



# Opas alkavalle yrittäjälle

Markus Merikanto

2023 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Opas alkavalle yrittäjälle

Markus Merikanto  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Huhtikuu, 2023

Markus Merikanto

**Opas alkavalle yrittäjälle**

Vuosi 2023 Sivumäärä 376

---

Valitsin opinnäytetyöni aiheeksi oppaan alkavalle yrittäjälle. Valitsin kyseisen aiheen, sillä se on kiinnostanut minua jo hyvin nuoresta iästä asti. Olen työskennellyt useassa yrityksessä ja olen aina pyrkinyt näkemään yrityksen vahvuudet ja heikkoudet, sekä mitä itse tekisin eri tavalla. Siksi tulevaisuudessa unelmani olisikin perustaa oma yritys ja toimia kuten itse haluan. Siitä syystä en pidä tätä opinnäytetyötä pelkästään opinnäytteenä opinnoistani vaan myös oppaana itselleni ja muille yrittäjähenkisille tulevaisuutta varten. Työn tarkoituksena onkin antaa minulle itselleni, kuin myös muille yrittäjähenkisille monipuolinen opas, joka helpottaisi yrityksen perustamisen alkuvaiheita. Opintoni ovat antaneet paljon tietoa aiheeseen, jota tulen hyödyntämään opinnäytetyössäni. Opinnäytetyötä varten käytin useaa kirjallista, sekä sähköistä lähdettä, jotta kaikki mielestäni oleellinen saataisiin sisällytettyä opinnäytetyöhön.

Opinnäytetyö ei rajaa yrityksen perustamista mihinkään tiettyyn yritykseen vaan se on yleisluonteinen, jota kaikki voivat hyödyntää. Opinnäytetyö sisältää yrityksen perustamiseen liittyviä vaiheita alkaen yrittäjän luonteesta ja liikeideasta edeten muun muassa liiketoimintasuunnitelmaan, yhtiömuotoihin, SWOT-analyysiin ja erillisiin ilmoituksiin, joita viranomaisille on tehtävä. Opinnäytetyö painottaa suunnittelua, jota yrittäjän on tehtävä ennen yrityksen perustamista. Opinnäytetyön tarkemmat aiheet löytyvät sivuittain sisällysluettelosta.

**Laurea University of Applied Sciences**  
Degree Programme in Business Administration  
Bachelor of Business Administration

**Abstract**

Markus Merikanto

**A Guidebook for Starting a Business**

Year	2023	Pages	376
------	------	-------	-----

---

As a subject of my thesis report I chose to write a guide for a beginner entrepreneur. I chose this very subject, because it has always interested me since from a very young age. I have worked in many companies and I've always tried to see the strengths and weaknesses of the company and also the things that I would do differently. That is why it's my dream to start my own business in the future and operate the way I want to. This is why I don't consider this thesis only as a opus for my studies, but as a guide for myself and for all who are interested in entrepreneurship. The purpose of this thesis is to give myself and all the others who are interested to start their own business a diverse guidebook for their first steps for starting their own business. My studies have given me a lot of knowledge on the matter which I will utilize writing this guidebook. For this thesis I used a lot of book and electronic sources to include all the essential information for this kind of guidebook.

This thesis doesn't limit starting a new company for a specific type of company. It is rather universal so everyone who are interested starting their own company can use this guide book for guidance. This thesis includes subjects from a personality of entrepreneur and business idea, continuing to subjects like business plan, company forms, SWOT-analysis and necessary announcements required to start your own company. This thesis highlights careful planning, that is required for starting a new business. More specific subjects are found on table of contents.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneur, Business plan, Company forms, Business idea

