

Yrityksen perustaminen - Case NonGthai Oy



Taensor, Nongnuch

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Yrityksen perustaminen - Case NonGthai Oy

Nongnuch Taensor
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Lokakuu, 2009

Nongnuch Taensor

Yrityksen perustaminen - NonGthai Oy

Vuosi 2009

Sivumäärä 86

Opinnäytetyön tarkoituksena oli perustaa aasialainen elintarvikeliike Nummelaan. Työ käsittelee yrityksen perustamiseen liittyviä vaiheita, kuten liikeideaa, perustamisprosessia, markkinointia ja rahoitusta. Työ esittelee teorian ja sen pohjalta tehdyn toimintotyyppisen opinnäytetyön, jossa perustetaan aasialainen elintarvikeliike Nummelaan.

Työ alkoi yrittäjyys-teemastolla suoritetuista opinkursseista. Opinnäytetyön aihe sai alkunsa siitä, kun lähin aasialainen elintarvikeliike on Helsingissä. Työn tarkoituksena oli selvittää, onko perustettavalle aasialaiselle elintarvikeliikkeelle markkinarakoa Nummelassa.

Opinnäytetyön kirjoittaminen alkoi keväällä 2008, josta vuoden jälkeen työn työstäminen jatkui keväällä 2009. Työ lähti ensin tiedon haulla yrittäjyyteen ja yrityksen perustamiseen. Tavoitteena oli käsitellä teoriaosuus niin monipuolisesta ja kattavasti, jotta kuka tahansa voisi työni perusteella perustaa yrityksen. Työssä on keskitytty suurimmaksi osaksi liiketoimintasuunnitelmaan ja markkinointiin.

Yrityksen perustamisessa on monia eri vaiheita, eikä kaikki ei ole itsestään selvää. Tarkkaan ja hyvin tehty liiketoimintasuunnitelma antaa hyvän työkalun yrityksen perustamiseen. Haastavinta työssä oli itse case eli yrityksen perustaminen. Työssä piti huomioida paljon yksittäisiä asioita, joita yritystoiminnan aloittaminen vaatii. Työ vaati enemmän aikaa ja pohdintaa toisin kuin teoriaosuuden laatiminen. Työn lopputuloksena syntyi varsin kattava teoriaosuus yrityksen perustamiseen liittyvistä vaiheista sekä itse casesta.

Ennen yrityksen perustamista, tulee olla yritysidea sitten liikeidea, johon liiketoimintasuunnitelma rakentuu. Liikeidea on menestymisen kulmakivi, jos yritystoiminta aikoo kannattavaksi. Yrittäjäksi suunnittelevan henkilön tulee analysoida liikeideansa laatimalla liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelma on yrittäjän apuväline, joka selventää aiotun yritystoiminnan kannattavuutta ja menestymisen mahdollisuuksia.

Asiasanat, yrityksen perustaminen, liikeidea, liiketoimintasuunnitelma, yritysmuodot, rahoitus, elintarvikeliike

Nongnuch Taensor

Establishing a company - NonGthai Oy

Year	2009	Pages	86
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was establishing an Asian grocery in Nummela. It processes establishing a company and other issues such as business idea, business plan, marketing and funding. The work introduces the theory and the cases of an Asian grocery in Nummela. This is an operational thesis.

The work started with some studied courses with an entrepreneurship theme. The background of this idea was that the nearest Asian grocery is in Helsinki. The aim of this work was to discover if there is an available market niche for an Asian grocery in Nummela.

Writing of this thesis started in spring 2008 and after one year it was started again in spring 2009. Work started with information searching for entrepreneurship and for establishing a company. The purpose was to process the theory as versatilely and comprehensively as possible so that anyone who wants to establish a company can do it. The biggest part in this work focused on the business plan and marketing.

In establishing a company there are many stages and those are not obvious. The precise and well planned business plan gives a good tool for the entrepreneurship and establishing a company. The most challenging part of this work was the case itself, in other words establishing a company. There were many issues to notice which starting a business demands. The case took more time and consideration than the theory. The final result is a comprehensive theory basis for establishing a company and of its stages and also the case itself.

Before establishing a company there has to be a business idea which the business plan is based on. The business plan is the most important issue if the business is going to be profitable. Someone who is planning to be an entrepreneur should analyze his business idea by making a business plan. The business plan is an entrepreneur's utility which clarifies business profitability and possibilities to be successful.

Key words, establishing a company, business idea, business plan, company form, funding, groceries

Sisällys

1	Johdanto.....	7
2	Yrityksen perustamisen vaiheet	7
2.1	Ennen yrityksen perustamista.....	7
2.2	Liikeidea ja liiketoimintasuunnitelma	10
2.3	Markkinointisuunnitelma.....	12
2.3.1	Markkinointistrategia	13
2.3.2	Markkinat ja kilpailijat	13
2.3.3	Kilpailukeinot	14
2.3.4	Asiakasryhmät eli segmentit	18
2.3.5	Yrityskuva.....	18
2.3.6	Asiakassuhteen hallinta	19
2.4	Yritysmuodon valinta	20
2.5	Verotus.....	22
2.6	Taloussuunnitelma	22
2.7	Rahoitus.....	25
2.8	Henkilöstö	28
2.9	Yritystoiminnan riskit.....	34
2.10	Perustamistoimet	37
2.11	Yrityksen kirjanpito.....	38
3	NonGThai Oy.....	39
3.1	Liikeidea ja liiketoimintamalli	43
3.2	Markkinointi ja kilpailijat	45
3.3	SWOT-analyysi	52
3.4	Tuotteet ja palvelut	52
3.5	Yrityksen talous	55
3.6	Henkilöstö	55
3.7	Riskianalyysi.....	57
3.8	Yritystoiminnan aloittaminen	57
3.9	Visio 2015.....	60
4	Johtopäätökset	61
	Lähteet	62
	Liitteet.....	65
	Liite 1: Yrittäjätesti	66
	Liite 2: Tuotteet ja hinnat	68
	Liite 3: Thaimaalainen paistetturiisi	70
	Liite 4: Perustamissopimus ja yhtiöjärjestys.....	71
	Liite 5: Perustamisilmoitus.....	73

Liite 6: Investointilaskelma	78
Liite 7: Kiinteät kustannukset	81
Liite 8: Työntekijöiden palkat	82
Liite 9: Kriittinen piste.....	83
Liite 10: Myyntibudjetti.....	84
Liite 11: 3. vuoden tulosennuste	85
Liite 12: Liite starttirahahakemukseen	86
Liite 13: Liite Finnveran naisyrittäjälaina hakemukseen	87

1 Johdanto

Opinnäytetyö sai alkunsa yrittäjyys-teemastolla suoritettavista kursseista. Opinkurssit tuli suorittaa opinjaksoon liittyvillä töillä ilman tenttiä. Ajatus opinnäytetyöhön oli, miten saisi aasialaisia elintarvikkeita nopeammin ja lähempää. Ajatuksesta kehkeytyi perustaa oma aasialainen elintarvikeliike Nummelaan. Yrittäjyys-teemaston ohjaajilta sain lisää motivaatiota kehittää työn ideaa eteenpäin. Aloitin työn kirjoitusvaiheen keväällä 2008 ja jatkoin työn työstämistä vuoden jälkeen työn ollessa hetken jäähällä. Loppukeväästä vuonna 2009 työ saavutti lopullisen muotonsa. Työ on toimintotyyppinen, joka käsittelee yrityksen perustamiseen liittyviä asioita ja vaiheita. Työn teoriaosuuden pohjalta olen caseni rakentanut.

Tavoitteena oli laatia kattava työ yrityksen perustamisprosessista. Työ perehtyy asioihin, joita yrittäjäksi aikovan tulee huomioida. Työn teoriaosuus käsittelee yrityksen perustamisvaiheita syventyen liiketoimintasuunnitelmaan ja yritystoiminnan aloituksen vaatimiin asioihin. Teoriaosuus käsittelee syvällisemmin liiketoimintasuunnitelmaa markkinoinnin näkökulmasta. Työn käytännön osuus koostuu siitä, miten aasialainen elintarvikeliike perustetaan. Liiketoimintasuunnitelman on oltavan niin innostava ja todenmukainen, että rahoittajat, kuten työvoimatoimisto ja Finnvera voisivat lähteä rahoittamaan yrityksen toimintaa.

2 Yrityksen perustamisen vaiheet

2.1 Ennen yrityksen perustamista

On syytä harkita tarkoin, onko itsestä yrittäjäksi ennen kuin perustaa yrityksen. Mitä osaamista, tietoa, taitoa ja kokemusta on. Mitä tarvitaan lisää toimiakseen menestyvänä yrittäjänä ja sopiiko yrittäjämäinen elämäntyyli itselle. Yrittäjyyden onnistumiseen vaikuttavat monet seikat, kuten yhteiskunnallinen tilanne, markkinat, oma taloudellinen tilanne sekä perheen ja lähipiirin suhtautuminen. On hyvä selvittää itselleen, onko itsestä ainesta yritystoiminnan pyörittämiseen. (Meretniemi & Ylönen 2008, 10.) Yrittäjä on yrityksen ydinmoottori, joka kokoaa ja yhdistää tarvittavat osatekijät tehokkaasti toimivaksi kokonaisuudeksi. Viime kädessä yrityksen onnistuminen juontaa polkunsaa yrittäjän ominaisuuksista. (Viitala 2006, 14.)

On tärkeää tiedostaa etukäteen ennen yrityksen perustamista, mitä asioita saattaa tulla eteen, ja mitä mahdollisuuksia ja riskejä yrityksen perustaminen tuo mukanaan. Alla olevassa taulukossa on puntaroitu yrityksen perustamiseen vaikuttavia asioita.

Mahdollisuudet	Riskit ja ongelmat
+ vapaus	- vapaa-ajan väheneminen
+ työn monipuolisuus	- velkaantuminen
+ uusien asioiden oppiminen	- vastuu
+ työllistyminen	- stressaantuminen
+ oman luovuuden kehittäminen	- pitkät työpäivät
+ taloudellinen hyöty	- markkinatilanteen muutos
+ itsenäisyys	- epäonnistuminen
+ päätös omista työtehtävistä	- lama
+ oma aikataulu	- rahat loppuu

Taulukko 1. Yrityksen perustamiseen liittyviä mahdollisuuksia, riskejä, ongelmia. (Meretniemi & Ylönen 2008, 12-13.)

Yrityksen perustaminen on prosessi, jossa lähtökohtana on, että yrittäjä tietää itse haluavansa yrittäjäksi ja näin ollen myös haluaa toimia yrittäjänä pitkällä aikavälillä. Yrittäjän on tuolloin kartoitettava hyvin omaa osaamista, kokemusta, ammattitaitoa sekä muita yrittäjäominaisuuksia. Jotta yrittäjä olisi itse tietoinen yrittäjyyteen ja yrittämiseen liittyvissä asioissa, hänen tulee itse huolehtia koulutuksen saamisesta. Ensin on suunniteltava liiketoimintasuunnitelma ja testattava yritysidea ammattitaitoisten asiantuntijoiden kanssa, jotta voi olla varma yrityksen kannattavuudesta. Kirjallisesta yrityssuunnitelmasta tulee löytyä seuraavat asiat: perustiedot yrityksestä, liikeidea perusteluineen, tuotteet, palvelut ja toimintatavat, asiakkaat ja markkinointi, kilpailijat ja yrityksen kilpailustrategia, pääoman tarve, taloudellinen suunnittelu, kannattavuuden arviointi ja hallinta. (Raatikainen 2006, 68; Kuosmanen 2006, 11-12.)

On hyvä aloittaa siitä ajatuksesta, mistä yritys voi saada rahoitusta toimintansa aloittamiseen sekä sen pyörittämiseen. Mitä enemmän yrittäjällä on mahdollisuuksia moniin rahoitusvaihtoehtoihin sitä parempi. Rahoitusvaihtoehtoja ovat muun muassa omaa pääomaa, omaa rahoitusta, pankit, vakuutusyhtiöt, erityisrahalaitokset ja työvoimatoimiston tarjoama starttiraha.

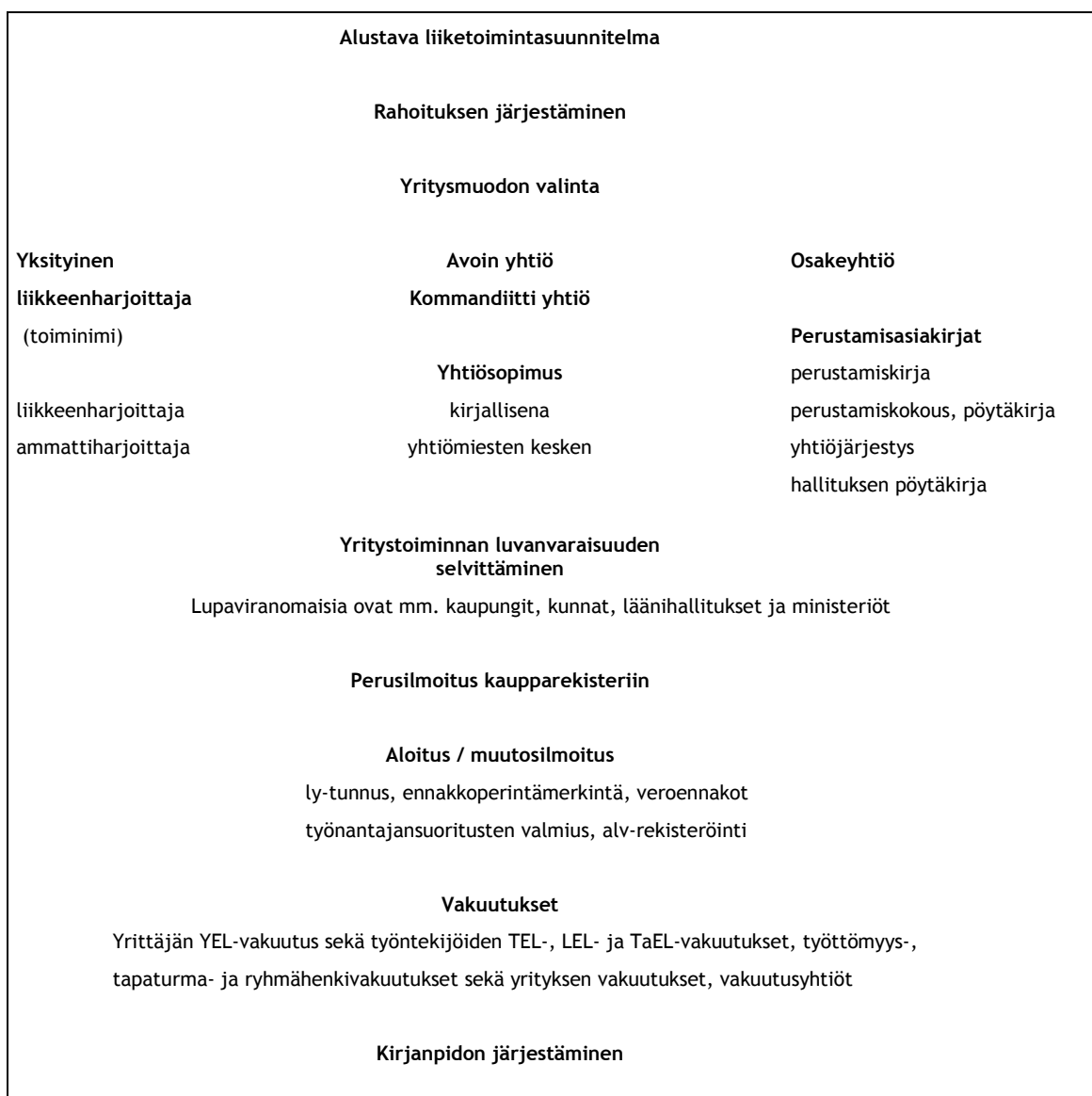
Aluksi pitää testata, toimiiko liiketoimintasuunnitelma, koska sen avulla jatketaan itse liiketoimintaa. Liiketoimintasuunnitelman päätarkoituksena on selvittää, onko yritystoiminnalla mahdollisuuksia toteutua. Yrittämisessä on aina otettava riskejä, joten on hyvä miettiä, mikä yritysmuoto olisi paras vaihtoehto yritystoiminnalle. On olemassa erilaisia yritysmuotoja, kuten toiminimi, avoin- ja kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö ja osuuskunta (Yritysmuodot 2008).

Seuraavaksi tulee selvittää lupa-asiat. Jos elinkeinon harjoittaminen on luvanvaraista, tulisi hankkia lupa ennen yritystoiminnan aloittamista. Lupaviranomaisia ovat kunnan- ja kaupungin viranomaiset, ministeriöt, läänihallitukset ja poliisipiirit. Läänihallituksen myöntämiä lupia ovat alkoholin anniskelu, vähittäiskauppa, joukkoliikenne, taksi- tai muu ammattiliikenne, sairaankuljetus ja vartiointi. (Yritysmuodot 2008.) Elintarvikkeita myyvien liikkeiden tai kauneushoitoloiden tiloihin on tehtävä tarkastus ja hakea niiden käyttöönottoon lupa kunnan terveystoimilta ennen kuin tiloja voi ottaa käyttöön. (Kuosmanen 2008, 12.)

Lopuksi pitää tehdä perustamisilmoitus kaupparekisterille ja veronhallinnolle. On muistettava, että rekisteri-ilmoitukset on tehtävä viranomaisen vahvistamalla perustamisilmoituslomakkeilla. Perustamisilmoituksen voi joko jättää patentti- ja rekisterihallitukselle tai verottajalle riippuen yritysmuodosta. Y1-lomakkeet on tarkoitettu osakeyhtiöille ja osuuskunnille, Y2-lomakkeet avoimille ja kommandiittiyhtiöille ja Y3-lomakkeet ovat yksityisiä elinkeinoharjoittajia varten. Yritys voi samalla lomakkeella ilmoittaa myös arvonalisäverorekisteriin, ennakkoperintärekisteriin ja työnantajanrekisteriin. Käsittelymaksut ovat osakeyhtiölle ja osuuskunnalle 330 euroa, avoimet ja kommandiittiyhtiöille 155 euroa ja yksityisille elinkeinoharjoittajille 65 euroa. (Kuosmanen 2008, 16.)

Yritys tarvitsee erilaisia vakuutuksia harjoittaessaan yritystoimintaa, muun muassa yrittäjävakuutuksen (YEL), josta karttuu yrittäjälle YEL-eläkettä. YEL-vakuutus turvaa yrittäjän ja hänen perheensä myös erillisissä riskitilanteissa. Vakuutusmaksu määräytyy yrittäjän työtulon perusteella. Tällä hetkellä YEL-vakuutusmaksu on alle 53-vuotiaille 20,6 % ja yli 53-vuotiaille 21,7 %. Pakollisia vakuutuksia ovat myös työntekijöiden TEL-, LEL- ja TaEL-vakuutukset. Työntekijöitä palkatessaan yrittäjän on huolehdittava työntekijöiden työterveyshuollosta ja palkanmaksusta. (Kuosmanen 2008, 19.) Mitä enemmän vakuutuksia yrityksellä on sitä parempi, kuten työttömyys-, tapaturma- ja ryhmähenkivakuutukset, koska näillä on vaikutusta yrityksen riskienhallintaan (Yritysmuodot 2008).

Jotta yrityksen raha-asiat olisivat ajan tasalla ja järjestyksessä, yrityksen pitää huolehtia kirjanpidosta. Kirjanpitolain mukaan jokainen yritys on kirjanpitovelvollinen harjoittaessaan liiketoimintaa. Yrityksen tulee itse huolehtia, että yrityksen kirjanpitoa hoitaa luotettava ja ammattitaitoinen tilitoimisto.



Kuvio 1. (Viitala & Jylhä 2006, 68).

2.2 Liikeidea ja liiketoimintasuunnitelma

Liikeidea on kaiken perusta, kun tahtoo yrittäjäksi menestyvälle yritykselle. Pitää olla josta-kin, josta asiakkaat ovat valmiita maksamaan. Liikeideat ryhmitellään tuote-, valmistus-, palvelu, markkina- ja taitoideoihin (Viitala & Jylhä 2006, 46). Hyvän liikeidean ja toiminta-ajatuksen menestyksekkäs toteuttaminen vaatii yrittäjältä ammattitaitoa, alan tuntemusta, havainto- ja muutосkykyä sekä halua yrittämiseen. Ei saa kuitenkaan unohtaa yrittäjän omia arvoja, asenteita ja muita hyviä omia ominaisuuksia. (Kuosmanen 2006, 7.) Ennen yritystoiminnan aloittamista tulisi ensin analysoida ja laatia liiketoimintasuunnitelma. Liikeideoilla on monta syntytapaa. Ne saattavat saada alkunsa vaikkapa, harrastuksista, koulutuksista, kek-

sinnöistä, yritysostoista tai ammatillisista osaamisista tai vaikkapa perheyrityksestä. (Raatikainen 2006, 38.)

Kokonaisuuden hahmottaminen on hyvin tärkeää, etenkin aloitusvaiheessa. Mitkä ovat yritystoiminnan tämänhetkiset edellytykset, kuinka paljon on rahaa käytettävissä ja mikä on oman osaamisen ja ammattitaidon taso, jotta voisi perustaa menestyvän yrityksen. Liikeideamalli antaa hyvän yleiskuvan yritystoiminnasta. (Raatikainen 2006, 39.) Jos haluaa olla varma yritysideoistaan toimivuudesta, voi apuna käyttää ulkopuolisia asiantuntijoita, kuten kunnan elinkeinoasiamiestä, kirjanpitäjää, Finnvera Oyj:tä, vakuutusyhtiön tai pankin asiantuntijoita.

On aina pyrittävä siihen, että yritystoiminta on voittoa tuottavaa sekä kannattavaa, jotta se voisi kehittyä ja samalla menestyä. Yrityksen kannattavuus varmistaa sen, että yritys kykenee hoitamaan lainaansa ja pystyy samalla tekemään tarpeellisia investointeja. Perusteellinen ja huoliteltu liiketoiminnan suunnittelu on tärkeä osa yrityksen menestymiselle. Kuten on tapana sanoa: ”Hyvin suunniteltu - on puoliksi perustettu” (Kuosmanen 2006, 9).

Liikeidea määrittelee yrityksen oman toimintatavan ja ajatuksen, miten tehdään liiketoimintaa ja samalla tulosta. Liikeidean tulisi vastata kysymyksiin: Kenelle? Mitä? ja Miten? Elikkä kenelle halutaan myydä ja mitä halutaan myydä. Lisäksi pitää tietää, miten tulee myydä? Liikeidean takana on ajatus, mikä on asiakkaan tarve, miten sen saa tyydytettyä ja mitkä ovat asiakkaan odotukset.

On tiedettävä, millaisen mielikuvan haluaa yrityksestään antaa asiakkaille sekä sidosryhmille. Yritysimagoa pyritään rakentamaan asiakaskohderyhmän mukaiseksi. Olennaista on selvittää ja jakaa asiakkaat sekä asiakasryhmät eli segmentit, jotta pystytään tavoittamaan heitä oikein keinoin. Lisäksi yrityksen tulee tietää, mitä tuotteita, tuoteryhmiä ja palveluita kullekin kohderyhmälle tarjota. Liikeidea sisältää yrityksen toimintatavat, johon kuuluu markkinointi, tuotekehitys, tuotanto, logistiikka, henkilöstö, johtaminen ja talous. (Raatikainen 2006, 39.)

Yrityksen perustamisvaiheessa liiketoimintasuunnitelmaa käytetään useissa tilanteissa. Rahoitusta ja starttirahaa hakiessa viranomaiset haluavat nähdä liiketoimintasuunnitelman, joka tukee kirjallista liikeideaa. Liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on osoittaa, että yrityksen tuotteella tai palvelulla on liiketoimintamahdollisuus. Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan tarkasti liikeidea, johon sisältyy päämäärät ja tavoitteet sekä strategiat, jotka kertovat, millä keinoilla tavoitteisiin päästään. Sen tarkoituksena on myös kuvata toimialan markkinointitilanne ja kehitysnäkymiä. On hyvä selvittää markkina- ja kilpailutilanne, jotta saa kuvan omista mahdollisuuksista. (Viitala & Jylhä 2006, 60-61.) Lisäksi on tehtävä myös markkinointisuunnitelma, jossa yksilöidään, millä lupauksilla ja arvoilla asiakkaiden luottamus aiotaan saavuttaa, ja millä keinoin saadaan heidät ostamaan tuotteita tai palveluita. Markkinointi-

suunnitelma koostuu tiedoista, kuka, miten, missä ja mitä kanavia aiotaan käyttää. (Viitala & Jylhä 2006, 61-62.)

SWOT-analyysi

S = strenght (vahvuudet)	W = weakneses (heikkoudet)
O = opportunities (mahdollisuudet)	T = threats (uhat)

SWOT-analyysimenetelmän nimet tulevat englanninkielisistä sanoista. SWOT-analyysillä voidaan arvioida vaikkapa yrityshankkeen vahvuuksia ja heikkouksia. SWOT on hyvä keino, kun halutaan arvioida esimerkiksi tuotteen mahdollisuutta tai toimintaympäristön kriittiseen arviointiin sekä itse analyysiin. Analyysi yleensä esitetään siten, että vahvuudet ja heikkoudet ovat yrityksen sisäisiä tekijöitä. Kun taas vahvuudet ja heikkoudet ovat yrityksen ulkopuolisia tekijöitä. Tulevaisuus ja toimintaympäristö aiheuttavat yritykselle useimmiten uhkia, mutta ovat myös mahdollisuuksien luoja. Realistisuus on tärkeää analyysia tehdessä, koska joissakin tilanteissa syyt ja seuraukset voivat sekoittua keskenään. (Meretniemi & Ylönen 2008, 34.)

2.3 Markkinointisuunnitelma

Yritystoiminnan lähtökohtana ovat asiakkaiden tarpeet, toiveet ja ostotoiminta. Markkinat ja kilpailut ovat kansainvälistymisen myötä kiristyneet. Tarjonta on useammalla alalla maailmanlaajuista ja kysyntää ylittävää. Markkinointi on muutakin kuin mainontaa. Markkinointi käsittää kaikki toimenpiteet, joita yritys tekee tyydyttääkseen asiakkaidensa tarpeita. Markkinointi perustuu tarkkoihin suunnitelmiin ja laskelmiin, eikä tunneasioihin. Tällä hetkellä kuitenkin markkinoinnissa asiakkailla on valtaa ja valinnanvaraa sekä tietoisuus tuotteista ja palveluista kasvavat jatkuvasti. Yritysten on siksi tehtävä paljon töitä, jotta pystyisivät säilyttämään jo olemassa olevia asiakassuhteita sekä hankkimaan uusia asiakkaita. Yrityksen on tehtävä paljon töitä, jotta se pärjäisi kovassa kilpailussa. Asiakasosaamisesta onkin tullut ratkaiseva tekijä yrityksen menestymiselle. (Kuosmanen 2008, 22 & Viitala; Jylhä 2006, 80.)

