kirjanpitäjä, on tutkia kyseisen yrityksen referenssejä sekä tarkistaa, että kyseinen kirjanpitäjä on suorittanut kirjanpidon ja laskentatoimen KLT- asiantuntijatutkinnon ja mikäli tarvitaan palkanhallinnan ammattilaista, tulee kirjanpitäjällä olla myös palkkahallinnon tilitoimistossa TAL-PHT- koulutusohjelma.

Verotoimistoa voi lähestyä kaikissa yritys- sekä yksityisverotukseen liittyvissä kysymyksissä, mutta myös kirjanpitäjän apu verotuksellisissa asioissa on usein korvaamaton, kuten esim. arvonlisäveron (ALV) kuukausi-ilmoitukset sekä tilinpäätöksestä heräävät kysymykset.

Vakuutusyhtiöt kertovat mitä lain edellyttämiä sekä vapaaehtoisia vakuutuksia yrityksessä ja yrittäjällä tulee olla, jotta vältytään vahingon aiheuttamilta talou-

dellisilta ongelmilta. Yrittäjän tulee miettiä miten turvata yrityksen toiminta vahingon sattuessa ja minkälaisen vakuutuksen kokee tarpeelliseksi itselleen ja yritykselleen.

Mikäli yrityksen perustamiseen tarvitaan rahoitusta, on hyvä tarkastella erilaisia vaihtoehtoja rahoituksen järjestämiseen. Rahoitusta antavat pankit ja rahoitusyhtiöt erilaisin ehdoin ja vakuuksin. Starttirahan mahdollisuutta on myös hyvä harkita yrityksen aloittamisen tueksi. Starttirahaa myöntää TE- toimisto.

Keskeiset sidosryhmät eivät yleensä ole parturi-kampaamo yrittäjyyden esteenä, vaan heidän roolinsa on yrittäjyyden tiedollinen tukeminen yrittäjän arjessa. Kaaviossa esitettyjen yhteistyökumppaneiden tietoa ja taitoa voi, ja kannattaa hyödyntää, mikäli omissa taidoissa ja tiedoissa on puutteita tai herää kysymyksiä. He ovat oman alansa asiantuntijoita, kuten myös kampaamoalalla työskentelevät omassa roolissaan.

## 4 LIIKETOIMINNAN SUUNNITTELULLA KOHTI MENESTYSTÄ

*”Ihminen kun kahteloo ympärilleen, niin se huomaa tuon tuostakin jonkun älytömyyven ja ruppee kypsyttämään sitä. Tarpeita on pilivin pimmein muallimala, yksinkertaisia asioita, joita ei ole vain vielä kukkaan tehny”*

Aulis Kärkkäinen, Lunawood Oy

(Teoksessa Taivas + Helvetti)

Jotta yritys on tuottava ja tehokas, vaatii yrityksen liiketoiminta hyvää johtamista, ja liiketoiminnan menestyksellinen johtaminen puolestaan edellyttää hyvää suunnittelua. Suunnitelmat tehdään tulevaisuuden tapahtumien ennakoimiseksi ja taloudellisuustavoitetta tukevan päätöksenteon helpottamiseksi.

Hyvin suunnitellun liiketoiminnan tarkoitus on olla ennen kaikkea apuna itse yrittäjälle kuin yrityksen toiminnan mahdollistumiselle.

Liiketoiminnan kokonaisuus koostuu yrityksen useista eri toiminnoista. Niitä ovat muun muassa johtaminen, markkinointi, palvelut ja talous. Menestyksekkäässä liiketoiminnassa ei riitä, että jokin osa tehdään erittäin hyvin. Kokonaisuus ratkaisee: tärkeintä on, että eri toiminnot toimivat mahdollisimman hyvin suhteessa toisiinsa. (Koski & Virtanen 2005, 8.) Ei yksin riitä, että on taitava perustyösään, jos ei tiedetä esimerkiksi mitä kuluja yrityksen toiminta aiheuttaa tai jos ei ole mietitty kuka palveluita voisi ostaa.

Liiketoiminnan suunnittelun apuna käytetään liiketoimintasuunnitelmakaaviota. Valmiin kaavion käyttäminen helpottaa asioiden pilkkomista osiin. Erilaisia liiketoimintasuunnitelma kaavioita löytyy verkosta useita ja ovat kaikki muokattavissa juuri tietyn yrityksen tarpeisiin. Yhtenä esimerkkinä yksinkertaisesta alustavasta liiketoimintasuunnitelma- mallista löytyy Walakky.fi:n sivulta

<http://www.walakky.fi/upload/File/ALUSTAVA%20LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN%20MALLI.pdf>

Se auttaa hahmottamaan ja suunnittelemaan jäsentyneesti perustettavan yrityksen toimintaa ja kannattavuutta. Suunnitelma antaa myös realistisen kuvan aloittavalle yrittäjälle suunnitellun liiketoiminnan kuluista, se myös auttaa hahmottamaan konkreettisesti omat resurssit, ketä halutaan palvella, miten heitä palvellaan ja mitä tämä kaikki maksaa, toisin sanoen kootaan paperille se, mitä yritystä suunnitteleva on itsekseen jo usein miettinyt. Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä saattaa myös huomata, ettei kaikkia osa-alueita olekaan ottanut huomioon yritystä suunniteltaessa.

Liiketoimintasuunnitelmaan sisällytetään myös laskelma siitä, millaisia investointikustannuksia ja muita kuluja yritystoiminnan käynnistäminen edellyttää eli paljonko tarvitaan rahaa, jotta yritys voidaan perustaa. Yritystoimintaa suunniteltaessa on myös tehtävä laskelmia siitä, millaisia menoja yrityksestä säännöllisesti koituu: palkat, vuokrat, markkinointikustannukset, puhelinlaskut, toimistotarpeet, vakuutukset, tuotteiden hankintakustannukset ynnä muut ovat merkittäviä kustannuseriä, jotka pitäisi kattaa yhtä säännöllisillä tuloilla. (Yrityssuomi 2015.)

Liiketoimintasuunnitelman ei tarvitse olla satasivuinen selvitys, vaan suunnitelman voi olla keskittyä laajuudessaan ja painopistealueissaan tarpeiden mukaan. Liiketoimintasuunnitelman avulla dokumentoidaan niin itselle kuin mahdolliselle ulkopuoliselle asiantuntijalle pohdintoja yrityksen liikeideasta, kilpailukyvyistä, resursseista, asiakaskunnasta, myynninedistämistoimenpiteistä ja kannattavuudesta.

On myös muistettava, että liiketoiminnan rahoittajat edellyttävät aina liiketoimintasuunnitelmaa, jotta he voivat arvioida rahoitusta hakevan yrityksen liiketoimintaedellytyksiä. (Yrityssuomi 2015.)