## Sisällys

1	Tavoitteet .....	6
2	Yrittäjä .....	6
3	Liiketoimintasuunnitelma .....	7
3.1	Tiivistelmä .....	7
3.2	Liikeidea.....	7
3.2.1	Tuote tai palvelu .....	8
3.2.2	Asiakkaan tarpeen täyttäminen .....	8
3.2.3	Markkinat .....	8
3.2.4	Tapa toimia.....	9
3.3	Yrityksen arvot, missio ja visio.....	9
3.4	Markkinointisuunnitelma .....	10
3.4.1	Markkinat ja kilpailijat.....	10
3.4.2	Kohdemarkkinoiden valinta .....	10
3.4.3	Markkinointistrategia .....	11
3.4.4	Asiakassuhteiden hallinta .....	15
3.5	Laskelmat .....	15
3.5.1	Rahoituslaskelma .....	15
3.5.2	Kannattavuuslaskelma .....	16
3.5.3	Myyntilaskelma.....	18
3.6	Riskit .....	18
3.6.1	Riskien tunnistaminen .....	19
3.6.2	Riskien hallitseminen .....	20
4	SWOT-analyysi .....	22
5	Yritysmuodot.....	23
5.1	Yksityinen elinkeinoharjoittaja (Toiminimi).....	23
5.2	Avoin yhtiö .....	24
5.3	Kommandiittiyhtiö .....	25
5.4	Osakeyhtiö .....	26
5.5	Osuuskunta .....	28
6	Rahoitus .....	29
7	Yrittäjän turva .....	31
8	Yrityksen perustamisen vaiheet ja johtopäätökset.....	32
	Lähteet.....	34
	Kuviot .....	36

## 1 Tavoitteet

Tavoitteena opinnäytetyössä on kirjoittaa selkeä tiivistelmä siitä, mitä yrityksen perustamiseen vaaditaan. Opinnäytetyön tarkoituksena on opettaa itseäni, sekä antaa yrityksen perustamiseen liittyviä tietoja myös muiden luettavaksi. Pää tavoitteena onkin, että opinnäytetyötä kirjoittaessani saisin selkeämmän kuvan siitä, mitä yrityksen perustamista varten vaaditaan ja mitkä ovat sen vaiheet. Pyrin siis oppimaan samalla kuin kirjoitan. Toivon myös, että opinnäytetyötä lukevat saavat aiheesta lisätietoa, oli kyse sitten kokonaisaiheesta, tai opinnäytetyön yksittäisen kappaleen aiheesta. Tarkoituksena opinnäytetyössä on jaksottaa kappaleet selkeästi, sekä kirjoittaa aiheesta mahdollisimman selkeästi, jotta aiheesta kiinnostuneet ymmärtäisivät mistä olen kappaleissa kirjoittanut.

## 2 Yrittäjä

Fakta on, että kaikista ei ole yrittäjiksi. Yrittäjyyteen vaaditaan äärimmäistä paineensietokykyä, sekä omistautumista. Yrittäjän työtunnit eivät ole työlistaan laadittuja, vaan työtä joutuu tekemään usein kellon ympäri. Siksi heti alkuun olisikin hyvä kysyä itseltään, miksi haluaa yrittäjäksi. Syitä voi olla monia, mutta usein syynä on halu tehdä asiat juuri omalla tavalla. Tärkeintä on, että aloitteleva yrittäjä tietää itse syyn. Yrittäjähenkisiä ihmisiä yhdistää usein monet yhteiset luonteenpiirteet. Näitä ovat muun muassa periksiantamattomuus, ahkeruus, tarve olla oikeassa, mahdollisuuksien etsiminen ja luominen, sekä voimakas motivaatio omaan tekemiseen. On tärkeää muistaa, että epäonnistuminen on sallittua. Aloittelevan yrittäjän tie ei ole helppo tai nopea. Se vaatii ponnisteluja ja siitä syystä onnistumiset tuntuvat entistä paremmilta. Yrittäjyys ei ole vain työtä, vaan myös elämäntapa. (Salmenkari & Ruotsi 1994, 32-35.) Yrittäjiä voidaan kuvailla monella tapaa. Heitä voidaan kuvailla muun muassa voitonmahdollisuuksien hyödyntäjinä, riskien ottajina ja kantajina, sekä innovaatioiden tuottajina. (Hyytinen & Maliranta 2015, 66.)

Yrittäjämäisen luonteen lisäksi yrittäjän olisi hyvä osata yrityksen perustamiseen liittyviä perusasioita. Erityisesti uuden yrityksen toimiala olisi hyvä olla hallussa joiltakin osin. Palkkatyössä toimiminen kyseisellä toimialalla on esimerkiksi loistava alku. Tämä auttaa ymmärtämään sitä, mihin yrittäjä on ylipäättänsä ryhtymässä. Vaikka yrittäjän olisi hyvä osata yritykseen liittyviä asioita, ei tietämättömyys alasta kuitenkaan ole este, mikäli yrittäjämielinen henkilö aidosti haluaa perustaa yrityksen. Yrittäjyydessä on myös se hieno puoli, että tekemällä oppii. Tästä huolimatta yrittäjän olisi kuitenkin hyvä osata esimerkiksi toimialaan, markkinointiin, johtamiseen, sekä yleisen toiminnan suunnitteluun liittyviä taitoja. Yrityksen

perustaminen ja yritystoiminta helpottuu huomattavasti, mikäli yrittäjä hallitsee yrityksen perustamiseen ja pyörittämiseen liittyviä taitoja. (Holopainen 2019, 9.)