Kun yrityksen tuotteet, palvelut ja hinnat ovat selvillä, tulee yrityksen tietää, kuinka markkinoidaan, eli miten saadaan asiakkaat kiinnostumaan yrityksestä ja sen tuotteista ja palveluista. Yrittäjän on suunniteltava, miten lähtisi markkinoimaan asiakkaille (Raatikainen, 94). Suunnittelussa on hyvä käyttää SWOT-analyysiä apuna, sillä se on yksinkertainen, helppo ja tehokas suunnitteluväline. Tarkoituksena on, että yrittäjä listaa siihen yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat, jotta johtopäätösten tekeminen olisi paljon helpompaa. (Kuosmanen 2008, 22.)

Suunnittelussa tulee huomioida potentiaaliset asiakkaat, mutta samalla myös markkinointi-
budjettia eli rahamäärää, joka käytetään mainontaan, myyinnedistämiseen sekä myyntityö-
hön. Markkinointiviestintään kuuluvat muun muassa suoramainonta sisältäen esitteet, myynti-
kirjeet, hinnastot, kuvastot ja Internetin. Tiedottamiseen kuuluu mainonta lehdissä, televisi-
ossa, radiossa, Internet-sivuilla ja mobiiliviestinnössä. Näkymistoiminnalla tarkoitetaan ulko-
ja liikennemainontaa, yritysnimeä ja logon näkyvyyttä. (Raatikainen, 94.)

Yrityksen on ymmärrettävä, että asiakkaina voivat olla: yksilöt, yritykset ja organisaatiot,
mitkä ovat yritykselle tulovirtaa. On muistettava, että asiakas on markkinoinnin ydin. Markki-
nointiajattelun kulmakiviä ovat tuote, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä ja asiakas-
suhdetyö. Onnistunut markkinointi tarkoittaa vahvaa kilpailuetua. (Viitala & Jylhä 2006, 105.)
Yleisin virhe on, että markkinointia tehdään ”tunne pohjalta”. Vaikka asiakaslähtöisyys perus-
tuu siihen, että tuotetaan sellaisia tuotteita ja palveluita, joita asiakkaat haluavat ja tarvit-
sevat (Viitala & Jylhä 2006, 82-83).

2.3.1 Markkinointistrategia

Markkinointistrategioiden ja -suunnitelmien toteuttaminen ei ole helppoa, se on haastavaa ja
vaatii siten myös valppautta ja markkinointiosaamisen jatkuvaa kehittämistä. Strategialla
valitaan tehokkain toimintamalli, jotta saavutetaan tavoitteet. (Kotler 2005, 100.) Markki-
nointi vaikuttaa paljon siihen, kuinka hyvin yritys luo tulevaisuudessa asiakassuhteitaan ja
kuinka monista asiakassuhteista tulee pysyviä. Ensin tulee pohtia yritykselle tärkeimmät asi-
akkaat ja segmentit, jonka jälkeen kohdistaa markkinat juuri niille kohteille, jotka vastaavat
ideaalista asiakaskuntaa. Kohdemarkkinat tulisi valita oikein, koska on huomattavasti hel-
pompaa myydä niille, joilla on rahaa kuin niille, joilla ei ole. Tuotteita ja palveluita tulee
myydä käyttäjille, ei ostajille. (Kotler 2005, 61.) Segmenttien välisiä suhteita tulisi miettiä
tulevaisuudessakin, koska segmenttien väliset suhteet muuttuvat jatkuvasti. Segmentit koos-
tuvat ihmisistä, joiden ostohalut ovat riippuvaisia mielipiteistä ja mielihaluista sekä monista
muista asioista esimerkiksi omasta henkilökohtaisesta rahatilanteesta sekä trendeistä. Mark-
kinointistrategiassa on hyvä muistaa 4P-mallit, joilla yritys pystyy kilpailemaan markkinatilan-
teessa (Kotler 2005, 99).

2.3.2 Markkinat ja kilpailijat

Menestyvän yrityksen on tunnettava asiakkaiden tarpeet, toiveet ja odotukset, koska asiakas
ostaa vain hyötyjä, etuja ja mielihyvää omien halujensa pohjalta. Yrityksen on aina varmis-
tettava, että asiakkaita riittää, toisin sanoen yrityksen tuotteille ja palveluille täytyy aina
olla kysyntää. Todennäköistä on, että ilman asiakkaita yritystoiminta ei menesty. Yritystoi-
minnassa tulee analysoida asiakkaita ja kilpailijoita, ei pelkästään tuotteita ja palveluita.

Asiakasanalyysin avulla hahmotetaan yritykselle potentiaaliset asiakkaat. (Raatikainen 2006, 89.)

Yrityksen on tunnistettava myös kaikki kilpailijat. Ne yritykset, jotka ovat samalla toimialalla ja markkina-alueella. Kauppa- ja teollisuusministeriön kotisivuilta saa tietoa eri toimialoista (www.vn.fi/ktm). Pitkän tähtäimen visiointi on hyvin olennaista, koska siinä selvitetään, onko toimialalle tulossa uusia yrittäjiä ja miten toimialan yritystoiminta mahdollisesti kehittyy. Kilpailu- ja kilpailija-analyysi on oiva työkalu tämän selvittämiseen. Se auttaa hahmottamaan markkinatilannetta ja pohtimaan, miten yritys voisi sijoittua tässä kilpailutilanteessa. (Raatikainen 2006, 91.)

Kilpailu- ja kilpailija-analyysin voi selvittää seuraavien kysymyksillä:

- mitkä ovat kilpailevat yritykset?
- miten niiden myynti on kehittynyt viimeisten kolmen vuoden aikana?
- mitkä ovat yritysten vahvat ja heikot puolet?
- mitkä ovat niiden kehityssuunnat?
- millaisia yrityksiä alalle on tulossa?
- mitkä ovat alalle tulijoiden vahvat ja heikot puolet?
- mikä on kilpailutilanne tulevaisuudessa?
- mitä asioita tulisi tehdä edellisten kysymysten perusteella?

2.3.3 Kilpailukeinot

Neljän P:n tunnetut markkinointikilpailukeinot ovat tuotteet, hinnat, markkinointiviestintä ja saatavuus. P-mallit kuvaavat kilpailukeinoja myyjän näkökulmasta, kun taas viisi C-mallia kuvaa asiakkaan näkökantaa (Raatikainen 2006, 118).

- | | |
|------------------------|---|
| ▪ product, tuote | → customer value, lisäarvo, terve ja halu |
| ▪ price, hinta | → costs, kustannukset asiakkaille |
| ▪ place, saatavuus | → convenience, mukavuus |
| ▪ promotion, viestintä | → communication, vuorovaikutus |
| ▪ personel, henkilöstö | → customer interface, kumppanuus |

Kuvio 2. (Raatikainen 2006, 118).

Tuote (Product)	Hinta (Price)	Markkinointiviestintä (Promotion)	Jakelu (Place)
<ul style="list-style-type: none"> • tuotevalikoima • laatu • ominaisuudet • nimi • pakkaus • kokovaihtoehdot • palvelut • takuu 	<ul style="list-style-type: none"> • alennukset • bonukset • maksuaika • luottoehdot 	<ul style="list-style-type: none"> • mediamainonta • myynninedistäminen • myyntikenttä • viestintä (PR) • suoramarkkinointi 	<ul style="list-style-type: none"> • jakelukanavat • lajitelmat • kuljetukset

Taulukko 2. P-malli eli markkinointi-mix. (Laakso 2004, 35).

Tuote

Yleisesti kuvataan tuotetta kolmitasoisena kokonaisuutena: ydintuote tai -palvelu, täydentävät osat tai -palvelut sekä liitännäistuotteet tai -palvelut. Lisäksi on houkuttelevia lisäelementtejä, kuten mielikuva, joka syntyy tuotteen kokonaiskuvasta. Ihminen tekee valintoja sen mukaan, mistä pitää. Esimerkiksi, kun asiakas ostaa paidan, hän ostaa samalla jotain muutakin kuin pelkän tuotteen. Paidalla voi olla monta merkitystä, kuten peittää ihoa, luo varmuutta, lisää arvostusta ja hyväksyntää sekä vaikuttaa ihmissuhteisiin. Olennaisia asioita asiakkaille ovat, mistä hän tuotteet ostaa ja millä hinnalla ja kuinka vaivattomasti hän tuotteen saa. Lisäksi, onko paidalla palautus- tai vaihto-oikeutta. (Kuosmanen 2008, 22.)

Useimmiten yritysidea lähtee tuotteesta tai palvelusta, johon yrittäjä rakentaa ympärille toimivan liiketoiminnan. Tuotetta voi myydä tietyllä nimellä tai tuotemerkillä. Asiakas kokee saavansa tuotteesta lisähyödyn, joka voi olla esimerkiksi autokauppaan liittyvä luottomahdollisuus, asennuspalvelu, toimitusvarmuus, huolto- ja varaosien saanti. Palvelun merkitys tänä päivänä on kovassa suosiossa ja on edelleen suuressa kasvussa. Palveluita ovat esimerkiksi parturin ja kampaamon toiminta, lääkäripalvelu, sairaanhoito, siivouspalvelu, oikeuspalvelu, konsultointi ja koulutus. Palvelut ja tuotteet eroavat etenkin siinä, että ne eivät ole käsin kosketeltavia toisin kuin tuotteet. (Meretniemi & Ylönen 2008, 118.)

Hinta

Hinnoitteluun vaikuttavat tekijät voidaan luokitella ulkoisiin ja sisäisiin tekijöihin. Yrityksen hinnoittelua ulkoapäin ohjaavat kysyntä- ja kilpailutilanne. Yrityksen sisäiseen hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa tuotanto- ja markkinointikustannukset sekä markkinoinnilliset ja strategiset tavoitteet. Hintapäätöksiin vaikuttavat perushinta, hinnanmuutokset ja asiakkaille myönnettävät maksuajat. (Raatikainen 2006, 120.)

Tulevaisuuden kasvun turvaavat referenssihinnoittelu eli tutustumistarjouksia hinnoittelua alle omien kustannusten. Tarkoituksena on saada tulevaisuudessa tuotto- ja markkinaosuudet. Neutraali strategia käsittelee markkinaperusteista hinnoittelua, kustannuspohjaista hinnoittelua ja laatujohtajuutta. Tässä hinnan rooli markkinoinnissa halutaan pitää vähäisenä. Tavoitteena ovat tuotto- ja markkinakasvu odotukset tällä hetkellä. Asiakasarvon maksimoinnin strategia sisältää kermankuorintahinnoittelua, arvopohjahinnoittelua, hintaporras eli segmentoitua hinnoittelua. Tällöin tuotto-odotukset ovat tässä hetkessä ja pyritään voiton maksimointiin. (Raatikainen 2006, 120.)

On mahdollista käyttää korkean hinnan hinnoitteluperiaatetta silloin, kun tuodaan uusi tuote markkinoille. Tällöin yrityksellä on hyvä mahdollisuus kerätä hyvää katetuottoa tuotteen elinkaaren alkuvaiheessa. Vakaiden hinnoittelustrategian periaatteella halutaan luoda luotettavaa kuvaa yrityksestä. Hinnoitteluun liittyy myös maksuehto. Yritykset haluavat tarjota asiakkaille annettavia rahallisia etuja, kuten alennuksia, maksuajan myöntämiä sekä alennuksia ja maksuaikoja yhteen liitettynä. (Raatikainen 2006, 120.)

Alennuksilla halutaan lisätä joko myyntiä tai pienentää varastoja. Sillä mahdollisesti halutaan taata riittävä asiakaskunta tai vaikuttaa hintamielikuvaan. Suoraperusteisia alennuksia ovat esimerkiksi käteisalennus, määräalennus, kausialennus, varastoalennus ja noustoalennus. Käteis- eli kassa-alennuksen tarkoituksena on saada asiakas maksamaan laskunsa nopeasti. Määrä-, paljous- tai kertaostoalennus voi olla prosentteina ja sillä halutaan siten tavoittaa suuria myyntieriä. Hinnoittelusta on näin ollen tullut entistä tärkeämpi osa kokonaismarkkinointia. Hinta on helpoin markkinointikeino, mutta se on myös vaarallisin niistä, koska kilpailijoiden on hyvin helppo reagoida hinnanmuutoksiin, jolloin kannattavuus saattaa heiketä pitkällä tähtäimellä. Ne menestyvät, jotka pystyvät toimimaan pienemmillä kustannuksilla myynnin määrään nähden. Nykyajan kulutuskulttuurin leima on halpuus. Hinta on useimmille asiakkaille tärkeä valintakriteeri, tuolloin asiakkaat ostavat sieltä, missä on kaikista halvinta. (Raatikainen 2006, 119-120; Kuosmanen 2008, 23.)

Tärkeintä on kuitenkin muistaa, että asiakkaille merkitseviä asioita ovat juuri tuotteiden helppo saatavuus, oikea aika, oikea paikka ja oikea määrä. Markkinointitoimialasta riippumatta tuotteen ja palvelun saatavuus on tärkeää. (Kuosmanen 2008, 23.)

Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä on merkittävä osa yrityksen kilpailuedun tavoittelua. Markkinointiviestintä vaikuttaa asiakkaisiin. Sillä se pyrkii kiinnittämään ostajaan huomion, kiinnostumaan siitä, haluamaan sitä ja lopulta ostamaan sitä. Prosessia kutsutaan **AIDA-kaava**-nimellä eli **attention**; huomio, **interest**; kiinnostus, **desire**; haluaminen ja **action**; toiminta. Markkinointisuunnittelua tehtäessä on hyvä etsiä omat luovat ideat esiin. (Raatikainen 2006, 121.)

Viestintä työn tavoitteena on edetä askel askeleelta, tarkoituksena on viedä asiakas tietämättömydestä ensioston kautta tuloksellisiin asiakassuhteisiin. Jotta saavuttaisi tavoitteen, on käytettävä viestintäkeinoon jokaisen omaa tapaa. Esimerkiksi käytetään tiedotustoimintaa ja mainontaa, jotta saavutetaan tietoisuus, kaupan tekemiseksi myyntityötä ja puhelinta, asiakassuhteen syventämiseksi tyytyväisyyskyselyjä ja asiakastilaisuuksia. Tällä ajatusmallilla tarkoitetaan sitä, että yhteen ostoprosessin vaiheeseen pitää olla omat keinot, johon pyrkii, koska yhdellä keinolla ei kahta tavoitetta saavuteta. (Rope 2004, 141-142.)

Mainonnalla on oma roolinsa markkinointiviestinnässä, koska se edistää yrityksen ja sen tuotteiden ja palveluiden tunnettuutta, luoda mielikuvia ja odotuksia asiakkaan mielessä. Tarkoituksena on herättää mielikuva, jotta asiakas tarpeen tullen muistaisi tuotteen ja siten ostaisi sen. Mainonnan tarkoituksena on muistuttaa ihmisiä siitä, että yritys ja tuotteet ovat olemassa. (Raatikainen 2006, 122.)

Jakelu

Saatavuus on osa markkinoinninkilpailukeinoa. Kyse on asiakkaan asioinnista ja ostokanavista. Tuote lähtee yrityksestä ja päättyy ostajan luo. Saatavuus tuo sekä haasteita että mahdollisuuksia yritykselle. Asiakkaat saavat tuotteensa tai palvelunsa hyvin monesta paikasta. Reittivalintoja on monia, kuten vähittäismyymälät, postimyyntiluettelo, ostoskanava, suoraan valmistajalta tai sähköinen kauppapaikka. Lyhyt jakelukanava on esimerkiksi verkkokauppa. (Raatikainen 2006, 125.)

Yrityksen on siis päätettävä, miten saada tuotteet asiakkaalle eli mikä jakelukanava sopii yritykselle parhaiten ja mikä on kustannusedullisin. Kuitenkin valinta riippuu hieman asiakkaista ja tuotteista. Jakelu voi olla suoraa jakelua tai epäsuoraa. Yrityksen on huomioitava muun muassa seuraavia asioita, kuten toimipaikan sijainti, pysäköintimahdollisuudet, kulku-yhteydet, aukioloajat, toimipaikan ulkoasu, myymälän suunnittelu sekä -ilmapiiri. Jo pienikin matka päätieltä voi vaikuttaa asiakkaaseen. Siksi yritysten tulisi pyrkiä hyvälle liikepaikalle ja lähelle asiakkaita. Yrityksen pitää kiinnittää huomiota myös sisäiseen saatavuuteen, joka tarkoittaa käytännössä tuotteen ja henkilökunnan helppoa tavoitettavuutta. Liikkeen sisällä olevat opasteet, henkilökunnan määrä ja palveluattitus sekä asioinnin mielekkyys ovat tärkeitä

kulutuskäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä. Asiakkaiden huomioiminen on hyvin tärkeää ja kohteliasta. (Raatikainen 2006, 125.)

2.3.4 Asiakasryhmät eli segmentit

Markkinoinnin sekä strategiankin kannalta segmentointi eli asiakasryhmien valinta on tärkeää. Segmentointi liittyy omalla tavallaan myös markkinointi suunnitteluun. Segmentointi on hyvin haasteellista, koska ihmisten tarpeet, elämäntyyli ja ostokäyttäytymiset eivät pysy aina samoina, vaan ne muuttuvat. (Viitala & Jylhä 2006, 107.) Segmentointikriteerejä on monia, kuten asiakkaan sijainti, tulotaso, sosiaalinen asema, ikä, perheen koko ja asiakkaan käyttäytyminen. Tärkeimpiä kohdemarkkinoinnin tekijöitä ovat muun muassa kuluttajan mielipiteet, arvot, elämäntyyli ja harrastukset (Kuosmanen 2008, 23).

Kuluttajia voidaan jakaa esimerkiksi neljään ryhmään: valtavirtaan, eteenpäin pyrkijöihin, menestyjiin ja uudistajiin. Jokin segmentin alue jakaa asiakkaita, vaikkapa heidän asenteiden ja käyttötapojensa perusteella. Joku asiakas kokee samaansa hyödyn siitä, että hän saa tuotteen tai palvelun avulla jonkin asian hoidettua. Toiset etsivät alhaista hintaa ja toiset hyvää palvelua toisin sanoen tämä tarkoittaa, että sama tuote tai palvelu voi olla eri asiakkaille eri rooleissa. (Viitala & Jylhä 2006, 109.)

Tavoitteena on kuitenkin, että markkinointitoimet voidaan kohdistaa juuri tietyille kohde-ryhmille räätälöidysti ja tehokkaasti, mikä lisäisi yrityksen kannattavuutta ja asiakkaan tyytyväisyyttä. (Kuosmanen 2008, 23.) Segmentointi on toimivaa, silloin kun kullekin asiakasryhmälle voidaan laatia tehokkaita markkinointiohjelmia houkutelakseen ja palvellakseen heitä.

Yritys voi markkinoida tuotteitaan ja palveluitaan käyttäen, joko massamarkkinointia tai kohdistettua markkinointia. Useimmiten yritykset käyttävät kohdistettua markkinointia ellei potentiaalisilla asiakkailla ole samanlaisia tarpeita, jolloin massamarkkinointi voi olla niille asiakasryhmille parempi vaihtoehto. Yrityksen harjoittaessaan kohdemarkkinointia, yritys suunnittelee tuotteensa yhdelle tai useammalle segmentille. Tätä käytäntöä kutsutaan valikoivaksi tuote- tai markkinaerikoistumiseksi. Yritys näin ollen erilaistaa eli differoi tuotteen kullekin segmentille mielenkiintoiseksi. (Jylhä & Viitala 2006, 107.)

2.3.5 Yrityskuva

Yrityskuvan rakentaminen on hyvin tärkeää, olipa yritys pieni tai iso pörssi-yhtiö. Yrityskuva muodostaa asiakkaalle mielikuvan yrityksen liikeideasta. Yritys on vahva ja erottautuu kilpailijoistaan, jos se pystyy tunnistamaan asiakkaan tarpeet ja vastaamaan niihin juuri asiakkaan haluamalla tavalla tarjoten tarpeiden mukaiset tuotteet ja palvelut. Yrittäjän olisi hyvä miet-

tiä, mitä kaikkea yrityskuvaan vaikuttavia tekijöitä on, kuten mielikuva ja yrityksen graafinen ilme. (Kuosmanen 2008, 24.)

Yrityskuva on rakennettava siten, että syntyy mielikuva, joka johtaa ostopäätökseen. Hyvällä mielikuvalla on välittömiä vaikutuksia menestykseen, koska mielikuva tuotteesta ratkaisee enemmän kuin itse tuote. Mielikuva syntyy kaikesta yrityksen arkipäiväisestä asiakkaalle näkyvästä toiminnasta. Yrityksen mielikuvaan vaikuttavat muun muassa nämä asiat: yrityksen johto, henkilöstö, palvelu, hinnoittelu, tuotevalikoima, sijainti, toimitilat ja yrityksen kotisivut. Asiakaspalvelulla on erittäin suuri vaikutus mielikuvaan. Yrityksen nimestä ja yritysilmeestä, kuten logo, tunnusvärit ja kirjasintyytit muodostavat yrityksen mielikuvatason. Ihmisten mielikuviin voi vaikuttaa esimerkiksi tuotteiden nimillä, muotoilulla ja väreillä. Nimi on hyvin olennainen, koska pitkällä aikavälillä yrityksen tai tuotteen nimi saattaa herättää odotuksia ja mielikuvia. (Kuosmanen 2008, 24.)

Yrityksen graafinen ilme toimii ikään kuin yrityksen käyntikorttina, josta asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden on helppo muistaa yritystä. Toimiva ja selkeä graafinen ilme tekee yrityksestä helposti muistettavan. Kuitenkin graafinen ilme tulee olla liikeidean mukainen. Se koostuu yksinkertaisista peruselementeistä, kuten liikemerkki, logo, typografia eli tekstin ulkoasu ja värikoodi. Yritysilmettä pohtiessa pitää huomioida, ketkä ovat yrityksen potentiaaliset asiakkaat ja millaisia odotuksia heillä on yrityksestä sekä sen tarjoamista palveluista ja tuotteista. (Kuosmanen 2006, 24.)

2.3.6 Asiakassuhteen hallinta

Yrityksen henkilöstön sitoutuminen on hyvin tärkeää yrityksen menestymiselle, jotta yritys pystyisi tavoittamaan asetetun vision toimintaprosessista, asiakastyön ja asiakaspalvelun kautta. Asiakassuhteiden ja asiakkuuksien hoitaminen on määrätietoista kehittämistä, seuranta ja ohjausta. Asiakassuhteiden hallinta perustuu asiakkaan tarpeista lähtevään elinkaarirajatteluun, jossa asiakassuhteen jatkuvuus ja syveneminen on keskeinen tavoite. Pitää muistaa tutkiessaan asiakastyytyväisyyttä, että tyytyväinenkin asiakas ei ole välttämättä uskollinen. Paremman tarjouksen saadessaan asiakkaat useimmiten vaihtavat myyjää. Yrittäjän on hyvä ymmärtää näiden kahden sanan ero eli asiakasuskollisuus viittaa uusintaostoihin ja asiakkaan sitoutuminen taas hänen mieltymyksiinsä. Uskollisuuden osatekijöitä ovat yleinen tyytyväisyys, aikomus suositella tuotetta muille, halukkuus ostaa uudelleen ja myyjän puolesta puhuminen.

2.4 Yritysmuodon valinta

Yritystä perustettaessa on harkittava tarkoin, mikä yritysmuoto on sopivin ja tarkoituksenmukaisin, koska yritysmuodon valinnalla on vaikutusta tulevaan toimintaan sekä sen onnistumiseen. Yritysmuodon valintaan liittyy eräitä seikkoja, kuten perustajien lukumäärä, pääoman tarve, verotuskohtelu, vastuu ja yritysrisi, toiminnan joustavuus ja jatkuvuus sekä voiton ja tappion jakaminen ja palkanmaksu (Kivelä & Nordell 2003, 95-96).

On olemassa useita yritysmuotoja, jotka jaetaan kahteen pääryhmään: henkilöyhtiöihin eli toiminimiin, avoimiin ja kommandiittiyhtiöihin ja pääomayhtiöihin eli osakeyhtiöihin ja osuuskuntiin. Eroa näissä ryhmissä on se, että henkilöyhtiöissä yrittäjät vastaavat henkilökohtaisella omaisuudellaan yrityksen veloista. Toisin kuin pääomayhtiöissä yrittäjien vastuu rajoittuu sijoitettuun pääomapanokseen. (Viitala & Jylhä 2006, 65.)

Yritysmuodot

Toiminimi

Toiminimi tarkoittaa yksityistä elinkeinoharjoittajaa, joka toimii ja kantaa vastuuta sekä yrityksen saamasta voitosta ja yrityksen omaisuudesta. Tarkoittaen sitä, että toiminimen harjoittaja työskentelee itsenäisesti, mutta samalla hän kantaa kaiken vastuun yritystoiminnasta omaisuudellaan. Yksin on ehkä helpompaa toimia, koska saa olla itse itselleen pomo (Puustinen 2004, 97). Yrittäjä ei voi itse maksaa itselleen palkkaa, mutta on sallittua yrittäjän ottaa varoja käyttöönsä yksityisnostoina. Vero- ja kirjanpitolainsäädäntö edellyttävät, että yrittäjä pitää omat rahat erillään yrityksen rahoista ja sama koskee velkoja. Toiminimi on helpoin, yksinkertaisin, halvin ja suosituin yritysmuoto. (Yritysmuodot 2005.) Tämä tarkoittaa, sitä että kaikki työvoima on peräisin itse yrittäjästä, jolloin yrittäjän motivaatio ja työpanos on tärkeässä roolissa.

Avoin yhtiö

Avoimen yhtiön perustamiseen tarvitaan vähintään kaksi henkilöä. Mahdollisten riitatilanteiden välttämiseksi on aina hyvä tehdä kirjallinen perustamissopimus, koska jokainen yhtiömies vastaa kaikella omaisuudellaan ja myös muiden yhtiömiesten tekemisistä sitoumuksista. Tämä vaatii hyvin paljon luottamusta kummaltakin osapuolilta. Yhtiömiehet päättävät yrityksen asioista yhdessä, ellei yhtiösopimuksissa lue toisin. (Yritysmuodot 2008.) Avoimen yrityksen perustamiseen ei tarvita pääomaa, mutta aloittava yritys tarvitsee aina rahaa, ja siksi olisi hyvä, jos yrityksellä olisi omaa tai vierasta pääomaa.

Avoimessa yhtiössä on oltava tilintarkastajat ja tilinpäätöksen oikeellisuus. Lisäksi kirjanpitoa on hoidettava kuukausittain. Avoin yhtiömuoto sopii hyvin pienille yrityksille, kuten perheyri-tyks, jossa luottamus on varmaa ja yhteistyö toimii. (Raatikainen 2006, 69.)

Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiö eroaa avoimesta yhtiöstä siten, että siinä on yhden tai useamman vastuunalaisen yhtiömiehen lisäksi ainakin yksi äänetön yhtiömies (Kuosmanen 2008, 7). Vastuunalainen yhtiömies toimii yhtiön nimissä ja on henkilö, joka tekee päätökset ja vastaa niistä. Äänetön yhtiömies vain sijoittaa yritykseen, joko rahallisesti tai omaisuudella eli hänellä ei ole päätösvaltaa eikä oikeutta edustaa yritystä. Eroa näissä kahdessa on se, että vastuunalainen yhtiömies vastaa yritystoiminnasta koko omaisuudellaan ja äänetön yhtiömies ainoastaan panostamallaan pääomalla. Äänetön yhtiömies saa sille vuosittain määrätyn koron, mikäli voittoa syntyy. Vero- ja kirjanpitolainsäädäntö on sama kuin jo aikaisemmin mainitulla avoimella yhtiömuodolla. (Raatikainen 2006, 70.) Palkat ovat yhtiömiehille verotettavaa tuloa ja yhtiölle verotuksessa vähennyskelpoista menoaa.

Osakeyhtiö

Osakeyhtiön perustamiseen vaaditaan vähintään yksi tai useampi henkilö, joka voi olla myös juridinen henkilö, joka tarkoittaa toista yritystä, säätiötä, kuntaa tai valtiota. Osakkaiden vastuu rajoittuu yhtiönsä osakkeiden sijoittamaan rahamäärään. Yksityisessä osakeyhtiössä osakepääoma on vähintään 2500 euroa. Osakepääoma jaetaan osakkeisiin, jotka tuottavat omistajilleen äänioikeuden yhtiökokouksessa, joka on yhtiön ylin päättävä elin. Osakkeiden määrät määräävät, kuinka paljon on äänivaltaa yhtiössä. Yhtiökokous valitsee hallituksen, joka valitsee yhteisen toimitusjohtajan, jonka tarkoituksena on vastata yhtiön juoksevista käytännön hallinnosta. (Kuosmanen 2009, 8.)

Ainoastaan julkisen osakeyhtiön osakkeet voivat olla julkisen kaupan kohteena, kuten pörssissä. Osakeyhtiöllä pitää olla tilintarkastajat, joiden tehtävä on toimittaa vuosittainen tilinpäätös ja tase patentti- ja rekisterihallitukselle (Raatikainen 2006, 70). Yhtiössä osakas voi nostaa yrityksestä rahaa, joko palkkana tai osinkotulona. Osinkoa voi jakaa vasta ensimmäisen tilinpäätöksen jälkeen, ja ne jaetaan osakkeiden omistuksen mukaan. (Kuosmanen 2008, 8.)

Osuuskunta

Osuuskunta on yhteisöyritys, joka eroaa osakeyhtiöstä yrittäjän aseman ja roolin suhteen. Osuuskunnan perustamiseen tarvitaan ainakin kolme henkilöä, etenkin kun on kyse yhteisöstä. (Kuosmanen 2008, 8.) Perustamisesta pitää tehdä kirjallinen sopimus, jossa on osuuskunnan

säännöt. Niissä on mainittava osuuskunnan nimi, toimiala, kotipaikka, osuusmaksun suuruus ja suoritustapa sekä -aika, ja tieto siitä, miten osuuskunnan hallitusta pidetään. Jokaisella jäsenellä on yksi ääni, joten osuuskunnan omistama määrä ei vaikuta äänimäärään, jolloin kaikki jäsenet ovat tasapuolisia. Osuusmaksulla jäsen voi käyttää osuuskunnan tarjoamia etuja hyväkseen, mutta joutuu sen sijaan maksamaan osuusmaksun, jonka jäsen saa takaisin erotessaan. Jotta osuuskunta voisi toimia, sen täytyy olla merkittynä kaupparekisteriin. (Raatikainen 2006, 72-73.)

2.5 Verotus

Yritysmuodon valinnalla on yksi tärkeä tekijä verotuksessa, koska sillä on vaikutusta verotuksen hintaan. Verotuksessa yrittäjän saama tulo jaetaan joko pääoma- tai ansiotuloon. Pääomatulo on suhteellinen, veron määrä pääomatulosta on aina 28 %. Sen sijaan ansiotulojen vero on progressiivinen eli veroprosentti kasvaa sen mukaan miten tulot kasvavat. (Kuosmanen 2008, 9.)

Pääomavero	Välitön vero	Välillinen vero
Arvolisävero	yhteisövero	ennakkovero
tulovero	kunnallisvero	kirkollisvero

Taulukko 3. (Meretniemi & Ylönen 2008, 54).

Välilliset ja välittömät verot

Välittömiin veroihin kuuluvat tulo- ja varallisuusverotus ja välillisiin, kulutusvero. Näille yrityksille maksetaan veroa, kuten valtiolle, kunnalle, seurakunnalle ja veroluonteisia maksuja kansaneläkelaitokselle.

Pääoma- ja ansiotulojen verotus

Tulot jaetaan pääoma- ja ansiotuloihin, jotka verotetaan eri tavoin. Luonnollisen henkilön pääomatuloa ovat esimerkiksi korkotulo, vuokratulo, voitto-osuus, henkivakuutuksen tuotto ja pörssiyrityltä saatu osinkotulo. Ansiotuloja ovat palkka, eläkkeet, etuudet ja jotkin vahingon korvaukset ja vakuutusmaksut. (Meretniemi & Ylönen 2008, 55.)

2.6 Taloussuunnitelma

Tavoitteena on pääomalaskelman ja rahoituslaskelman avulla saada yrityksen taloudesta kannattava ja jatkuva. Yritystoiminnan suunnittelulla yritys pystyy seuraamaan omaa taloudellista tilannetta. Tulojen ja menojen järjestelmällinen suunnittelu on hyvin keskeinen osa yrityk-

sen toiminnan suunnittelua. Yritystoiminnan alkuvaiheisiin kuuluvat seuraavat laskelmat, kuten pääomatarvelaskelma, rahoituslaskelma ja kassabudjetti. Pääomalaskelma kertoo, kuinka paljon yritys tarvitsee investointipääomaa, kuten koneiden ja laitteiden hankintaa varten. Pääomalaskelmassa selviää, kuinka paljon yritys tarvitsee rahaa toimintansa pyörittämiseen ennen kuin yritys saa riittävästi myyntituottoja, jolla pystyy kattamaan menot. Rahoituslaskelmalla pystytään selvittämään, mistä yritys hankkii pääomaa toimintansa alkuvaiheessa. (Avoinyrittäjä kurssi materiaali, 9.)

Erityisesti rahoittajat, yritystukien ja mahdolliset sijoittajat, asiakkaat ja tavaran toimittajat arvioivat yrityksiä niiden kannattavuuden, vakavaraisuuden ja tuottavuuden ja maksuvalmiuden perusteella. Juuri nämä tekijät kertovat yrityksen taloudellisesta suorituskyvystä. Siksi yrityksen rahoituksen suunnitteluun kannattaa käyttää paljon aikaa ja huolellista panostusta. Yrityksen toiminta on kannattavaa silloin, kun tulot ovat menoja suuremmat. On muistettava, että kannattavuus on liiketoiminnan perusta. Toiminnan alkuvaiheessa olisi tärkeää kaikissa tilanteissa kustannustehokkuus. (Meretniemi & Ylönen 2008, 68.)

Yrityksen tärkeät talouden tekijät

MAKSUVALMIUS	TUOTTAVUUS
KANNATTAVUUS	VAKAVARAISSUUS

Taulukko 4. (Meretniemi & Ylönen 2008, 68).

Käsitteitä

Maksuvalmius

Yrityksellä on maksuvalmiutta eli likviditeettiä, kun yrityksellä on rahaa käytettävissä. Yrityksen maksuvalmius koostuvat käteisvaroista, pankkitalletuksista ja sijoituksista. Maksuvalmius kertoo, riittävätkö yrityksen rahat kuluksen maksuun. Maksuvalmius ei aina kerro kaikkea. Kannattavallakin yrityksellä voi toisinaan olla vaikeuksia maksaa maksuja. Siksi on tärkeää suunnitella yrityksen rahoitusta, jotta yritys pystyy maksamaan muun muassa ostolaskuja, palkkoja, velkojen lyhennyksiä, korot ja verot ajallaan. (Meretniemi & Ylönen 2008, 70.)

Kannattavuus

Kannattavuus merkitsee sitä, että tulot ovat menoja suuremmat. Alkuvaiheessa yrityksellä saattaa olla vaikeuksia olla kannattava ja yritys voi toimia vuoden tai kaksi tappiollisesti, mutta pitkällä tähtäimellä yritystoiminnan pitäisi olla kannattavaa. Kannattavuus mahdollistaa yrityksen kasvun, henkilöstön lisäyksen ja yrityksen menestymisen. Olisi aina suotavaa arvioida etukäteen, paljonko yrityksellä on menoja, jotta osaa varautua kuluihin. Yrityksen kannattavuuden parantamiseen käytetään yleensä myynnin kasvattamista tai vähentämällä yrityksen menoja. Yrittäjän suositellaan seuraamaan jatkuvasti yrityksen kannattavuutta, koska tuloksen saa vasta tilikauden päätyttyä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 70.)

Tuottavuus

Tuotettavuus on tuotoksen ja panoksen suhde. Tuotoksen muodostavat aikaansaatujen tuotteiden ja palveluiden määrä ja laatu. Panoksella sen sijaan tarkoitetaan määrää ja laatua, mitä on käytetty tuotoksen aikaansaamiseksi. Tuottavuus ei välttämättä tarkoita kannattavaa toimintaa.

Vakavaraisuus

Yrityksen vakavaraisuus eli omavaraisuusaste on tunnusluku, joka kertoo yrityksen taloudesta. Vakavaraisuudella tarkoitetaan sitä, että yrityksellä ei ole liikaa lainaa. Jos vakavaraisuus laskee, se tarkoittaa, siten että yrityksellä on aiempaa enemmän velkaa. Mitä vakavaraempi yritys, niin sitä helpompi sillä on selviytyä talouden ja markkinatilanteiden tuomista muutoksista. (Meretniemi & Ylönen 2008, 70.)

Budjetin laadinta

Budjetin laadinta kertoo yrityksen tulevista tuloista ja menoista. Budjetin avulla yritys pystyy seuraamaan kannattavuutta. Määräajoin verrataan budjettia toteutuneisiin tuloihin ja menoihin. Jos eroavuuksia löytyy, niin se pitäisi huomata mahdollisimman pian. Budjetin laadinta kertoo hyvin, ovatko kulut olleet tuloja suuremmat. Jos kulut ovat olleet suunniteltua suuremmat, niin silloin pitäisi pyrkiä karsimaan ylimääräiset kulut pois. Vastaavasti, jos tulot ovat jääneet pienemmiksi kuin oli suunniteltu, niin pitäisi myyntiä lisätä ripeästi tai miettiä, ovatko tuotteet ja palvelut olleet sitä, mitä asiakkaat haluavat. (Meretniemi & Ylönen 2008, 72.)

2.7 Rahoitus

Yrityksen perustaminen vaatii huolellista taloudellista suunnittelua, johon joutuu tekemään monia laskelmia. Rahoitusmarkkinat ovat tänä päivänä kehittyneet valtavasti; pankit ja vakuutusyhtiöt yhdistyvät ja kansainvälistyvät. Yrittäjän on itse oltava asioista ajan tasalla. Perinteisesti yrityksen rahoitus jaetaan tulo- ja pääomarahoitukseen. Tulorahoituksella tarkoitetaan rahoitusta, joka saadaan, kun myyntituloista vähennetään menot, kuten ostomenot. Pääomarahoitusta luokitellaan omaan sekä vieraaseen pääomaan. Vieraspääoma voi olla sekä lyhytaikaista tai pitkäaikaista. Lyhytaikaisessa rahoituksessa takaisinmaksuaika on useimmiten vuoden ja pitkäaikaisissa takaisinmaksuaika on yli vuoden mittainen. (Raatikainen 2006, 118.)

Yrittäjän on panostettava etenkin alussa rahoitussuunnitteluun ja muistettava, että toiminnan alkuvaiheessa yritykselle yleensä kertyy menoja enemmän kuin tuloja. Liiketoimintaan sisältyy usein piilokustannuksia, joita ei ole helppo aina huomata. (Kuosmanen 2006, 22.)

Oma pääoma

On aina parempi toiminnan jatkuvuuden kannalta, jos yrittäjä pystyy sijoittamaan yritykseen omia pääomia. Omaan rahoitukseen luokitellaan myös yrittäjän omaisuuden sijoittaminen yritystoimintaan, kuten koneet ja laitteet. Olisi suotavaa, jos yrityksellä olisi osakkaita, jotka sijoittaisivat yritykseen rahaa, koska se toimisi tärkeänä rahanlähteenä. Olennaista on ottaa myös selvää, voisiko yritys saada ulkopuolisia avustuksia, kuten tuotekehitykseen, viennin aloittamiseen tai kone- ja laiteinvestointeihin. Tällä hetkellä sanotaan pääomasijoittamisen olevan nousussa. Täten sijoittajat, jotka sijoittavat yritykseen, odottavat yrityksen kasvavan ja tuottavan voittoa. Pääomasijoittajiin kuuluvat yksityiset, julkisrahoitteiset, pankit ja suur-yritysten yhteydessä toimivat.

Starttiraha

Aloittavalla yrityksellä on mahdollisuus hakea työvoimatoimistosta starttirahaa, jolla yritys voisi päästä alkuun. Starttirahan tarkoituksena on turvata yrittäjän toimeentulo yritystoimintansa alkuvaiheessa, joten starttiraha ei ole yritystuki. Starttirahan myöntämiselle löytyy myös kriteerejä, kuten

- hakijalla on yrittäjäkokemusta tai riittävä koulutus yritystoimintaan
- hakijalla on riittävät valmiudet yritystoimintaan
- yritys voi olla kannattava ja menestyä
- yritystoiminta ei saa olla aloitettu ennen kuin päätös tuesta on myönnetty
- hakija ei saa valtionavustusta omiin palkkakustannuksiin

- hakijalle ei makseta työttömyyspäivärahaa tai työmarkkinatukea samanaikaisesti
- starttiraha ei vääristäisi muiden, samoja tuotteita tai palveluita tarjoavien tahojen kilpailua.

Starttirahaa on mahdollista saada myös ne, jotka siirtyvät palkkatyöstä, opiskelusta tai koti-työstä kokoaikaiseksi yrittäjäksi. Starttirahaa ei makseta hakijalle, jos hän siirtyy palkkatyöstä tekemään samaa työtä yrittäjänä etenkin, jos hakijan pääasiallinen toimeksiantaja on hänen aiempi työnantajansa. (Starttiraha 2009.)

On hyvin tärkeää, ettei yritystoimintaa ole ehditty aloittaa ennen kuin on tullut päätös tuensaannista. Lisäksi yritys ei saa olla merkittynä arvonlisävero- eikä ennakkoperintärekisteriin ennen päätöstä. Starttirahaa voi saada maksimissaan 18 kuukautta, 527-620 euroa kuukaudessa. Starttirahaa hakiessa on laadittava liiketoimintasuunnitelma, rahoituslaskelma ja kannattavuuslaskelma. On tehtävä myös starttihakemus. Yrittäjän on haettava verovelkatodistus ja toimitettava nämä kaikki työvoimatoimistoon. (Starttiraha 2009.)

Ulkopuoliset rahoittajat

Ulkopuolisia rahoittajia ovat muun muassa erilaiset pankkilainat, kuten euromääräinen luotto tai luotollinen sekkitili, vakuutusyhtiöiden sijoitusluotot, rahoitusyhtiöiden tarjoamat rahoitusmuodot, erilaiset julkiset tuet sekä EU:n kansainvälisten rahoituslaitosten tarjoamat rahoitusvaihtoehdot. Rahoitustahoja on siis useita, yrittäjän on osattava valita juuri yritykselleen sopiva rahoituslähde. (Raatikainen 2006, 119.)

Pääomapula on hyvin yleistä uutta yritystä perustettaessa, siksi onkin tärkeää juuri panostaa omaan rahoitukseen. Mitä suurempi on oman panoksen osuus, sitä helpompaa on löytää hankkeelle ulkopuolista rahoitusta. Useimmiten aloittava yritys ei selviä ilman ulkopuolista rahoitusta. Ulkopuolisen rahoituksen saanti riippuu paljon yrityksen liikeideasta, toimialasta ja yritykseen kohdistuvista riskeistä. Jokaisessa rahoituslähteessä on aina omat hyvät ja huonot puolensa. (Raatikainen 2006, 119.)

Pankki

Yrittäjän on hyvin tärkeää luoda hyvä suhde pankkiin, koska pankki on uuden yrittäjän merkittävä yhteistyökumppani jo silloin, kun perustaa yrityksen ja sen toiminnan myöhemmissäkin vaiheissa. Yritys tarvitsee pankkia hoitaakseen yrityksen päivittäisiä raha-asioita sekä muita maksuliikenteeseen liittyviä asioita. Useimmille uusille yrityksille pankkilaina on ainoa ulkopuolinen rahoituslähde. On olemassa muitakin erityisrahoituslaitoksia, kuten Finnvera Oyj, joka edellyttää, että pankki osallistuu niiden rahoittamien hankkeiden rahoitukseen.

Yrityksen hakiessa pankista lainaa, pankki kiinnittää huomiota erityisesti näihin asioihin:

- yrityksen liikeidea
- johdon osaaminen
- omistajien osaaminen
- toimiala
- kilpailijat
- asema markkinoilla
- yritykseen kohdistuvat riskit
- taserakenne
- tilinpäätösanalyysi.

Pankit haluavat luotoilleen aina vakuuksia, yritysluotoissa se on yleensä kiinteistö- tai yritys-kiinnitys. Arvopapereita käytetään myös luottojen vakuuksina. Lisäksi tarvitaan myös yrittäjän henkilökohtainen takaus. On varauduttava myös siihen, että yrittäjä laittaa omaisuutensa vakuudeksi, kuten omakotitalonsa tai asunto-osakkeensa. Pankeilla on tarjolla erilaisia luottoja erilaisiin tarpeisiin. Valuuttaluotto sopii viennin ja tuonnin rahoitukseen ja luotollinen tili, joka on yritykselle joustava ja kätevä rahoitusmuoto. (Raatikainen 2006, 120.)

Finnvera Oyj

Finnvera on hyvin tunnettu erityisrahoitusyhtiö, joka tarjoaa yritysten rahoitusmahdollisuuksia lainoin, takauksin ja vientirahoituspalveluin. Finnvera tarjoaa rahoitusta yrityksen perustamiseen, kasvuun, kehittämiseen, kansainvälistymiseen ja yrityksen kaikkiin kehitysvaiheisiin, kuten investointeihin ja käyttöpääomaan. Finnvera tarjoaa rahoituspalveluja erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille. (Finnvera esite.)

Lisäksi Finnvera tarjoaa naisyrittäjälainaa, jolla halutaan tukea naisyrittäjiä. Naisyrittäjälaina on tarkoitettu pienyrityksille, joissa on enintään viisi työntekijää ja joista nainen tai naiset omistavat yli 50 %. Lisäksi naisen tulee myös johtaa yritystä. Naisyrittäjälainaa käytetään muun muassa investointeihin, käyttöpääomaan tai muihin aloittamis- ja laajennushankkeisiin sekä yrityksen kehittämiseen. Lainamäärä on useimmiten 3000 -35 000 euroa ja laina-aika on viisi vuotta, josta on mahdollista saada ensimmäisen vuoden ajan lyhennysvapaata. Naisyrittäjälaina ei estä saamasta työministeriön myöntämää starttirahaa. Rahoituksen saamiseksi on laadittava Finnveralle liiketoimintasuunnitelma sekä arvio sen toteuttamisesta. (Finnvera 2009.)

Lainat ja takaukset

Mitä todennäköisimmin, ilman vakuuksia ei ole mahdollista saada lainaa. Rahoittaja edellyttää, että yritys maksaa lainansa pois sovitun ehdon mukaisesti. Jotta rahoittajat voivat olla varmoja, he vaativat vakuuksia eli jotain konkreettista, siltä varalta mikäli yritys ei pysty maksamaan lainojaan. Näin rahoittajat varmistavat saatavansa. Finnvera Oyj on Suomen valtion omistama erityisluottolaitos, joka myöntää aloittavalle yritykselle lainaa ilman minkäänlaisia vakuuksia, mutta tuolloin liiketoimintasuunnitelman on oltava erittäin hyvä. Yleisimpiä vakuuksia ovat kiinnitys, pantti, takaus tai kovenantti. (Raatikainen 2006, 123.)

Kiinnitys on mahdollista hakea kiinteistöön, tonttiin tai yritykseen. Rahoittajan on mietittävä tarkkaan, mikä on kiinnitettävän kohteen todellinen arvo. Yleensä vakuusarvo on 70-80 prosenttia todellisesta arvosta. Pantilla tarkoitetaan lainan vakuudeksi annettavia arvopapereita, määräaikaistalletuksia tai muita panttauskelpoisia irtaimia omaisuuksia. Lisäksi panttauksen kelpuutetaan tiettyjä oikeuksia, kuten patentit, tavaramerkit tai tekijänoikeudet, jotka mahdollisesti muodostavat merkittävän vakuusarvon. (Raatikainen 2006, 123.)

Takauksella tarkoitetaan sitä, että jos yritys ei pysty maksamaan lainanlyhennyksiä, niin rahoittajan on mahdollista vaatia maksua lainan takaaajalta, joka voi olla yksityinen tai yritys. Kovenantti on vakuusmuodoista uusin ja vielä suhteellisen vähän käytetty. Kovenantti on lainasopimukseen liitetty ehto siitä, että yritys sitoutuu ylläpitämään tietyt taloudelliset ja toiminnalliset edellytykset koko lainan ajan, toisin sanoen kovenantti on yritysvakuus. (Raatikainen 2006, 123.)

2.8 Henkilöstö

Henkilöstöjohtaminen

Niin kuin sanotaan, henkilöstö on yrityksen tärkein voimavara, siksi on tärkeää pitää huolta sekä itsestään että työntekijöistä (Kauhanen 2001, 14). Henkilöstön osaamista tulisi kehittää tietyin väliajoin, siten saa myös henkilöstön sitoutumaan työhön ja yritykseen (Henkilöstöjohtaminen 2008). Henkilöstöjohtamisen päätehtävät jaetaan neljään alueeseen:

- strateginen henkilöstöjohtaminen
- yrityksen perusrakenteiden johtaminen
- henkilöstön ohjaus ja tukeminen
- uudistuksen ja muutoksen ohjaus

(Ulrich 2007, 46).



Kuvio 3. Henkilöstöjohtamisen roolit kilpailukykyisen organisaation rakentamisessa (Ulrich 2007, 47).

Hyvä muistisääntö: ”Motivaatio lisää työnhalua!”. Yrittäjänä selvittäisin oman henkilöstöni kehittämistarpeet. Huolehtisin, että henkilöstölläni olisi yrityksessä sopiva henkinen ja fyysinen kuormitus, rakenteeltaan kokonainen työ, monipuolinen työn sisältö, vuorovaikutuksellinen ja merkittävä työ. Pyrkisin siihen, että työntekijät näkevät oman työnsä saavutuksen ja tuloksensa. (Rehu 2006.) Hyvä johtaja motivoi, kehittää, kouluttaa ja palkitsee työntekijöitään.

Henkilöstöjohtamisessa on erittäin tärkeää määritellä tavoitteet, jotta tiedetään, mitkä ovat yrityksen päämäärät. (Henkilöstöjohtamisen mitta 2009.) Tavoitteen pitäminen mielessä tuottaa lopputulosta. Lopputulos syntyy tavoitteesta ja ratkaisusta. (T + R = L) Tavoite + Ratkaisu = Lopputulos. Hyvä johtaja osaa motivoida ja kannustaa. Hyvä esimies auttaa alaistaan motivoitumaan parhaiten siten, että alainen oivaltaa itse tavoitteensa. (Luentomateriaali, RYLA, 2006.)

Kiteytettynä lainaan kiinalaista sanontaa, jossa johtajia on neljänlaisia: ”

- niitä, joita pelätään
- niitä, joita rakastetaan
- niitä, joille nauretaan

- niitä, jotka johtavat huomaamattaan”

(Johtajuus- vaikea taito 2009.)

Henkilöstön suunnittelu

Oikea henkilöstö on yrityksen tärkein voimavara. Kaikilla toimialoilla henkilöstöllä on merkittävä vaikutus yrityksen menestymiseen. Työntekijöiden osaaminen, tiedot, taidot, kokemus, koulutus ja tahto sisäiseen yrittäjyyteen ovat hyvin tärkeitä yritykselle. Herää mietteitä, olla-ko yksin, yhdessä, työntekijänä vai yhteiskumppanina. On helppo tehdä päätöksiä ja visioita, jos toimii yksin. Yksin yrittäminen sopii itsenäisille ammatinharjoittajille. Yksinyrittäminen voi koitua kuitenkin hyvinkin raskaaksi ja yksinäiseksi. (Meretniemi & Ylönen 2008, 100.)

Yhdessä yrittäminen on useimmiten tehokasta ja järkevää, jos tuntee yhteistyön tuovan lisäarvoa yritykselle. Kun yrityksessä on useampia perustajia, on järkevää tehdä kaikki sopimukset kirjallisina, jotta voitaisiin myöhemmin välttää mahdolliset ongelmat ja sekaannukset. (Meretniemi & Ylönen 2008, 100.)

Yhtiökumppanin valinta

Yhtiökumppanin valintaan vaikuttavat monet asiat, ottaako työkaverin, perheenjäsenen vai ystävän. Erimielisyydet perheenjäsenen ja ystävän kanssa voi johtaa ystävyuden menetykseen. Työkaverin kanssa suhteet olisivat joustavammat ja molemmat tietävät tekevänsä parhaansa yrityksen menestymisen eteen. Yhtiökumppani jakaisi tuolloin vastuun yrityksessä. Toisen sairastuessa yrityksellä on kuitenkin työvoimaa, toisin kuin yksin yrittäjällä. Yhtiökumppanit jakavat näin ollen tietojaan, taitojaan, kokemustaan ja osaamistaan. Yhtiökumppanit voivat keskittää ydinosaamisensa johonkin tiettyyn osa-alueeseensa. Yhdessä yrityksessä on enemmän pääomaa ja kasvattaa uskottavuutta rahoittajien ja yhteistyökumppaneiden silmissä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 100.)

Henkilöstön määrä

Henkilöstön määrään vaikuttavat monet seikat, millaista osaamista tarvitaan, kuinka paljon ja kuinka pitkään. Pitää harkita, mikä on yrityksen tarve työntekijöille ja mihin työsuhteeseen heitä tulisi palkata. Palkkaako osa-aikaiseen, määräaikaiseen vai kokopäiväiseen työhön. Yrityksen tulisi kartoittaa, millä henkilöstön määrällä yritys pystyy toimintaansa pyörittämään. Mahdollisuuksia on monia esimerkiksi alihankkijoiden käyttö, työvoiman vuokraus tai yhteistyö muiden yrittäjien kanssa. Aina pitäisi miettiä henkilöstöä palkatessa, mikä on yrityksen toiminnalle kannattavaa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 100.)

