



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

# YRITYKSEN PERUSTAMINEN

Sanna Kangas

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2016  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Uudistuva yritystoiminta, markkinointi ja talousjohtaminen



## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Uudistuva yritystoiminta, markkinointi ja talousjohtaminen

KANGAS, SANNA:  
Yrityksen perustaminen

Opinnäytetyö 50 sivua, joista liitteitä 22 sivua  
Marraskuu 2016

---

Opinnäytetyön aiheena oli oman yrityksen perustaminen. Idea oman yrityksen perustamisesta on ollut jo ajatuksissani jonkin aikaa ja kuluvan vuoden aikana sain idean, jonka avulla lähtisin toteuttamaan tätä yritystoimintaa. Tarkoitukseni on toimia ns. kevytyrittäjänä eli toimin yrittäjänä oman ulkopuolisen työn ohella.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää yrityksen perustamisprosessin vaiheita, saada riittävästi tietoa oman yritystoiminnan aloittamiseksi ja tuottaa kaikki siihen tarvittavat asiakirjat, liiketoiminta- ja markkinointisuunnitelmat sekä laskelmat.

Työ alkaa siitä, mitä kaikkea yrittäjyys-sanaan liitetään, ja arvioidaan, millaisia ominaisuuksia yrittäjällä tulisi olla sekä pohditaan yrittäjyyttä elämäntapana ja ammattina.

Liikeidean syntyminen johtaa liiketoimintasuunnitelmaan. Työssä käydään läpi muun muassa liiketoimintasuunnitelmaa, eri yritysmuotoja, lainalaisuuksia, rahoitusvaihtoehtoja ja riskejä.

Opinnäytetyöhön sisältyy perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma, joka laadittiin opinnäytetyön yhteydessä. Tässä hyödynnettiin opinnäytetyössä esitettyjä asioita. Opinnäytetyön liitteinä olevat yrityksen liiketoiminta- ja markkinointisuunnitelmat ovat luottamuksellista, ei-julkista aineistoa.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Innovative Business, Marketing and Financial Management

**KANGAS, SANNA:**  
Establishing an Enterprise

Bachelor's thesis 50 pages, appendices 22  
pages  
November 2016

---

The aim of this bachelor's thesis was to establish an enterprise. I have had an idea of establishing an own enterprise for some time, and this year I got a business idea. The objectives of this thesis were to find out what steps are needed for setting up a company, to gain enough knowledge for establishing an enterprise and to produce all documents, business and marketing plans and financial calculations for the enterprise.

The first part of the thesis explains the many things that are related to the word entrepreneur, and it also describes the qualities an entrepreneur should have and discusses entrepreneurship as a profession and as a lifestyle.

The business idea results in the business plan. Among other things, the sectors included in the business plan, company forms, legal regulations, finance options and risks are discussed in the thesis.

During the writing process of the thesis, a business plan and a marketing plan were drawn up for an enterprise to be established, and the facts from the thesis were exploited in the plans. The business plan and the marketing plan are confidential material and not published in this thesis.

---

Key words: establishing an enterprise, enterprise, business plan

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	YRITTÄJÄ.....	6
	2.1. Yrittäjän määritelmä .....	6
	2.1.1 Yrittäjän käsite eri laeissa .....	6
	2.1.2 YEL-vakuuttaminen .....	7
	2.2. Yrittäjän ominaisuudet.....	7
3	YRITYS.....	9
	3.1. Yritysideasta liikeideaksi .....	9
	3.2. Liiketoimintasuunnitelma .....	9
	3.3. Yrityksen strategia .....	10
	3.4. Yrityksen sidosryhmät .....	11
	3.5. Yritysmuodon valinta .....	12
	3.6. Yrityksen perustamisen vaiheet ja toimenpiteet .....	12
	3.7. Yrityksen nimi ja rekisteröinti .....	14
	3.8. Aloittavan yrityksen rahoitus.....	15
	3.9. Riskianalyysi.....	17
	3.10. SWOT-analyysi.....	18
	3.11. Kannattavuuslaskelma.....	18
	3.12. Rahoituslaskelma .....	19
	3.13. Asiakkaat ja markkinat.....	19
	3.14. Tuotteet ja palvelut.....	19
	3.15. Kilpailutilanne- ja kilpailija-analyysi.....	20
4	MARKKINOINTISUUNNITELMA .....	22
5	POHDINTA.....	25
	LÄHTEET.....	26
	LIITTEET .....	28
	Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma .....	28
	Liite 2. Markkinointisuunnitelma.....	28

## 1 JOHDANTO

Kiinnostukseni yrittäjäksi ryhtymiseksi on ollut ajatuksissani jo pidemmän aikaa. Olen luonteeltani valmiiksi ns. yrittäjähenkinen ja näin myös toimin nykyisessä omassa toimenkuvassa yhteispäällikön tehtävässä. Nyt olen käynnistelemässä oman työni ohella pienimuotoista yritystoimintaa vapaa-ajan palveluiden parissa ja täten myös opinnäytetyöni käsittelee näitä yrityksen perustamistoimenpiteitä.

Menestyvän yritystoiminnan käynnistäminen vaatii huolella suunnitellun liiketoimintasuunnitelman, joka toimii yrityksen käsikirjana. Tämä käsikirja auttaa suunnittelemaan ja hahmottamaan perustettavan yrityksen kannattavuutta ja toimintaa. Opinnäytetyön liitteinä olevat yrityksen liiketoiminta- ja markkinointisuunnitelmat ovat luottamuksellista, ei-julkista aineistoa.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu yrityksen perustamiseen sekä liiketoiminnan ja markkinoinnin suunnitteluun liittyvästä kirjallisuudesta ja muista ajankohtaisista lähteistä. Muita lähteitä ovat esimerkiksi verkkosivustot [uusyrityskeskus.fi](http://uusyrityskeskus.fi) ja [yrittajat.fi](http://yrittajat.fi).

Opinnäytetyöni toiminnallisena tavoitteena on perustaa yritys talven 2017 aikana.

## 2 YRITTÄJÄ

### 2.1. Yrittäjän määritelmä

Meillä jokaisella on käsitys siitä, mikä tai kuka on yrittäjä. Määritelmä voi kuitenkin olla erilainen riippuen kenen näkökulmasta asiaa katsotaan. Yrittäjä on henkilö, joka yksin tai yhdessä muiden kanssa harjoittaa liiketoimintaa yrityksessä, jonka tavoitteena on voitto ja toimintaan liittyy riskin ottaminen (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016).

Verotusnäkökulmasta ratkaistavaksi tulee kysymys siitä, onko työstä, tehtävästä tai palveluksesta maksettu vastike palkkaa vai työkorvausta. Työnantajan tulee toimittaa palkasta ennakonpidätys ja maksaa muun muassa työnantajan sosiaaliturvamaksu ja palkansaajalle tämä on veronalaista ansiotuloa. Työkorvauksesta ei toimiteta ennakonpidätystä, jos sen saaja on ennakkoperintärekisterissä eli katsotaan yrittäjäksi. Edellä mainittuja asioita tulee palkan tai työkorvauksen maksajan pohtia ennen vastikkeen suorittamista. ([www.vero.fi](http://www.vero.fi).)

#### 2.1.1 Yrittäjän käsite eri laeissa

Työttömyysturvajärjestelmässä käytetty yrittäjän määritelmä ei aina ole yhtenevä muussa lainsäädännössä käytettyjen määritelmien kanssa. Esimerkiksi yrittäjyyteen liittyvät omistussuhteen prosenttiosuudet ovat työttömyysturvalaissa ja yrittäjän eläkelaeissa erisuuruiset. (Yleinen työttömyyskassa.)