### 3 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on kirjattu suunnitelma siitä, miten liiketoimintaa lähdetään käytännössä toteuttamaan. Liiketoimintasuunnitelman rakenne eroaa riippuen liiketoimintasuunnitelmasta, mutta jokaisen liiketoimintasuunnitelman tulisi kattaa tiettyjä olennaisia osa-alueita. Näitä olennaisia osa-alueita ovat esimerkiksi markkinat ja kilpailijat, tuotteen tai palvelun ominaisuudet ja hinta, erilaiset laskelmat, sekä yritystoiminnan riskit. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on siis kuvata, miten yritys toimii ympäristössään, ja mitkä ovat sen tavoitteet niin lyhyellä, kuin myös pidemmällä aikavälillä. Tämä tulisi selittää mahdollisimman selkeästi ja kattavasti. Hyvä liiketoimintasuunnitelma ei keskity pelkästään siihen mikä tekisi yrityksestä toimivan ja menestyvän. On yhtä tärkeää keskittyä riskitekijöihin, jotka voivat olla menestymisen tiellä ja pahimmillaan rampauttaa koko yrityksen toiminnan. Liiketoimintasuunnitelma tulisikin siis tehdä erityisen huolellisesti, jotta itse yrittäjä, sekä mahdolliset sijoittajat pystyvät näkemään yrityksen potentiaalin tulevaisuudessa. (Holopainen 2019, 16.)

#### 3.1 Tiivistelmä

Liiketoimintasuunnitelma alkaa tiivistelmällä, joka nimensä mukaisesti tiivistää kaiken olennaisen liiketoimintasuunnitelmasta. Tiivistelmässä on tärkeää, että siinä esitetään liiketoimintasuunnitelman olennaiset asiat selkeästi ja helposti ymmärrettävästi. Tiivistelmässä ei ole tarkoitus esittää liiketoimintasuunnitelman osia yksityiskohtaisesti, sillä ne esitetään tarkemmin liiketoimintasuunnitelman eri osioissa. Se onkin eräänlainen yleinen katsaus liiketoimintasuunnitelmasta, joka on helppo hahmottaa ja lukea. Tiivistelmä muodostaa pohjan itse liiketoimintasuunnitelman rakenteelle. (McKinsey&Company 1999, 51.)

#### 3.2 Liikeidea

Aivan alkuun ennen minkään näköisiä toimenpiteitä yrityksen perustamista suunnittelevan henkilön tulee laatia liikeidea. Liikeideassa määritellään muun muassa, minkälaisia tuotteita tai palveluita yritys tarjoaa, kenelle se niitä tarjoaa ja millä tavalla. Tarkoituksena on kehittää jokin ratkaisu johonkin asiakkaan tarpeeseen. Aloittelevalle yrittäjälle nämä ovat erittäin oleellisia asioita selvittää, jotta yritys voisi menestyä mahdollisimman hyvin. Tarkoituksena on löytää tietty markkinarako, jossa tuote tai palvelu voisi menestyä mahdollisimman hyvin kilpailijoita vastaan. (Holopainen 2021, 12-13.)

Liikeideaa ei tulisi kehittää hätäillen. Se antaa pohjan liiketoimintasuunnitelmalle, joten sen kehittämiseen tulee käyttää aikaa. Mitään tiettyä aikaa sille on kuitenkin vaikea määrittää,

mutta hyvän liikeidean kehittämässä kestää usein kuukausia. Liikeideaa kehittäessä olisi myös hyvä olla jonkinlainen ymmärrys ja kokemus kyseiseltä alalta, jotta liikeideasta saataisiin realistinen. Idea tulee myös testata ja katsoa, onko sillä mahdollisuuksia markkinoilla ja onko se ylipäättänsä toteuttamiskelpoinen. Mikäli näin ei ole, tulee liikeideaa jatkokehittää, kunnes sille löytyy sopiva markkinarako ja kunnes se saadaan vastaamaan asiakkaan tarpeita. Tavoitteena on mahdollisimman vakuuttava ja selkeä liikeidea sekä itse yrittäjää varten, että myös mahdollisia sijoittajia varten. (McKinsey&Company 1999, 23-25, 30-31.)