Henkilöstön hankinta

Henkilöstön rekrytointi vie paljon aikaa ja on kallista, lisäksi riskialtis yritykselle. On tärkeää, että rekrytoinnissa löytää oikeanlaiset ja sopivat ihmiset kyseiseen työhön. Rekrytoinnin vaiheet koostuvat seuraavista vaiheista:

- tarpeen kartoitus ja hakukriteerien laadinta
- työpaikan markkinointi
- ehdokkaiden etsintä valitulla menetelmällä
- ehdokkaiden haastattelut
- henkilön valinta
- työsopimuksen teko
- perehdytys
- vakinaistaminen koeajan jälkeen

Rekrytointikanavat:

<ul style="list-style-type: none"> ○ puskaradio ○ lehti-ilmoitus ○ työvoimatoimisto ○ tuttavat ○ head hunting -yritykset ○ oppilaitosten ilmoitustaulut 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Internet ○ konsulttiyritykset ○ verkosto ○ kauppojen ilmoitustaulut ○ työvoimavuokrausyrityksiltä ○ rekrytointimessut
---	--

(Meretniemi & Ylönen 2008, 104; luentomateriaali 2006.)

Työajat ja sopimukset

Säännöllinen työaika työaikalain mukaan on korkeintaan 8 tuntia vuorokaudessa ja 40 tuntia viikossa. Työpäivän määrä ei ole työaikalaisissa määrätty, joten työpäivät voivat jakaantua kuudelle päivälle. Säännöksiä työaikalakiin koskee muun muassa lepoajoihin, yö- ja vuorotöihin, sunnuntaitöihin, työaika-asiakirjoihin. Lisäksi on poikkeuksia, jolloin yritys voi teettää ylityötä suostumuksella. Ylityötä saa teettää korkeintaan neljän kuukauden jaksolla 138 tuntia ja enintään 250 tuntia vuodessa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 106.)

Kirjallinen työsopimus on molempien sekä työnantajan että työntekijän parhaaksi. Työsopimuksessa määritellään työn tekemisen ja palkitsemisen ehdot. Työsopimuksessa työntekijä

sitoutuu tekemään työtä kyseiselle yritykselle ja vastineeksi työntekijä saa palkkaa sekä muita mahdollisia luontaisetuja. Työehtosopimuksen tavoitteena on pitää työsuhteiden ehdot yhtenäisinä. Neuvottelutilanteissa työehtosopimus pyrkii tasa-arvoisuuteen neuvottelutilanteissa sekä turvaamaan työntekijän asemaa. Työehtosopimuksissa määrätään alan minimipalkat, ylityö- ja viikonlopputyön korvaukset. Työehtosopimus on mitätön, jos työnantaja kirjoittaa ehdon, joka poikkeaa yleisistovista ehdoista. (Meretniemi & Ylönen 2008, 107).

Useimmissa työpaikoissa on koeaika työsuhteen alussa, mikä on yleensä 3-4 kuukautta. Työehtosopimuslaissa on määritelty tarkoin työnantajaa sekä työntekijää koskevat irtisanoutumisaajat. Jos työntekijä on ollut työssä alle vuoden työssä, irtisanoutumisaika on 14 arkipäivää, mutta jos työntekijä on ollut yli vuoden, niin irtisanoutumisaika on 1 kuukausi. Työnantajan irtisanoessa työntekijän irtisanomisaajat ovat seuraavat:

Työsuhteen kesto	Irtisanomisaika
enintään vuosi	14 päivää
1-4 vuotta	1 kuukausi
4-8 vuotta	2 kuukautta
8-12 vuotta	4 kuukautta
yli 12 vuotta	6 kuukautta

Taulukko 5. (Meretniemi & Ylönen 2008, 107).

Palkat

Työntekijöiden palkitsemista voidaan jakaa sekä taloudelliseen että ei-taloudelliseen palkitsemiseen. Taloudelliset palkitsemiset ovat muun muassa, peruspalkka, suoritus- ja tulospalkka, luotoisedut, henkilöstöalennukset ja harrastusmahdollisuudet. Ei-taloudelliseen palkitsemiseen kuuluvat urakehitys, itsensä kehittäminen, työn kehittäminen, koulutus, kiitos ja tunnustus. (Meretniemi & Ylönen 2008, 108.)

Palkanlaskenta ja palkan sivukulut

Palkanlaskenta onnistuu pienellä yrityksellä itse. Palkkalaskuria apuna käyttäen, löytyy sivulta palkka.fi. Palkkalaskurista saa kätevästi myös kaikki tarvittavat tiedot ja tulosteet verovirastoa ja vakuusyhtiöitä varten. On muistettava, että palkanmaksuun liittyvät aina sivukulut. Riippuen yrityksistä sivukulut saattavat olla hyvinkin suuret, esimerkiksi jos henkilön palkka on 1000 euroa kuussa, työntekijästä aiheutuvat kokonaiskulut ovat 1500 euroa, kun kertoimeksi käytetään 50 % palkasta. Sivukuluihin luetaan muun muassa lomarahat, sairausajan palkat,

sosiaaliturvamaksut, eläkevakuutukset, työttömyysvakuutukset, pakolliset tapaturvamaksut ja työterveyshuollon kulut. Kuluja yritykselle aiheuttavat myös luotoisedut ja virkistyskulut sekä työntekijän työtilasta ja laitteista aiheutuvat kustannukset. (Meretniemi & Ylönen 2008, 108.)

Yrittäjän on huomioitava, että palkkaa tulee maksaa siten, että se on sovittuna päivänä työntekijän pankkitilillä. Palkkalaskelmassa pitäisi näkyä palkka, luotoisedut, pidätetyt verot ja verottomat korvaukset. Ylityöstä pitäisi maksaa korotettua palkkaa. Palkka on 50 %:lla korotettua kahdelta ensimmäiseltä tunnilta, siitä eteenpäin 100 %:lla (Meretniemi & Ylönen 2008, 109). Sunnuntaiylityöt ovat 100 %:lla korotettua palkkaa.

Työhyvinvointi

Työhyvinvointi on erittäin tärkeää sekä yrittäjälle itselleen että työntekijälle. Hyvinvointiin vaikuttavat monet asiat, kuten yksityiselämän tilanteet. Hyvinvointia on hyvä tarkastella laajemmasta näkökulmasta kuin vain terveyden ja työtyytyväisyyden näkökulmasta. (Hyppänen 2007, 151). Yrittäjä voi helposti ylikuormittua, jos elämä pyörii vain yritystoiminnan ympärillä. On olennaista huolehtia sekä itsestään että työntekijöistä. Alla on helppo muistilista, mikä edistävät työhyvinvointia:

- terveellinen ja monipuolinen ravinto
- hyötyliikunta
- riittävä liikunta
- riittävä uni
- sosiaalisten suhteiden ylläpito
- vapaa-aika
- lomat

(Meretniemi & Ylönen 2008, 112).

Kun voi henkisesti hyvin, niin jaksaa myös fyysisesti. Tässä on hyvä kaava henkisen pääoman osa-alueista: fyysinen ja henkinen hyvinvointi, osaaminen ja sosiaalinen pääoma. Osaaminen koostuu sen sijaan tiedosta ja taidosta toisin kuin sosiaalinen pääoma sisältää sosiaaliset suhteet, verkosto sekä luottamusasiat. (Hyppänen 2007, 151.) Työhyvinvointi edistää ja lisää tuloksia. Sen vaikutukset ovat suuret, kuten pienentää sairas poissaolon määrää, parantaa työtyytyväisyyttä, motivaatiota ja työilmapiiriä. Työnantaja on velvollinen järjestämään työntekijöilleen työterveyshuollon. Työnantajat voivat antaa työntekijöilleen esimerkiksi liikunta- ja lounaseteleitä tai kulttuuriseteleitä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 112.)



Kuvio 4. Toimivan työyhteisön peruspilat (Järvinen 1998). (Hyppänen 2007, 153).

Esimiehenä pyrkisin noudattamaan seuraavan kuvan peruspilareita, jotta työyhteisöni voisi hyvin. Työyhteisö toimii, jos osatekijät työympäristössä ovat kunnossa. Jos joku osatekijöistä ei toimi, niin koko systeemi on epävaka, mikä johtaa ongelmiin. (Toimivan työyhteisön peruspilarit 2009.) Peruspilarit kuvaavat organisaation johtamistapaa, töiden järjestelyjä, yhteisiä pelisääntöjä, avoimia vuorovaikutuksia ja jatkuvaa arviointia. (Hyppänen 2007, 153.) Siksi minun tulee seurata ja arvioida aika-ajoin toimintaa ja työyhteisön toimivuutta.

2.9 Yritystoiminnan riskit

Yritystoimintaan liittyy monenlaisia riskejä ja uhkia. Mikään ei ole varmaa. Riskillä tarkoitetaan vahingon tai tappion uhkaa tai vaaraa. Vastuullisella johtamisella tarkoitetaan niiden riskien tunnistamista ja niihin varautumista. Hyvällä johtamisella on mahdollisuus pienentää yrityksen riskejä, päätöksentekoa tulevalle suunnittelulla, tavoitteiden ja päämäärien määrit-

telyllä sekä toiminnan tehokkuuden ja tulosten tarkkailulla. Tarkoituksena on huolehtia yrityksen riskienhallinnassa siitä, että johto ja henkilöstö turvaa asiakkaan saaman palvelun ja jatkuvuuden. (Viitala & Jylhä 2006, 342.)

Riskienhallinta on ennakoivaa, suunnitelmallista ja järjestelmällistä toimintaa, jolla pyritään vähentämään riskeistä aiheutuvia vahinkoja. Vastuullisesti toimivassa yrityksessä riskienhallintaan osallistuu koko yrityksen henkilöstö, kukin omassa roolissaan. Riskienhallinta koostuu muun muassa riskien tunnistamisesta, analysoinnista ja hallintakeinojen määrittelystä. Joten riskienhallinta alkaa siitä, että pohditaan yrityksen toimintaan liittyvät mahdolliset riskit. On hyvin vaikeaa ja lähes mahdotonta varautua riskeihin, jos niitä ei ole tunnistettu. Yritystoimintaan liittyviä riskejä on mahdotonta poistaa kokonaan, mutta niitä on kuitenkin mahdollista pienentää. (Viitala & Jylhä 2006, 344.)

Riskit voidaan luokitella kahteen pääryhmään: yrityksen sisäisiin ja ulkoisiin riskeihin. Toiminnasta aiheutuvia riskejä ovat muun muassa omaisuusriskit, kuten tulipalo, vesivahinko, luonnonilmiö tai puutteellinen kunnossapito. Mitä riskejä liittyy henkilöstöön voivat olla työtapa-urmat, sairaudet, puutteelliset taidot, tiedot ja rikokset. Korvausvastuita ovat esimerkiksi tuotevastuu, ympäristövastuu, sopimus- ja tietovastuu. On myös yrityksen ulkopuolisia riskejä, kuten markkinoista johtuvat riskit; kauppasopimukset ja kilpailijoiden toimenpiteet sekä poliittiset riskit, kuten lakien muuttuminen, kansallistaminen ja terrorismi. Ulkoisiin riskeihin kuuluu myös IT-riskit, joita ovat muun muassa tietovuoto, keskeytykset, virukset, petokset ja hakkerointi. (Viitala & Jylhä 2006, 344.)

Toisena vaiheena riskienhallinnassa on riskianalyysi, jossa selvitetään vahinkotiheyttä ja arvioidaan riskien toteutumisen mahdollisia seurauksia. Analyysien avulla päätetään, mitä riskienhallintakeinoja käytetään. Riskienhallintamenetelmiä käytetään, kun halutaan pienentää riskin toteutumisen todennäköisyyttä tai toteutuneen vahingon pienentämiseen. (Viitala & Jylhä 2006, 344.)

Muita riskejä

Yrityksillä voi olla muitakin riskejä, kuten tietoon ja osaamiseen liittyviä riskejä. Tiedot ovat hyvin tärkeitä ja se on yrityksen toiminnalle arvokasta tietoa, joka ulkopuolisiin käsiin joutuessaan voi aiheuttaa vahinkoa yrityksen menestymiselle ja sen toiminnalle. Toinen yritykseen liittyvä riski on ihmisessä, joiden osaaminen sanotaan olevan pääosin hiljaista. Osaajien poistuminen yrityksestä tai heidän toimintakykynsä heikkeneminen saattavat aiheuttaa hankaluuksia yrityksessä. Osaajiin liittyviä riskejä voivat olla seuraavanlaiset; henkilö lähtee pois yrityksestä tai jopa siirtyy kilpailevaan yritykseen. Henkilön henkinen ja fyysinen väsymys

työssään, joka heikentää yrityksen voimavaraa tai henkilö sairastuu. (Viitala & Jylhä 2006, 346.)

Yrityksen riskeihin kuuluvat myös tietoriskit, kuten tiedon varastaminen, -väärentäminen, -tuhoaminen, -vanheneminen ja lisäksi väärä tai puutteellinen tieto. Yleisesti yrityksen tietoriski voi olla sitä, että sähköposti tai virus olisi tunkeutunut yrityksen tietojärjestelmiin ja tuhonnut yrityksen arvokkaita tietoja. Siksi yrityksellä on oltava hyvät tietoturva- ja virustorjuntaohjelmat. Tiedon suojaamiskeinoja ovat muun muassa henkilöstön salassapitovelvollisuus, tietoverkkojen elektroninen valvonta ja suojaukset, kulunvalvontajärjestelmä, kassa-kaapit ja vartiointi. (Viitala & Jylhä 2006, 347.)

Riskienhallinta

Yritys toimintaa harjoittaessa kohtaa aina riskejä, mutta niitä on kuitenkin mahdollista vähentää ja ennalta ehkäistä. Yrityksen on hyvä olla tietoinen liiketoimintaansa uhkaavista tekijöistä ja siten varautua parhain mahdollisin keinoin niihin. Yritys voi suojautua riskeiltä välttämällä, pienentämällä, jakamalla, siirtämällä ja hyväksymällä ne. Yritys voi välttää riskin poistamalla siihen liittyviä aiheuttajia, prosessilla tai toiminnolla. On helppo välttää tilanteita, jossa on riskejä, kuten kaupankäynti sellainen kauppakumppanin kanssa, joka ei ole luotettava, eikä maksukykyinen. Tapaturman riskejä voi välttää käyttämällä vain turvallisia aineita. Kun yritys ennakoii riskit oikein, niin yritys välttyy useimmiten uhkaavilta tekijöillä ja samalla yritys hyötyy siitä taloudellisesti. (Raatikainen 2006, 106; Viitala & Jylhä 2006, 345.)

Riskiä pyritään pienentämään joko pienentämällä sen todennäköisyyttä tai seurauksia. Riskien pienentäminen onnistuu myös koulutuksilla, tehokkailla ohjeistuksilla sekä käyttämällä suojarusteita. Riskin pienentämiseen voi käyttää esimerkiksi murtohälytintä, lukkoa, kalteria ja muita hyviä laitteita. Toisaalta riskejä voi myös siirtää sopimuksella kokonaan tai osittain toisen vastuulle. Yleisin riskiensiertämiskeino on vakuuttaminen. (Viitala & Jylhä 2006, 345.)

Vakuutukset

Yrityksen on hoidettava lakisääteiset vakuutukset kuntoon ennen yritystoiminnan aloittamista. Vakuutukset voivat olla yritystoiminnalle sekä pakollisia että vapaaehtoisia. Esimerkiksi työntekijöille otettavat eläkevakuutukset, tapaturmavakuutus, työttömyysvakuutus ja ryhmähenkivakuutus tulee olla kunnossa. On hyvä myös tutustua vapaaehtoisiin vakuutuksiin, siten voi ennalta ehkäistä joitakin yritystoimintaan liittyviä riskejä. On hyvä pyytää tarjouksia eri vakuutusyhtiöiltä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 88.)

2.10 Perustamistoimet

Luvanvaraisuus

Suomessa saa harjoittaa laillista ja hyvän tavan mukaista elinkeinoa luonnollinen henkilö, suomalainen yhteisö tai säätiö, jotka asuvat Euroopan alueella. Elinkeinolaissa on lueteltuna elinkeinoja, joiden harjoittamiseen tarvitaan lupa viranomaisilta. On huomioitava, miltä viranomaiselta mikäkin toimilupa pitää hankkia. Läänihallituksen myöntämiä lupia ovat: alkoholin anniskelu ja vähittäiskauppa, joukkoliikenne, tavaraliikenne, taksi, autokoulu, sairaankuljetus, yksityisen terveydenhuollon palvelut ja ympärivuorokautiset sosiaalihuollon palvelut.

On muitakin luvanvaraisia elinkeinoja, tekniikan keskus TUKES myöntää luvat sähkölaitteiden valmistukseen, huoltoon ja rakentamiseen. Kuluttajavirasto myöntää matkatoimistoluvat ja sosiaali- terveyshuollon tuotevalvontakeskus STTV myöntää luvat alkoholin valmistukseen ja tuontiin luvat. Tuontiin liittyvistä luvista vastaa tullilaitos. Kunnan terveystarkastajalle on tehtävä kirjallinen ilmoitus, jos haluaa perustaa elintarvikehuoneiston ja ottaa sen käyttöön. Elintarvikehuoneisto tarkoittaa huoneistoa, jossa elintarvikkeita valmistetaan, säilytetään, kaupataan tai tarjoillaan. Näitä paikkoja ovat muun muassa myymälät, kioskit, kahvilat, ravintolat, majoitushuoneistot ja ruokalat. Kunnan terveystarkastajalle on ilmoitettava myös näistä palveluista, kuten parturin, kampaamon, kauneushoitolan ja kuntosalin aloittamisesta. (Raatikainen 2006, 149.) Elintarvikkeiden kanssa toimivilla henkilöillä pitää olla hygieniapassi (Hygieniapassi 2007).

Yrityksen perustamisasiakirjat

Yrittäjän on hoidettava perustamisasiakirjojen laadintaa samoin kuin lupa-asioitakin. Yrittäjän on laadittava juuri siihen yritysmuotoon vaadittavat perustamisasiakirjat. Perustamisasiakirjat sisältävät kaikki oleelliset tiedot yrityksen kannalta. Niiden tietojen perusteella yritys rekisteröidään, jolloin yritys saa y-tunnuksen. Yritystunnuksella yritys tunnistetaan ja erotetaan muista yrityksistä. Yritystunnus näkyy kaikissa virallisissa papereissa ja joissakin laskulomakkeissa. (Raatikainen 2006, 150.)

Yritysmuodot vaikuttavat yrityksen perustamismuodollisuuteen. Toiminimi on yritysmuodoista yksinkertaisin perustaa. Valmiit perustamislomakkeet eriyhtiömuodoille on saatavilla patentti- ja rekisterihallituksen kotisivuilta (www.prh.fi) tai yritystietojärjestelmässä (www.ytj.fi). Sieltä on mahdollista saada myös valmiita täyttömalleja. (Raatikainen 2006, 150.)

Yrittäjän on otettava selvää, mitä kaikkia asiakirjoja tarvitaan yrityksen perustamiseen ja elinkeinoluvan saantiin. Kaikkien yrittäjien on tehtävä arvonlisäverovelvollisuudesta ilmoitus

verovirastolle, joiden myyntitulot ylittävät 8500 euroa. Yrittäjän pitää tehdä myös selvitys ennakkoveron määrästä oman yrityksen kotikunnan verotoimistolle. Tämä koskee myös työnantajia, jotka aikovat palkata työntekijöitä ja maksaa heille palkkaa. Yrittäjä voi hakea samalla lomakkeella arvolisäverolliseksi, ennakkoperintärekisteriin ja palkkoja maksavaksi työnantajaksi, joten tämä on helppoa ja vaivatonta. Lomakkeet ovat saatavilla yritystietojärjestelmästä (www.ytj.fi) kohdasta perustamisilmoituslomakkeet. (Raatikainen 2006, 150.) Toimiminen ilmoittamiseen käytetään Y3-lomaketta, kommandiitti ja avoimeen yhtiöön tarvitaan Y2-lomake ja osakeyhtiön perustamisilmoitukseen Y1-lomaketta.

2.11 Yrityksen kirjanpito

Jokainen, joka harjoittaa liike- tai ammattitoimintaa on kirjanpidolain mukaan kirjanpitovelvollinen. Kirjanpidolla yritys voi seurata ja laskea sen taloudellisen menestyksen tilikausittain. On tärkeää, että yrittäjä pitää yrityksen tulot, menot ja varat erillään yrittäjän henkilökohtaisista tuloista, menoista ja varoista. Kirjanpidon tietoja käytetään muuhunkin tarkoitukseen, kuten tilastointiin ja verotustarkoituksiin. (Kuosmanen 2006, 32.)

Kirjanpitoon tulee kaikki tulot, menot ja rahoitustapahtumat kahdenkertaisella kirjanpitoasetelmällä. Tarkoitetaan sitä, että jokainen tapahtuma merkitään kahdelle kirjanpitoilille, joista toisesta ilmenee rahan lähde ja toisesta rahan käyttö. Kirjanpitoon merkitään kaikki tilikauden tapahtumat, ja juoksevan kirjanpidon perusteella laaditaan tilikauden päätteeksi tilinpäätös. (Kuosmanen 2006, 32.) Liiketapahtumia ovat tulot, menot, rahoitustapahtumat, kuten sijoitukset ja voitonjako. Tositteet tulee numeroida ja viedä kirjanpitoon. Tositteiden säilytysaika on kuusi vuotta. (Puustinen 2004, 216.)

Virallinen tilinpäätös sisältää toimintakertomuksen, tuloslaskelman, taseen ja liitetiedot. Tuloslaskelma kertoo tilikauden toiminnan tuloksesta ja tase kuvaa yrityksen taloudellista asemaa tilikauden päättymishetkellä. Tilikauden pituus on tavallisesti 12 kuukautta, kuitenkin toimintaa aloittaessa tai tilinpäätösajankohtaa muutettaessa tilikausi saa olla maksimissaan 18 kuukauden mittainen. (Kuosmanen 2006, 32.)

On aina parempi, jos kirjanpitoa hoitaa jokin ulkopuolien taho, kuten tilitoimisto. Yrittäjän omalle vastuulle jää, kuinka kunnollisen, luotettavan ja ammattitaitoisen tilitoimiston hän yritykselle hankkii. Tilitoimistot hoitavat yrityksen kirjanpidon ja palkanlaskennan. Joten yrittäjän on itse hoidettava laskujen kirjoitus ja maksu sekä valvoa maksujen suorituksia, tehdä tarjouksia ja sopimuksia sekä huolehtia erilaisista viranomaisilmoituksista. Helpottaakseen talouden hallinnan järjestämistä yrittäjä tarvitsee tietokoneen, laajakaistan, tulostimen ja sähköpostin sekä laskutus- ja taulukkolaskentaohjelman. Internetistä löytyy maksuttomia laskutus-, kalenteri- ja toimisto- ohjelmistoja, kuten Arkhimedes ohjelmisto, jolla voi hoitaa kätevästi laskutuksen ja tehdä ilmaiseksi Internet-sivut. Muita hyviä Internet osoitteita yrittä-

jälle ovat laskutusohjelmisto www.liiketoimintasovellus.fi, toimisto-ohjelmisto www.openoffice.fi/org, budjettimalleja ja asiakirjoja www.prostudia.com ja www.vuyk.fi. (Kuosmanen 2008, 21.)

3 NonGthai Oy

Tässä luvussa kerron, kuinka perustan yritykseni teorian pohjalta. Tarkoituksena olisi käydä läpi, mitä toimenpiteitä yrityksen perustaminen todella vaatii ja mitä asioita tulee minun ottaa huomioon. Miten saisin liiketoiminnasta kannattavan ja menestyvän. Tein yrittäjätestin kokeillakseni, olisiko minusta yrittäjäksi (Liite 1). Lisäksi esittelen itseni, taustani, koulutukseni ja erityisosaamiseni. Kerron myös ominaisuuksia itsestäni, joista voisi olla hyötyä yritystoiminnan aloittamiseen ja pyörittämiseen. Tuon myös esille, mitä asioita minun tulee pohtia, ennen kuin aloittaisin yrityksen perustamisen.

Käsite: thaimaankielinen sana **nong** tulee sanasta nuorempi sisar. Tässä tapauksessa olen käyttänyt nong-sanana merkityksen nimeni takia, yrityksen nimi tulee nimeni etuosasta. Liittämällä osan nimestäni yrityksen nimeen, lisään itselleni tunnearvoa. Yrityksen nimi on NonGthai Oy.

Finnveran yrittäjätesti

Tein yrittäjätestin Finnveran kotisivuilla, koska se osoittautui kaikkein parhaimmaksi. Finnveran testissä oli kolme päävaihetta, joiden mukaan edettiin, henkilökohtaiset ominaisuudet, tavoitteet ja resurssit sekä yritys ja yritysidea. Testin tarkoituksena oli itse pohtia, mitä henkilökohtaisia ominaisuuksia, kuten vahvuuksia, tietoja taitoja sekä osaamista minulla on. Tässä ei ollut vastauksia valmiina, joten uudelleen pohdinta oli vain hyvästä. Testi käy läpi myös yrittäjyyden tuomat haasteet, mitä realistisia haasteita minulla voisi olla yritystä perustettaessa.

Ominaisuuteni testissä

Finnveran yrittäjätesti käy hyvin läpi, mitä haasteita saattaa yritystoiminnan alussa tulla vastaan. Testi antoi vinkkejä ja tietoja, mitä tulee tehdä ja mistä voi rahoitusta hankkia. Testi ikään kuin opettaa sen, että pitää miettiä ensin, kuinka paljon omaa pääomaa tarvitsen ja mistä sen voin hankkia. Onko minulla mahdollisesti muita sijoittajia, jotka voisivat sijoittaa yritykseeni. Testissä kerrottiin, että lainaa hakiessa tulee olla useimmiten myös vakuutta. Olisiko minulla vakuutta antaa ja haluanko sitoa sen yritykseen?

Testissä tuli esiin myös oman yrittäjän jaksaminen, miksi oikeastaan perustan yrityksen ja mikä motivoi minua yrityksessä. Testissä vastasin kokemuksen puutteen tuovan minulle haastetta. Sain vastaukseksi yrityksen perustamiseen liittyviä koulutuksia, joita järjestetään ilmaiseksi. Ajattelin osallistuvani tällaiseen koulutukseen, jos olen perustamassa yrityksen.

Haasteisiin, riskeihin ja ongelmiin voi varautua huolellisella ennakkosuunnittelulla. Pitäisi kartoittaa, kuinka paljon itselläni on lainaa, varoja ja mitä tulevaisuuden suunnitelmia minulla on ja mitä lisäpanostusta yritykseni tarvitsee jatkossa.

Tavoitteet ja resurssit testissä

Seuraavaksi edettiin tavoitteisiin ja resursseihin. Mitä tavoitteita haluan yrittäjyydellä saavuttaa. Vastasin testiin: toimeentuloni, menestymisen ja varallisuuden. Ajan merkitystä painotettiin, koska sen merkitys on suuri. Millaisia ajallisia resursseja yrittäjyys minulta vaatii. Kuinka paljon olen valmis käyttämään aikaa yritykseni asioiden hoitamiseen. Tulos antoi, että teen yrittäjyyttä kokopäiväisesti, mikä tulisikin olemaan totta ja realistinen.