#### 4.1 Liiketoiminta suunnitelma kertoo mitä, kenelle ja miten?

Keskeinen sisältö liiketoimintasuunnittelussa koostuu yrityksen koko toimintakentästä. Se kertoo suunnitellusta liiketoiminnasta lukuina sekä sanallisesti. Keskeisemmät kysymykset ovat, mitä palveluita ja tuotteita yritys aikoo myydä, kenelle niitä aiotaan myydä ja miten se saa palvelunsa ja tuotteensa myytyä, mistä saadaan rahaa yrityksen alkuinvestointeihin ja kuinka paljon rahaa tarvitaan, missä yritystoimintaa harjoitetaan sekä liiketoimintasuunnitelman tietojen valossa; onko yritystoiminnan mahdollista olla kannattavaa?

**Liikeidea** kertoo: Mitä myyt? Kenelle myyt? Miten myyt?

**Yrittäjän vahvuudet** kartoitetaan, josta selviää yrityksen perustajan osaaminen, kokemus, vahvuudet, toimialatuntemus ja verkostot.

**Tuotteet ja palvelut** tulee miettiä liikeideaan sekä asiakassegmenttiin sopivaksi eli tarjottavien tuotteiden kilpailuympäristö, imago, tavoiteltu kilpailuetu, hintataso, katerakenne jne.

**Asiakkaat ja markkinat** tulee selvittää eli miettiä asiakasryhmät tai kohderyhmät joita halutaan tai on mahdollista palvella, näiden ostokäyttäytyminen, sijainti, määrä ja tavoittamisen keinot. sekä myös markkinatilanne toimialalla ja toiminta-alueella, kysynnän ja tarjonnan suhde, kilpailijoiden vahvuudet, heikkoudet ja strategiat, erottautumistekijät kilpailijoihin nähden.

**Käytännön järjestelyt** eli toimitilat, sijainti, tarvittavat välineet, työntekijät ja alkurahoitus, mainonta ja markkinointi, internet - sivut, vakuutukset, kirjanpito ym.

**Rahoituslaskelmat** eli paljonko rahaa tarvitaan. Mitä maksaa investoinnit toimitiloihin ja välineisiin, pääoman tarve perustamiskuluihin ja ensimmäiseksi toimintakuukausiksi, rahoituskeinot.

**Kannattavuuslaskelmat** eli paljonko yrityksen on tuotettava, jotta kukut kateetaan ja itselle jää palkkaa. Kuinka iso myyntikatteen on oltava, jotta kiinteät kulut ja lainojen lyhennykset tai muut rahoituskulut katetaan; hinnoitteluperiaatteet,

joilla tarvittavat myyntivoitot voidaan saada minimitulostavoitteeseen pääsemiseksi.

Muistathan, että yrityksen perustamista varten laadittu liiketoimintasuunnitelma ei ole ikuinen. Myös liiketoimintasuunnitelma päivittyy, kehittyy ja kasvaa yrityksen liiketoiminnan myötä. Liiketoimintasuunnitelma on ennen kaikkea yrittäjän työkalu, jonka avulla hän pysyy ajan tasalla yrityksensä tilasta. (Yrityssuomi 2015.)

#### 4.2 Asiakashankinnan peruspilarit

Tärkeintä yrityksen käynnistämisvaiheessa on löytää maksavia asiakkaita tarjoamilleen palveluilleen. Ensimmäisiä asiakkaita yritykselleen saadakseen, helppoin tapa aloittavalle yrittäjälle on lähestyä tuntemiaan ihmisiä kuten kavereita, työkavereita, perhetuttuja, naapureita ja muita tuntemiaan ihmisiä. Heille voi lähettää mm. sähköpostia ja kertoa uudesta yrityksestä.

Sosiaalisen median verkostot kuten Facebook, LinkedIn sekä joukko muita sivustoja, tarjoavat helpon ja toimivan tavan jakaa tietoa suurelle joukolle ihmisiä. Ystävät, tutut ja sukulaiset auttavat mielellään, jos pitävät yrityksen tuotteita ja palveluita järkevinä. Jo muutaman henkilön jakama päivitys antaa moninkertaisen näkyvyyden viesteille ja aloittelevalle yrittäjälle tärkeintä, ilmaiseksi.

Sosiaalisen median käyttö markkinointikanavana tuo myös vastuuta yrityksensä imagosta ja itsestään. Käyttäessään sosiaalista mediaa markkinointikanavana sekä yrittäjän omat henkilökohtaiset päivityksensä luovat mielikuvaa, sekä positiivista että negatiivistakin, itse yrittäjästä sekä hänen yrityksestään. Kuten Laura Johansson kertoo Varsinais-suomen yrittäjät lehden artikkelissaan (11/2015) ”Sinä olet kiinnostava”, että ”*yrittäjien negatiivisten asioiden jatkuva ja ylenpalttinen levittäminen sosiaalisessa mediassa vaikuttaa yrityksen menestymiseen etenkin pienissä yrityksissä, koska yrittäjän oma persoona heijastuu myös yrityksen imagoon.*” Artikkelissaan hän mainitsee myös, että sosiaalisen median kanavat eivät välttämättä tuo yritykselle lisätuloa, mutta ovat yritykselle pitkällä aikavälillä hyödyllisiä. ”*Kertomalla yrityksestään ja työstään tekee itsestään ja*

*yrityksestään helpommin lähestyttävän ja saa mahdollisuuden esitellä ammattitaitoaan luontevalla tavalla. Kun esittelee töitään, esittelee näin ammattitaitoaan ja näyttää ammattitaitonsa”, Laura kertoo.*

Aloittava yrittäjä on monien mahdollisuuksien äärellä. Mahdollisuudet eivät kuitenkaan avaudu itsestään, vaan on itse koputeltava oviin, tartuttava luuriin, tavattava ihmisiä, lähetettävä viestejä ja mentävä asiakkaiden luokse. (Leppänen 2013, 92.)

Yrityksen perustamisesta on kannattavaa kertoa kaikille tapaamilleen ihmisille ja huolehtia, että he saavat myös yrityksen yhteystiedot. Käytännöllinen keino on teettää jo hyvissä ajoin esim. käyntikortteja tai lehtisiä, josta voi nähdä yrityksen yhteystiedot nettilinkkejä unohtamatta. Mitä useampi tietää yrityksestä, sen suurempi mahdollisuus on tavoittaa uusia asiakkaita.

Asiakashankinnassa eriarvoisen tärkeää on tunnistaa tosiasia, että menestys riippuu kyvyistä tuottaa asiakkaille hyviä palvelukokemuksia ja miettiä millä keinoin se tapahtuu. Parturikampaamo- yrityksen tulee tähdätä asiakkaiden hyvinvoinnin parantamiseen, tietää heidän tarpeensa ja ylittää heidän odotuksensa. (Kotler 2005, 16.)