Yrittäjälläkin on työttömyysturva. Peruspäivärahan saa Kelasta, jos lakisääteisen eläkevakuutuksen työtulo on vähintään 12 420 euroa vuonna 2016, ja on ollut töissä vähintään 15 kuukautta edeltävien 4 vuoden aikana. Yrittäjäkassoja on Suomessa kaksi, Ammatinharjoittajien ja Yrittäjien Työttömyyskassa (AYT) ja Suomen Yrittäjien Työttömyyskassa (SYT).

Työttömyysturvassa yrittäjinä pidetään YEL-vakuutuksen piiriin kuuluvien lisäksi myös osaa yrityksen osaomistajista, jotka työeläkelain mukaan vakuutetaan TyEL:n mukaan.

Työttömyysturvalain mukaan yrittäjäksi katsotaan yrityksessä työskentelevä henkilö, joka omistaa yksin tai perheenjäsentensä kanssa tai jonka perheenjäsenet omistavat vähintään 50 prosenttia yrityksestä. Jos on johtavassa asemassa, häntä pidetään yrittäjänä myös silloin, kun hän omistaa itse vähintään 15 prosenttia tai kun hän yhdessä perheenjäsenen kanssa tai perheenjäsenet omistavat vähintään 30 prosenttia yrityksestä. (Yrittäjän YEL-vakuuttaminen, Ilmarinen tuoteseloste.)

### **2.1.2 YEL-vakuuttaminen**

Yrittäjänä täytyy ottaa YEL-vakuutus, kun

- olet 18 - 67 -vuotias
- asut Suomessa
- olet toiminut yrittäjänä yhtäjaksoisesti vähintään 4 kuukautta
- työtulosi on keskimäärin 7502,14 euroa vuodessa
- yritystoimintasi ei kuulu muun eläkelain, esimerkiksi MYEL:n piiriin.

YEL-vakuutus pitää tehdä kuuden kuukauden kuluessa YEL:n piiriin kuuluvan toiminnan alkamisesta. YEL-vakuutuksen työtulo määritellään työpanoksen perusteella. Jos omistaja ei työskentele yrityksessä, pelkän omistajuuden perusteella ei eläketurvaa kuulu vakuuttaa. YEL-maksu on 23,6 % työtulosta, yli 53-vuotiailla 25,10 % (vuonna 2016). Uusi yrittäjä saa 22 % alennuksen maksuista ensimmäisten 48 kuukauden ajalta.

## **2.2. Yrittäjän ominaisuudet**

Yrittäjäksi ryhtyvältä vaaditaan samoja ominaisuuksia kuin missä muussa työssä tahansa. Yrittajat.fi -sivustolla kuvaillaan, että yrittäjän on oltava rohkea ja hänen on kyettävä ja haluttava ottaa riskejä, jotka ovat hallittavissa, lisäksi yrittäjän tulee olla täsmällinen, ulospäinsuuntautunut ja yhteistyökykyinen. Nämä ominaisuudet ovat tärkeitä etenkin

yhteistyökumppaneiden ja asiakkaiden kanssa toimittaessa. Sitkeys, paineensietokyky ja usko omaan yritysideaan kantavat yrittäjää vaikeinakin aikoina, jatkaa Yrittajat.fi -sivusto yrittäjän ominaisuuksien luettelo. Yrittäjällä täytyy olla myös taloudellinen motiivi toiminnalleen eli halua ansaita rahaa, jotta voi elättää itsensä sekä mahdollisesti työllistää myös muita. Hyvä yritysidea ja sen pohjalta rakennettu toimiva liikeidea yhdistettynä osaavaan yrittäjään johtavat yleensä onnistumiseen. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016)

Jokaisen on mahdollista hankkia yrittäjän tarvitsemat tiedot ja taidot. Tärkeintä yrittämisessä ovat oma tahto ja hyvä liikeidea. Yrittäjän persoonallisuuspiirteitä ovat esimerkiksi:

- Suoriutumismotivaatio, josta viestivät esimerkiksi sinnikkyys, vastuuntunto ja hyvä itsetunto.
- Innovatiivisuus voi ilmetä esimerkiksi siten, että toimii tilanteissa luovasti tai tekee asioita tavanomaisesta poikkeavalla tavalla.
- Riskinottohalukkuus on kykyä sietää epävarmuutta esimerkiksi ajanhallinnan ja jaksamiseen liittyvissä asioissa. Riskien ottamisen tulee kuitenkin olla hallittua.
- Itsenäisyys ilmenee esimerkiksi päätösten teossa, joista yrittäjä usein vastaa yksin. ([www.yrityssuomi.fi](http://www.yrityssuomi.fi).)

Näiden yrittäjävalmiuksien ja riskien tunnistamisen lisäksi tarvitaan yrittäjätaitoja. Näitä ovat yritystoiminnan johtaminen, taloushallinto, markkinointi ja varsinainen palvelu tai tuotanto. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016)

### 3 YRITYS

#### 3.1. Yritysideasta liikeideaksi

Yritysidea on näkemys siitä, mitä aloittava yritys aikoo tuottaa. Yritysideaa täsmennetään ja muokataan vähitellen liikeideaksi. Liikeidea perustuu kolmeen kysymykseen: mitä, kenelle ja miten. Näiden vastaukset kertovat, mitä yritys tekee, kenelle se myy ja kuinka yritys toteuttaa nämä asiat.

Tavallisin tapa aloittaa yritystoiminta on käyttää jo olemassa olevaa liikeideaa, mutta toteuttaa se uudella, muita kilpailukykyisemmällä tavalla tai uudella markkina-alueella. Yritys voidaan perustaa myös täysin uuden liikeidean, tuotteen tai keksinnön kaupallistamiseksi, mutta tämä on kaikkein vaikein tapa aloittaa yritystoiminta ja siihen liittyy eniten riskejä. Usein liikeidea voi lähteä liikkeelle omasta osaamisesta, harrastuksesta tai ammattitaidosta. Liikeidean voi myös ostaa ulkopuolelta, joko valmis yritys, sen liiketoiminta tai osia siitä. Myös franchisingyrittäjyys, eli on olemassa valmis liikeidea ja toimintamalli, on toimiva tapaa aloittaa yrittäjälämä. Yritysideaa kehitettäessä tärkeintä on pohtia erilaisia keinoja, kuinka erottautua muista saman alan yrittäjistä. Eri-laistuminen voi koskea muun muassa tuotetta, toimintatapaa, palvelua tai asiakaskohderyhmän valintaa. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016)

#### 3.2. Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen suunnitelma yrityksen liiketoiminnasta, ja siinä kuvataan, miten liikeidean toteutus tehdään käytännössä. Suunnitelmassa käydään läpi tuotteen ominaisuudet, asiakasryhmät, markkinoiden kilpailutilanne, yrittäjän tai yrittäjien koulutus ja osaaminen sekä miten yritys aikoo markkinoida. Se on yksityiskohtainen ja ajallisesti rajattu tuotos, joka sisältää myös pidemmän aikavälin päämäärät ja tavoitteet eli tulosbudjetin sekä rahoitus- ja kassalaskelman. Liiketoimintasuunnitelma toimii yrittäjän omana suunnitteluvälineenä, mutta siitä hyötyvät myös yrityksen sidosryhmät. Sitä voi käyttää esimerkiksi tavarantoimittajien, liikekumppanien ja rahoittajien kanssa käytävissä neuvotteluissa neuvottelutyökaluna, jonka avulla yrittäjä voi todistaa yrityksen elinkelpoisuuden. (Opas yrittäjäksi Suomeen 2011, 10; Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 13.)