Kuinka paljon minun tulisi saada nettopalkkaa, ja mikä on se realistinen palkka, jolla tulisin toimeen. Itse tahtoisin tuloni olevan 2000 euron luokkaa, mutta testissä todellinen nettopalkka olisi noin 1600 euroa, millä todellisuudessa pärjäisin. Testissä kysyttiin, kuinka nopeasti haluan nostaa yrityksestä palkkaa toiminnan perustamisesta. Suunnitelmani testissä oli, että yritykseni alkaisi tuottaa ensimmäisen vuoden jälkeen.

Yritysidea ja kysyntä testissä

Testin ideana oli viimeisessä kohdassa vastata; kenelle, mitä ja miten. Aioin yrityksessäni tarjota asiakkaille aasialaisia elintarvikkeita, pääasiassa thaimaalaisia. Seuraavaksi pohdintana oli, miksi asiakkaat olisivat kiinnostuneita tarjonnastani. Koen antavani asiakkailleni hyödyn ja edun siinä määrin, että tarjontaa olisi helpommin saatavilla. Ei tarvitse lähteä Helsinkiin asti hakemaan aasialaisia elintarvikkeita, jotta voi valmistaa eksoottisempaa ruokaa. Asiakkaat säästävät aikaa ja rahaa.

Pahimmat kilpailijani ovat Helsingissä toimivat Vii Voan kauppa ja Thai-market. Testi antaa hyvän pohdinnan aiheen, mitä kilpailuetuja minun yritykselläni NonGthaillla on kilpailijoihin verrattuna. Testiin vastasin, että yritykseni on kilpailukykyinen juuri laadun, yksilöllisyyden, saatavuuden ja palvelun avulla.

Testissä esitetään myös, minkälaisilla maksuehdoilla suunnittelen toteutukseni, kuten materiaali- ja raaja-aine hankinnat, ja millä maksuehdoilla myyn yritykseni tuotteita. Saatavat ja menot tulisi määritellä tasapainoisesti. Tämä testin kohta oli katsaus kassavirtaan.

Yrittäjätesti antoi minulle lisää pohdinnan aiheita ja kertauksia omaan yrityksen perustamiseen liittyvissä asioissa. Koin testin olevan todella hyödyllinen tässä vaiheessa, kun en ole vielä varma olisiko minusta yrittäjäksi ja onko minulla riittävä ammattitaito yritystoimintaan.

Testi, Oman yrityksen perustamisen oppaassa

Yrittäjätesti on helppo ja kätevä tapa testata omaa persoonaa ja luoteenpiirrettä. Testissä oli neljä kategoriala, jotka olivat jaettu pistemäärien mukaan eri portaikkoihin. Oma sijoitukseni oli toiseen ylimmäinen, pistemäärällä 55. Vastauksen mukaan minussa on yrittäjäainesta, mutta tarvitsisin kannustusta, tämän piirteen tiedostan kyllä itsessäni. Minun tulisi tuloksen perusteella miettiä, tarvitsenko lisää koulutusta tai työkokemusta ennen yrityksen toiminnan aloittamista. Minun tulisi myös pohtia palkkaisinko työntekijän vai pärjäisinkö yksin. Pidän yhteistyöstä, joten luultavasti palkkaisin joko työntekijöitä tai ottaisin yhtiökumppanin, koska yhtiökumppanin kanssa voisin jakaa vastuuta ja ammattitaitoa. (Liite 1.)

Yrittäjätaustani

Taustani juontaa juurensa maapallon toiselta puolelta eli Thaimaasta, jota kutsutaan hymyjen maaksi. Olen syntynyt Thaimaassa ja muutin 8-vuotiaana Suomeen. Olen pyrkinyt vahvasti pitämään toista kotimaista äidinkielenaitoa yllä, asiaa auttaa paljon matkustamiseni Thaimaahan sekä muualle Aasian maihin. Olen tietoinen Suomen ja Thaimaan kulttuurieroista sekä siitä, että kuinka suosittu matkailukohde Thaimaa on suomalaisille ihmisille. Osa syy, miksi haluan perustaa thaikaupan Suomeen, on että haluan pitää Thaimaan ja Suomen välisen sitteen vahvana.

Olen pohtinut joitakin luoteenpiirteitäni, jotka voisivat auttaa yritystoiminnan perustamisessa. Mitä yrittäjäominaisuuksia löysin itsestäni:

- tarmokas
- riskinsietokykyinen
- positiivinen
- rehellinen
- looginen ja järjestelmällinen
- voimakastahtoinen

- ahkera
- aurinkoinen

Yrittäjä on liiketoiminnan tukipilari, jos tuki on heikko, niin yritystoimintakin on heikko. Yrittäjäominaisuus, mitä itse en omista, on pitkäjänteisyys ja maltillisuus. Olen aina ollut äkkipikainen kaikissa asioissa. Pitkälle tulevaisuuteen katsominen ei ole ollut minulle tuttu asia, vaikka yrityksen perustaminen sitä vaatiikin pitkälle tulevaisuuteen katsomista. Mitä ajattelen yrittäjistä. Heistä tulee mieleen, että he ovat voimakastahtoisia, itsekeskeisiä, määrätietoisia ja valtaa ja rahaa haluavia. Syitä, miksi itse ryhtyisin yrittäjäksi, ovat mahdollisuus menestyä ja vaurastua sekä vapaus. Toimeentulo ja mielenkiintoinen työ olisivat myös osasyitä, miksi ryhtyisin yrittämään. Tässä talouden tilanteessa olisi varma työpaikka, jos yritys on kannattanut pitkällä aikavälillä ja samalla menestynyt.

Koulutukseni

- Peruskoulu 2002
- Ylioppilas 2005
- (Tradenomi 2009)

Olen aina ollut kiinnostunut yritystoiminasta, rahaliikenne on myös kiehtonut minua. Ajatus liikeneisesta on aina ollut minulla, jo silloin kun täytin 15 vuotta. Tiesin jo pienestä pitäen, että haluan olla rahaliikenteen ja johtamisen kanssa tekemisissä. Tulevaisuudessa toivon tekeväni jotakin suurta.

Erityisosaamiseni

Olen hyvin ulospäin suuntautunut ja avoin. Olen myös erittäin sosiaalinen ja siksi kanssani on helppo kommunikoida ja tehdä yhteistyötä. Osaan luoda nopeasti verkostoa ja siten hyödynnän niistä saatavia etuja. Työni kautta olen kehittänyt myyntitaitojani, olen saanut työpaikan kautta lisäkoulutusta myyntitehtäviä varten. Pitää ymmärtää, miksi ihmiset käyttäytyvät niin kuin käyttäytyvät, ja mitä paremmin osaa lukea ihmisiä sitä helpompaa on myydä.

Koen saavani lisähyötyjä, kun olen looginen ja järjestelmällinen, mutta samalla myös määrätietoinen. Olen monikulttuurinen ja uskon sen tuovan paljon etuja tässä liikeideassani. Liiketoimintaani auttaa paljon, että osaan kahta kotimaista äidinkieltä, kuten suomen ja thaimaan kielen ja lisäksi englantia. Kulttuuritaustani auttaa varmasti yrityksen tunnettuutta. Kaksoiskansalaisena minulla on paljon verkostoa, mikä auttaa levittämään yrityksen tunnettuutta esimerkiksi puskaradioin tavoin.

Ennen yrityksen perustamista olisi hyvä käydä läpi alla olevat kysymykset

- Minustako yrittäjäksi?
- Mitä yrittäjäominaisuuksia minulla on?
- Mitä minulta vaaditaan?
- Mitkä ovat yritykseni missiot ja visio eli strategiaa?
- Millä tuotteilla ja palveluilla olisi kysyntää?
- Miten saavutan asiakkaat?
- Mitkä olisivat yritykseni riskit?
- Miten suunnittelen liiketoimintani kannattavaksi?

3.1 Liikeidea ja liiketoimintamalli

Liikeideani sai alkunsa rakkaudestani thaimaalaiseen ruokaan sekä itse Thaimaahan. Olen aina ollut ylpeä siitä, että olen kaksoiskansalainen ja nyt tahtoisin muidenkin sen huomaavan. Tarkoitus on kuitenkin ilmaista se yritykseni kautta. Tavoitteenani on tuoda Thaimaa Suomeen, jotta suomalaisetkin voivat kokea aivan upean makujen maan.

Elintarvikeliike, joka tarjoaa asiakkailleen aasialaisia elintarvikkeita joka lähtöön. Tarkoituksena on tarjota kuivaruokaa, mausteita, säilykkeitä, tuoreita vihanneksia ja pakasteruokia sekä taloustavaroita. Tavoitteena on luoda asiakassuhteita, menestyä ja tehdä yritystoiminnasta kannattava pitkällä tähtäimellä. Nummelan lähiseudulla on jo valmiiksi valmis asiakas-kunta, jotka tulevat helpottamaan yritystä toiminnan alkuvaiheessa.

Liikeidean tulee olla toteutettavissa, realistinen sekä vakuuttava. Kannattava liikeidea tuo yritykselle tulevaisuudessa rahaa. Liikeidea vastaa juuri näihin kysymyksiin, mitä?, kenelle? ja miten? (Meretniemi & Ylönen 2008, 19). Liikeideani on tarkoitettu kaikille, jotka rakastavat erilaisia makuja. Liikkeessä olisi tarkoituksena myydä aasialaisia elintarvikkeita, kuten Japanista, Kiinasta, Filippiineiltä, Vietnamista ja Thaimaasta tuotuja tavaroita ja elintarvikkeita. Toiminta-ajatuksena eli missiona olisi palvella ja myydä tuotteita Nummelassa, niin että yritystoiminta on kannattavaa.

Arvot

Olen pohtinut, mitkä olisivat yritykseni arvot, joita kunnioittaisin koko liiketoimintani ajan. Tarkoituksena on vastata asiakkaiden tarpeisiin ja antaa heille hyötyjä, jotta he voisivat suositella eli antaa referenssiä muille asiakkaille. Tällä idealla minulla olisi ikään kuin ilmaista mainontaa. Ajatukset kehkeytyivät siitä, että mitä itse toivoisin elintarvikeliikkeestä löytyvän ja mitä omassa elämässäni itse arvostan. Minun tulisi keksiä keino, jolla saisin asiakkaat käy-

mään liikkeessäni enemmän kuin vain kerran. Millaisia tuotteita ja palveluita voisin tarjota asiakkaille, jotta yrityksessäni käynti olisi heille ”tapa”.

- Tuotevalikoima

Laajalla valikoimalla voisin helpommin vastata erilaisten asiakkaiden tarpeisiin. Tekisin yrityksen toiminnan alkuvaiheessa pieniä kyselyjä, mitä tuotteita asiakkaat toivoisivat liikkeestäni löytyvän enemmän tai yleensäkin löytyvän. Puolen- tai vuoden välein tekisin inventaarion, jotta voin nähdä, mitkä tuotteet ovat käyneet kaupaksi ja mitkä eivät. Siten saisin hieman tietää nykyisten asiakkaitteni ostokäyttäytymistä. Voisin tietojen perusteella panostaa enemmän suosituimpiin tuotteisiin.

- Palvelulaatu

Palvelu on hyvin tärkeä elementti, joilla saa asiakkaat omalle puolelleen. Jos asiakkaat kokevat saavansa hyvää ja ystävällistä palvelua, niin sitä todennäköisempää se on, että he tulevat asioimaan uudestaan. Kun asiakkaat kokevat saavansa huomiota ja hyötyä asioidessaan liikkeessäni, niin sitä parempi on yrityksen maine. Thaimaalaiset ihmiset ovat tunnetusti hyvin ystävällistä kansaa, siksi tahdon säilyttää sen mielikuvan kaikkien asiakkaiden mielessä. Ystävällisyys on ikään kuin perinne omassa elämässäni, jonka tahdon ottaa mukaan yritystoimintaani. Palvelunlaadulla on merkitystä etenkin, kun kilpailu markkinoilla on kovaa. Asiakkaat asioivat niissä liikkeissä, missä he tuntevat saavansa lisähyödyn, mikä lopulta lisää asiakastyytyvääsiisyyttä.

- Hinta

Pyrin yrityksessäni olemaan kilpailukykyisissä hinnoissa, mutta ensisijaisesti en lähde hintakilpailuun. Asiakkaat ostavat tuotteen silti, vaikka se olisikin hieman tavallista kalliimpaa, jos se kokevat saavansa siitä hyötyä ja jollain tasolla arvoa. Tavoitteena on ottaa tuotevalikoimiin sellaisia tuotteita, joita asiakkaat ostavat, oli hinta mikä tahansa. Tarkoitus ei ole tehdä hintakauppaa ja siten huonontaa yritystoiminnan asemaa. Liiketoiminnan alkuvaiheessa olisi tietenkin avajaistarjouksia, jolloin hinnat olisivat tietyillä tuotteilla halvemmat.

- Maine ja brändi

Tänä päivänä kilpailu on kovaa kaikilla aloilla, siksi maineella on merkitystä. Jos on hyvä maine, niin on myös kysyntää. On asiakkaita, joilla ei ole merkitystä, paljonko jokin tuote tai palvelu maksaa, vaan ratkaisevana tekijänä on sen brändi. Yritys, joilla on hyvä ja

menestyksenkäs maine, saa helpommin asiakkaita referenssin kautta. Jos on markkinoilla paljon samanlaisia tuotteita, niin on helpompi valita sellainen tuote tai palvelu, joka on tunnetumpi tai suositumpi. Tämä on vaikutus, jonka tiedostan itsessäni. Valitsen tuotteen, jolla on parempi tunnettuus, brändi tai muuten yleisemmin myyty.

Totta on, että hyvän ja menestyneen brändin määräävät kuluttajat. Kun on päivittäistavaratuotteista kyse, niin eivät kuluttajat aikaa ja energiaansa säästääkseen ryhdy hinta/laatuvertailuun. Joten kuluttajien ratkaisevana tekijänä on useimmiten kuluttajien mielikuva tuotteen brändistä. Brändin peruserkitys on hyvin tärkeä: se on kuluttajalle tuoma lisäarvon tunne, mikä erottaa tuotteen muista tuotteista. (Laakso 2004, 289.)

- Luotettavuus

Pyrin liiketoiminnassani olemaan luotettava kaikkia yhteiskumppaneitani sekä asiakkaitani kohtaan. Kun asiakkaat ja muut yhteistyössä olevat tahot luottavat minuun ja yritykseeni, niin sitä helpompaa on tulevaisuudessa tehdä kauppaa. Luotettavuus antaa myös enemmän joustoa ja vapautta. Esimerkiksi jos pankki luottaa minun maksukykyyni, niin minun on mahdollisuus saada enemmän lainaa tai muuta joustoa. Luotettavuus on aina hyvästä. Lisäksi sillä on vaikutusta pitkäaikaisiin yhteistyökumppaneihin. Yritys saa enemmän suosituksia muilta asiakkailta, jos he kokevat yritykseni olevan luottamisen arvoista.

3.2 Markkinointi ja kilpailijat

Markkinat

Yritykseni markkinat keskittyvät Nummela, Vihti, Lohja ja Veikkolan alueelle. Tulevaisuuden suunnitelmiini kuuluisi markkinalaajennus Espoon alueelle, siellä olisi varmasti potentiaalisia asiakkaita. Ensimmäisistä yritykseni toiminta keskittyisi ensimmäiset kaksi vuotta Nummelan alueelle. Tulevaisuudessa voisin laajentaa toimintani Lohjalle riippuen liikkeen menestyksestä.

Asiakkaat

Asiakaskuntani muodostuisi kaikista aasialaisista ruoista pitävistä ihmisistä, ikään katsomatta. Tarkoituksena olisi, että tarjontani olisi monipuolinen, siksi myös kaikille suunnattu. Suuntaisin markkinoinnin kaikille, jotka pitävät aasialaista ruoista. Suomalaisille, jotka haluavat kokea aasialaisia ruokia, ja Suomessa asuville aasialaisille, joille ovat tärkeää saada oman maansa ruokia. Pyrkimyksenä olisi, että saisin kaikki ihmiset, jotka ovat tottuneet käymään Vii Voan liikkeessä tulemaan liikkeeseeni. Tavoitteena on myös saada uskollisia asiakkaita,

jotka suostuvat esimerkiksi maksamaan hieman enemmän kuin muut eli ei-uskolliset asiakkaat (Kotler 2005, 14).

Tänä päivänä asiakas on kuningas, koska tällä hetkellä elämme taloudessa, jossa asiakkailla on määräysvalta. Tämä johtuu siitä, että on ylituotantoa, ja pulaa asiakkaista, ei tavaroista. (Kotler 2005, 15.) Jos en itse yrityksessä pidä huolta asiakkaistani, varmasti joku muu pitää. Asiakkaista tulisi huolehtia ja palvella. Pyrin itse siihen, että pitäisi tulevaisuudessakin asiakkaistani hyvää huolta, sitten kun yritykselleni muodostuu oma asiakaskanta. Uusien asiakkaiden hankkiminen on paljon kalliimpaa kuin nykyisten pitäminen tyytyväisenä.

Thaimaalaiset ja aasialaiset

Thaimaalaiset ja aasialaiset toivovat Suomessa ollessaan, että saisivat heidän kotimaista ruokaansa. Tiedän tämän itse kokemuksesta. Pyrin saamaan heille lisäarvoa siitä, että nyt heillä on mahdollisuus käyttää palvelua, joka on lähellä ja nopeasti saatavilla. Aasialaiset ovat mahdollisesti valmiita maksamaan enemmän, jos saavat tuotteen nopeammin ja paremmalla palvelulla, koska Thaimaassa palvelukulttuuri on paljon enemmän esillä kuin Suomessa. Thaimaassa hyvällä palvelulla saattaa saada enemmän tippiä. Thaimaalaisille ruoka on hyvin tärkeä, joten pyrin saamaan kaikki lähiseudun thaimaalaiset ja aasialaiset asiakkaikseni. Tunnen ja tiedän itse lähes 60-70 thaimaalaista Nummelan lähistöltä, joten saan heistä varmasti suurimman osan asiakkaikseni, koska suurin osa ovat myös tuttaviani äidilleni ja tädilleni.

Suomalaiset

Thaimaalainen ruoka on tullut matkailun kautta tutummaksi ja tutummaksi ja siten myös suosittumaksi. Makuelämyksiä suomalaiset kokevat jo matkustaessa Aasiaan ja Thaimaahan. Vuoden 2007 tilaston mukaan suomalaiset tekivät matkoja Thaimaahan 128 000, matkojen kesto oli yli neljä yötä. Thaimaa ja muut eksoottiset Aasian maat tuntuvat kiehtovan yhä enemmän ja enemmän suomalaisia. Pyrin tavoittamaan suomalaisia ihmisiä, jotka haluavat kokeilla erilaisia makuelämyksiä, niille joille mausteinen ruoka sopii. Suomalaiset, jotka pitävät aasialaista ruoista ylipäätään.

Tarjoaisin liikkeessäni helppoja thaimaalaisia ruokareseptejä. Kampanjoisin ruokareseptejä liikkeessäni flyerin muodossa sekä yritykseni internet sivuilta olisi saatavilla laajempi valikoima erilaisia ruokareseptejä tottumattomillekin kokeille. Helpot ruokareseptit auttavat suomalaisia ostamaan ja kokeilemaan erilaisia makuja. Reseptissä olisi mainintaa, minkälaista tuotetta tarvitaan mihinkin ruokiin eli olisi myös tuoteohje. Uskoisin vahvasti, että suomalaiset ihmiset ovat nykyään paljon uskaliaampia tutustumaan erilaisiin ruokiin. Heistä voisin saada hyvinkin vahvan asiakaskannan thaimaalaisten ja muiden aasialaisten lisäksi.

Satunnaiset

Satunnaisilla asiakkailla tarkoitan niitä, jotka käyvät ostoksilla kauppakeskuksessa esimerkiksi ruokaostoksilla. He eivät osaa vielä päättää, mitä ruokaa laittaisi ja osuvalla mainonnalla voisin saada heidät liikkeeseeni. Ja siten voisivat päätyä ostamaan aasialaisia elintarvikkeita ja helpolla ohjeelle myös valmistaa eksoottista ruokaa. Ihmiset, jotka eivät ole päättäneet mitä haluavat ja minne ovat menossa, niin houkuttelevalla mainonnalla voisin luoda heille tarpeen ja siten saada heidät ostamaan tuotteitani.

Pyrin mieltä herättävällä markkinoinnilla ohikulkijoihin, jotka voisivat tehdä heräteostoksia. Heistä saattaisi helpostikin tulla asiakkaita ja heräteostoksia tekevät ihmiset saattavat myös tehdä suurempia ostoksia kuin ne asiakkaat, jotka määrätietoisesti tulevat hakemaan vain jotakin tiettyä tuotetta. Halu kokeilla jotain uutta johtaa useimmiten tuotteen ostoon.

Työpäivän päätteeksi ihmiset keskittyvät vain päivittäiseen ruokaostokseensa, siihen samaan kaavaan, mihin ovat tottuneetkin. Asiakkaat ovat tottuneet käymään siinä tietyssä kaupassa jo monet vuodet, kulkevat jopa aina samaa reittiä kaupan läpi. Siten he varmistavat että mitään ei unohdu. Pyrin näille kiireellisille ja omiin kaavoihinsa kangistuneille ihmisille luomaan erilaisia tarpeita, herättämällä tarpeen, jota eivät tiedostaneet tarvitsevansa. Näkyvyydellä voisin saada ohikulkijat liikkeeseen. Uutuuden ja erikoisuuden tunteilla voisin saada uteliaatkin ostamaan tuotteitani.

Markkinointi

Markkinoinnin kultainen sääntö: ”Markkinoi asiakkaille niin kuin haluaisit heidän markkinoivan sinulle” (Kotler 2005, 16).

Yritystoiminnan alkuvaiheessa kannattaa panostaa markkinointiin, koska sillä luodaan näkyvyyttä asiakkaille. Mitä huomiota herättävämpi olet, sitä paremmin asiakkaat muistavat yritykseni. Mainonnan ei ole tarkoitus esittää tuotteesta tosiasioita, vaan myydä ratkaisu tai unelma. Mainos tulee kohdistua asiakkaan toiveisiin. (Kotler 2005, 77.) Minulla on onneksi kontakteja Suomessa asuviin thaimaalaisiin sekä muihin aasialaisiin asukkaisiin Nummelan, Vihdin ja Lohjan alueella. Suusta suuhun markkinointi on mitä loistavimpia markkinointikeinoja. Yrityksen mainetta kasvattavat eniten suulliset referenssit eli suositukset.

Suhteet

Jos pitäisi vakuuttaa jonkin tuotteen hyveistä yhtä tehokkaasti, niin yksikään myyntimies vedä vertoja parhaimpiin suosittelijoihin, jotka ovat ystävät, tuttavat, entiset asiakkaat tai riippu-

maton asiantuntija (Kotler 2005, 65). Kuten jo aikaisemmin mainitsin osaan käyttää hyvin hyödykseni suhteita. Yritykseni kotisivujen tekoon kysyin ystäväpariskuntaani, joilla on oma yritys, joka tekee Internet sivuja yrityksille. Totta kai tekisin myös käyntikortit, joita voisi jakaa kaikissa tilanteissa, kuten asiakastilaisuuksissa, yhteistyökumppaneille ja asiakkaille, jotka käyvät liikkeessä.

Pankkien ja vakuutusyhtiöiden kautta saa myös suullista mainontaa, koska tulen jakamaan heille yritykseni käyntikortteja, ja siten yritykseni leviää myös heidän tietoonsa. Yrityksen toimihenkilöillä on mahdollisuus keskustella yrityksen sisällä uudesta yrityksestä, joka on Nummelassa. Tämä on oma näkemykseni, joka perustuu omaan kokemukseen

Internet

Markkinoisin yritystäni myös Thaiklupilla (www.thaiklupi.fi), joka on keskustelufoorumi, jossa ihmiset jakavat tietojaan ja kokemuksiaan sekä keskustelevat siellä kaikista mahdollisista asioista. Foorumilta ihmiset hakevat paljon informaatiota kaikkiin asioihin. Muutamat ystäväni ovat Thaiklupin ylläpitäjiä, joten heidän kautta voisin yritystäni mainostaa. Tieto leviäisi myös Thaimaahan suomalaisten tietoon. Thaiklupi ry on hyvin suosittu keskustelufoorumi, jolla on noin 25 000 käyttäjää. .

Ystäväni kirjoittaa erilaisia artikkeleita thaimaapas.fi sivustolle, joten minulla olisi mahdollisuus mainostaa yritystoimintaa siellä. Saisin suhteillani hyvin markkinoitua yritystoimintaani Internet sivujen kautta, mitkä ovat kaikki ilmaisia. Lisäksi käyttäisin hyödykseni myös ilmaisia Internet-palveluita, kuten facebookkia sekä irc-galleriaa, missä mainostaisin yritystoimintaani. Facebookissa on paljon kavereita, joiden kautta voisin saada suullista mainontaa. Sen lisäksi perustaisin oman ryhmän yritykselleni, jonne voivat kaikki kiinnostuneet liittyä ja keskustella mieltä askarruttavista asioista. Toimisin ryhmän ylläpitäjänä, joten saisin sen kautta lisää tunnettuutta yritykselleni.

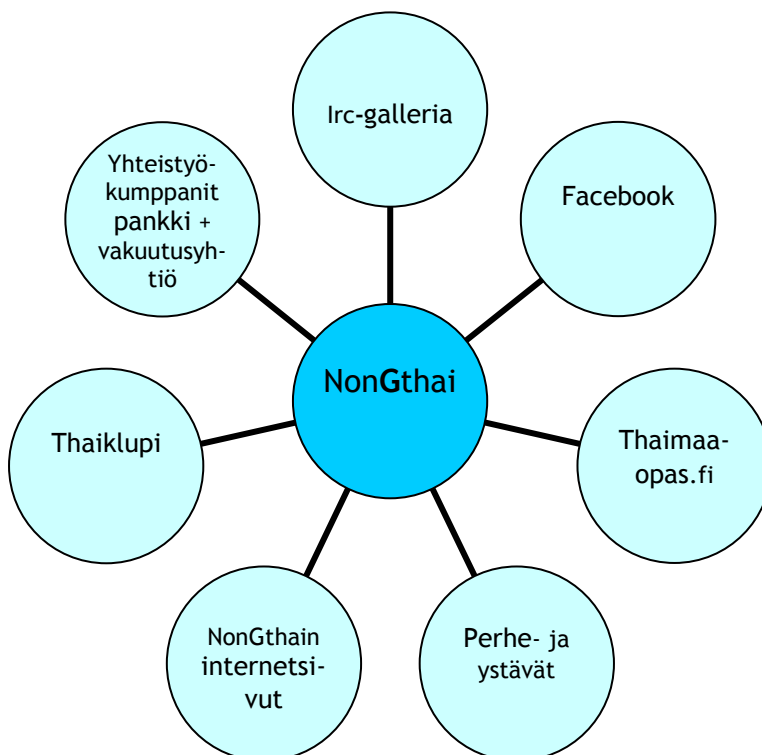
Lehdet

Markkinoisin yritystäni myös Vihdin Uutisissa. Se on paikallislehti, jossa kerrotaan ajankohtaisista tapahtumista ja uutisista. Tavoitteena on saada hyvin paljon näkyvyyttä yritystoiminnan alussa. Pyrkisin olemaan hyvin ahkera ja kävisin paljon yritystilaisuuksissa, jotta minun olisi mahdollista saada tunnettuutta. Oma ahkeruuteni tulisi näkyä tässä, jotta saisin yritykseni mahdollisimman paljon näkyviin.