Asiakashankinnan tärkeitä peruspilareita ovat:

- Määritä ketkä ovat asiakkaitasi.
- Tee yrityksestäsi näkyvä eli markkinoini.
- Tee markkinointisuunnitelma. (Katso ”liiketoiminnan suunnittelulla kohti kannattavuutta” s.19)
- Kohdista markkinointi määrittelemillesi asiakkaille.
- Kuuntele asiakasta ja opi. Kehitä palvelukonseptia kysyntää vastaavaksi tarvittaessa.
- Erotu kilpailijoista! Tarjoa jotain uniikkia, mitä muilla ei ole.
- Älä lupaa, mitä et kykene toteuttamaan. Täytä arvo- sekä laatulupaus.
- Pyri saamaan uusia asiakkaita, mutta älä unohda jo olemassa olevien asiakkaita. Palvele heitä aina parhaalla mahdollisella tavalla.
- Ylitä aina asiakkaan odotukset, niin uusien kuin jo olemassa olevien.
- Sitouta asiakas yritykseesi esim. kanta-asiakas eduilla.

- Luo yrityksestäsi ja itsestäsi positiivinen ja ammattimainen kuva ja pidä sitä yllä.
- Mieti ja pidä yllä yrityksesi imagoa sekä yrityskuvaa yrityksesi kaikissa toiminnoissa, aina puhelimeen vastaamisesta mainoksiin, näyteikkunaan, oma habitus, mainonnan kanavat ja niiden sisältö jne. jne.
- Huolehdi, että oma osaamistasosi vastaa yrityksen imagoa.
- Pettynyt asiakas on entinen asiakas.

## Asiakasryhmän määrittely

*"Siis funtsikaa! Jos tämä mimmi pystyy myymään bambuvaatteita Kiinaan, se on sama kuin myisi eskimoille jäitä!"*

Nina Ignatius, Beibamboo Oy

(Kirjassa Taivas + Helveti)

Yrityksen asiakaskunta tulisi määrittää eli segmentoida ts. tulee miettiä, mitä asiakasryhmää haluaa, tai on mahdollista palvella. Mitä tarkemmin yritys määrittää oman asiakkaansa, sitä helpompaa on yrityksen markkinoinnin ja myyntityön toteuttaminen (Leppänen 2013, 97).

Yrityksen tulee miettiä omaa kohderyhmäänsä eli keitä ovat mahdolliset asiakkaat joita halutaan palvella tai on mahdollista palvella. Mitä nämä asiakasryhmät ovat ja keneen panostetaan ensimmäiseksi? Onko tavoiteltu asiakasryhmä realistinen esim. yrityksen sijainnin, suunnitellun palvelutarjonnan, oman osaamisen ja muiden resurssien kannalta.

Samalla voi määrittää, miten paljon arvioisi kohdeasiakkaita olevan ja kuinka suuri osuus yrityksen tulee saada asiakkaita, jotta yritys tavoittaa tavoittelemansa liikevaihdon. (Leppänen 2013, 99.) Samalla on myös mietittävä kohdistetaan-ko palvelutarjonta ja markkinointi vain tiettyyn asiakasryhmään vai onko yrityksen talouden kannalta viisaampaa keskittyä useampaan kuin yhteen asiakassegmenttiin?



Määrittelemällä asiakkaansa on yrityksen markkinointi sekä palveluntarjonta helpompi toteuttaa, koska saamaan segmenttiin kuuluvilla asiakkailla on suhteellisen samanlaiset palvelutarpeet (Aarnikoivu 2005, 41). Yrityksen palvelupaketit ja mainonta voidaan suunnitella ja toteuttaa juuri tiettyä asiakasryhmää puhuttelevaksi. Suunnittelu helpottuu, kun tiedetään minkälaista palvelun tarvetta kyseisellä ryhmällä on, kuin että yritetään luoda kaikelle kansalle sopivia palveluita.

Asiakkaita segmentoitaessa otetaan huomioon yleensä asiakkaiden ominaisuuksia kuten ikä, sukupuoli, koulutus, ammatti, perheen koko, elämäntyyli jne. Segmentointi mahdollistaa yksilöllisen palvelun kohdentamisen asiakkaille. (Aarnikoivu 2005, 42.)

Asiakassegmentointi ei kuitenkaan tarkoita sitä, että yrityksen kaikki toiminnot ja palvelut kohdistettaisiin vain yhdelle halutulle asiakasryhmälle. Vain yhdelle asiakassegmentille suunnattu palvelu saattaa estää yrityksen kasvumahdollisuudet, mikäli asiakaskunta on liian suppea. Asiakassegmenttejä voi olla useampia, mikäli yrityksen resurssit, suunniteltu palvelukonsepti ja yritysidea sen sallivat.

Kaikkia ihmisiä yritys ei voi eikä kykene miellyttämään. Koko kansalle suunnattua palvelukonseptia ei pienyrittäjä pysty hallitsemaan. Kaikkia asiakkaita toki palvelee aina kunnioittavasti sekä parhaalla mahdollisella tavalla, mutta tärkeintä on miettiä, ketkä asiakkaat ovat yrityksesi kannalta ns. arvokkaimpia. Yrityksen palvelukonseptit, omat erikoisosaamiset ja yrityksen markkinointi sekä imago tulee kohdistaa juuri näihin asiakasryhmiin.

Kun asiakkuudet on segmentoitu ja osa jopa rajattu ulkopuolelle, mahdollistuu asiakaspalvelun tuloksellinen toteuttaminen. Resurssit kohdennetaan suhteessa asiakkaan arvoon, kuten myös kaikki toimenpiteet. Seurauksena on tehokkuutta ja kannattavuutta. Tällöin yrityksellä on mahdollista kilpailla sekä hinnalla että laadulla. Yrityksen toiminnan lähtökohtana ovat oikeat toimenpiteet oikeaan aikaan ja oikeille asiakkaille. (Aarnikoivu 2005, 47.)

Harva business on enää kysyntävetoinen. Palvelutarjonta sekä markkinointi tulee tuoda lähelle kohderyhmää, siksi voittajina markkinoilla selviytyvät ne yritykset, jotka ovat omassa asiakashankinnassaan systemaattisia ja aktiivisia. (JM Tieto Oy 2015.)

Markkinoinnin keinot ovat rajattomat. Markkinoimalla erilaisin kohderyhmää kiinnostavin keinoin saadaan asiakkaat kiinnostumaan yrityksestä ja ostamaan heille suunnattuja palveluita sekä tuotteita. Kun markkinointi suunnataan juuri halutulle asiakasryhmälle, vastaamaan juuri heidän tarpeitaan, kohderyhmä kokee saavansa juuri heille räätälöityjä palvelukokonaisuuksia ja kokee yrityksen omakseen.