Vakuuttavan liikeidean tulisi määrittää seuraavat asiat; Mikä on yrityksen tuote tai palvelu, mikä asiakkaan tarve täytetään, mitkä ovat markkinat, sekä mikä on yrityksen tapa toimia. Näitä tarkastelemalla aloitteleva yrittäjä hahmottaa oman mahdollisen paikkansa markkinoilla ja mihin asiakkaan tarpeisiin yritys voisi vastata. (McKinsey&Company 1999, 32-33.)

### 3.2.1 Tuote tai palvelu

Liikeideaa kehittäessä aloittelevan yrittäjän tulee keksiä yrityksen tarjoama tuote tai palvelu. Kyse voi olla aineellisesta tuotteesta tai palvelutuotteesta. Tämä riippuu täysin siitä, mitkä ovat yrittäjän vahvuudet ja mitä hän haluaa asiakkaille tarjota. Oleellista on pohtia, tarjoaako yrityksen tarjoama tuote tai palvelu ratkaisun johonkin asiakkaan ongelmaan. (Holopainen 2021, 13.)

### 3.2.2 Asiakkaan tarpeen täyttäminen

Asiakas on aina oikeassa. Myös tässä tapauksessa yrityksen tulee pohtia asiakkaan näkökulmasta mikä on asiakkaan tarve ja miten se täytetään. Tietyillä markkinoilla myös kilpailijoita voi olla monia. Tässä tapauksessa aloittelevan yrityksen tulisikin pohtia miten asiakkaan tarve tyydytetään niin uniikilla tavalla, että se voisi erottautua kilpailijoista. Asiakkaan tulee kokea, että yrityksen tarjoama tuote tai palvelu tuottaa suuremman hyödyn kuin kilpailijoiden vastaavat. Mikäli yrityksen tuote tai palvelu ei eroa kilpailijoiden tuotteista tai palveluista juuri mitenkään, jatkavat kilpailijoiden asiakkaat luultavasti saman tuotteen tai palvelun ostamista jatkossakin. Erottautuminen joukosta on siis erityisen tärkeää. (McKinsey & Company 1999, 32-34.)

### 3.2.3 Markkinat

Liikeideaa kehittäessä tulee huomioida suunnitellun tuotteen tai palvelun markkinat. Tässä vaiheessa yksityiskohtainen markkinointianalyysi ei ole kuitenkaan vielä tarpeen. Olisi kuitenkin hyvä hahmottaa miten suuret markkinat tuotteella tai palvelulla on ja mitkä olisivat ensisijaiset asiakassegmentit. Vaikka tarkkoja asiakkaita voi olla vielä tässä vaiheessa vaikea määrittää, tulisi aloittelevalla yrittäjällä olla jonkinlainen käsitys kohdeasiakkaista. (McKinsey

& Company 1999, 35-36.) Muun muassa Tilastokeskuksen keräämiä perustietoja voi käyttää hyväksi kyseisten perustietojen keräämiseen.

#### 3.2.4 Tapa toimia

Tärkeänä osana yrityksen tulevaisuudessa on myös yrityksen toimintatapa. Tämä toimintatapa eroaa riippuen alkavasta yrityksestä ja itse yrittäjästä. Toimintatavalla tarkoitetaan sitä, miten yrityksen tuotteet tai palvelut saadaan markkinoille asiakkaita varten. Tähän kuuluvat mukaan sekä henkiset, että aineelliset, kuten taloudelliset voimavarat. Yritystä perustaessa on tärkeää hahmottaa mikä on yrityksen tarkoitus, sekä mihin yrittäjän henkiset ja aineelliset voimavarat riittävät. Esimerkiksi alkavalla yksityisyrittäjällä etenkin aineelliset voimavarat voivat olla hyvinkin suppeita. (Holopainen 2021, 13.)