Maistiaiset

Voimakkaalla ja herkullisella maulla voisin houkutella ostoskeskuksessa kulkevia asiakkaita maistiaisilla. Sen tarkoituksena on saada nopeaa huomiota ja ostokäyttäytymistä. Jos asiakkaat maistiaisten jälkeen pitävät ruoasta, niin voi jo heti suositella tuotetta ja siten saada heidät tekemään heti kaupat. Huomiolla saa aikaan myös asiakasvirtaa liikkeeseen, koska useimmiten ihmiset pitävät jollain tavalla ruuhkasta. Ihmiset käyvät sykleittäin kaupoissa, koska siellä missä on ihmisiä, on myös toimintaa. Ihmisiä saa helpommin ostamaan ja maistamaan tuotteita, kun on joku esittelijä kertomassa heille enemmän tuotteesta. Jos ei heti synny kauppaa, niin se ei tarkoita etteivätkö asiakkaat koskaan tulisi ostamaan tuotetta.

Näillä keinoilla toivoisin saavani paljon asiakkaita yritykselleni sekä vakio- sekä satunnaisia asiakkaita. Minulla on paljon suhteita, vaikka en itse tunnekaan kaikkia aasialaisia. Minulla on sukulaisia, joilla on myös omat suhteet heidän omiin kavereihinsa ja heidän tuttuihin. Äitini asuu Lohjalla ja hänen verkostonsa kautta saisin lisää suositusta. Nummelassa asuu itseni lisäksi tätini, jolla on myös paljon tuttuja ja jonka kautta saisin yritykselleni lisää tunnettut-ta. Puskaradio toimisi hyvin, koska thaimaalaiseen kulttuuriin kuuluu yhdessä ruokailu.



Kuvio 5. Markkinointikanavat.

Markkinoinnin aikataulu

Lokakuu	Internet sivut, logo ja käyntikortit
Marraskuu	Facebook, Irc-galleria, Thaiilupi forum
Joulukuu	Vihdin uutiset, flyerit, Facebook, Irc-galleria, Thaiilupi forum
Tammikuu	Avajaiset, Vihdin Uutiset, Internet sivut ja kirjoitus Thailandiaopas.fi

Tarkoituksena on luoda hyvissä ajoin suhteita ja sen kautta saada näkyvyyttä yritykselleni NonGthaille. Mainostaisin jo lokakuusta lähtien, että Nummelaan aukeaa tammikuussa 2010 aasialainen elintarvikeliike. Asiakkaat osaavat siten etukäteen valmistautua siihen, että tuotteita ja palveluita on tarjolla lähempää. Tavoitteena on herättää ihmisten mielenkiinto ja saada heidät ostamaan tuotteita liikkeestäni. Internet sivut tarjoavat kaikille kokkaajille eriomaisia ruokareseptejä ja ihmiset voivat käydä tutustumassa jo ennakkoon, mitä tuotteita yritykseni tulee tarjoamaan. Lokakuun aikana valmistuvat käyntikortit, joita voi jakaa kaikissa tilaisuuksissa ja logo, jonka tarkoituksena on herättää mielenkiinto.

Marraskuussa, kaksi kuukautta ennen liikkeen avautumista aloittaisin markkinoinnin suhteiden kautta. Facebook ja Irc-galleria ovat hyviä kanavia mainostaa yritystä, koska suusta suuhun mainonta on koettu hyväksi. Thaiilupilla voisin kaikille tiedottaa, että Nummelaan on aukeamassa aasialainen elintarvikeliike. Tämä kanava on hyvä, jotta muutkin kauempana asuvat ihmiset tietävät liikkeestäni.

Joulukuussa laittaisin ilmoituksen Vihdin Uutiseen, jakaisin flyereitä ja jatkaisin mainostamista suhteilla. Tähän asti markkinoinnin kustannukset ovat olleet pienet, koska olen käyttänyt paljon suhteita ja ilmaisia markkinointikanavia.

Tammikuussa on avajaiset, jossa markkinointi tapahtuu paikan päällä liikkeessä. Tähän mennessä olen mainostanut liikettä suhteilla sekä ilmaisia markkinointikanavia käyttäen. Tuttavani kirjoittaisi heti avajaisten jälkeen artikkelin Thaimaapas.fi sivustolle. Vihdin Uutisiin tulisi artikkeli liikkeen avajaisista, jolloin tuon ilmi liikkeen läsnäolon. Näillä keinoin pyrin luomaan paljon suhteita ja tuomaan näkyvyyttä yritykselleni.

Imago

Yrityksen imago on hyvin tärkeä, tarkoituksena olisi olla hyvin thaimaalainen, moderni, luotettava ja ystävällinen.

Kilpailijat

Vii Voan- ruokakauppa on televisiosarjan Madventuresin suositteluun aasialainen elintarvikekauppa, joka on hyvin laaja ja monipuolinen. Vietnamilainen elintarvikeliike, Vii Voan sijaitsee Helsingissä Hämeentien alkupäässä. (Vii Voan 2009.) Vii Voan ruokakauppaa kutsutaan ”kaikkien etnoruokakauppojen äidiksi”. Liikkeestä saa muun muassa pakasteita- ja tuoreita vihanneksia, pullovaraa, säilykkeitä ja teetä. (Vii Voan 2009.) Vii Voan on ehdottomasti kaikkien tuntemieni thaimaalaisten suosikki ruokaostospaikka. Yrityksellä on hyvä maine ja on myös menestynyt hyvin.

- Vii Voan Nyeng Thi Phuc Tmi
- Hämeentie 3, 00530 Helsinki

Thai-Market

Thai-Market on Foorumin takana. Siellä myydään lähinnä thaimaalaisia elintarvikkeita. Thai-Market myy myös muitakin tuotteita, kuten thaimaalaista musiikkia, lehtiä, kosmetiikkaa ja keittiötarvikkeita. Yritys on toiminut jo vuodesta 1992. Olen itse käynyt liikkeessä, joka on hyvin pieni.

- Thai-Market
- Yrjönkatu 25, 00100 Helsinki

3.3 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi käsittelee NonGthain vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

<p>VAHVUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ verkosto ○ liikeidea ○ uusi ○ ei kilpailijoita lähellä 	<p>HEIKKOUEDET</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ kokemuksen puute ○ taloustilanne nyt (lama) ○ tunnettuuden haaste
<p>MAHDOLLISUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ menestyminen ○ toiminnan laajentaminen ○ kilpailuvaltti 	<p>UHAT</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ kilpailun lisääntyminen ○ ei riittävästi asiakkaita ○ konkurssi

Taulukko 6. SWOT-analyysi NonGthai Oy

3.4 Tuotteet ja palvelut

Alihankkijani

Yrityksemme toimii yhteistyössä Siam House elintarviketukun kanssa, joka toimii myös vähittäismyymälänä Tampereella. Siam Housesta saamme kaikki tarvittavat elintarvikkeet tukkuhintaan. Olemme sopineet hintojen olevan -20 %:a normaalista hinnasta. Saamme kuljetuksen tavaroista ja elintarvikkeista sovittuina ajankohtina tai tarpeemme mukaan (Toimitusjohtaja Rönkvist 2008).

Siam Housella on hyvin laaja ja monipuolinen valikoima elintarvikkeita, joita yritys tuo maahan suoraan Thaimaasta. Siam House edustaa hyvin laadukkaita merkkituotteita, kuten Thai Dancer, Mama, WaiWai. Yrityksellä on myynnissä hyvin paljon erilaisia tuotteita, kuten tuoreita vihanneksia, kuivia elintarviketuotteita ja riisiä ja nuudeleita sekä monenlaisia säilykkeitä. (Siam House 2009.)

Logistiikka

Logistiikan hoitaa pääosin Siam House, joka toimittaa elintarvikkeet ja muut tavarat keski-
viikkoisin. Kuljetuksesta huolehtii Siam House, koska heillä on tietyt ajoreitit, jolloin yritys
toimittaa tavaroita myös muualle paikkakunnille. Hinnoittelu on kiinni siitä, millaisen sopi-
muksen tekee. Pyrin tekemään hyvän sopimuksen, jotta saan logistiikkakulut mahdollisimman
pieniksi.

Tuotteet

Yritykseni liiketoiminta perustuu aasialaisten elintarvikkeiden myyntiin. Tarjoaisin mitä erilai-
simpia ja monipuolisimpia tuotteita asiakkaille. Tuotteitteni valikoima tulisi olla monipuoli-
nen ja laaja, josta kaikki voivat valita oman makunsa mukaan tuotteitani. Tavoitteeni on olla
yhtä suosittu kuin Vii Voan kauppa ja tarjota mahdollisimman paljon niitä tuotteita, joita
kilpailijani tarjoaa.

Hyvällä palvelulla tarjoaisin miellyttäviä kokemuksia asiakkaille, jotka käyvät liikkeessäni.
Hyvä palvelu lisää asiakastytyväisyyttä. Liikkeessäni palvelisivat aasialainen henkilöstö, tällä
pyrin pitämään sen liikeideakonseptisi, että ihmiset kokevat olevansa Aasiassa, Thaimaassa
kuitenkin heidän ollessaan Suomessa. Liikkeessäni asiakkaat kokisivat saavansa huomiota ja
ystävällistä palvelua.

Erikoistuisin muista kilpailijoistani tuomalla tuotevalikoimaani itse tehtyjä ruokia, kuten ke-
vätkääryleitä, sushia ja joitakin jälkiruokia, joita asiakkaat ostaisivat mukaan lounaaksi, ko-
tiin tai mukaan syötäväksi. Itse valmistetuista tuotteista saisi paremman katteen, kuten kym-
menen kappaleen kevätkäärylepussi olisi hinnaltaan 8,50 euroa, jossa kate olisi jo noin kaksi
euroa. Kymmenen kappaleen sushipaketti olisi hinnaltaan 10,90 euroa, jonka kate olisi lä-
hemmäs kolme euroa. Jälkiruokapussit olisi hinnoiteltu 5 euron pusseihin.

Tuotevalikoima

<ul style="list-style-type: none"> • riisit • nuudelit • säilykkeet (bambut, kalat, hedelmät) • soija-, kalakastikkeet ja muut kastikkeet • öljyt, etikat • tahnat, tiivisteet • curry- ja muut mausteet, mausteseokset • jauhot 	<ul style="list-style-type: none"> • kuivatut tuotteet • kahvi, tee, sokerit • muut sekalaiset • pakasteet • tuoreet vihannekset • lehdet ja kirjat • keittiötarvikkeet • sisustustavarat • makeiset, välipalat • juomat, mehut
--	---

Pyrin laajaan ja monipuoliseen tuotevalikoimaan. Tarkoituksena on täyttää asiakkaiden odotukset tuotteista ja palveluista. Tuotteet ovat tarkoin valittu, koska toiminnan alussa ei ole tarkoitus tilata tuotteita liian paljon. On katsottava ensimmäisten kuukauden, mitä tuotteita asiakkaat suosivat ja siten panostaa niihin tuotteisiin. Valikoima koostuu kuivista ja tuoreista raaka-aineksista. Säilykkeet ja muut mausteet ovat hyvin tärkeitä aasialaisia ruokia valmistettaessa, koska tunnetusti aasialaiset ruoat ovat mausteisempia kuin suomalaiset ruoat. Tarkoituksena on ottaa mukaan valikoimaan muutakin kuin ruoka-aineksia. Siam Houselta saa tilattua kodin sisutukseen koristetavaroita sekä lehtiä että cd-levyjä.

Hinnoittelu

Pyrin hinnoittelemaan tuotteitani kohtuullisilla hinnoilla, en alle omien kustannusten. Muutoin yritys saattaa joutua vaikeuksiin. Ensimmäisen vuoden aikana tarkoituksena on hinnoitella noin 40 % Siam Housen tuotteita kalliimmalla, koska olemme lähellä pääkaupunkiseutua ja siellä olen yleisesti kalliimpi hinta taso kuin muualla. Ostan tuotteet Siam Houselta -20 % heidän tuotteiden hinnasta. Olen tehnyt laskelmissani varovaisen hinta-arvion, mitkä ovat tuotteitteni hinnat. Olen lisännyt kaikkiin tuotteiden hintoihin 40 %:a, jotta saan katettua omat kuluni. Pyrin tällä hinnoittelu menetelmällä mukaan markkinoihin, mutta myöhemmin voisin nostaa hinnat uudelle tasolle, en kuitenkaan ryöstöhintaan. Joitakin tuotteita on mahdollista hinnoitella 80 % hinnoittelulla, mikä tarkoittaa sitä, että tuotteiden hinnat ovat lähes kaksinkertaiset verrattuna Siam Housen tuotteiden hintoihin. Esimerkiksi katkarapulastut maksavat Siam Housella 1,20 €, ostan tuotteen hintaan 0,96 € ja myyn ulos 1,50 €, katetta minulle jää

tuolloin 0,54€. Myöhemmin on liitteessä esitelty tarkemmin tuotevalikoimani ja hinnasto (Liite 2).

Tuotteet tulee olla yritystoiminnalle tuottavia, ei ole tarkoitus lähteä hintakilpailuun, koska pyrin laadulla, erilaisuudella, saatavuudella ja palvelulla kilpailemaan markkinoilla. Tavoitteena on antaa asiakkaalle arvon tunnetta ostettuaan tuotteitani. Kun yritys avaa liikkeensä, on tuolloin tarkoituksena laittaa asiakkaille tutustumistarjouksia, jolloin heidän on mahdollista saada tuotteita halvemmalla kuin normaalisti.

3.5 Yrityksen talous

Pääoman tarve

Tarvitsen yrityksen toiminnan aloittamiseen hieman omaa pääomaa sisältäen yrityksen perustamistoimenpiteisiin liittyvät aloituskulut, kuten viranomaisilmoitukset ja maksut. Tarvitsen rahoitusta kalusteisiin, koneisiin ja muihin laitteisiin. Osan työstäni voin tehdä kotonani, tällöin minulla olisi puhelin ja tietokone käytössäni. Toimistoni olisi alkuvaiheessa kotona. Yritykseni tarvitsee rahaa yritystoiminnan pyörittämiseen sekä myös markkinointikustannuksiin, muihin kiinteisiin kuluihin, palkkoihin ja kirjanpitoon.

Tarvitsen markkinointiin yrityksen, joka laatii Internet-sivut, logon ja käyntikortit. Tähän olen valmis laittamaan noin 500 euroa. Minulla on ystäväpiirissä tuttu yritys, joka voisi tehdä minulle kaikki markkinointiin liittyvät materiaalit.

Toimintani alkuvaiheessa kuluja syntyy enemmän kuin saan tuottoa, ensimmäisen vuoden jälkeen tilanne voisi olla jo toinen. Pyrkisin ensimmäisen vuoden aikana minimikustannuksiin, en käyttäisi rahaa mihinkään, mitä en katso tarpeelliseksi. Tarkoituksena on hakea starttirahaa (Liite 12) hyvissä ajoin ennen yrityksen toiminnan aloittamista. Starttiraha on tarkoitettu aloittavalle yritykselle, ja sen myöntää työvoimatoimisto. Hakisin rahoitusta myös Finnveralta naisyrittäjälainaa noin 15. 500 euroa investointeihin (Liite 13). Päivittäisen maksuliikenteen hoitaisin Sampo Pankki Oyj:n kautta. Saisin sieltä hyvän tarjouksen, koska minulla on hyvät suhteet sinne. Minulla olisi luottolimiitti 5000 euroa yrityksen pankkitilille, koska se tuo juostavuutta ja helpottaisi siten nopean rahan saannin.

Yrityksen perustamiseen liittyvät laskelmat (Liitteet 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12,13).

3.6 Henkilöstö

Henkilöstöni on yrityksen ydinvoimavara, joka esiintyy hyvin tärkeässä roolissa. Henkilöstöni ovat ammattitaitoisia osajia, joilla on sekä tietoa että taitoa sekä kokemusta työnteosta.

Haluan henkilöstöni olevan luotettavia, ahkeria, vastuuntuntoisia ja päämäärätietoisia. Motivoitunut henkilöstö toimii sisäisenä yrittäjänä eli toimivat kuin yrittäjät itse. Tässä tapauksessa, kun yritykseni henkilöstö koostuu perheestäni, äidistä Pranomista ja tädistä Somjitista. Pystyn jakamaan heille suurempiakin vastuita, tarkoituksena on antaa heille päätösvaltaa ja tilaa toimia yrityksessäni parhaalla katsomalla tavallaan.

- Äitini, Pranom toimisi yrityksessä myymälävastaavana. Hän vastaisi asiakaspalvelusta ja päivittäisestä kassasta. Hän pitäisi huolta liikkeen ulkoisesta sekä sisäisestä siisteystestä. Työtehtäviin kuuluu myös tavaroiden hyllytys ja järjesteleminen. Katsoisin äidilläni olevan silmää liikkeen sisustamiseen, joka olisi tarkoitus luoda thaimaalaista tunnelmaa. Liikkeessä voisi soida thaimaalaista musiikkia, jotta asiakkaat kokisivat olevansa jossain muualla kuin Suomessa.
- Tätini vastaisi tuotteiden tilauksesta ja hinnoittelusta sekä kassanhallinnasta. Hän hoitaisi yrityksessä laskutukset ja saatavat. Hänen toimenkuvaansa kuuluvat yhteydenpito tavarantoimittajiin ja alihankkijoihin. Hänelle kuuluisi myös tuotteiden ja tavaroiden hyllytys sekä asiakaspalvelu kassalla. Hänen vastuullaan olisi tavaroiden puoli- tai vuosittainen inventaario. Yleinen siivous kuuluu kaikille osapuolille, hoidamme siivouksen aina aamuisin ja tarpeen mukaan illalla. Tällä pyrimme säästämään hieman kustannuksia.
- Itse toimisin yrityksen johtajana, joten vastaan kaikista yrityksen juoksevista asioista, kuten markkinoinnista, uusien työntekijöiden rekrytoinnista ja sopimusten tekemisestä sekä asiakastilaisuuksista. Päittäisin kaikki yritykseen liittyvät tärkeät asiat, joita Pranom tai Somjit ei pysty päättämään. Olen jakanut selvyuden vuoksi työtehtävät ja vastuut, koska koen sen lisäävän työmotivaatiota. Työntekijät pääsevät tekemään vaativampia ja vastuullisempia töitä. Näin heillä on mahdollisuus itse kehittää omaa osaamistaan työssä. Molemmat ovat yrityksessäni töissä vain puolipäivää ja tekevät samalla toisessa työpaikassa myös töitä. Pysin tällä säästämään yrityksen toiminnan alussa kustannuksia. Myöhemmässä vaiheessa, kun yritykseni toiminta on edistynyt, niin molemmat työntekijät voisivat olla koko päivän töissä.
- Muut ihmiset, jotka sijoittavat yritykseeni omalla työpanostuksellaan ovat tuttavat, kuten sähkömiehet, jotka pystyvät auttamaan tarpeen vaatiessa sähkölaitteiden asennuksissa. Somjitin mies on sähköalalla, joten saamme häneltä apua tarpeen vaatiessa. Tuttavani on tietoliikennesenttari, joten saamme häneltä apua sekä sähkölaitteiden ja kassajärjestelmien asennukseen.

3.7 Riskianalyysi

Ennen yritystoiminnan alkua pyrkisin tiedostamaan riskit ja siten välttämään niitä. Jos ei kaikkia pysty poistamaan, niin ainakin ennakoinnilla pyrin vähentämään niitä. Toimitilaan kohdistuvia riskejä välttäisin hankkimalla paloturvallaitteita, kuten hälyttimen, vaahtosammuttimen ja peitteen. Katsoisin, että varaulostie ei olisi tukittu. Toimitilaan asettaisin murtohälyttimen, joka pelästyttäisi varkaat. Rahat laitettaisiin päivän päätteeksi kassakaappiin tai vietäisiin pankin yösäilöön.

Toimitilassa tulisi olla ensiapupakkaus, joka on tarkoitettu pienempiin loukkaantumistilanteisiin. Hätänumerot olisivat kaikkien tiedossa ja kaikkien nähtävillä. On hyvä, että olen saanut koulussa ensiapukoulutuksen.

Varautuisin vahinkoihin vakuutuksella. Ottaisin vakuutuksen, joka kattaa, jos liiketilalleni sattuu jotain. Kilpailuttaisin kaikkia yrityksiä. Ottaisin yritystoimintaan kuuluvat pakolliset vakuutukset, kuten YEL-vakuutuksen, joka on yrittäjien eläkelain mukainen vakuutus ja työntekijöitä varten TYEL-vakuutus. Tarvitsen myös lakisääteisen tapaturmavakuutuksen, työntekijöiden ryhmähenkivakuutuksen sekä työttömyysvakuutuksen. (Varma, 2009.)

3.8 Yritystoiminnan aloittaminen

Yhtiömuoto

Aloitan yritykseni yksityisenä osakeyhtiönä, koska katsoin sen pitkällä tähtäimellä olevan parempi. Säästän aikaa ja vaivaa, kun yritys on jo alussa yksityinen osakeyhtiö. Olen yrityksen ainoa omistaja ja työllistän toiminnan alkuvaiheessa vain kahta työntekijää, jotka ovat perheenjäseniäni. Osakkaana voin nostaa yrityksestä rahaa joko palkkana tai osinkoina. Jos tahdon nostaa osinkoja, niin se onnistuu vasta ensimmäisen vuoden tilinpäätöksen jälkeen (Kuosmanen 2009, 8).

Yrityksen perustamiseen liittyvät asiakirjat liitteinä.

Yrityksen perustamissopimus ja yhtiöjärjestys (Liite 4).

Yrityksen perustamisilmoitus (Liite 5).

Sijainti ja liiketila

Yrityksen liiketilan sijainnilla on merkitystä. Pyrkisin saamaan liiketilan keskeiseltä paikalta. Tällä hetkellä Nummelassa ei ole paljoa vapaita liiketiloja, joten laitan ilmoituksen liiketilan

tarpeesta hyvissä ajoin Vihdin kunnan sivuille. Tarvitsen 70 neliöisen liiketilan, jossa on keittiö ja vessa. Keittiössä pitäisin viikkopalaverit kaikista keskeisimmistä asioista ja se toimisi myös taukopaikkana. Toimitilan on sijaittava hyvien kulkuyhteyksien varrella, jotta sinne oli helppo asiakkaiden tulla. Toimitilan on oltava sellaisessa paikassa, jonne pääsee autolla suhteellisen lähelle, tällöin ihmisten on mahdollista ostaa isompiakin eriä ostoksia.

Liiketilaan tulee yksi kassatiski, jossa on maksupäätelaite, joten maksusuoritukset voidaan yrityksessä suorittaa joko pankki- tai luottokorttia käyttäen tai käteisellä. Toimitilassa tulisi olemaan pakasteallas pakasteruoille, jääkaappi vihanneksille sekä juomille. Hyllyt olisivat kuiville elintarvikkeille sekä säilykkeille ja muille elintarvikkeille.

Esimerkkejä toimitiloista:

- Pienimuotoinen kauppakeskus sijaitsee Nummelan ydinkeskustassa, jossa on viisi liikettä. Sijainniltaan olisi otollinen paikka, koska liiketila on ollut aikoinaan ison kaupan liiketila, ja siinä olisi valmiina isot parkkipaikkatilat. Pitkällä aikavälillä tämä paikka voisi olla liiketilana hyvä, jos asiakaskunta on vakiintunut ja asiakkaat tottuvat käymään tässä paikassa. Mutta tämä saattaa olla liian syrjäinen paikka, jos asiakkaat, jotka tekevät suuria ruokaostoksia ovat tottuneet käymään suurissa ostoskeskuksissa.
 - Pienimuotoinen kauppakeskus
 - Pilkkukuja 2, 03100 Nummela
 - 70 m²
 - Vuokrahinta
- Laajennettu kauppakeskus City Market, jossa on 14 muutakin liikettä, kuten Anttila Store, Intersport, K-kenkä, KappAhl, Seppälä, Alekski 13, Kultajousi, kukkakauppa Jorin Tori, CM-Hiustalo, Life ja ravintoloista Subway, Kotipizza ja Rolls. Sijainti on aivan keskeinen. City Market kauppakeskus liiketilana olisi mitä mainioin, koska parkkipaikka olisi jo valmiina ja asiakasvirta suuri kauppakeskuksessa. Kauppakeskus liiketilana antaisi samalla markkinointimahtia ja näkyvyyttä.
- Kauppakeskuksessa käy paljon erilaisia ihmisiä, joilla on erilaiset tarpeet. Asiakkailla saattaisi olla suuri kynnös tai muuten hankalampi liikkua paikasta toiseen, joten kauppakeskuksen sisällä on helpompi asiakkaiden liikkua ja siten säästävät aikaa, kun ei tarvitse lähteä ostoksille eripaikkoihin riittää kuin eri liikkeisiin. Pyrkisin siihen, että asiakkaat, jotka ovat lähteneet ostoksille esimerkiksi vaateostoksille, mutta kaupakeskuksesta poistuessa heillä olisin aasialaisia tarvikkeita.

- Kauppakeskuksessa on valinnan varaa, siksi se olisi hyvä liiketila. Ihmiset voivat valita, ostaako roskaruokaa, joka lihottaa vai tehdä perinteistä suomalaista kotiruokaa vai kokeilisiko sitten jotain uutta. Liiketila kauppakeskuksessa antaa mahdollisuuden myös niille asiakkaille, joilla ei ole autoa. He voivat asioida liikkeessä vaikkapa kävelen tai polkupyörällä. Sijainti on niin keskeinen, että välillä olisi helpompaa asioida muilla keinoin kuin autolla. Lapsiperheiden on helppo asioida, kun on yksi iso keskus, jossa on monta erilaista kauppaa.
 - Kauppakeskus City Market
 - Tuusankaari 03100 Nummela
 - 70 m²
 - Vuokrahinta 1330 € + alv
 (Liiketilavastaava Lehto 2007.)

- Kauppakeskus Ideapark, on ollut paljon esillä lehdissä. Vielä ei ole selvinnyt, mikä on Ideaparkin kohtalo, mutta liiketilani voisi hyvin sijoittua sinne. Ideapark oli kaavoitettu Huhmariin, joka on kuusi kilometriä Nummelasta. Kauppakeskus on hyvä paikka, koska siellä asiakasvirta on paljon suurempi kuin tavallinen yksittäinen liiketila jossain keskustassa, missä käyvät vain niitä asiakkaita, joilla on muita tarpeita. En halua sijoittaa liiketilaani, missä asiakkaat ovat tottuneet esimerkiksi käymään vain jonkin tietyn tarpeen mukaan, esimerkiksi en sijoittaisi liiketilaani paikkaan, jossa on vain hammaslääkäri, urheiluliike ja pankki. Asiakkaat eivät ole lähteneet tekemään ruokaostoksiaan vaan täyttävät muun tarpeensa.