### **Markkinoinnin taktiikan pikavinkit**

*"Se josta tykätään, se korjaa rahat."*

Timo Rope, markkinoinnin tietokirjailija ja yrittäjä

(Wikisitaatit 2011)

Markkinoinnin tarkoitus on tuoda yritys näkyväksi ihmisille jotka eivät vielä ole yrityksen asiakkaita. Markkinoinnilla myös pyritään pitämään yritys näkyvillä jo olemassa oleville asiakkaille. Mainonta on aina myös viesti yrityksestä. Yritys viestittää valitsemallaan markkinointikanavalla, mainonnan sisällöllä, laadulla sekä ulkoasulla asiakkaille arvomaailmaansa, osaamistasoaan, tuotteitaan ja palveluitaan. Mainonnan perusteella asiakas muodostaa mielipiteensä yrityksestä ja sen, haluaako olla kyseisen yrityksen asiakas? Kohtaavatko asiakkaan tarpeet ja yrityksen tarjonta toisensa?

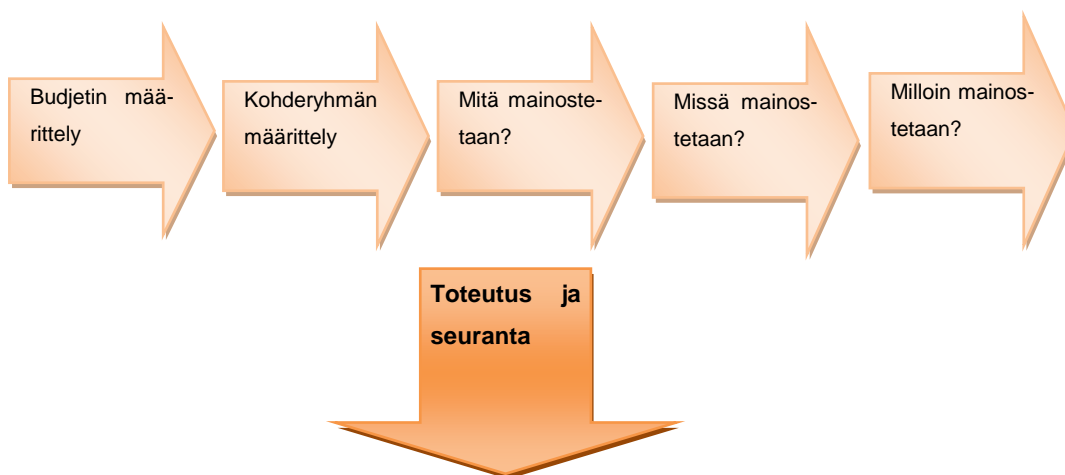
Markkinointi on oleellinen osa yrityksen asiakashankinnan tekijöistä. Markkinointia tulee suunnitella, jotta se kohdistuu halutulle kohderyhmälle oikeaan aikaan ja kohderyhmän käyttämän median kautta. Markkinoinnissa tärkeää on

mieltä myös, mitä halutaan markkinoida ja millä tavoin kyseiselle kohderyhmälle markkinointi tapahtuu?

Markkinointisuunnitelman pääkohtia ovat:

- Tavoiteltavan kohderyhmän määrittely
- Tietää kohderyhmien arvostamat asiat
- Miettiä kohderyhmien käyttämät mediat
- Määrittellä tavoite, budjetti ja tavoitteeseen johtava mediasuunnitelma
- Suunnitella toimenpiteet koko vuodelle kerralla
- Toteuttaa suunnitelma ja seurata tuloksia

(Turunen 2014.)



Kuvio 3. Markkinointiprosessin eteneminen

### Linkki- ja kirjavinkit yrittäjyyden tueksi

Turun seudun kehittämiskeskus, <http://www.businesssturku.fi/> (katso oman alueesi kehittämiskeskus)

Potkuri, Turun seudun yrityspalvelupiste, <http://www.potkuri.fi/> (Katso oman alueesi yrityspalvelupiste)

Yrittäjyyden osaamiskeskus ry, <http://www.yrittajakoulu.fi/>

Opetushallituksen verkko-oppimateriaaleja,

[http://www.edu.fi/ammattikoulutus/yhteiskuntatieteiden liiketalouden ja hallinnon ala](http://www.edu.fi/ammattikoulutus/yhteiskuntatieteiden_liiketalouden_ ja_hallinnon_ala)

Finnvera - Yrittäjätesti, <http://finnvera.fi/static/yrittajatesti/>

Nuori Yrittäjyys, <http://www.nuoriyrittajyys.fi/>

Perustayritys.fi, <http://www.perustayritys.fi/>

Yritys - Suomi, <http://www.yrityssuomi.fi/>

Virtuaaliasiamies Keijo, <http://www.keijo.fi/>

Ayt, <http://www.ayt.fi/>

Minustako yrittäjä? Pyykkö, Manne 2011. Helsinki: WSOYpro Oy.

Yrityksen perustajan opas, <https://www.op.fi/media/liitteet?cid=150104910>

## 5 YRITYSTOIMINTA ON TÄYNNÄ YLLÄTYKSIÄ

*"Niistähän sä opit, kun feilaat. Pakko niitä on ottaa kantapään kautta. Tämä talo on rakennettu suolle, perkele"*

Niklas Hed, Rovio Entertainment Oy

(Teoksessa Taivas + Helvetti)

Yritystoiminnan perustekijöihin kuuluvat aina riskit. Riskien tiedostaminen tuottaa pelkoja yrittäjyydestä. Mitä jos sairastun? Jos yritys ei tuota tarpeeksi? Mistä saan riittävästi asiakkaita? Riskejä voidaan kuitenkin osaksi hallita ja tietoisuus hallinnasta poistaa pelkoja.

Uudet ja pienet yritykset ovat haavoittuvaisia. Uusi yritys kohtaa ongelmia, joista tuoreella yrittäjällä ja mahdollisella henkilöstöllä ei ole kokemusta tai tietoa. Riskinä voi esimerkiksi olla liian suuret aineinvestoinnit tai itsensä ja yrityksen toiminnan vakuuttamatta jättäminen. Näitä ongelmia ei ehkä ole osattu lainkaan ennakoita. Yrittäjän unelmasta voi tulla painajainen. Pienen yrityksen ongelmana on usein se, että yrityksen kyky selvitä pienistäkin vahingoista on heikko - avainhenkilöitä on ehkä vain yksi ja taloudelliset resurssit ovat tiukoilla. Pienten yritysten tulisi kiinnittää riskeihin erityistä huomiota. (Vuorio, 1998.)

Yrityksen toiminta on täynnä yllätyksiä. Toimintaympäristössä voi tapahtua äkillisiä ja isojakin muutoksia. Tavoitteita asetettaessa tehtyjä oletuksia täytyy tarkentaa - tavoitteitakin saatetaan joutua muuttamaan. Yritystoiminta saattaa muuttua, joko laajentua tai tuottavuus laskea jne.