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on tärkeä prosessi yrittäjäksi ryhtymisessä, mutta suunnitelmat ovat vain suunnitelmia ja laskelmat ennusteita niin kauan kuin toiminta on edes jossain määrin alkanut. Ennen liiketoimintasuunnitelman pitkään kestävää hiomista kannattaisi laatia yritykselle käynnistämissuunnitelma, joka on konkreettinen ja ohjaa aloittavaa yrittäjää ajattelemaan asioita, joita varsinaisessa liiketoimintasuunnitelmassa syvennetään. Moni-yrittäjä ja yrittäjäkouluttaja Ollis Leppäsen (2013, 174–176) yritystoiminnan käynnistämissuunnitelma luettelee asioita, joita yrityksen käynnistämisen aloittamiseksi kannattaa pohtia.

Liiketoimintasuunnitelmassa käydään läpi liikeidea, yrittäjän vahvuudet, tuotteet ja palvelut, asiakkaat ja markkinat, SWOT-analyysi, käytännön järjestelyt sekä rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat. On kuitenkin otettava huomioon, ettei yrityksen perustamista varten laadittu liiketoimintasuunnitelma ole ikuinen. Liiketoiminnan kehityksen myötä myös liiketoimintasuunnitelma päivittyy, kehittyy ja kasvaa. Laadittua liiketoimintasuunnitelmaa voidaan nimittää yrittäjän työkaluksi, jonka avulla hän pysyy ajan tasalla. (Yritys-Suomen www-sivut 2016.)

### **3.3. Yrityksen strategia**

Yrityksen strategia on pelisuunnitelma. Tarkemmin määriteltynä se on pelisuunnitelma, jonka avulla organisaation eri toimijat luovat yhdessä asiakkaalle huippukokemuksia. Strategiavaihtoehtoja ovat kustannusjohtajuus-, differointi- tai fokusstrategia. Kustannusjohtajuusstrategiaa noudattavassa yrityksessä on minimoitu kaikki kustannuksia aiheuttavat tekijät, jolloin kilpailuetua pyritään saavuttamaan hinnan tai saadun katteen tuottamalla eduilla. Differointistrategiassa asemoidaan tuote tai palvelu erilaiseksi erilaisille asiakasryhmille. Fokusstrategia puolestaan keskittyy siihen, miten asiakas hyötyy usein kilpailijoita kalliimman yrityksen tuotteita tai palveluita ostaessaan. (Hesso 2015, 78–85.)

Yrityksen strategiaa ei kaikissa liiketoimintasuunnitelmapohjissa käsitellä lainkaan, vaan se käsitellään liikeidean määrittelyllä. Strategia-sanaa saatetaan käyttää myös muissa merkityksissä eri liiketoimintasuunnitelmissa, esimerkiksi viittaamassa tapaan kasvaa tai tapaan pyrkiä tuottavammaksi. (Hesso 2015, 79.) Yrityksen johtoryhmän sisäisissä strategisissa keskusteluissa jaetaan ajatuksia tulevista suuntaviivoista ja tehdään päätöksiä koko yritystä koskevista asioista. Johtoryhmän tehtävänä on määrittää

yrittäjien yhteisen työskentelyn fokus. (Ristikangas & Rinne 2014, 52.) Johtoryhmän on myös huolehdittava, että fokus viestitään koko henkilöstölle niin, että muutkin osaavat ohjata huomionsa oikeisiin asioihin (Ristikangas & Rinne 2014, 73).

### 3.4. Yrityksen sidosryhmät

Yritystoiminta on mahdollista vain toimivan sidosryhmäverkoston avulla. Sidoryhmät voidaan jakaa karkeasti yrityksen sisäisiin ja ulkoisiin sidoryhmiin. Seuraavassa tarkastellaan yleisesti merkityksellisimpiä sidoryhmiä yrittäjän näkökulmasta.

Asiakkaat, asiakaskeskeisyys ja lisäarvon tuottaminen asiakkaille nousevat yritysten toimintakertomuksissa ja juhlapuheissa tärkeään rooliin. Olennaista on, että yritys pystyy myös vastaamaan asiakkaiden odotuksiin kaikessa toiminnassaan. Usein asiakkaisiin liittyvä vastuunjako on yrityksessä hajautettuna, jolloin asiakaskokemuksen luominen on jokaisen organisaation jäsenen vastuulla. Kun johtoryhmä sitoutuu toimimaan asiakaslupauksen mukaisesti näyttämällä esimerkkiä muille, on yritys hyvällä tiellä luomaan kulttuuria ja toimintatapoja, joilla asiakaan kokemuksista kerätään jatkuvasti palautetta. Palautteen kerääminen ja analysoiminen on jatkuvan asiakassuhteen hoitamisen ydin. (Ristikangas & Rinne 2014, 76–78.) Asiakas ei ole kohde vaan osallistuu oman asiakaskokemuksensa luomiseen (Fischer & Vainio 2014).

Henkilöstön merkitys yrityksen voimavarana on toinen juhlapuheiden aihe (Ristikangas & Rinne 2014, 80). Johtoryhmän tulee huolehtia siitä, että jokainen työntekijä ymmärtää yrityksen strategiaviestin. Henkilöstön ja yksittäisen työntekijän tulee tietää, miten hänen päivittäinen tehtävänsä tukee yrityksen strategian toteutumista ja tavoitteiden saavuttamista. Se synnyttää hänessä positiivista tunne-energiaa ja vahvistaa toimintakykyä ja siten synnyttää positiivisen asiakaskokemuksen. Tunne-energia luo yhteisöllisyyttä ja kollektiivista tahtotilaa saada aikaiseksi yhdessä jotain enemmän. Jokainen henkilö tunnistaa oman osuutensa, mutta tiedostaa myös muiden osuuden parhaan asiakaskokemuksen synnyttämisessä. (Fischer & Vainio 2014.)

### 3.5. Yritysmuodon valinta

Yrittäjän kannalta yritysmuodon valintaan vaikuttavat yritysmuodon helppous ja hallinnon yksinkertaisuus. Asiakkaiden kannalta yritysmuodolla ei ole suurta merkitystä. Jos ajatus on pitää liiketoiminta pienenä, toiminimi on vaivattomin vaihtoehto. Mikäli yritystoiminnan tavoitteet ovat suuremmat kuin vain itsensä työllistäminen, osakeyhtiön perustaminen voi olla järkevää. Yritysmuodon valinta vaikuttaa vastuisiin, päätöksen tekoon, voitonjakoon ja verotuksellisiin asioihin yrityksessä. (Leppänen 2013, 145–146.)

Yritysmuodon valinta vaikuttaa siihen, miten yrittäjän täytyy hoitaa oma taloutensa ja miten se asia kussakin yhtiömuodossa voidaan ratkaista: 1) Toiminimessä, avoimessa yhtiössä ja kommandiittiyhtiössä yrittäjä voi nostaa yrityksestä rahaa yksityisottoina eikä yritykselle koidu kovinkaan suuria sosiaalikuluja. Yrittäjä maksaa henkilökohtaiset veronsa yritystoiminnassa syntyneestä tuloksesta. 2) Osakeyhtiössä raha otetaan yrityksestä palkkana, jolloin yritykselle aiheutuu sosiaalikuluja, tai verottomina korvauksina tai osinkoina. Jos yrittäjä tarvitsee oman taloutensa hoitamiseen paljon rahaa kuukaudessa, voi osakeyhtiömuotoinen yritys olla verovaikutuksiltaan kallis ratkaisu. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 23–24.)