- Kauppakeskus Ideapark on hyvä, koska siellä olisi erilaisia liikkeitä, jotka tarjoavat erilaisia tarpeita. Jos Ideaparkissa on urheiluliike, matkatoimisto, tavallinen ruoka-kauppa, pikaruokapaikka, niin aasialaisia elintarvikkeita tarjoavan liikkeen on mahdollista saada asiakas ostamaan tuotteen, vaikka hän on juuri käynyt matkatoimistossa. Matkatoimistossa käynti saattaa herättää asiakkaassa erilaisia mielitekoja erilaisiin makuihin.
 - Jättimäinen kauppakeskus Ideapark
 - Huhmarissa
 - 70 m²

Yllä olevat liiketilat ovat tällä hetkellä kaikki varattuja, mutta vuokrahinta sopisi budjettiini. Hyvä sijainti maksaa. Toimitilojen vuokrahinnoiksi tulisi olemaan noin 1400-1500 euroa kuukaudessa, mikä on nykypäivänä keskimääräistä hintatasoa. Liiketilani olisi alussa 70 neliömetriä, laajennus voi olla mahdollista, jos liiketoiminta menestyy.

Kirjanpito

Yritykseni kirjanpidon hoitaa tilipalvelu Lasse Niemelä, Ojakkalassa. Niemelä hoitaa Nummelan Frisbeeseuran kirjanpidon, joten hän on jo entuudestaan minulle tuttu. Hän on hoitanut hyvin työnsä, joten valitsen hänet jatkossakin hoitamaan yritykseni kirjanpidon. Virallinen toimialansa on kirjanpito- ja tilinpäätöspalvelu. Olen yksi Nummelan frisbeeseuran perustajanjäsenistä. Toimin tuolloin yhdistyksen sihteerinä, joten olen jo työskennellyt Lasse Niemelän kanssa. Valintani perustuu puhtaasti aikaisempaan kokemukseeni. Saisin häneltä varmasti hyvän tarjouksen.

- Tilipalvelu Lasse Niemelä
- Santsillantie 2, 03250 Ojakkala
- 040-5305511

3.9 Visio 2015

Vuonna 2015 viiden vuoden jälkeen yrityksen perustamisesta, NonGThai olisi laajentanut liiketoimintaansa Nummelan kauppakeskuksessa 100 neliömetriin. Yritys olisi tuolloin viiden vuoden aikana saanut vakioasiakaskannan, jotka tekevät yritystoiminnasta edelleen kannattavan. Uusia asiakassuhteita syntyisi ja liiketoiminta olisi menestynyt niin kuin sen uskottiin menestyvän. Työ yhteiskumppaneiden kanssa jatkuisi vielä entistäkin vahvempana. Asiakastyytyväisyys olisi hyvä ja uusien asiakkaiden virtaus kasvu suunnassa.

Nummelan liikkeen suuren menestyksen takia, tarkoituksena olisi laajentaa yritystoimintaa Lohjalle, jossa asiakaskunta olisi entuudestaan kasvanut viiden vuoden jälkeen. Tällöin äidistäni Pranomista tulisi Lohjan liikkeen omistaja ja hän maksaisi minulle vain liikekonseptistani franchisingista. Tädistäni, Somjitista tulisi Nummelan liikkeen osakas ja omistaisi 45 % yrityksestä.

Nummelan ja Lohjan liikkeet tekisivät jatkossakin paljon yhteistyötä. Yhteistyö Siam Housen kanssa jatkuisi entistä parempana. Tavoitteena olisi muutaman vuoden jälkeen, kun NonGThai on päässyt jaloilleen ja saanut liiketoimintansa menestymään. Tarkoituksena on jakaa Siam Housen kanssa elintarvikkeiden maahantuontikustannukset. Vahvistaisimme yhteistyösuhdettamme jakamalla rahtikulut ja muut logistiikkakulut. Tämä toiminta tulee kannattamaan yritykselläni, koska saan nostettua tuotteitteni katetta, kun saan elintarvikkeet samaan hintaan kuin Siam House ostaa niitä itselleen.

Itselleni olisi tarkoitus tehdä perheeni kanssa Aasian valloitus ja lomailla siellä kaksi vuotta, jonka jälkeen voisin palata takaisin töihin. Menestyksekkään viiden vuoden jälkeen tahdon muutakin kuin työn elämääni. Antaisin aikaa perheelleni ja itselleni. Yrityksen toimintaa hoitaa tuolloin Somjit Nummelassa ja Pranom Lohjalla.

Viiden vuoden jälkeen yritystoimintani olisi menestynyt ja liiketoiminta tuottanut hyvän tuloksen. NonGthaillla olisi asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden keskuudessa hyvä maine. Toivoisin yritystoiminnan jatkuvan sukupolvesta toiseen, joten tämä olisi vain rikkaus suvullemme. Toivoisin tulevaisuudessa, että joku halukas voisi perustaa yrityksen franchising idealta toiseen paikkakuntaan ja siten saisi valmiin liikeideakonseptin.

4 Johtopäätökset

Olen oppinut, kuinka paljon yrityksen perustaminen vaatii yrittäjältä. On monia vaiheita ja asioita, joita tulee huomioida. Työ on ollut haastava, mutta mielenkiintoinen. On ollut kiinnostavaa ja innostavaa tehdä työtä, koska uskon liikeidealla olevan potentiaalia ja kysyntää. Olen oppinut paljon työn aikana, mutta on vielä epävarmuutta yrityksen perustamisesta. Minulla on kaikki tarvittavat tiedot, mitä yrityksen perustaminen vaatii. Halu yrittäjyyteen olisi, mutta minulta puuttuu vielä rohkeutta ja uskallusta itse toimintaan. Haluan kerryttää ammatitaitoa ja työkokemusta ennen kuin harkitsen yrityksen perustamista. Työ on selventänyt minulle sen, että nyt olisi otollinen aika perustaa yritys, koska ei ole vielä kovin montaa kilpailijaa markkinoilla.

Tein laskelmat työn loppuvaiheessa. Laskelmat osoittivat yrityksen menestyvän kolmen vuoden tasolla 5 %:n tasaisella kasvulla. Tuotteet oli hinnoiteltu varovaisesti 40 %:n katteella, mutta joidenkin tuotteiden hintaa on mahdollista nostaa. Laskelmat antoivat minulle enemmän varmuutta yrityksen menestymisestä ja todellisemman kuvan koko yritystoiminnan aloittamisesta ja sen ylläpitämisestä. Olen oppinut opinnäytetyöni myötä, että mitä tarkemmin tekee suunnitelmat sitä helpomman polun luo itselle tulevaisuuteen. Työ opetti minut hakemaan tietoja ja kokemusta siitä, mitä kaikkea pitää tehdä, jotta saavuttaa halutun tuloksensa. Tässä on kiinanalainen sanonta, joka kuvaa hyvin sanomaani koko työstäni: ”Minkä kuulet, unohdat. Minkä näet, muistat. Minkä teet, opit.” (Kiinalaiset sananlaskut, 2009).

Lähteet

Kirjallisuus

- Hyppänen, R. 2007. Esimiesosaaminen. Liiketoiminnan menestyskirja. Helsinki: Edita.
- Kauhanen, J. 2001. Henkilöstövoimavarojen johtaminen. 3.4-painos. Vantaa: WSOY.
- Kivelä, H. & Nordell, R. 2003. Yrittäjän oikeutta. 5. uudistettu painos. Porvoo: WSOY.
- Kotler, P. 2005. Markkinoinnin avaimet. Jyväskylä.
- Kuosmanen, R. 2006-2009. Opas oman yrityksen perustajalle. 13. vuosikerta.
- Laakso, H. 2004. Brändit kilpailuetuna. Helsinki: TALENTUM.
- Meretniemi, I & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Otava.
- Puustinen, T. 2004. Avain omaan yritykseen. Keuruu: Otava.
- Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. 5. uudistettu painos. Porvoo: WSOY.
- Rope, T. 2004. Business to business markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Ulrich, D. 2007. Henkilöstöjohtamisella huipulle. Helsinki: Talentum.
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2006. Liiketoimintaosaaminen. Helsinki: Edita.
- Viitala, J. 2006. Yrittäjän taloushallinnon perusteet. Jyväskylä: Tietosanoma.

Julkaisemattomat

- Rasilainen, H. Markkinointi-instituutti. Avoinyrittäjäkurssi materiaali. Yrityksen talousasiat.
- Rehu M. Luentomateriaalit, 2006.

Haastattelu

- Lehto. J. Liiketilavastaava haastattelu 2007. Nummela.
- Rönkvist. S. Toimitusjohtaja haastattelu 06.11.2008. Siam House. Pirkkala.

Sähköiset lähteet

Finnvera. 2009. Yrittäjätesti.

<http://finnvera2.alkuvoima.com/yrittajatesti/>. Luettu 20.5.2009.

Finnvera. 2008.

<http://www.finnvera.fi/index.cfm?id=1903>. Luettu 11.10.2008.

Henkilöstöjohtaminen. 2008.

http://www.taloustieteet oulu.fi/opiskelu/kurssiinfo/henkvoimjoht/luento_1.pdf. Luettu 12.5.2009.

Henkilöstöjohtamisen mitta. 2009.

http://www.melkior.fi/03_mittaus_ja_raportointi.htm. Luettu 16.5.2009.

Hygieniapassi. 2008.

<http://www.nyppi.net/NYP%20neuvonnan%20tut.mat%202007%20nettiversio.pdf>. Luettu 21.4.2008.

Johtajuus - vaikea taito. 2009

<http://209.85.129.132/search?q=cache:YAse1FCGqblJ:216.147.92.21/docs/dokumenttipankki/upload/504502928656624.doc+johtajuus+vaikea+taito&cd=2&hl=fi&ct=clnk&gl=fi&client=firefox-a>. Luettu 12.5.2009.

Kalusteet. 2009.

<http://www.mynttinenoy.fi/index.php?page=gallery&dir=0>

Kiinalaisia sananlaskuja. 2009.

http://fi.wikiquote.org/wiki/Kiinalaisia_sananlaskuja. Luettu 1.6.2009.

Kirjanpito. 2009.

<http://www.020300200.com/yriytykset/5731496/Tilipalvelu+Lasse+Niemel%C3%A4/>. Luettu 16.5.2009.

Kirjanpito. 2009.

<http://www.020300200.com/yriytykset/5731496/Tilipalvelu+Lasse+Niemel%C3%A4/>. Luettu 16.5.2009.

Liiketoimintasuunnitelma. 2009.

http://www.edu.fi/oppimateriaalit/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=1&fail=yriytyst oiminnan_kehittamisessa_tarvitaan_liiketoimintasuunnitelmaa.htm. Luettu 10.5.2009.

Markkinointi. Campmedia. 2009.

<http://www.campmedia.net/>. Luettu 16.5.2009.

Matkustus Thaimaahan 2007.

http://www.tilastokeskus.fi/til/smat/2007/smat_2007_2008-07-04_kat_001.html. Luettu 21.5.2009.

Osakeyhtiön perustaminen. 2009.

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyhtio/perustaminen.html>. Luettu 19.5.2009.

Palvelut yrityksille. 2008.
http://www.cursor.fi/palvelut_yrityksille/seudulla_aloittava/starttiraha. Luettu 28.9.2008.

Point maksupäätteet. 2008.
<http://www.point.fi/Finland/Tuotteet/Maksupaatteet/Vx510/>. Luettu 7.5.2009.

Ruokaresepti.
http://www.yhteishyva.fi/ruokamaailma/reseptit/paaruoka_r_/fi_FI/thaimaalainen_paistettu_riisi/. Luettu 21.5.2009.

Siam House. 2009.
<http://www.siam-house.fi/>. Luettu 16.5.2009.

Starttiraha. 2009.
http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp. Luettu 11.10.2008.

Sähkö. 2009.
<https://www.helen.fi/sahkotilaus/ConsumptionCalculator.aspx?Source=Top>. 20.5.2009.

Thai-Market. 2009.
<http://www.saunalahti.fi/lamma/Ruoka/kaupat.html>. Luettu 20.5.2009.

Toimivan työyhteisön peruspilarit . 2009.
<http://www.erto.fi/palvelut/tyohyvinvointi/toimivatyoyhteiso/399-toimivantyoyhteisonperuspilarit>. Luettu 14.4.2009.

Yrittäjyystesti. 2009.
<http://www.vuyk.fi/index.php?id=5>

Yritysmuodot. 2008.
<http://www.infopankki.fi/fi-FI/Yritysmuodot/>. Luettu 21.4.2008.

Yritysmuodot. 2008.
<http://www.hel2.fi/taske/hup/yrmuodot.html>. Luettu 21.4.2008.

Varma. 2009.
<http://www.varma-sampo.fi/NR/rdonlyres/90DB060C-1438-41D0-AF9E-942AB8A02FCB/0/YelVakuutusopas.pdf>. Luettu 17.5.2009.

Varma. 2009.
<https://yrittaja.varma.fi/fi/FlashDocuments/Anonymous/pensionCounter/index.html>
Julkaisemattomat lähteet. Luettu 17.5.2009.

Vii Voan. 2009.
<http://www.lintulaakso.net/kallionbasaari/puoti.php?puoti=viivoan>. Luettu 10.5.2009.

Vii Voan ruokakauppa. 2009.
<http://omakaupunki.hs.fi/mesta/735740/Vii+Voan>. Luettu 10.5.2009.

Vihdin kunta. 2009.
http://www.vihti.fi/kohderyhmat/yritystoiminta/toimitilat/vuokrata_halutaan. 16.5.2009.

Liitteet

Liite 1: Yrittäjätesti	65
Liite 2: Tuotteet ja hinnat	67
Liite 3: Thaimaalainen paistetturiisi	69
Liite 4: Perustamissopimus ja yhtiöjärjestys.....	70
Liite 5: Perustamisilmoitus.....	72
Liite 6: Investointilaskelma	77
Liite 7: Kiinteät kustannukset	80
Liite 8: Työntekijöiden palkat	81
Liite 9: Kriittinen piste.....	82
Liite 10: Myyntibudjetti.....	83
Liite 11: 3 vuoden tulosennuste	84
Liite 12: Liite Starttirahahakemukseen	85
Liite 13: Liite Finnveran hakemukseen.....	86

Liite 1: Yrittäjätesti

Yrittäjätesti

Yrittäjän persoonaan liitetään tiettyjä luonteenpiirteitä, joiden testaaminen on työlästä. Ohessa on yksinkertainen testi, jossa on esitetty erilaisia väittämiä, mieti, miten itse suhtaudut niihin ja vastaa kyllä, ehkä tai ei. Muista olla rehellinen.

	Kyllä	Ehkä	Ei
1. Innostun hyvistä ideoista, vaikka ne olisivat epävarmoja	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Kun haluan jotain, asetan itselleni selkeät tavoitteet sen saavuttamiseksi	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Kun kohtaan ongelmia, löydän kyllä keinot niiden ratkaisemiseksi	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Kun olen kiinnostunut jostakin asiasta, tarvitsen vähemmän unta	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Mietin usein miten asiat voisi tehdä toisin	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Minulla on taipumus taistella auktoriteetteja vastaan	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Nautin usein yksinäisistä hetkistä	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
8. Minulla on uusia erilaisia ideoita	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Minulla on vahva halu menestyä	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Minun ei ole vaikea pitää uudenvuoden päätöksiäni	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Tutkin tuntemattomia aiheita oppiakseni uutta	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Nautin järjestyksestä	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Osaan toimia vaistonvaraisesti	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Olen itsevarma	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Olen luonteeltani positiivinen	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Olen luonteeltani sisukas	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Olen sopeutumiskykyinen	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Olen utelias	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. Ystävät pitävät minua jääräpäisenä	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Ongelmat ovat minulle haasteita	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. Minun on helppo selviytyä tunnepuolen takaiskuista	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. Tutkin tarkkaan tekemäni virheet ja otan opikseni	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. Uskallan ottaa riskejä	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. Yleensä teen asiat omalla tavallani	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. Olen valmis uhrauksiin, jos tulevaisuudessa on mahdollista saada tuloksia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Yrittäjätesti

Sait 55 pistettä

60-75 pistettä: Sinussa on yrittäjäainesta, aloita liiketoimintasuunnitelman teko ja ota yhteys meihin.


















48-59 pistettä: Sinussa on yrittäjäainesta, mutta tarvitset ehkä kannustusta. Mieti, tarvitsetko lisää koulutusta tai työkokemusta ennen kuin aloitat yrittäjänä. Ota yhteys meihin.

37-47 pistettä: Mieti tarkkaan, haluatko ryhtyä yrittäjäksi yksin. Kannattaisiko etsiä itselle kumppani, jonka kanssa yrittäminen onnistuisi paremmin. Ota yhteys lähimpään meihin.

Alle 37 pistettä: Todennäköisesti viihdyt paremmin palkkatyössä kuin yrittäjänä, yrittäminen ei ehkä ole oikea vaihtoehto sinulle.

Liite 2: Tuotteet ja hinnat

Esimerkki tuotevalikoimastani ja hinnoista

 <p>Jakkipuun hedelmä / 2.95€ 565g Jakkipuun hedelmä</p>	 <p>Savihuhmare ja survin / 9,90€</p>
 <p>Risinkeitin / 34.90€ Riisikeitin 3-4 heng. 1.0 ltr</p>	 <p>Syömäpuikot 100kpl / 5.90€ Kertakäyttöiset syömäpuikot 100 kpl pakkaus</p>
 <p>Sardiineja tom aattikastikkeessa / 1,5€ 150g</p>	 <p>Fitne yrttitee / 5,9€ Cassia-lehtiä, Cassia-jauhe 40g Laksatiivinen</p>
 <p>Palmusokeri / 1,20€ 200g</p>	 <p>Kookosmaito 400ml / 1,60€</p>
 <p>Jättikatkarapuja / 29.90€ 8-12 kg</p>	 <p>Kalapalat / 2,80€ 200g</p>
 <p>Mustekalapulla / 2.80€ 200g Mustekalapulla</p>	 <p>Höyrystetty makrilli / 3.50€ 200g Platoo</p>
 <p>Kuivattu katkarapu / 4.85€ 100g</p>	 <p>Kevätkääryletaikina / 3,40 600g 40 levyä</p>
 <p>Munakoiso / 3,60€ 200g</p>	 <p>Tuorechili 100g / 2,20€</p>
 <p>Papaija / 9€ / kg kilohinnan mukaan</p>	



Katkarapulastut / 1.50€
60g Katkarapulastu



Panang currytahna / 3.40€
400g Panang currytahna
Punainen chili



Soijakastike / 3.90€
700ml soijakastike



Bambua vedessä / 5.60€
2950g Bambua viipaleina



Vehnänuudeli / 1.80€ 400g
Nuudeli



Noodle Mama Padkeemao / 0.80€
60g Sianlihanmakuinen



Riisipaperi 22 cm / 2.10€
200g Riisipaperi
Riisijauho, vesi, suola



Kusag kusom lehti / 4,90€

Suomi-thai sanakirja / 29€



Punainen fanta / 1.50€
325ml Fanta mansikanmakuinen



Osterikastike / 2.25€
300ml Osterikastike



Säilötty mango/ 2.25€
454g Säilötty mango



Nuudeli / 1.70€
400g Riisijauho, suola, vesi



Tom Yum nuudelikuppi / 1.50€
60g Katkarapu maku



Glutinous rice / 1.80€
1 kg Liimariisi "Khau niau"
Liimariisi, tahmea



Jasminriisi / säkki 42.60€
Pakkausko: 20 kg
Pitkäjyväinen Jasmiini-riisi,
pitkäjyväinen,
puuroutumaton



Sisustustavara, kuningas / 22€

Liite 3: Thaimaalainen paistetturiisi

annosta



2 valkosipulin kynttä
1 pieni sipuli
300 g suikaloitua broileria, naudan- tai sianlihaa tai katkarapuja
0,5 tl chilippuria
2 - 3 rkl soijakastiketta
2 kananmunaa
3 dl mielellään edellisenä päivänä keitettyä riisiä
2 tomaattia
3 dl herne-maissi-paprikasekoitusta
2 rkl sitruunamehua
tarvittaessa suolaa
öljyä paistamiseen

Ruskista öljyssä murskattu valkosipuli tai hienonnettu sipuli. Lisää liha ja anna ruskistua miedolla lämmöllä 3-4 minuuttia välillä sekoittaen. Pane sekaan chilijauhe ja soijakastike ja riko kananmunat pannulle lihan joukkoon. Paista seosta käänneellen, kunnes muna on hyytynyt. Pane sekaan riisi, pienityt ja valutetut tomaatit ja herne-maissi-paprikaseos. Kypsennä pari minuuttia. Lisää sitruunanmehu ja tarvittaessa suolaa. Koristele tarjoiluvati sitruunaviipaleilla. Pöytämausteiksi sopivat sitruunamehu, tabasco ja chili. (Ruokamaailma, 2009.)

Liite 4: Perustamissopimus ja yhtiöjärjestys

Perustamissopimus

1. Perustamme tällä perustamissopimuksella osakeyhtiön,

jonka toiminimi on NonGThai Oy

Merkitsemme yhtiön osakkeet seuraavasti:

Täydellinen nimi	Henkilötunnus/ Y-tunnus	Osoite	Osakkeiden lukumäärä
NonGThai Oy		Tuusankaari 1 03100 Nummela	300

2. Kustakin osakkeesta on yhtiölle maksettava
- 25
- euroa.

Osakkeet on maksettava viimeistään 15.01.2010 (pv.kk.vvvv).

3. Hallituksen varsinaisiksi jäseniksi valitsemme _____

ja varajäseneksi _____

4. Hallituksen puheenjohtajaksi valitsemme
- Nongnuch Taensor

5. Tilintarkastajaksi valitsemme
- Tilitoimisto Lasse Niemelä

ja varatilintarkastajaksi _____

Tilintarkastajia ei ole valittu

6. Yhtiön toimitusjohtajaksi valitsemme _____

(toimitusjohtaja ei ole pakollinen, täytetään tarvittaessa)

7. Yhtiön tilikausi on
- 01.01.-31.12
- (pp.kk. - pp.kk.)

8. Yhtiöjärjestys on tämän perustamissopimuksen liitteenä.

9. Valtuutetaan ilmoituslomakkeella nimetty kaupparekisterin asiamies tekemään rekisteriviranomaisen mahdollisesti edellyttämät korjaukset kaikkien osakkeenomistajien puolesta perustamissopimukseen tai yhtiöjärjestykseen.

Kaikkien osakkeenomistajien
allekirjoitukset

nimenselvennykset

päiväys

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Valitkaa joko malli A tai malli B
Malli A
Liite perustamissopimukseen

Yhtiöjärjestys

- 1§ Yhtiön toiminimi on NonGthai Oy
- 2§ Yhtiön kotipaikka on Nummela
- 3§ Yhtiön toimiala on Aasialainen elintarvikeliike

Liite 5: Perustamisilmoitus

Viranomaisen merkintöjä



PERUSTAMISILMOITUS

Osakeyhtiö, osuuskunta, säästöpankki,
säätiö, yhdistys ja muu yhteisö

YI

Lomakkeella voitte ilmoittautua tai hakeutua kaupparekisteriin, säätiörekisteriin, arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin, työnantajarekisteriin ja vakuutusmaksuverovelvolliseksi. Ilmoittakaa tällä lomakkeella myös ennakon määräämistä koskevat tiedot.
Lähtettäkää lomake osoitteella: PRH - VEROHALLINTO, Yritystietojärjestelmä, PL 2000, 00231 HELSINKI

Yrityksen tai yhteisön nimi	
Toiminimi NonGthai Oy	Yrityksen kieli <input checked="" type="checkbox"/> suomi <input type="checkbox"/> ruotsi
2. Nimivaihtoehto	3. Nimivaihtoehto

Kotipaikka (kunta)
Nummela

Muut mahdolliset toiminimet (Täyttäkää tarvittaessa)	
Rinnakkaistoiminimet (Toiminimen vieraskieliset käännökset)	
Aputoiminimi	Aputoiminimellä harjoitettava toimialan osa
Aputoiminimi	Aputoiminimellä harjoitettava toimialan osa

Yhteystiedot		
Postiosoite (katu/tie, talon nro, porras, huoneiston nro tai postilokero)	Postinumero	Postitoimipaikka
Tuusankaari 1	03100	Nummela
Käyntiosoite (katu/tie, talon nro, porras, huoneiston nro)	Postinumero	Postitoimipaikka
Puhelin	Matkapuhelin 045 6338960	Faksi
Sähköposti nongnuch.taensor@nogthai.net	Kotisivun www-osoite www.nogthai.net	

Yritys ilmoittautuu seuraaviin rekistereihin:		
<input checked="" type="checkbox"/> kaupparekisteriin (mukaan kuitti käsittelymaksusta)	<input checked="" type="checkbox"/> arvonlisäverovelvollisten rekisteriin	<input checked="" type="checkbox"/> työnantajarekisteriin
<input type="checkbox"/> säätiörekisteriin	<input checked="" type="checkbox"/> ennakkoperintärekisteriin	<input type="checkbox"/> verohallinnon vakuutusmaksu-verovelvollisten rekisteriin

Yritysmuoto (Käyttäkää myös yritysmuotokohtaista liitelomaketta. Luettelo lomakkeen sivulla 2.)		
<input type="checkbox"/> Asunto-osakeyhtiö	<input type="checkbox"/> Osuuskunta	<input type="checkbox"/> Yhdistys
<input type="checkbox"/> Julkinen osakeyhtiö	<input type="checkbox"/> Säätiö	<input type="checkbox"/> Muu, mikä? _____
<input checked="" type="checkbox"/> Osakeyhtiö (=yksityinen osakeyhtiö)	<input type="checkbox"/> Ulkomaisen elinkeinonharjoittajan sivuliike	

Tilikausi	
Tilikausi (pv.kk-pv.kk) 01.01.-31.12	Ensimmäisen tilikauden päättymispäivä (pv.kk.vvvv)

YI

Yritys jatkaa aikaisemmin toiminutta liikettä		
Edellisen elinkeinonharjoittajan täydellinen nimi tai toiminimi		Yritys- ja yhteisötunnus tai henkilötunnus
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka

Toiminta aloitetaan myöhemmin (Katsokaa täyttöohje)	
<input type="checkbox"/>	alkaan, pvm

Verohallinnolle tästä ilmoituksesta lisätietoja antava henkilö tai yritys, esim tilitoimisto		
Nimi		Yritys- ja yhteisötunnus
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Puhelin	Matkapuhelin	
Faksi	Sähköposti	

Kauppa- tai säätiörekisterille tästä ilmoituksesta lisätietoja antava henkilö ja/tai yritys (asiamies)		
Yrityksen nimi		Henkilön nimi
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Puhelin	Matkapuhelin	
Faksi	Sähköposti	

Lisätietoja

YRITYSMUOTOKOHTAISET LIITELOMAKKEET (Täyttäkää yksi seuraavista lomakkeista.)