#### 3.3 Yrityksen arvot, missio ja visio

Yrityksellä tulee myös olla yrittäjän arvostamia arvoja, sekä päämääriä. Tämä antaa yritykselle merkityksen ja luonteen. Vaikka yritys ei koskaan määrittäisi niitä erikseen, ovat ne silti aina olemassa. Ne heijastuvat aina yrityksen tapaan toimia. (Yrityksen-perustaminen.net.)

Yrityksen arvot ovat niitä ohjenuoria, joiden mukaan yritys toimii. Se määrittää myös, mikä on yrityksessä yleisesti hyväksyttyä ja mikä taas ei. Yritys ei välttämättä määrittele arvojaan erikseen, mutta ne ovat silti olemassa. Eivät iskulauseina toimiston seinällä, vaan yrityksen jokapäiväisinä tekoina, jotka näkyvät ulospäin. Yritykselle keskeisiä arvoja ovat esimerkiksi luotettavuus ja vastuullisuus. (Yrityksen-perustaminen.net.)

Missio taas määrittää yrityksen olemassaolon tarkoituksen. Se kertoo, mitä yritys haluaa nykytilassa saavuttaa toiminnallaan, eli mikä on sen tehtävä. (Yrityksen-perustaminen.net.) Stockmann esimerkiksi ilmoittaa missiokseen lähtemättömän vaikutuksen tekemisen joka päivä (Stockmanngroup).

Visio taas eroaa missiosta siinä, että visio on yrityksen pitkän tähtäimen tavoitetilä, mihin yritys toiminnallaan pyrkii. Ilman visiota on yrityksen mahdollisesti hankala suunnitella toimintaansa pitkälle, sillä sen tavoitteellinen tulevaisuudenkuva puuttuu. Tätä visiota yritys jahtaa strategian avulla. (Yrityksen-perustaminen.net.) Strategia on siis konkreettinen suunnitelma siitä, miten yritys voisi saavuttaa asetetun vision. Se on eräänlainen ohjenuora, jota seurata vision saavuttamiseksi. (Ackermann & Eden 2011, 40.) Yleisenä visiona yritykselle voidaan pitää markkinajohtajuutta jollakin tietyllä alalla. (Yrityksen-perustaminen.net). Stockmannin visio taas on ”Hyvän elämän markkinapaikka” (Stockmanngroup). Olivat arvot, missio tai visio mitä tahansa, olisi ne kuitenkin hyvä määrittää yritykselle. Tämä selkeyttää koko yrityksen toimintaa ja auttaa määrittämään tarvittavia tavoitteita. Se on myös oiva tapa erottautua kilpailijoista ja tuoda yritykselle tarvittavaa näkyvyyttä. (Yrityksen-perustaminen.net.)

### 3.4 Markkinointisuunnitelma

Markkinointisuunnitelma on liiketoimintasuunnitelman tärkeimpiä osia. Markkinointisuunnitelma kuvaa nimensä mukaisesti suunnitelmaa yrityksen markkinoista ja siihen liittyvistä toimenpiteistä. Markkinointisuunnitelma kuvaa, miten markkinointitavoitteisiin päästään. Se pitää tiivistetysti sisällään yrityksen markkinat, hinnoittelustrategian ja jakelun. Tärkeimpinä teemoina nousevat esiin siis esimerkiksi kilpailijat, asiakkaat ja kohdesegmentit. (McKinsey&Company 1999, 67.)

#### 3.4.1 Markkinat ja kilpailijat

Yrityksen menestymisen takaavat asiakkaat. Asiakaslähtöinen toiminta- ja ajattelutapa onkin yrityksen menestymistä takaava kulmakivi. Yritystä perustaessa tulisi siis olla käsitys kohdemarkkinoista. Miten suuret markkinat ovat, paljonko tuotetta tai palvelua myytäisiin ja mikä on kilpailutilanne verrattuna kilpailijoihin nähden. Mikäli yritys tarjoaa täysin uutta innovaatiota, on myös markkinoiden arviointi huomattavasti haastavampaa. Jokaisen yrityksen tavoite on saada markkinoilta mahdollisimman suuri osa asiakkaista itselleen. Yrityksen tuotteen tai palvelun tulisi siis täyttää asiakkaiden tarpeet paremmin kuin kilpailijoiden vastaavat. Mikäli yritys ei tähän kykene, eivät asiakkaat luultavasti osta yrityksen tarjoamaa tuotetta tai palvelua. (McKinsey&Company 1999, 69.)