### 3.6. Yrityksen perustamisen vaiheet ja toimenpiteet

Kun liike-idea on kirkastunut ja sitä on pohdiskeltu muiden kanssa, ehkä kokeiltukin idean toimivuutta lähipiirillä, on aika tarkentaa myynti- ja kannattavuuslaskelmia sekä miettiä rahoituksen järjestämistä. Seuraavaksi on aika tehdä yrityksen perustamistoimet, johon lomakkeet ja malliasiakirjat löytyvät Yritys- ja yhteisötietojärjestelmän verkkosivuilta [www.ytj.fi](http://www.ytj.fi). Joillekin toimialoille tarvitaan yhteiskunnan, ympäristön ja kuluttajien vuoksi lupa eli toiminta voi olla luvanvaraista tai siitä pitää vähintään ilmoittaa viranomaisille. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 33.)

Yritysmuodon valinta vaikuttaa siihen, mitä lomakkeita ja asiakirjoja yrityksen rekisteröimiseksi tarvitaan. Jos harjoitetaan ammattia yksityisenä elinkeinonharjoittajana eli toiminimellä, ei perustamisasiakirjaa tarvita vaan perustamisilmoituslomake Y3 ja henkilötietolomake -asiakirjat tarvitaan rekisteröintiä varten. Henkilöyhtiön (avoimen yhtiön tai kommandiittiyhtiön) perustamiseksi tarvitaan vähintään kaksi yhtiömiestä, jotka

ovat tehneet kirjallisen yhtiösopimuksen, minkä lisäksi täytettävänä ovat perustamisilmoituslomake Y2 ja henkilötietolomake. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 10–11.) Patentti- ja rekisterihallituksen verkkosivuilta [www.prh.fi/fi/kaupparekisteri.html](http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri.html) löytyy tarkat käytännön ohjeet eri yritysmuotojen, myös osakeyhtiön, jota käsitellään seuraavissa kappaleissa tarkemmin, rekisteröimiseksi.

Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi henkilö tai yhteisö. Perustamisvaiheessa yhtiön perustajat merkitsevät kaikki yhtiön osakkeet. Yksityisessä osakeyhtiössä osakepääoman täytyy olla vähintään 2 500 euroa.

Osakeyhtiön rekisteröimiseksi tarvittavat asiakirjat ovat perustamissopimus, henkilötietolomake, yhtiöjärjestys ja perustamisilmoituslomake Y1 sekä liitelomake 1. Osakeyhtiön perustamisilmoitus on tehtävä kolmen kuukauden kuluessa perustamissopimuksen allekirjoittamisesta. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 11.) Osakeyhtiön perustamisen neljä vaihetta ovat perustamissopimuksen laatiminen, osakkeiden merkitseminen, osakkeiden maksaminen ja yhtiön rekisteröiminen kaupparekisteriin. Perustamissopimuksessa sovitaan mm. yrityksen organisoimisesta osakeyhtiöksi, osakkeiden jakautumisesta osakkeenomistajien välillä ja yhtiön hallintoelinten nimittämisestä. Osakeyhtiötä ei voida perustaa suullisella sopimuksella. Osakeyhtiön perustamissopimuksessa on mainittava sopimuksen päivä, kaikki osakkeenomistajat ja kunkin merkitsemät osakkeet, osakkeesta yhtiölle maksettava määrä, osakkeen maksuaika, yhtiön hallituksen jäsenet ja yhtiön tilintarkastajat. (Villa 2013, 216–217.)

Osakkeiden merkitseminen tapahtuu yleensä perustamissopimuksen allekirjoituksella. Jos merkintä tehdään erilliseen merkintälistaan, niin lista liitetään perustamissopimukseen. Osakkeiden maksamisen rahamäärä ja maksuaika sovitaan perustamissopimuksessa. Maksu suoritetaan yhtiön pankissa tai luottolaitoksessa olevalle tilille, ei käteisenä. Maksu voidaan, jos perustamissopimuksessa on sovittu, suorittaa rahan sijaan kokonaan tai osittain muulla omaisuudella eli apportilla. Apporttimaksulla on oltava vähintään maksua vastaava taloudellinen arvo yhtiölle. Mahdollinen apporttiomaisuus on yksilöitävä myös perustamissopimuksessa. (Villa 2013, 219–221.)

Yrityksen voi ilmoittaa samalla Y-lomakkeella kaupparekisteriin ja Verohallinnon ennakkoperintä-, työnantaja- ja arvonlisäverovelvollisten rekistereihin (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 10). Henkilö tai yritys, joka harjoittaa elinkeinotoimintaa, rekisteröidään Verohallinnon ennakkoperintärekisteriin. Ennakkoperintärekisteriin pääsee, jos yrityksellä tai yrityksen vastuuhenkilöillä ei ole laiminlyöntejä verotuksessa. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 49.) Arvonlisävero on kulutusvero, jonka myyjä sisällyttää eli laskee mukaan tavarahan tai palvelun myyntihintaan. Arvonlisäverovelvollisia ovat kaikki, jotka liiketoiminnan muodossa harjoittavat tavaroiden tai palvelujen myyntiä. Palvelun myyntiä on esimerkiksi tarjoilu-, konsultointi- ja kuljetuspalvelu. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 50.)

### 3.7. Yrityksen nimi ja rekisteröinti

Yrityksen nimen eli toiminimen rekisteröiminen antaa yksinoikeuden nimeen koko maassa, eli muut elinkeinonharjoittajat eivät saa käyttää tätä nimeä. Yrityksen nimen, toiminimen, suunnittelemiseen kannattaa käyttää aikaa. Itse voi tehdä ennakkotutkimusta kartoittamalla esimerkiksi, onko identtisiä toiminimiä jo rekisteröity. Jos haluaa yrityksen toiminimen myös verkkotunnukseksi, on hyvä tarkistaa verkkotunnuksenkin saatavuus jo nimen suunnitteluvaiheessa. Nimen pitää riittävästi erottua muista nimistä ja tavaramerkeistä, jotka ovat rekisterissä. Oma nimi tai paikannimi yrityksen nimen osana voi auttaa yksilöinnissä. Yrityksen nimeä on parasta käyttää aina vain rekisteriin merkityssä muodossa. Näin asiakkaat sekä sopimus- ja yhteistyökumppanit löytävät yrityksen helposti. (Patentti- ja rekisterihallitus.)