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> 1 OSAKEYHTIÖ/JULKINEN OSAKEYHTIÖ/
VAKUUTUSOSAKEYHTIÖ/
JULKINEN VAKUUTUSOSAKEYHTIÖ | <input type="checkbox"/> 5 ASUMISOIKEUSYHDISTYS/ASUKASHALLINTOALUE/
EUROOPPALAINEN TALOUDELLINEN ETUYHTYMÄ/MUUALLA
REKISTERÖIDYN ETUYHTYMÄN SUOMESSA OLEVA
TOIMIPAIKKA/HYPOTEEKKIYHDISTYS/ SÄÄSTÖPANKKI/
VALTION LIIKELAITOS |
| <input type="checkbox"/> 2 OSUUSKUNTA/OSUUSPANKKI | <input type="checkbox"/> 6 ASUNTO-OSAKEYHTIÖ |
| <input type="checkbox"/> 3 ULKOMAISEN ELINKEINONHARJOITTAJAN SIVULIIKE | <input type="checkbox"/> 7 SÄÄTIÖ |
| <input type="checkbox"/> 4 KESKINÄINEN VAKUUTUSYHTIÖ/JULKINEN KESKINÄINEN
VAKUUTUSYHTIÖ/VAKUUTUSYHDISTYS | <input type="checkbox"/> 8 YHDISTYS |

Täyttäkää myös lomakkeen sivu 3, jos olette ilmoittautunut sivulla 1 arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin, työnantajarekisteriin tai vakuutusmaksuverovelvolliseksi.

Päiväys ja allekirjoitus		
Päiväys	Allekirjoitus ja nimen selvennys	Puhelin
01.01.2010		045 6338960

Henkilötietolain 24 §:n mukainen informaatio lomakkeeseen liittyvistä rekistereistä on saatavissa Internetistä osoitteesta www.ytj.fi sekä Patentti- ja rekisterihallituksesta ja verovirastoista.

Verohallintoon ilmoitettava postiosoite		
<input checked="" type="checkbox"/> Merkitkää rasti ruutuun, jos postiosoite on sama kuin sivulla 1 ilmoitettu yleiseen käyttöön tarkoitettu osoitetieto. <input type="checkbox"/> Muussa tapauksessa täyttäkää alla olevalle riville osoitetiedot.		
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka

Verohallintoon ilmoitettava päätoimiala (Toimiala, jota yritys harjoittaa päätoimenaan)

YI

Arvonlisäverovelvolliseksi ilmoittautuminen		
Ilmoittautuu arvonlisäverovelvolliseksi	Ulkomainen elinkeinonharjoittaja ilmoittautuu arvonlisäverovelvolliseksi	vain ilmoituksenantovelvolliseksi yhteisöhankeista tai -myynnistä
<input checked="" type="checkbox"/> 01.01.2010 alkaen, pvm	<input type="checkbox"/> alkaen, pvm	<input type="checkbox"/> alkaen, pvm
<input type="checkbox"/> Harjoittaa ainoastaan alkutuotantoa		

Arvonlisäverovelvolliseksi hakeutuminen		
Kiinteistön käyttöoikeuden luovuttaja (AVL 12 ja 30 §)	Vähäisen liiketoiminnan harjoittaja, yleishyödyllinen yhteisö tai uskonnollinen yhdyskunta (AVL 12.1 §)	
<input type="checkbox"/> alkaen, pvm	<input type="checkbox"/> alkaen, pvm	
Ulkomainen elinkeinonharjoittaja (AVL 12.2 §)	Ulkomainen kaukomyynti (AVL 63 a §)	Yhteisöhanke (AVL 26 f §)
<input type="checkbox"/> alkaen, pvm	<input type="checkbox"/> alkaen, pvm	<input type="checkbox"/> (pv.kk.vvvv - pv.kk.vvvv)
Alkutuottaja hakeutuu arvonlisäverovelvolliseksi	Tilikauden liikevaihto (AVL 3 §)	
<input type="checkbox"/> alkaen, pvm	euro	

Ei katso olevansa arvonlisäverovelvollinen, perustelut
<input type="checkbox"/>

Vakuutusmaksuverovelvollisuutta koskevat tiedot
Ilmoittautuu vakuutusmaksuverovelvolliseksi
<input type="checkbox"/> alkaen, pvm

Pankkiyhteys ja tilinumero
802017-2020175

Palkanmaksua koskevat tiedot	
Ilmoittautuu säännöllisesti palkkoja maksavaksi työnantajaksi	Ilmoittautuu merityötuloa maksavaksi työnantajaksi
<input checked="" type="checkbox"/> 01.01.-31.12 alkaen, pvm	<input type="checkbox"/> alkaen, pvm

Ennakkoperintärekisteriin hakeutuva täyttää
Hakeutuu ennakkoperintärekisteriin (EPL 25 §)
<input type="checkbox"/> 01.01.2010 alkaen, pvm

Ennakkoveron määrittämistä koskevat tiedot	
Ensimmäisen tilikauden arvioitu liikevaihto	Ensimmäisen tilikauden arvioitu verotettava tulo
189.344,00 euroa	6966,00 euroa

HALLITUS			
Nimi Nongnuch Taensor	Henkilötunnus 301085-xxxx	Kansalaisuus suomi	<input checked="" type="checkbox"/> puheenjohtaja <input type="checkbox"/> jäsen
Postiosoite Naaranpajuntie 18		Postinumero 03100	Postitoimipaikka Nummela
Nimi	Henkilötunnus	Kansalaisuus	<input type="checkbox"/> jäsen <input type="checkbox"/> varajäsen
Postiosoite		Postinumero	Postitoimipaikka
Nimi	Henkilötunnus	Kansalaisuus	<input type="checkbox"/> jäsen <input type="checkbox"/> varajäsen
Postiosoite		Postinumero	Postitoimipaikka
Nimi	Henkilötunnus	Kansalaisuus	<input type="checkbox"/> jäsen <input type="checkbox"/> varajäsen
Postiosoite		Postinumero	Postitoimipaikka
Nimi	Henkilötunnus	Kansalaisuus	<input type="checkbox"/> jäsen <input type="checkbox"/> varajäsen
Postiosoite		Postinumero	Postitoimipaikka
Nimi	Henkilötunnus	Kansalaisuus	<input type="checkbox"/> jäsen <input type="checkbox"/> varajäsen
Postiosoite		Postinumero	Postitoimipaikka

TILINTARKASTAJAT			
<input checked="" type="checkbox"/> Tilintarkastaja	<input type="checkbox"/> Varatilintarkastaja	<input checked="" type="checkbox"/> KHT	<input type="checkbox"/> HTM
Nimi (henkilö tai yhteisö) Tiltoimisto Lasse Niemelä		Henkilö- tai yritys- ja yhteisötunnus	
Henkilön postiosoite		Postinumero	Postitoimipaikka
Yhteisön päävastuullinen tilintarkastaja		Henkilötunnus	
Henkilön postiosoite		Postinumero	Postitoimipaikka
<input type="checkbox"/> Tilintarkastaja	<input type="checkbox"/> Varatilintarkastaja	<input type="checkbox"/> KHT	<input type="checkbox"/> HTM
Nimi (henkilö tai yhteisö)		Henkilö- tai yritys- ja yhteisötunnus	
Henkilön postiosoite		Postinumero	Postitoimipaikka
Yhteisön päävastuullinen tilintarkastaja		Henkilötunnus	
Henkilön postiosoite		Postinumero	Postitoimipaikka

TILINTARKASTAJIA EI OLE VALITTU	<input type="checkbox"/>
---------------------------------	--------------------------

Liitelmä 1, sivu 2 (3)

TOIMITUSJOHTAJA		
Toimitusjohtaja		
Nimi	Henkilötunnus	Kansalaisuus
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Toimitusjohtajan sijainen		
Nimi	Henkilötunnus	Kansalaisuus
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
YHTIÖN EDUSTAMINEN		
Edustamiseen oikeutetut henkilöt ja prokuristit		
Nimi	Henkilötunnus	<input checked="" type="checkbox"/> oikeutettu <input type="checkbox"/> prokuristi
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Kansalaisuus	Miten yhtiötä edustetaan (yksin / kenen kanssa yhdessä)	
Nimi	Henkilötunnus	<input type="checkbox"/> oikeutettu <input type="checkbox"/> prokuristi
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Kansalaisuus	Miten yhtiötä edustetaan (yksin / kenen kanssa yhdessä)	
Nimi	Henkilötunnus	<input type="checkbox"/> oikeutettu <input type="checkbox"/> prokuristi
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Kansalaisuus	Miten yhtiötä edustetaan (yksin / kenen kanssa yhdessä)	
Nimi	Henkilötunnus	<input type="checkbox"/> oikeutettu <input type="checkbox"/> prokuristi
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Kansalaisuus	Miten yhtiötä edustetaan (yksin / kenen kanssa yhdessä)	
Nimi	Henkilötunnus	<input type="checkbox"/> oikeutettu <input type="checkbox"/> prokuristi
Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Kansalaisuus	Miten yhtiötä edustetaan (yksin / kenen kanssa yhdessä)	

Liitelomake 1, sivu 3 (3)

Liite 6: Investointilaskelma

ALOITTAVA TASE			
RAHAN TARVE (INVESTOINNIT)	RAHAN LÄHTEET	Korko	Laina-aika
0. Kiinteistöt ja maa-alue			
1. Vuokratakuu			
2. Remontti			
3. Puh, fax, kopio			
4. Atk koneet&ohj.			
5. Tuotantokon&lait	3 000		
6. Kalusteet	700		
7. Tarvikkeet	0		
8. Auto	0		
9. Mallit, protot ym	0		
10. Markkin. invest.	1 500		
11. Kaupparek. mak.	0		
12. Muut yhteensä	0		
13. Alkubarasto	5 000		
14. Kassareservi	0		
15. Käyt. pääoma yht.	5 300		
16. YHTEENSÄ	15 500		
	Pankkilaina	0	5,0 %
	Finnvera	7500	5,0 %
	Muu laina	0	5,0 %
	VIERAS PO YHT.	7 500	
	Osakepo rahana	5 000	
	Osakepo apporttina	0	
	Muu oma po rahana	0	
	Muu oma po app:nä	0	
	Yritystuet	3 000	
	OMA PO YHT.	8 000	
	YHTEENSÄ	15 500	

KUSTANNUSRAKENNE / MYYNTITARVE ("Tuloslaskelma")			
		KUUKAUS TILIAUSI 12	
17. Oma nettopalkka(tarve)		0	0
18. + Lainojen lyhennys		0	0
18a. - Poistot		-77	-925
19. = Tulot verojen jälkeen		77	925
20. + Verot	26,00 %	0	0
21. = Bruttotulo(tarve)		77	925
22. + Lainojen korot		31	375
23. = Käyttökate(tarve)		108	1 300
24. Kiinteät kulut (alv 0%)		0	0
25. +Palkat ja palkkiot		2 900	34 800
26. +Henkilösivukulut		715	8 580
27. +Muut henkilöstösivukulut (Yrittäjän YEL)		0	0
28. +Kiinteistökulut		1 412	16 944
29. +Kone-, laite-, ja kalustokulut		0	0
30. +Kuljetus- ja huolintakulut		0	0
31. +Ajoneuvokulut		0	0
32. +Matkakulut		0	0
33. +Myynti ja markkinointikulut		82	984
34. +Edustuskulut		0	0
35. +Tutkimus- ja kehittämiskulut		0	0
36. +Asiantuntijakulut		66	787
37. +Vakuutukset		70	840
38. +Hallintokulut		49	590
39. +Muut liiketoiminnan kulut		0	0
40. Kiinteät (25-39) yhteensä (alv 0%)		5 294	63 524
41. =Myyntikate(tarve) (23+40)		5 402	64 824
42. +Aineet&tarvikkeet (-ALV)		8 103	97 236
44. =LIIKEVAIHTO(TARVE)		13 505	162 061
45. +ALV edelliseen	22,00 %	2 971	35 653
46. KOKONAISMYYNTI(TARVE)		16 476	197 714
		kk	viikko
MYYNNTITARVE EUROJA PER		16476	3788
			päivä
			tunti
Aikamäärittelyt	1v = 12 kk		1vko = 5 pv
	1kk = 4,35 vko		1pv = 8h

INVESTOINNIT = RAHAN TARVE

Nimike	UUSI	APPORTTI		YHTEENSÄ	POISTO
Kiinteistö				0	
Maa				0	
Muuta				0	
0. KIINTEISTÖT JA MAA-ALUEE	0	0		0	7 %
Remonttitarpeet				0	
* työ				0	
Muuta				0	
2. REMONTTI YHTEENSÄ	0	0		0	0
Puhelin&gsm				0	
Fax				0	
Kopiokone				0	
muuta				0	
3. PUHELIN...YHTEENSÄ	0	0		0	0
atk koneet				0	
atk ohjelmat				0	
muuta				0	
4. ATK YHTEENSÄ	0	0		0	0
Koje				0	
Kone				0	
Laitteet				0	
Asennus				0	
Muuta				0	
Koneet & kal. erittely	2600	400			
5. TUOTANTOKON & LAITT. YH	2600	400		3000	3000
kalusteet					
Kalusteet erittely	700	0			
6. Kalusteet yht	700	0		700	700
7. Tarvikkeet				0	0
8. Auto				0	0
9. Mallit, protot ym				0	0
Käyntikortit	100				
Esitteet	300				
Ilmoittelu (www-sivut)	200				
Kyltit	500				
Messustandi					
Suorapostitus	400				
Muuta					
MARKKINOINTI-INVEST. YHT.	1500			1500	
12. Muut yhteensä				0	0
13. Alkubarasto	5000			5000	
KAIKKI INVEST. YHTEENSÄ	9800	400		10200	3700
	UUSI	APPORTTI		YHTEENSÄ	POISTO
					25 %

Liite 7: Kiinteät kustannukset

KIINTEÄT KUSTANNUKSET

Tilikauden pituus ->		12	kk	kk			VUOSI	KTÖPO	kk	1
Palkat vieraille				2 900	Valitse	ALV:n	34 800	2 900		1
palkan sivukulut				715	alhaalta	osuus	8 580	715		1
Työntekijöiden kiinteät palkat				3 615	oikea	osto-	43 380	3 615		1
Oma nettopalkkatarve					ALV-	hin-	0	0		1
Oma vero	24,00 %			0	kanta	nasta	0	0		1
Yrittäjäeläkkeen perusteena oleva palkkasumma										1
YEL-vakuutus ->	15,60 %			0,0			0	0		1
Vuokrat m2*€	70	19		1 330	0%	0	15 960	1 330		1
Sähkö/lämpö				100	22%	18	1 200	100		1
Jätehuolto					22%	0	0	0		1
Siivous					22%	0	0	0		1
KIINTEISTÖKULUT				1 430		18	17 160	1 430		
Korjaukset, huollot, ohj.päivitykset					22%	0	0	0		1
Laitteisto					22%	0	0	0		1
Ohjelmistojen täydennys					22%	0	0	0		1
Huollot ym					22%	0	0	0		1
KONE-, LAITE JA KALUSTOKULUT				0		0	0	0		
Kuljetukset					22%	0	0	0		1
Huolinta					22%	0	0	0		1
KULJETUS JA HUOLINTA				0		0	0	0		
Matkakulut					0%	0	0	0		1
Matkaliput					8%	0	0	0		1
Majoitus					8%	0	0	0		1
Muut					8%	0	0	0		1
YHTEENSÄ				0		0	0	0		
Myynti ja markkinointi					22%	0	0	0		1
Mainonta				100	22%	18	1 200	100		1
Messut					22%	0	0	0		1
Myynnin edistäminen					22%	0	0	0		1
Muut					22%	0	0	0		1
YHTEENSÄ				100		18	1 200	100		
Edustus					22%	0	0	0		1
Amm.lehdet,-kirjall.					8%	0	0	0		1
Koulutus					22%	0	0	0		1
Muuta					22%	0	0	0		1
TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISKULUT				0		0	0	0		
ASIAANTUNTIJAKULUT mm kirjanpito				80	22%	14	960	80		1
Vahinko- ym. vakuutukset				40	0%	0	480	40		1
Tapaturmavakuutukset				30	0%	0	360	30		1
Vastuuvakuutukset					0%	0	0	0		1
Muut vakuutukset					0%	0	0	0		1
VAKUUTUKSET YHTEENSÄ				70		0	840	70		
Puhelin				10	22%	2	120	10		1
Tietoliikenne				40	22%	7	480	40		1
Toimistokulut				10	22%	2	120	10		1
Muut					22%	0	0	0		1
HALLINTOKULUT YHTEENSÄ				60		11	720	60		
Auton vakuutukset					0%	0	0	0		1
Auton käyttökulut					22%	0	0	0		1
AJONEUVOKULUT				0		0	0	0		
Muut kiinteät kulut					22%	0	0	0		1
Pakkaustarvikkeet					22%	0	0	0		1
Postitus					22%	0	0	0		1
Muut					22%	0	0	0		1
MUUT KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ				0		0	0	0		
YHTEENSÄ				5 355		61	64 260	5 355		

Liite 8: Työntekijöiden palkat

TYÖNTEKIJÖIDEN PALKAT

Hlö	Nimike	€/kk	1	1	kk/V	Vuosi-	Sivukulut	Sivukulut
		€/t	t/pv	p/vko	vko/V	palikka	%	vuodessa
1	Oma palkka	1500	1	1	12	18000	15 %	2700
2	Työntekijä	700	1	1	12	8400	35 %	2940
3	Työntekijä	700	1	1	12	8400	35 %	2940
4						0	35 %	0
5						0	35 %	0
6						0	35 %	0
7						0	35 %	0
8						0	35 %	0
9						0	35 %	0
10						0	35 %	0
YHT						34800		8580

	kk	12	vuosi	tilikausi
PALKAT	2900		34800	34800
SIV.KUL	715		8580	8580
YHTEENSÄ	3615		43380	43380

Kilometrikorvauslaskuri			
km	0	0,38	0,00

Liite 9: Kriittinen piste

TULOSVERTAILU JA KRIITTINEN PISTE

HERKKYYSANALYYSI	100 %	95 %	90 %	80 %	70 %	KRP
MYYNTITARVE (alv 0%)	162 061	162 061	162 061	162 061	162 061	86 %
LIKEVAIHTO (alv 0%)	189 344	179 877	170 410	151 475	132 541	
EROTUS	27 284	17 816	8 349	-10 585	-29 520	

Tasevertailu

Käyttöpääoma yhteensä	5 300
Käyttöpääoman korjaus	-86
Kassareservi	
Investoinnit yhteensä = rahoitustarve	15 500
Rahoitus yhteensä	15 500
Kassareservi/lisärahoitustarve	-0

Liite 10: Myyntibudjetti

MYyntIBUDJETTI 1	Tuote 1	Tuote 2	Tuote 3	Tuote 4	Tuote 5	Tuote 6	Tuote 7	Tuote 8	Yhteensä	HUOMAUTUKSIA
(Vuosityynty)	Myynti	0	0	0	0	0	0	0	0	
My-määrä, yksikköä	11	0	0	0	0	0	0	0		
Yksikköhinta, sis. alv €	21000	0	0	0	0	0	0	0		
Kokonaisytynty €	231000	0	0	0	0	0	0	0	231000	
-alv €	41656	0	0	0	0	0	0	0	41656	
= Liikevaihto € (alv 0%)	189344	0	0	0	0	0	0	0	189344	
Ostot/yksikkö sis. alv €	12600	0	0	0	0	0	0	0		
Kokonaisostot €	138600	0	0	0	0	0	0	0	138600	
-alv €	24993	0	0	0	0	0	0	0	24993	
Netto-ostot (alv 0%)	113607	0	0	0	0	0	0	0	113607	
Myyntikate €	75737,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	75738	40 t/vko
Myyntikate %	40,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	40,00 %	48 vkoa
Prosenttiosuus myk.sta	100,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %		1920 tuntia/v
Myyntikate € / tunti	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	Yhteensä	käytetty Jäljellä t
Valmistustunnit/yksikkö	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0 1920
Valmistustunnit yht.	0	0	0	0	0	0	0	0	Jäljellä	päiviä 240

	Tuote 9	Tuote 10	Tuote 11	Tuote 12	Tuote 13	Tuote 14	Tuote 15	Tuote 16	Yhteensä	HUOMAUTUKSIA
(Vuosityynty)	0	0	0	0	0	0	0	0		
My-määrä, yksikköä	0	0	0	0	0	0	0	0		
Yksikköhinta, sis. alv €	0	0	0	0	0	0	0	0		
Kokonaisytynty €	0	0	0	0	0	0	0	0	231000	
-alv €	0	0	0	0	0	0	0	0	41656	
= Liikevaihto € (alv 0%)	0	0	0	0	0	0	0	0	189344	
Ostot/yksikkö sis. alv €	0	0	0	0	0	0	0	0		
Kokonaisostot €	0	0	0	0	0	0	0	0	138600	
-alv €	0	0	0	0	0	0	0	0	24993	
Netto-ostot (alv 0%)	0	0	0	0	0	0	0	0	113607	
Myyntikate €	0	0	0	0	0	0	0	0	75738	
Myyntikate %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	40,00 %	
Prosenttiosuus myk.sta	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %		
Myyntikate € / tunti	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	Yhteensä	käytetty Jäljellä t
Valmistustunnit / yksikkö	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0	0 1920
Valmistustunnit yhteensä	0	0	0	0	0	0	0	0	Jäljellä	päiviä 240

Liite 11: 3. vuoden tuloseennuste

3v TULOSENNUSTE

Muutos prosenttia edelliseen vuoteen	5 %	5 %	
	1 vuosi	2 vuosi	3 vuosi
Myyntituotot	231 000	242 550	254 678
Myyntin oikaisuerät	-41 656	-43 739	-45 925
Liikevaihto	189 344	198 811	208 752
Varastomuutos	0	0	0
Valmistus omaan käyttöön	0	0	0
Liiketoiminnan muut tuotot	0	0	0
Tuotot yhteensä	189 344	198 811	208 752
Materiaalit ja palvelut	0	0	0
Ostot tilikauden aikana	-138 600	-145 530	-152 807
Ostojen oikaisuerät	24 993	26 243	27 555
Varastomuutos	0	0	0
Ulkopuoliset palvelut	0	0	0
Henkilöstökulut	0	0	0
Palkat ja palkkiot	-34 800	-36 540	-38 367
Henkilösivukulut	-8 580	-9 009	-9 459
Muut henkilöstösivukulut	0	0	0
Poistot	-925	-925	-925
Liiketoiminnan muut kulut	0	0	0
Vapaaehtoiset henkilöstökulut	0	0	0
Toimitila- ja kiinteistökulut	-16 944	-17 791	-18 680
Kone-, laite-, ja kalustokulut	0	0	0
Kuljetus- ja huolintakulut	0	0	0
Ajoneuvokulut	0	0	0
Matkakulut	0	0	0
Myynti- ja markkinointikulut	-2 484	-1 033	-1 084
Edustuskulut	0	0	0
Tutkimus- ja kehittämiskulut	0	0	0
Asiantuntijakulut	-787	-826	-868
Vakuutuskulut	-840	-882	-926
Hallintokulut	-590	-620	-651
Muut liiketoiminnan kulut	0	0	0
Liikevoitto -tappio	9 788	11 899	12 540
Rahoitustuotot ja -kulut	-375	-328	-234
Voitto (tappio) ennen sat. erää	9 413	11 571	12 306
Satunnaiset erät	0	0	0
Satunnaiset tuotot	0	0	0
Satunnaiset kulut	0	0	0
Voitto (tappio) ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja	9 413	11 571	12 306
Tilinpäätössiirrot	0	0	0
Tuloverot	-2 447	-3 008	-3 200
Muut välittömät verot	0	0	0
Tilikauden voitto (tappio)	6 966	8 563	9 106
Alkukassa	5 300	13 191	20 804
Tilikauden voitto (tappio)	6 966	8 563	9 106
Poistot	925	925	925
Lainojen lyhennys	0	-1 875	-1 875
Loppukassa	13 191	20 804	28 960

Liite 12: Liite starttirahahakemukseen

LIITE LOMAKKEESEEN TM 3.25 (starttiraha)

Suunniteltu rahoitus	Pääoman tarve		
	Investoinnit (rakennukset, koneet, kalusteet)		10 200
	Käyttöpääoma (1-2 kk:n kulut + käteisvarat)		5 300
	Kustannusylitysvaraus (sisältyy käteisvaroihin)		0
	Yhteensä		15 500
	Rahoitus		
	Oma rahoitus		5 000
	Muiden sijoitukset yritykseen		
	Lainat		7 500
	Avustukset ja tuet		3 000
Yhteensä		15 500	
U Kannattavuus	Tavoitetulos (Yrittäjän oma nettopalkka 1. Vuonna)		0
	Verot + lainojen lyhennys		925
	RAHOITUSTARVE		925
	Korot, muut rahoituskulut		375
	KÄYTTÖKATETARVE		1 300
	+ kiinteät kulut		
	+Palkat ja palkkiot	34 800	
	+Henkilösivukulut	8 580	
	+Muut henkilöstösivukulut	0	
	+Kiinteistökulut	16 944	
	+Kone-, laite-, ja kalustokulut	0	
	+Kuljetus- ja huolintakulut	0	
	+Ajoneuvokulut	0	
	+Matkakulut	0	
	+Myynti ja markkinointikulut	984	
	+Edustuskulut	0	
	+Tutkimus- ja kehittämiskulut	0	
+Asiantuntijakulut	787		
+Vakuutukset	840		
+Hallintokulut	590		
+Muut liiketoiminnan kulut	0		
= MYYNTIKATETARVE	63 524	64 824	
+aineet ja tarvikkeet		97 236	
+työntekijöiden muuttuvat palkat sivukuluineen			
+muut muuttuvat			
V Liikevaihto	=LIIKEVAIHTO[tarve]		162 061

Liite 13: Liite Finnveran naisyrittäjälaina hakemukseen

FINNVERA:N LAINA

Suunniteltu rahoitus

Pääoman tarve	€	Rahoitus	€
Rakennukset ja maa-alueet	0	Finnvera Oyj:n laina	7 500
Koneet ja kalusto	3 700	Muut pitkäaikaiset lainat	0
Käyttöpääoma	5 300	Muut yritystuet	3 000
Yrityksen kehittäminen	6 500	Oma rahoitus	5 000
	Yhteensä 15 500		Yhteensä 15 500

	Vuosi 1	Vuosi 2	Vuosi 3
Myyntituotot	231 000	242 550	254 678
alv	-41 656	-43 739	-45 925
Liikevaihto	189 344	198 811	208 752
Aineet ja tarvikkeet	-113 607	-119 287	-125 251
Henkilöstökulut	-43 380	-45 549	-47 826
Vuokrat	-16 944	-17 791	-18 680
Liiketoim. muut kulut	-4 701	-3 361	-3 529
Käyttökate	10 713	12 824	13 465
Rahoituskulut	-375	-328	-234
Verot 26 %	-2 447	-3 008	-3 200
Rahoitustulos	7 891	9 488	10 031
Poistot	-925	-925	-925
Nettotulos	6 966	8 563	9 106
Muut tuotot/kulut	0	0	0
Kokonaistulos	6 966	8 563	9 106
Alkukassa	5 300	13 191	20 804
Tilikauden voitto (tappio)	6 966	8 563	9 106
Poistot	925	925	925
Lainojen lyhennys	0	-1 875	-1 875
Loppukassa	13 191	20 804	28 960