Harva kampaamoalan yrittäjäksi ryhtyvä perii toimivaa liiketoimintaa tai onnistuu löytämään työpaikan ja ainoaksi keinoksi työllistyä alallaan jää oman yrityksen perustaminen. Toimivan yritystoiminnan alkuun saattaminen vaatii rahoitusta. Rahoitus hoidetaan yleisesti velkarahalla, joka edellyttääkin liiketoiminnalta kannattavaa tulosta, jotta velka kyetään myös maksamaan.

Kampaamoalan yrittäjät ovat usein yksinyrittäjiä ja kantavat yksin myös vastuun liiketoiminnan kannattavuudesta ja rahavirrasta. Kampaamoalan toiminnan suurimpiin riskeihin lukeutuvat henkilöstön palkkaaminen, sairastuminen, äitiyslomat, myös riittävän liiketoimintaosaamisen puute saattaa muuttaa kannattavan kin liiketoiminnan kannattamattomaksi, mikäli tilanteisiin ei ole osattu varautua.

Arkinen toiminta voi keskeytyä, onnettomuuksia, vahinkoja, hävikkejä voi tapahtua. Kaikki tämä voidaan kuitenkin välttää. Riskeihin voidaan vaikuttaa. Tarvi taan tervettä järkeä, käytännön toimia ja työvälineitä, joiden avulla riskeihin ja niiden hallintaan päästään systemaattisesti ja tavoitehakuaisesti sekä nopeasti käsiksi.(Srhy 2015.)

Riski tarkoittaa vahingon mahdollisuutta. Lähes kaikki riskit ovat ihmisten aiheuttamia ja siksi niihin voidaan vaikuttaa ja varautua ja niiltä voidaan suojautua. Riskeissä ei ole kyse kohtalosta, vaan arkipäivän pienistä asioista. Jos riskeihin ei ole osattu, huomattu tai ehditty ajoissa kiinnittää huomiota, ne pääsevät yllättämään. Pienetkin häiriöt voivat käynnistää tapahtumaketjun, joka uhkaa koko yrityksen toimintaa. Riskejä otetaan usein myös tietoisesti ja harkiten, esimerkiksi ajan ja vaivan säästämiseksi. Riski voi liiketoiminnassa olla myös mahdollisuus. Yritystoiminta edellyttää järkevää riskien ottamista.(Srhy 2015.) Järkevä riskinottaminen tarkoittaa sitä, ettei yritys ota taloudellisesti suurempaa riskiä kuin mitä yrityksellä on varoja. Jos yrityksellä ei ole rahaa, ei voi myöskään investoida esim. tuhansia maksavaan tarjoustuote-erään vaikka maksut tulisivatkin osissa.

### **Riskit hallintaan**

Riskienhallinta on työtä yrityksen toiminnan jatkuvuuden ja henkilöstön hyvinvoinnin turvaamiseksi. Riskienhallinnalla tarkoitetaan kaikkea yrityksessä tehtävää toimintaa riskien ja niistä aiheutuvien vahinkojen vähentämiseksi. Riskienhallinta on tilanteiden arviointia, suunnittelua ja käytännön tekoja, johon osallistuu kukin henkilöstön jäsen omassa roolissaan. Hyvä riskienhallinta on luonteeltaan ennakoivaa, tietoista, suunnitelmallista ja järjestelmällistä. Osaavasta ris-

kienhallinnasta riskienhallinnasta hyötty jokainen yrityksestä elantonsa ansaitseva ihminen. (Srhy 2015.)

Yrityksen liiketoimintaan liittyy useita riskejä, halusi niitä tai ei. Ongelmia saattaa aiheutua yrityksen järjestelmät, kuten kassakone tai ajanvarausjärjestelmä jne. mutta myös yrityksen omat toimintatavat voivat olla yritykselle riski. Riskejä voivat olla myös yritykseen yllättäen kohdistunut murto tai esim. tulipalo. Perusliiketoiminnassa tapahtuu usein yllättäviä negatiivisia asioita, jotka saattavat vaikuttaa yrityksen taloudelliseen tilanteeseen epäsuotuisasti, niitä voivat olla esim. pieleen mennyt markkinointi kampanja, johon on saatettu budjetoida lähes kaikki yrityksestä liikenevä raha, mutta toivottua tulosta ei synnykään.

Riskienhallinnan ensisijainen tavoite on katastrofien välttäminen ja siten liiketoiminnan jatkuvuuden varmistaminen kaikissa olosuhteissa (Ilmonen ym. 2010, 38).

Pienemmänkin yrityksen tulisi laatia suunnitelma riskien varalle ns. riskianalyysi, jossa määritellään yrityksen suhtautuminen erilaisiin riskeihin ja miten niitä vastaan suojaudutaan. Riskianalyysi on yrittäjän apulainen riskien kartoittamisessa ja ennakoimisessa, sekä siinä miten vahingon kohdatessa toimitaan.

Selvää kuitenkin on, että yrityksen tulisi tiedostaa mahdolliset riskinsä, jotta ne eivät tulisi yllätyksenä ja mahdollisesti kaada koko liiketoimintaa. Riskeihin on viisasta varautua jo taloudellisistakin syistä. Pienessä yrittäjävetoisessa yrityksessä suurin liikeriski kohdistuu yrittäjään itseensä, tämän terveyteen, jaksamiseen, työkykyyn ja sen ylläpitoon. Yrittäjän tulee miettiä riskit, jotka ovat yritystoiminnalle sekä yrityksen taloudelle vahingollisia. Miten niitä vastaan suojaudutaan ja mitä toimenpiteitä tarvitaan, jotta riskit saadaan minimoitua.

Jokaisen yrityksen on arvioitava toimintansa. Riskit ovat yrityksen sisältä tai ulkoa tulevia uhkia, jotka toteutuessaan vaikuttavat eri tavoilla yrityksen toimintaan, sen talouteen, menestykseen, tulevaisuuteen, mahdollisuuksiin, henkilöihin, omaisuuteen ja liiketoiminnan ympäristöön. Lähtökohtana yrityksessä tehtävälle riskienhallintatyölle ovat riskien arvioinnille asetettavat tavoitteet. Nämä tavoitteet on laadittava siten, että ne ovat keskenään samansuuntaiset. Ne ote-

taan huomioon yrityksen strategiassa ja toiminnan suunnittelussa. (Rautanen 2011, 10.)