Kilpailijat ovat suuri este yrityksen helpolle menestymiselle. Markkinointisuunnitelmassa on tärkeää selvittää kilpailijat huolellisesti. Kilpailijoista tulisi selvittää muun muassa niiden markkinaosuudet, toimintatavat, sekä niiden vahvuudet ja heikkoudet. Jokaista kohtaa analysoidessa tulisi yrityksen peilata itseään kilpailijoihin, sekä koittaa löytää omasta yrityksestä vahvuuksia kilpailijoihin nähden. Yrityksen tulisi kuvata, miksi oma yritys on kilpailijoita parempi vaihtoehto asiakkaita varten. On tärkeää pitää mielessä, että myös uusia kilpailijoita voi ilmestyä markkinoille olemassa olevien lisäksi. Yritys tulisi siis saattaa mahdollisimman vahvaan asemaan verrattuna olemassa oleviin, kuten myös uusiin kilpailijoihin nähden. (McKinsey & Company 1999, 71.)

#### 3.4.2 Kohdemarkkinoiden valinta

Kohdemarkkinoiden valinta on yksi oleellisimpia tietoja yrityksen markkinointisuunnitelmaa laatiessa. Kohdemarkkinoilla tarkoitetaan kokonaismarkkinoilta valittua asiakkaiden ryhmää eli segmenttiä. Aloittelevan yrityksen tulisi tunnistaa nämä segmentit ja valita niistä sopivimmat ja kiinnostavimmat omaa yritystä varten. Yrityksen tulisi osana markkinointisuunnitelmaa arvioida kokonaismarkkinoita, niiden sisältämiä kohderyhmiä, sekä yrityksen mahdollinen markkinaosuus. Ei kuitenkaan riitä, että arvio perustuu pelkästään nykyhetkeen. Alati muuttuvilla markkinoilla katse on syytä kohdistaa myös tulevaisuuteen, joten arvio myös niiden kehityksestä tulee tehdä. (McKinsey & Company 1999, 71-72.) Asiakkaiden ostotottumukset

muuttuvat myös jatkuvasti. Yritykseltä vaaditaan markkinoiden jatkuvaa seuranta, jotta näihin ostotottumusten muutoksiin osattaisiin vastata. (Viitala & Jylhä 2002, 66)

Potentiaaliset asiakkaat voidaan jakaa pienempiin asiakasryhmiin eli segmentteihin erilaisten tekijöiden mukaan. Näitä tekijöitä on useita, mutta esimerkkinä voidaan mainita demografisia tekijöitä kuten ikä ja sukupuoli, sekä ostokäyttäytymiseen liittyviä tekijöitä kuten hintatietoisuus, sekä mieltymys johonkin tiettyyn merkkiin. Jokaiselle yritykselle on oleellista tunnistaa näitä asiakassegmenttejä, jotta yrityksen tuote tai palvelu voidaan kohdistaa tietyille asiakassegmenteille. Pääsyy asiakassegmenttien valinnalle on se, että se on kustannustehokasta ja auttaa kohdistamaan markkinoinnin tietyille asiakasryhmälle. Tuotetta tai palvelua ja siihen liittyvää mainontaa ei ole järkevää mukauttaa jokaista asiakasta varten erikseen. Tämä tulisi yritykselle äärimmäisen kalliiksi. Lähes ikinä ei voida olettaa, että esimerkiksi Suomessa jonkin yrityksen tuote tai palvelu menisi kuin kuumille kiville jokaiselle Suomen asukkaalle. Yrityksen tulisi siis valita yritykselle sopivat asiakassegmentit. Valintaan voi vaikuttaa monet tekijät, kuten segmentin koko ja sen kasvumahdollisuudet, mutta tärkeintä on, että valitut asiakassegmentit ovat yhteensopivia yrityksen tarjoaman tuotteen tai palvelun kanssa. (McKinsey&Company 1999, 72-74.)

### 3.4.3 Markkinointistrategia

Markkinointistrategialla yritys pyrkii pääsemään markkinointisuunnitelmassa asetettuihin tavoitteisiin. Markkinointistrategia voidaan jakaa neljään kategoriaan, niin sanottuun neljän P:n malliin. Näitä ovat tuote (product), hinta (price), jakelu (place) ja markkinointiviestintä (promotion). Kyse on siis siitä, miten yrityksen tuote tai palvelu saadaan halutulle asiakasryhmälle, mitä kautta ja mihin hintaan. (McKinsey&Company 1999, 75.)