Yrityksen nimestä selviää myös yritysmuoto. Yksityinen elinkeinonharjoittaja voi käyttää tunnusta ”tmi” tai ”toiminimi”, mutta se ei ole pakollista. Kommandiittiyhtiö voi käyttää lyhennettä ky. Osakeyhtiön tunnus on oy, julkisen osakeyhtiön oyj. Avoimen yhtiön tunnus on ”avoin yhtiö” - lyhennettä ”ay” ei saa käyttää. Osuuskunnan nimen tulee sisältää sana ”osuuskunta”, yhdysosa ”osuus” tai lyhenne ”osk”. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 43)

Varsinainen nimitutkimus tehdään kaupparekisterissä vasta perustamisilmoituksen jättämisen jälkeen. Nimitutkimus on osa ilmoituksen käsittelyä, eikä Kaupparekisteri voi etukäteen vahvistaa, onko ehdotettu nimi rekisteröitävissä. Yrityksen nimeä ei siis kan-

nata painattaa esim. mainoskyltteihin tai kirjelomakkeisiin ennen kuin nimi on rekisteröity kaupparekisteriin. Perustamisilmoituksessa on mahdollista ilmoittaa yritykselle kolme nimivaihtoehtoa, suosituimmuusjärjestyksessä. Näistä ensimmäinen hyväksyttävissä oleva nimi rekisteröidään suoraan, jos perustamissopimuksessa tai yhtiösopimuksessa on hyväksytty useita nimivaihtoehtoja. (Patentti- ja rekisterihallitus.)

### **3.8. Aloittavan yrityksen rahoitus**

Yritystoiminnan alkuvaiheessa tarvitaan lähes aina rahaa toiminnan käynnistämiseksi. Se, kuinka paljon rahaa alkuinvestointeihin pitää olla, riippuu liikeideasta ja vaihtelee eri toimialoilla suuresti. Rahoituslaskelman avulla kartoitetaan rahan tarve ja rahan lähteet aloitusvaiheessa. Rahoitustarpeen suuruus selviää yleensä liiketoimintasuunnitelman laatimisen yhteydessä.

Yrittäjä voi sijoittaa toimintaan omaa rahaa tai muuta omaisuutta (apportti), joka on hänen omistuksessaan ja hallussaan. Yrittäjän omia säästöjä, työkaluja tai koneita kutsutaan omarahoitukseksi. Yleensä lainanantajat eli pankit edellyttävät noin 20 prosentin omarahoitusosuutta ennen kuin harkitsevat lainan myöntämistä. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 28.) Yrittäjä voi tarvita myös vierasta pääomaa eli lainaa. Näitä ulkopuolisia vaihtoehtoja on useampia. Lainarahoitusta yrityksille myöntävät pankit ja Finnvera.

Pääomasijoittaja, esimerkiksi business-enkeli tai pääomasijoitusyhtiö, voi sijoittaa yritykseen rahaa omistusosuutta vastaan. Tällaisen sijoituksen ehdot määritellään osakasopimuksessa. Joukkorahoitus on myös kasvava rahoitusmuoto, esimerkiksi ennakkomyyntiin perustuva joukkorahoitus. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 28.)

Aloittava yritys voi saada tukea yrityksen kehittämiseen muun muassa ELY-keskukselta ja Tekesiltä. ELY-keskus voi myöntää pk-yritykselle kehittämisavustusta yrityksen kehittämistoimenpiteisiin ja investointeihin. Kehittämistoimenpiteillä tarkoitetaan yrityksen liiketoimintaosaamisen, kansainvälistymisen, tuotteiden ja tuotantomenetelmien kehittämistä, hankkeiden valmistelua sekä muuta niihin rinnastettavaa yritystoiminnan merkittävää kehittämistä. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 29.)

Avustusta suunnataan hankkeisiin, joilla arvioidaan olevan merkittävä vaikutus

yrittäjien

- käynnistämiseen, laajentamiseen tai uudistamiseen
- innovaatiotoimintaan tai osaamisen vahvistamiseen
- kasvuun tai kansainvälistymiseen
- tuottavuuteen
- energia- tai materiaalitehokkuuteen.

Kehittämisyhteistyöstä on haettava ennen hankkeen aloittamista. Ennen avustushakemuksen jättämistä on hyvä olla yhteydessä ELY-keskuksen asiantuntijaan hankkeen rahoitusmahdollisuuksien selvittämiseksi. Yrittäjien tulee laatia kehittämishanketta koskeva hankesuunnitelma, joka sisältää suunnitellut toimenpiteet aikatauluineen ja kustannuksineen sekä hankkeella tavoiteltavat. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016, 29.)

Starttiraha on harkinnanvarainen tuki, jota voidaan myöntää yrittäjäksi ryhtyvälle luonteeltaan päätoimisen yritystoiminnan käynnistysvaiheessa. Starttirahan tarkoitus on turvata yrittäjän toimeentulo siltä ajalta, kun yritystoiminta käynnistyy ja vakiintuu. Starttirahan saamisen edellytyksenä on toteuttamiskelpoisen idean lisäksi se, että hakijalla on oltava muun muassa yrittäjäkoulutusta tai -kokemusta ja että yritystoiminta arvioidaan kannattavaksi. Yritystoiminta tulee käynnistää vasta starttirahapäätöksen saamisen jälkeen, ei ennen sitä. TE-toimisto päättää starttirahan myöntämisestä ja huomioi muun muassa alan yritysten kilpailutilanteen ja uuden yritystoiminnan tarpeen paikkakunnalla. (TE-palvelut.fi) Jos yritystoimintaa kokeilee sivutoimisesti, pääsääntöisesti ei myönnetä starttirahaa (Ensimetri.fi).

Yritystoiminnan aloittamiseen ja kehittämiseen saatavilla olevat tuet ovat valtaosin aluepoliittisia ja niiden suuruus määräytyy yrityksen maantieteellisen sijainnin perusteella. Paikallisten Työvoima- ja Elinkeinokeskusten (TE-keskusten) yritysosastot palvelevat yritysten perustamisessa, laajentamisessa ja kehittämisessä omalla alueellaan. Mahdollisuus on saada esimerkiksi investointitukea käyttömajausinvestointeihin, PK-yrityksen kehittämistukea tuotannon, tuotteiden, liikkeenjohdon tai markkinoinnin kehittämishankkeisiin tai vaikkapa kansainvälistymistukea, joka on tarkoitettu vientitoimintaansa aloittaville tai vahvistaville PK-yrityksille, joilla on riittävät edellytykset menestykselliseen vientitoimintaan. Tukien lisäksi TE-keskukset tarjoavat monipuolisia

asiantuntija- ja neuvontapalveluja, jopa maksuttomina. (Yritystoiminnan tuet, Yrittäjät.fi/Lapin-yrittajat/ylitornio.)

Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat on sisällytettävä liiketoimintasuunnitelmaan. Rahoituksen tai tuen hakeminen yritystoiminnan aloittamiseksi edellyttää usein laskelmien ja liiketoimintasuunnitelman esittämistä. (Yritys-Suomen www-sivut 2016.)

### 3.9. Riskianalyysi

Yrittämisessä on aina riskinsä. Riskejä on otettava menestyäkseen ja niiden ottaminen kertoo myös yrityksen kasvuhaluudesta. Riski voi liiketoiminnassa olla myös mahdollisuus. Riskejä on kuitenkin mahdollista hallita ja tämän myötä pienentää, siirtää tai poistaa. Riskienhallinta on tilanteiden arviointia, suunnittelua ja käytännön tekoja, joihin kukin henkilöstön jäsen osallistuu omassa roolissaan. Hyvä riskienhallinta on luonteeltaan ennakoivaa, tietoista, suunnitelmallista ja järjestelmällistä. Riskejä otetaan usein myös tietoisesti ja harkiten, esimerkiksi ajan ja vaivan säästämiseksi. (<http://www.pk-rh.fi/>.)