Kun riskien hallinta on viety yrityksen perusprosesseihin tehokkaasti, tämä yleensä ajan myötä välittyy myös asiakkaille ja antaa yrityksestä hyvin hallitun vaikutelman. Tavallisestihan yrityksen riskienhallinnan tila tulee asiakkaille ja muille ulkopuolisille käänteisesti ilmi, kun tapahtuu jotain, joka paljastaa, ettei riskienhallinta ollutkaan kunnossa. (Ilmonen ym. 2010, 19.) Yhtenä esimerkkinä voisi mainita mm. yrittäjän sairastuminen. Kun yrityksessä ei ole huolehdittu riittävällä tasolla yrityksen toiminnan jatkumisesta sairastapauksissa, kuten vakuutuksien tai säästöjen, voi yrityksen toiminta keskeytyä ja ajautua jopa niin pahaan taloudelliseen kriisiin, että toiminta on lopetettava, koska mitään tuloja ei ole toiminnan turvaamiseksi.

## Riskianalyysi

*”Ei tämä mihinkään kaadu, kun on innostusta yrittää ja hyvät suunnitelmat. Yksi juttu ruokkii toista. En ole ajatellut epäonnistumista ollenkaan. Jos joku homma ei pelitä, pitää löytää sellainen, joka pelittää.”*

Teemu Nikkanen, Rekolan Kukkatalo Oy

(Teoksessa Taivas + Helvetti)

Toimintaympäristössä esiintyvään epävarmuuteen ja riskeihin voidaan varautua etukäteen riskienhallinnan keinoin. Riskienhallinta on systemaattinen menetelmä jokapäiväisten riskien tunnistamiseen ja niiden kanssa toimimiseen. Riskienhallinta koostuu useasta vaiheesta, joiden tarkoituksena on tunnistaa, arvioida ja pienentää eri tilanteisiin liittyviä riskejä. Vastatakseen nopeasti toimintaympäristön muuttuviin riskeihin riskienhallinnan tulee toimia jatkuvana prosessina, joka kehittyy ja seuraa toimintaympäristön muutoksia. Rahassa mitattuna sekä riskin toteutuminen, että sen ennaltaehkäisy yleensä maksaa. Riskienhallinnalla haetaan siis sopivaa suhdetta riskien ennaltaehkäisyyn ja toteutumisten välille. (Ramentor 2015.)



Yrityksessä on mietittävä riskien suuruus eli mikä merkitys sillä on yrityksen toimivuudelle ja yrityksen jatkuvuudelle, onko kyseisen riskin sattuessa yrityksellä enää taloudellisia tai muita toimintamahdollisuuksia ja olisiko taloudellisesti kannattavampaa maksaa riskin ennaltaehkäisystä esim. vakuutuksella tai säästämällä pesämunaa mahdollisen riskin varalle.

Riskien kartoittaminen ei tarkoita aina suuren vahingon tunnistamista, vaan myös yrityksen perusarjessa tapahtuvia asioita. Ennaltaehkäiseminen voi tarkoittaa myös sitä, että yrityksestä löytyy riittävästi esim. varatyövälineitä kuten saksia. Käyttämiensä saksien hajotessa yrityksen toiminta ei kuitenkaan lopu, vaan töitä voidaan jatkaa normaalisti. Päivän peruutetut asiakkaat maksavat yritykselle enemmän kuin varasaksien hankkiminen.

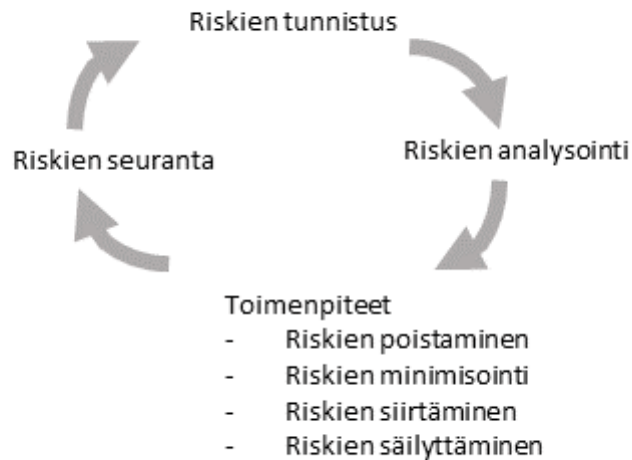
Yritykselle merkittävimmät riskit tulee tunnistaa ja eliminoida riskianalyysin kautta jo ennen yrityksen perustamista. Käytännössä mitään yritystoimintaa ei saada täysin riskittömäksi, mutta jäljelle jäävien riskien merkittävyyden ja todennäköisyyden tulisi olla pieni.

Hyvillä työvälineillä riskienhallinta ja sen kehittäminen onnistuu. Kun aloittaa pienestä ja etenee kokonaisuuden hallintaan. Jatkuvasti käytettynä riskienhallinnasta ja sen kehittämisestä muodostuu kehä, joka täydentää itseään. (Srhyy 2015.)

Riskienhallintaprosessi on systemaattinen tapa, jolla riskejä arvioidaan, hallitaan ja raportoidaan sekä turvataan yrittäjän henkilökohtainen elämä sekä yrityksen katkeamaton toiminta.

Yksinkertaisimmillaan riskienhallintaprosessi voi koostua neljästä vaiheesta:

Riskien tunnistaminen, riskien analysointi, riskienhallintatoimenpiteiden suunnittelu ja toteutus, sekä riskienhallinnan (toteutettujen riskienhallintatoimenpiteiden) seuranta ja arviointi. (Ilmonen ym. 2010, 91.)

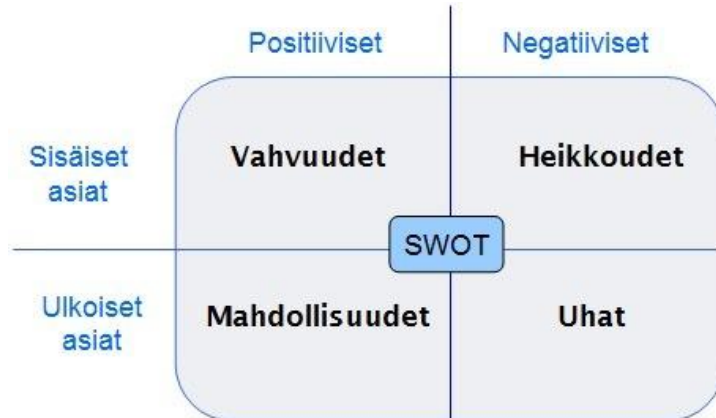


Kuvio 4. Riskienhallintaprosessi

### **SWOT- analyysi yrityksen riskienhallintamenetelmänä**

Nelikenttäanalyysi (SWOT) on yksinkertainen ja yleisesti käytetty yritystoiminnan analysointimenetelmä. Analyysin avulla voidaan selvittää yrityksen vahvuudet ja heikkoudet sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat. Nelikenttäräudikon avulla yritys pystyy vaivattomasti arvioimaan omaa toimintaansa.

Yrityksen toimintaa voidaan arvioida monin eri tavoin. Keskeistä on aina selvittää sekä yrityksen nykytilaan että sen tulevaisuuteen vaikuttavat asiat. SWOT -analyysi on yksinkertainen tapa ryhmitellä yrityksen toimintaan vaikuttavia lukuisia tekijöitä havainnolliseen nelikenttämuotoon. (Srhy 2015.)



Kuvio 5. SWOT- analyysi

Nelikenttäanalyysi sisältää sekä yrityksen vahvuuksien ja heikkouksien (nykytilanteen) että sen uhkien ja mahdollisuuksien (tulevaisuuden) analysoinnin. Yrityksen vahvuudet ovat niitä toimenpiteitä tai resursseja, joita yritys pystyy hyödyntämään. Heikkoudet puolestaan ovat tekijöitä, joita yrityksen täytyy parantaa pystyäkseen toimimaan tehokkaasti. Terve liiketoiminta on mahdollista vasta kun myös yrityksen tulevaisuutta vaarantavat uhat ja menestymistä edesauttavat mahdollisuudet tunnetaan. (Srhy 2015.)

**Analyysin teossa kannattaa noudattaa seuraavia periaatteita:**

- Tee mahdollisimman yksinkertainen ja käytännönläheinen analyysi.
- Pidä erillään nykytila (vahvuudet, heikkoudet) ja ne tekijät, jotka vaikuttavat tulevaisuudessa liiketoiminnan onnistumiseen (uhat, mahdollisuudet).
- Pyri löytämään nelikentän jokaiseen ruutuun yritystäsi kuvaavia tekijöitä. Kirjaa kaikki mieleen tulevat asiat ruudukkoon. Mitä enemmän ideoita syntyy, sitä parempi. (Srhy 2015.)

Linkkivinkki:

SRHY - riskienhallinta - Näin teet hyvän riskianalyysin, <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=riskianalyysi>

## 6 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön aihevalintaa innoitti se, että omaan itse useamman vuoden kokemuksen kampaamoalan yrittäjyydestä ja koko opintojeni ajan olen ollut erittäin kiinnostunut kauneudenhoitoalan yrittäjyyteen liittyvistä moninaisista haasteista ja pyrkinyt löytämään niihin vastauksia sekä ratkaisukeinoja.

Opinnäytetyön aihe rakentui eräänlaisena jatkumona aikaisempiin tuotoksiini yrittäjyydestä. Aikaisemmat tuotokset ovat suunnattu jo yrittäjänä toimiville ja halusin tuoda nyt kannustetta niille, jotka harkitsevat, mutta empivät yrittäjyyttä.

Opinnäytetyö on koottu helppolukuiseksi oppaanomaiseksi tuotokseksi, jotta yrittäjyyttä tuntematon voisi helposti lähestyä käsiteltäviä asioita. Käsiteltävät asiat ovat hyvin laajoja, mutta opinnäytetyön laajuus ei mahdollistanut niin isojen aihealueiden yksityiskohtaista käsittelemistä. Aiheiden tärkeimmät pääkohdat pyrittiin kuitenkin tuomaan helppotajuisesti esille.

Opinnäytetyöni aihe on ajankohtainen, koska palkkatyöpaikkoja ei alalla juuri-kaan ole ja yrittäjyys on lähes ainoa keino työllistyä alalla. Yhteiskunta kannustaa tällä hetkellä voimakkaasti yrittäjyyteen, mutta miksi siihen eivät kaikki kuitenkaan lähde ja moni loistava kädentaitaja siirtyy muille aloille? Mikä yrittäjyydessä pelottaa?

Kartoitukseen käytettiin SurveyMonkey- kyselysivustoa. Kyselykartoitukseen vastattiin hyvin, josta voimme myös päätellä, että aihe on erittäin ajankohtainen monelle alalla opiskelevalle sekä siellä työskentelevälle.

Kartoituksesta selvisi, että huoli yrityksen kannattavuus, asiakashankinnan vaikeus sekä yrittäjyysosaaminen aiheuttivat huolta ja pelkoja. Tausta-aineistoa kartoitettaessa tuli myös ilmi, että yrittäjyyden pelot eivät ole alasta riippuvaisia. Pelkoja koetaan yrittäjyyttä kohtaan alasta riippumatta.

Tieto tuo turvallisuuden tunnetta ja pelkojen poistamiseksi, sekä niiden hallintaan, auttaa yrittäjyystiedon hallinnan lisääminen. Oppimalla uutta sekä ottamal-

la haltuun yrittäjyyden eri osa-alueita saadaan myös pelon tunnetta hallitumaksi. Osaamisalueiden laajentaminen kädentaidoista yrittäjyyshallintaan turvaa myös yrittäjän onnistuneen yrittäjätoiminnan.

Yrittäjyystiedon hallinta on monelle vaikeatajuista termistöineen, mutta yrittäjyyteen tulisi voida opastaa myös helppotajuisesti ja ymmärrettävästi, jotta yrittäjyys ei tuntuisi niin haastavalta.

Tavoitteena on tehdä opinnäytetyön pohjalta opas ja koulutusmateriaali, joka olisi jaettavissa alan opiskelijoille sekä yrittäjyyttä harkitseville. Mahdolliset instanssit olisivat mm. oppilaitokset sekä TE-keskus. Opinnäytetyön aiheista tehdään myös Powerpoint esitys, jota on mahdollisuus myös käyttää yhdessä oppaan tukena.

Lopuksi vielä kyselykartoituksesta kerättyjen yrittäjien neuvoja ja rohkaisuja yrittäjyyttä harkitseville:

- Valmistaudu pitkiin työpäiviin
- Tarkkaile yrityksen taloudellista tilannetta ja tee muutoksia nopeasti, mikäli tuottavuutta ei tule
- Tee ennen yrityksen perustamista ja yrittäjyyden aikana kannattavuuslaskelma/laskelmia, jotta voit nähdä onko toiminta kannattavaa
- Opiskele yrittäjyyttä ennen yrittäjäksi ryhtymistä
- Markkinoi
- Ole kunnianhimoinen ja rohkea
- Selvitä ennen yrityksen perustamista onko yrityksellä realistisia elinmahdollisuuksia esim. alueen kilpailutilanne ja omat resurssit
- Luota itseesi
- Kysy apua ongelmiin ajoissa
- Kysy ja kyseenalaista
- Ole sitkeä
- Tee liiketoimintasuunnitelma sekä budjettisuunnitelma
- Jos teet töitä yksin, niin pyri löytämään itsellesi saman alan kollega, joka voi toimia tukena ja kuunnella

Yhteenvetona totean, että rohkeus ja tieto kyllä kantavat sekä poistavat pelkoja ja hyvin suunniteltu yrittäjäyys palkitsee yritystoiminnan moninaisuuden tuomista jännitteistä huolimatta.

## LÄHTEET

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: WSOY

Admin 22.04.2012. Mikä yrittäjyydessä pelottaa eniten. Viitattu 15.10.2015.