Yleisiä yrittämiseen liittyviä riskejä ovat:

- taloudelliset riskit
- turvallisuuteen liittyvät riskit
- henkilöriskit
- sopimus- ja vastuuriskit
- sairastumis- ja kuolemariskit
- vahingot tuotteissa tai tuotannossa -riskit
- rikos- tai tulipalo- ja tapaturmariskit
- kysynnässä tapahtuvat muutosriskit
- ympäristöriskit. (Holopainen 2010, 16; Jylhä & Viitala 2013, 288)

Riskianalyysin avulla pyritään tunnistamaan riskit ja niiden todennäköisyys. Riskianalyysiä tehtäessä voidaan hyödyntää esimerkiksi valmiina olevia vahinkotilastoja. Riskit tunnistamalla voidaan yritystoimintaa suunniteltaessa miettiä, miten mitään riskiä tulevaisuudessa pyritään hallitsemaan. Riskienhallintakeinoja voivat olla esimerkiksi riskin jakaminen, siirtäminen tai vakuuttaminen. (Juvonen, Koskensyrjä, Kuhanen, Ojala, Pentti, Porvari, Talala 2014, 15, 20 – 23.)

Analysoitaessa yrittäjän vahvuuksia ja heikkouksia mietitään esimerkiksi yrittäjän osaamista, aikaisempaa työkokemusta ja koulutusta alalta, mitkä ovat yrittäjän voimavarat yritystoimintaan, mitä ominaisuuksia voisi kehittää ja mitkä ominaisuudet ovat vahvempia kuin kilpailijoilla. Yrittäjänä toimimisen avaintekijänä on nimenomaan osaaminen, joten liiketoimintasuunnitelmassa on hyvä pohtia, riittääkö oma osaaminen yritystoiminnan pyörittämiseen, vai toisiko kilpailuetua kilpailijoihin nähden myös alan osaan henkilökunnan palkkaaminen tai yhtiökumppanin hankkiminen. Hyväkin liikeidea voi kaatua osaamisen puutteeseen.

### **3.10. SWOT-analyysi**

SWOT lyhenne tulee englanninkielien sanoista Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja Threats (uhat). SWOT-analyysi on yhteenveto, jossa arvioidaan vahvuudet ja heikkoudet sekä mahdollisuudet ja uhat. Vahvuuksia ja heikkouksia arvioidaan suhteessa kilpailijoihin ja ne ovat yrityshankkeen sisäisiä tekijöitä ja kertovat yrityksen nykytilasta. Mahdollisuudet ja uhat ovat toimintaympäristössä ja tulevaisuudessa tapahtuvia tekijöitä ja nämä tekijät vaikuttavat tulevaisuudessa liiketoiminnan onnistumiseen. (Ohje liiketoimintasuunnitelman täyttämiseen.) SWOT-analyysin jälkeen yrityksen tulisi käydä läpi jokainen ruutu ja miettiä niissä esiintyviä asioita. Vahvuuksia tulisi jatkossakin hyödyntää, heikkouksia tulisi pyrkiä korjaamaan ja poistamaan, mahdollisuudet tulisi hyödyntää ja uhkiin varautua. (Nelikenttäanalyysi – SWOT. SRHY. Suomen Riskienhallintayhdistys ry.)

### **3.11. Kannattavuuslaskelma**

Olenaisena osana liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu kannattavuuslaskelma, jonka avulla kartoitetaan yrityksen taloudellista riskiä eli onko toiminta kannattavaa. Lasketaan yrityksen tarvittava myynti, jotta päästään kriittiseen pisteeseen (KRP) eli nollatulokseen. Lasketaan realististen hintojen perusteella tarvittava myynti ja tulos, tämän jälkeen vähennetään yrityksen pakolliset menot eli muuttuvat ja kiinteät kustannukset. Kannattavuuslaskelmasta nähdään siis arviolta yrityksen minimitaloite myynnissä. Taloite voidaan jakaa vuosi-, kuukausi-, viikko- ja päivätasolle, mikä auttaa havainnollis-

tamaan tavoitteen realistisuuden Tämän laskelman on myös tarkoitus kertoa, onko uusi yritystoiminta kannattavaa. Yrityksen jo toimiessa kannattavuuslaskelman avulla pystytään arvioimaan tulevaisuuden kannattavuutta esimerkiksi muutosten takia. (Holopainen 2014, 14.)

### **3.12. Rahoituslaskelma**

Rahoituslaskelma liiketoimintasuunnitelmassa kertoo, miten yrityksen toiminnan aloitus on tarkoitettu rahoitettavan eli kuinka paljon rahoitusta tarvitaan ja mihin se on tarkoitus sijoittaa. Rahoituslaskelmassa eritellään yksityiskohtaisesti kaikki investoinnit ja rahalliset menot. Rahoituslaskelmaan lasketaan myös tulevien kuukausien kiinteät kustannukset, kuten toimitilojen vuokra, sähkö ja vesi. Yrityksen myyntiä ei voida koskaan taata alkutaipaleella, siksi ne lasketaan mukaan tarvittavaan rahoitukseen. Yrittäjän on tärkeä huomioida myös oma tulontarpeensa tässä kohtaa. (Holopainen 2014, 12–13.)

### **3.13. Asiakkaat ja markkinat**

Yrittäjän on määriteltävä, keitä yrityksen tärkeimmät asiakkaat ovat ja asiakasryhmät. Tärkeimpien asiakkaiden ja asiakasryhmien määrittämisen jälkeen voidaan miettiä vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Minkälaisia yrityksen asiakkaat ovat?
- Missä yrityksen asiakkaat sijaitsevat?
- Mitkä ovat asiakkaiden tarpeet?
- Miten asiakkaat voidaan tavoittaa?

Olennaista alkavalle yrittäjälle on myös selvittää miten asiakkaat suhtautuvat tällä hetkellä markkinoilla oleviin tuotteisiin. (Meretniemi & Ylönen 2009, 27.)

### **3.14. Tuotteet ja palvelut**

Myytävä tuote voi olla tuote, palvelu tai asiantuntemustieto. Yrittäjä voi myydä itse valmistamaansa tai jonkun muun valmistamaa tuotetta tai valmistaa tuotetta jonkun

muun myytäväksi. Liiketoimintasuunnitelmassa tulee pohtia, mitä ainutlaatuista ja erikoista tuotteessa on verrattuna muihin kilpailijoihin markkinoilla ja mitä kilpailuetua kyseinen tuote yrittäjälle tuo. Suunnitelmassa tulee myös analysoida tuotteen vahvuuksia ja heikkouksia ja miten tuotetta olisi mahdollista kehittää. Tärkein ominaisuus tuotteessa on sen tuoma aito hyöty ja lisäarvo asiakkaalle. (Ohje liiketoimintasuunnitelman täyttämiseen.)

Tulojen hankinta perustuu kysyntään eli asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden tyydyttämiseen. Tuotteita ja palveluja määritettäessä voidaan hakea vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Minkä tarpeen yrityksen tuote/palvelu tyydyttää?
- Minkä ongelman tuote/palvelu ratkaisee?
- Mitkä ovat yrityksen tuotteet/palvelut ja vastaavatko ne asiakkaiden tarpeita?
- Mitä hyötyä yrityksen tuotteista/palveluista on asiakkaille?
- Mitkä tuotteet/palvelut ovat yrityksen ydinosaamista?

Kysynnän määrä tarkoittaa asiakkaiden valmiutta ostaa tiettyä tuotetta/palvelua. Minkä verran asiakkaat ovat valmiita maksamaan ostoksestaan on toinen tärkeä tekijä. Vaikka yritys pystyisi pitämään hintatasonsa korkeana, ei pienellä kysynnällä saavuteta yrityksen kannattavuuden ylläpitämistä. Yrityksen on saavutettava riittävää myyntimäärä eli volyyimia. (Meretniemi & Ylönen 2008, 26.)