<http://www.dynastart.fi/fi/content/mik%C3%A4-yritt%C3%A4jyydess%C3%A4-pelottaa-eniten>

GEM 2014. Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report. Viitattu 15.10.2015.

<http://www.gemconsortium.org/report>

Heininen, J. 2015. Kasvuhalukkuutta yrittäjiin. Varsinais-suomen Yrittäjät – lehti 9/2015.

Ilmonen, I.; Kallio, J.; Koskinen, J. & Rajamäki, M. 2010. Johda riskejä – käytännön opas yrityksen riskienhallintaan. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

JM Tieto Oy 2015/ Kauppalehti. Asiakashankinta – myyntiä tekevä markkinointi. Viitattu 18.11.2015 <http://www.jmtieto.fi/asiakashankinta>

Johansson, L. 2015. Sinä olet kiinnostava. Varsinais-suomen Yrittäjät - lehti 11/2015.

Koski, T. & Virtanen, M. 2005. Tulos – Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava

Kotler, P. 2005. 80 konseptia menestykseen. Markkinoinnin avaimet. Kääntänyt Riikka Renko. Helsinki: Readme.fi

Leppänen, O. 2013. Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Poskiparta, P. 2015. Yrittämisen sietämätön keveys. Varsinais-suomen Yrittäjät – lehti 9/2015.

Puustinen, T. & Mäkeläinen, M. 2013. Taivas + Helvetti. Porvoo: One on One Publishing Oy

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä? Helsinki: WSOYpro Oy.

Ramentor oy 2015. Riskianalyysi. Viitattu 18.11.2015.

<http://www.ramentor.com/etusivu/teoria/riskianalyysi/>

Rautanen, K. 2011. Aineettomien riskien hallinta johdon työkaluna. Helsinki: WSOYpro Oy

Srhy - Riskienhallinta 2015. Viitattu 16.10.2015. <http://www.pk-rh.fi/>

Srhy – riskienhallinta 2015. Swot - analyysi. Viitattu 18.11.2015. <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>

Survey Monkey 2015. <https://fi.surveymonkey.com/user/sign-in/>

Turunen, T. 26.05.2014. Markkinoinnin taktiikka. Viitattu 20.11.2015.

<http://www.slideshare.net/C2Advertising/markkinointisuunnitelma-101>

Vuori, M. 27.10.1998. VTT Automaatio. Pk-yrityksen riskienhallinnan työväliesarja. Riskien hallintaa uudelle yrittäjälle. Viitattu 16.10.2015. <http://www.pk-rh.fi/uploads/tiedostot/riskienhallintaa-uudelle-yrittajalle-tietokortti.pdf>

Walakky 2015. Alustava liiketoimintasuunnitelma. Viitattu 30.11.2015.

<http://www.walakky.fi/upload/File/ALUSTAVA%20LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN%20MALLI.pdf>

Wikisitaatit 30.03.2011. Timo Rope. Viitattu 01.12.2015. [https://fi.wikiquote.org/wiki/Timo\\_Rope](https://fi.wikiquote.org/wiki/Timo_Rope)

Yrityssuomi 2015. Liiketoimintasuunnitelma. Viitattu 20.11.2015.  
<https://www.yrityssuomi.fi/liiketoimintasuunnitelma>

Yvi 2015. Yvistä energiaa yrittäjäkasvatukseen. Yvi - sidosryhmä (stakeholder, interest group).  
Viitattu 21.11.2015. <http://www.yvi.fi/sanakirja/428-sidosryhma-stakeholder-interest-group>



## Liitteet

### LIITE 1. KYSELYKARTOITUS

#### Tervetuloa kyselykartoitukseen!

Kyselyllä kartoitetaan kauneudenhoitoalan yrittäjäksi ryhtymisen haasteita ja pelkoja, sekä selvitetään, mistä saitte apua ilmenneisiin haasteisiin ja ongelmiin?

Selvitämme myös yrittäjyyden alkuvuosien kompastuskiviä ja miten niistä selvisitte?

Kysely liittyy TurunAMK estenomi- opintojen opinnäytetyöhön.

Vastaukset käsitellään täysin luottamuksellisesti ja mahdollisia esille tulevia yrityksen tai henkilöiden nimiä ei julkaista, eikä anneta sivullisten tietoon.

Kiitos, että osallistuit kyselytutkimukseen. Palautteesi on tärkeää!

#### Kysymys 1

*Vastaajan taustatiedot (kaikki vastaajat)*

Toimin tällä hetkellä:

- Opiskelijana (Siirtyivät kysymyksiin 2,3 ja 6)
- Yrittäjänä (Siirtyivät kysymyksiin 4,5 ja 6)
- Työntekijänä kampaamoalan yrityksessä (Siirtyivät kysymyksiin 2,3 ja 6)

**Kysymys 2** *(Opiskelijat ja työntekijät vastasivat)**Opiskelijan sekä työntekijän ajatuksia yrittäjyydestä*

Mitä pidät yrittäjyydessä pelottavana, haasteellisena, vaikeana? Ja mihin tarvitsit apua, jos nyt aloittaisit yrittäjyyden? Mistä oletat apua löytyvän esille tulleisiin haasteisiin? Kerro omin sanoin!

**Kysymys 3** *(Opiskelijat ja työntekijät vastasivat)**Opiskelijat ja työntekijät*

Minkälaista tietoa oletat yrittäjyyteen tarvittavan? Mistä voisit saada tarvitsemasi tiedon? Mikä tai mitkä asiat ovat mielestäsi tärkeimpiä yrittäjyydessä ja sen aloittamisessa? Kerro omin sanoin.

**Kysymys 4** *(Yrittäjät vastasivat)**Yrittäjille*

Minkä koit haasteelliseksi yrittäjyyden aloittamisessa? Mistä sait apua ja tietoa ongelmiin? Mitä kysymyksiä yrittäjyys herätti ennen yrittäjäksi ryhtymistä? Mitä virheitä teit? Miten selvisit eteen tulevista pulmista? Minkä koet/koit haasteelliseksi yrittäjyydessä? Kerro omin sanoin.

**Kysymys 5** *(Yrittäjät vastasivat)**Yrittäjyyden alun haasteet*

Miten tekisit/toimisit nyt toisin, kuin yrittäjyyden alussa? Minkälaisesta avusta/tiedosta uskoisit olevan apua tuleville uusille yrittäjille? Mitä heidän tulisi ensisijaisesti huomioida/mikä olisi tärkeintä yritystä perustettaessa, minkä ohjeen sinä antaisit? Kerro omin sanoin.

## **Kysymys 6**

KIITOS ajastasi! Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Voit halutessasi jättää yhteystietosi mahdollisia lisäkysymyksiä varten (vapaaehtoinen)

Nimi

Osoite

Yritys

Puhelinnumero koti/työ

Sähköpostiosoite