### **3.15. Kilpailutilanne- ja kilpailija-analyysi**

Yrityksen tulee tietää, mitkä yritykset kilpailevat samojen asiakkaiden huomiosta ja ajasta. Kilpailun muodot ja luonne ovat muuttuneet, esimerkiksi uusi sovellus ja sen nopea kaupallistaminen voi mullistaa markkinat ja perinteiset toimintatavat. Kilpailija-analyysin tarkoitus on löytää ne yritykset, jotka toimivat samalla strategialla kuin oma yritys. (Hesso 2013, 48–49.)

Yrityksellä on ns. ydinkilpailijoita, jotka ovat saman alan yrittäjiä ja kilpailevat samoista asiakkaista, esimerkiksi kaksi urheiluliikettä. Tarvekilpailijoiksi voidaan kutsua yrityksiä, jotka toimivat eri toimialalla mutta täyttävät asiakkaiden samankaltaisia tarpeita. (Hämäläinen ym. 2016, 83.)

Kilpailijat voidaan luokitella erilaisten roolien avulla. Markkinajohtaja on usein alueen suurin toimija, imagoltaan hyvä ja suunnannäyttävä muille. Haastajan roolissa toimiva yritys toimii hyökkäävästi ja haluaa markkinajohtajan paikalle usein keinona voimakas markkinointi. Jäljittelijät seuraavat muiden viitoittamaa tietä, kilpailevat halvalla hinnalla ja ovat yleensä hidasliikkeisiä. Erikoistujat etsivät omat asiakkaansa, joille kohdistavat markkinoinnin sekä tarjoavat laatua, palvelua ja joustavuutta. (Hämäläinen ym. 2016, 84.)

Kilpailijat analysoidaan tarkasti, sillä halutaan tietää heidän kilpailuetunsa perusta, jolloin omaa strategiaa voidaan hioa paremmaksi (Hesso 2013, 35). SWOT-analyysi on yksi työkalu, jota voi käyttää myös kilpailijoiden analysoinnissa, jolloin jokaisesta kilpailijasta tehdään oma analyysinsä.

## 4 MARKKINOINTISUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelmapohjat kattavat usein myös osia markkinointisuunnitelmasta. Erillisen tarkan markkinointisuunnitelman laatiminen on kuitenkin hyödyllistä yritykselle. Markkina-analyysissä käsitellään, miten kartoitetaan, onko tuotteelle tai palvelulle kysyntää, millaisia asiakkaat ovat ja miten asiakkaita voi segmentoida. Markkina-analyysin tekemisen ja kilpailijoiden tuntemisen lisäksi tulee tuntea oman yrityksen toiminta ja tuotteet pystyäkseen palvelemaan asiakasta. Ja pystyäkseen palvelemaan asiakasta täytyy tuntea hänen tarpeensa.

Markkinoinnin peruskilpailukeinoja ovat tuote/palvelu, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä, johon kuuluu perinteisten markkinointiviestintäkeinojen lisäksi internet, digitaaliset mediat, mobiililaitteiden käyttö ja sosiaalinen media. Online-markkinoinnin merkitys on nykyään suuri. Palvelualoilla ihmisten toiminta eli yrityksen henkilöstön toiminta, fyysinen ympäristö ja prosessit ovat erittäin tärkeitä asiakastytyväisyyden aikaan saamisessa. (Hämäläinen ym. 2016, 124–125.) Asiakaspalvelijan tuotetuntemus, tuotteen hinnoittelu, tuotteen saatavuus ja tuotteesta annettu mieleen jäävä markkinointiviestintä tuovat kilpailuetua kilpailijoihin nähden, unohtamatta sitä seikkaa, että asiakkaat haluavat olla mukana luomassa yrityksen ja tuotteen brändiä. Suhdemarkkinoinnin merkitys on suuri nykyään.

Markkinointisuunnitelma on kirjallinen tuotos, joka kokoaa yhteen, miten tuotetaan arvoa asiakkaille ja sidosryhmille, analysoidaan markkinoiden ja asiakkaiden nykytilaa, mietitään markkinoinnin tavoitteet ja strategiat sekä miten ne toteutetaan, sekä arvioidaan ja kontrolloidaan toimia, joilla päätetyt tavoitteet saavutetaan. Markkinointisuunnitelma on liiketoimintasuunnitelmaa yksityiskohtaisempi kuvaus tulevan vuoden markkinoinnillisista strategioista ja niiden toteutuksesta. Markkinointisuunnitelma voi olla tehty koko yritykselle, mutta myös jollekin osa-alueelle, kuten tuotteelle tai maantieteelliselle alueelle. (Wood 2013, 4-6.)

### **Markkinoinnin suunnittelun prosessi**

Nykytilan analysointi kattaa yrityksen sisäisen toimintaympäristön, kuten organisaation, käytettävissä olevien resurssien, tuotteiden, liikesuhteiden, menestyksen edellytysteki-

jöiden ja mahdollisten varoitusmerkkien tarkastelun markkinointisuunnitelman perustaksi (Wood 2013, 32). Sisäisen toimintaympäristön analyysissä keskitytään yrityksen vahvuuksiin ja heikkouksiin. Ulkoisen toimintaympäristön, kuten poliittisen, taloudellisen, sosiaalisen, teknologisen ja ekologisen toimintaympäristön tarkastelussa keskitytään mahdollisuuksiin ja uhkiin, joita ympäröivä ulkoinen toimintaympäristö tarjoaa. Nämä vaikuttavat valittuihin markkinoinnillisiin päätöksiin. (Wood 2013, 36.)

Markkinoiden ja asiakkaiden tarpeiden analysoiminen ja sen tuloksena tarpeiden ymmärtäminen on toinen osa-alue markkinoinnin suunnitteluprosessissa. Markkinat muuttuvat muun muassa edellä mainittujen toimintaympäristössä tapahtuvien muutosten vuoksi, markkinat ovat erilaisia eri alueilla ja erilaisia samalla alueella sijaitsevien asiakkaiden kesken. (Wood 2013, 48.) Kun tiedetään, millaiset tarpeet markkina-alueen asiakkailta on, voidaan kolmantena osa-alueena segmentoida asiakkaat, joilla on samantyyppiset tarpeet ja tavat sekä tarjota heille kohdennettuja tuotteita ja näin tehostaa markkinointia (Wood 2013, 71).

Neljäs osa-alue markkinoinnin suunnittelussa on määrittää, missä yritys haluaa olla tulevaisuudessa ja miten sinne markkinoinnin keinoin päästään. Tarkat tavoitteet, joita markkinointisuunnitelmassa asetetaan, riippuvat muun muassa nykytilanteesta, toimintaympäristöllisistä asioista ja asiakkaista, joita tavoitellaan. Tavoitteiden tulee olla aikarajallisia, laskettavissa olevia, realistisia, mutta haastavia, sekä samassa linjassa yrityksen muiden tavoitteiden kanssa. (Wood 2013, 93–94.) Kilpailussa selviytyäkseen tulee tuotteen olla kunnossa, sillä asiakkaat ovat tietoisia kilpailijoiden tarjonnasta, ja ovat siksi vaativia, koska vaihtoehtoja on runsaasti tarjolla, joten yrityksen tuotteen arvo määräytyy sen ominaisuuksien, lisäpalveluiden, laadun, suunnittelun, pakkauksen ja brändin mukaan. Tuotteen markkinointistrategian ja -ohjelman sekä brändin suunnittelu on markkinointisuunnitelman viides osa-alue. (Wood 2013, 108, 120.) Markkinointisuunnitelman viimeinen osa-alue on valita mittarit, joiden avulla voidaan seurata ja kontrolloida tulosten toteutumista (Wood 2013, 214).

Markkinointisuunnitelma kuvaa yrityksen nykytilaa ja tavoitteita sekä erittelee ne toimenpiteet, joilla kasvu tai tavoitteet pyritään saavuttamaan. Markkinointisuunnitelman avulla huolehditaan, että markkinointi kohdistetaan oikein, tehdyt toimenpiteet ovat tehokkaita ja tavoitteiden toteutumista voidaan seurata ennalta määritettyjen tavoitteiden mukaisesti. Suunnitelman tarkoitus on palvella yrityksen koko liiketoimintaa. Siksi sen

sisältö noudattelee samaa linjaa kuin yrityksen muutkin strategiavalinnat, joita liiketoimintasuunnitelmassa tarkennetaan.

## 5 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli perehtyä aloittavan yrityksen tarvittaviin perustamistoimenpiteisiin, koska itselläni on suunnitelmissa aloittaa yritystoiminta ns. kevytyrittäjänä oman työni ohella. Tässä opinnäytetyössä on käsitelty mm. yrityksen perustamisprosessia, liiketoimintasuunnitelmaa, käytiin läpi eri tarvittavia asiakirjoja, aloittelevan yrityksen ja yrittäjän vakuutuksia sekä liiketoimintariskejä.

Tämän opinnäytetyön tekemisen ohella olen saanut runsaasti tietoa mm. eri yritysmuodoista, hyvän liiketoimintasuunnitelman merkityksestä, markkinoinnista sekä eri rahoitusvaihtoehtoista. Näistä kaikista on varmasti paljon hyötyä itselleni toimiessani yrittäjänä. Opinnäyte työn tekeminen vahvisti myös tunnetta siitä, että omaan yrittäjälle tarvittavia luonteen piirteitä, joten tämä tuo rohkeutta lähteä yrittäjäksi.

Opinnäytetyön tekeminen oman työn ohella oli aikaa vievää, mutta kun työskentelen yrittäjien parissa, niin sain myös omasta työkuvastani apua tämän laatimiseen. Loppujen lopuksi vauhtiin päästyäni työn tekeminen edistyi kohtalaisen hyvin. Jo tehty teoriaosuus auttoi myös minua liiketoimintasuunnitelman laatimisessa sekä kaikki muu ohessa hankittu tieto on luonut hyvän pohjan perustaa oma yritystoiminta.

Oman yrityksen perustaminen –hanke jatkuu minulla tästä eteenpäin neuvotteluilla mm. kaupungin sekä yrityspalvelun edustajien kanssa. Keskusteluun tulee mukaan myös muita paikallisia yrittäjiä ja lähdemmekin pohtimaan yhdessä, kuinka voisimme tukea toinen toistemme palveluita. Vaikkakin yrittäjänä toimiminen on itsenäistä työskentelyä, on verkostoituminen menestyksen kannalta erittäin tärkeää. Yhdessä hyvä tulee!

## LÄHTEET

Alikoski, R., Hakonen, M., Viitasalo, J. 2013. Yritystoiminnan taitajaksi. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Finnvera. PK-yritys. Yrityksen perustamisvaiheen rahoitussuunnittelu.  
<https://www.finnvera.fi/>

Fischer, M., Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen. Asiakaskokemus luodaan yhdessä. <https://www.elliblibrary.com/reader/9789521421327/preview>

Hesso, J. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Vantaa: Hansaprint Oy.

Holopainen T. 2010. Yrityksen perustamisopas. Helsinki: Edita.

Holopainen, T. 2015. Yrityksen perustamisopas. Käytännön perustamistoimet. 24. uudistettu painos. Porvoo: Bookwell Oy.

Hämäläinen, M., Kiiras, H., Korkeamäki, H., Pakkanen, R. 2016. Palvelun taitajaksi. Helsinki: Sanoma Pro Oy

Juvonen, M., Koskensyrjä, M., Kuhanen, L., Ojala, V., Pentti, A., Porvari, P., Talala, T. Yrityksen riskienhallinta. 2014. Vantaa: Hansaprint Oy.

Jylhä, E. & Viitala, R. 2013. Liiketoimintaosaaminen menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Leppänen, O. 2013. Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin! EU: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Liiketoimintasuunnitelma. Luettu 1.11.2016. Saatavilla:  
<https://www.yrityssuomi.fi/liiketoimintasuunnitelma>

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Nelikenttäanalyysi - SWOT. SRHY. Suomen Riskienhallintayhdistys ry. Luettu 1.11.2016. Saatavilla: <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>

Patentti- ja rekisterihallitus. Kaupparekisteri. Luettu 5.11.2016.  
<https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystennimet.html>

Ristikangas, V., Rinne, T. 2014. Johtoryhmästä tähtijoukkue. Helsinki: Talentum Oy.

Starttiraha. TE-palvelut. Luettu 1.11.2016

[http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yritykselle/aloittavan\\_yrittajan\\_palvelut/starttiraha/index.html](http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yritykselle/aloittavan_yrittajan_palvelut/starttiraha/index.html)

Suomen Uusyrityskeskukset ry. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016. Luettu 1.11.2016. <http://www.perustamisopas.fi>

Suomen Riskienhallintayhdistys. PK-RH-riskienhallinta.  
Luettu 1.11.2016. <http://www.pk-rh.fi>

Teknologiateollisuus ry. Tunnista sidosryhmät. Luettu 5.11.2016  
<http://tech.teknologiateollisuus.fi/ymparistosaaminen/tunnista-sidosryhmat>

Tomperi, S. 2011. Käytännön kirjanpito. Helsinki: Edita Prima Oy.

Verohallinto. Palkansaaja vai yrittäjä. Luettu 12.10.2016. <https://www.vero.fi>

Villa, S. 2013. Henkilöyhtiöt ja osakeyhtiöt. Liettua: Balto Print.

Wood, M. 2013. The Marketing Plan Handbook. Harlow. United Kingdom: Pearson Education Limited

Yrittäjän ominaisuudet, Yritys-Suomi. Luettu 1.11.2016. <https://www.yrityssuomi.fi>

Yrityksen perustaminen. ELY-keskus, rahoitus. Luettu 1.11.2016.  
<https://www.ely-keskus.fi>

Yritystoiminnan tuet. Yrittajat.fi. Luettu 1.11.2016. <https://www.yrittajat.fi/lapin-yrittajat/ylitornion-yrittajat/a/ylitornion-yrittajat/rajayrittajan-abc/yritystuet-314647>

Yrittäjän määrittely työttömyysturvan kannalta. Yleinen työttömyyskassa, YTK. Luettu 29.10.2016. <https://www.ytk.fi>

Yrittäjän ominaisuudet. Yritys-Suomi. Luettu 1.11.2016. <https://www.yrityssuomi.fi>

Yrittäjän YEL-vakuuttaminen. Ilmarinen tuoteseloste 2016 , [www.ilmarinen.fi](http://www.ilmarinen.fi)

**LIITTEET**

Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma

Liite 2. Markkinointisuunnitelma