Kun sopivat asiakassegmentit yritykselle on päätetty, on myös tuotetta tai palvelua mietittävä hetki uudelleen. Tässä vaiheessa yrityksen on varmistettava, että tuote tai palvelu vastaa todella valittujen asiakassegmenttien tarpeita. Mikäli näin ei ole, tulee tuotetta tai palvelua vielä mukauttaa, jotta asiakkaiden tarpeet voitaisiin täyttää mahdollisimman hyvin. Jos esimerkiksi kilpailijan tuote tai palvelu vastaa asiakkaiden tarpeita paremmin, valitsevat potentiaaliset asiakkaat luultavammin kilpailevan yrityksen tuotteen tai palvelun. (McKinsey&Company 1999, 76.)

Tuotteen tai palvelun ominaisuudet eivät itsessään ole ainoa asia, mikä saa asiakkaan tekemään ostopäätöksen. Hinnoittelu on yksi tärkeimmistä markkinointistrategian kategorioista. Hinnoittelussa pohditaan mikä hinta tuotteelle tai palvelulle voidaan asettaa, sekä mitä hinnoittelustrategiaa tulisi käyttää. Hinnoittelu ei ole helppo tehtävä. Tuotteen tai palvelun hinnan tulee ensinnäkin tietysti kattaa kustannukset, muuten yritys ei tee voittoa. Hinnoittelussa tulee kuitenkin myös verrata kilpailijoiden vastaavaa tarjontaa, sekä niiden hintoja. Tämän lisäksi yrityksen tulee selvittää paljonko yrityksen tuote tai palvelu tuottaa asiakkaalle hyötyä

ja kuinka paljon tuotteelle tai palvelulle on kysyntää. Näiden perusteella yrityksen tulee löytää arvioiden paras mahdollinen hinta, minkä asiakas on valmis tuotteesta tai palvelusta maksamaan. Yritys voi myös vaikuttaa markkinoihin käyttäen eri hinnoittelustrategioita. Hinnoittelustrategia riippuu täysin siitä, mitä yritys haluaa ja mitkä ovat sen tavoitteet. (McKinsey & Company 2000, 76-77.) Valintaan vaikuttavat muun muassa kilpailijoiden määrä, kilpailun koivuus, sekä kilpailijoiden hinnoittelustrategiat. Hinnoittelustrategiat voidaan jakaa penetraatiohinnoitteluun, sekä kermankuorintahinnoitteluun. Molemmilla on paikkansa erilaisten yritysten hinnoittelun määrittämisessä. Penetraatiohinnoittelulla tarkoitetaan hinnoittelua, jossa tuotteelle tai palvelulle asetetaan edullinen hinta. Tätä hinnoittelustrategiaa voidaan käyttää, kun yritys haluaa vallata nopeasti markkinat. Tavoitteena on, että kilpailijoiden kiinnostus samoihin markkinoihin vähentyisi. Kermankuorintahinnoittelu taas on täysin päinvastainen hinnoittelustrategia. Kermankuorintahinnoittelussa tuotteelle tai palvelulle asetetaan mahdollisimman korkea hinta. Tätä hinnoittelustrategiaa käytetään usein uusien tuotteiden tai palveluiden markkinoilla. Asiakkaat ovat valmiita maksamaan korkean hinnan, sillä kilpailijoita ei juurikaan ole. Tällä tavalla yritys saa mahdollisimman suuren katteen. (Puusa, Reijonen, Juuti & Laukkanen 2015, 135.)

Yrityksen tavoitteena on saattaa tuote tai palvelu markkinoille asiakkaita varten. Tämä tapahtuu jakelun avulla. Jakelukanavia on useita erilaisia ja yrityksen tuleekin miettiä, mikä on tarkoituksenmukaisin jakelukanava omaa tuotetta varten. Jakelukanavat saavat myös erota paljonkin riippuen siitä, onko kyseessä jakelu kuluttaja-asiakkaille vai yritysasiakkaille. Yleisimmät jakeluratkaisut myynnissä kuluttaja-asiakkaille ovat seuraavat:

- Suoramyynti
- Vähittäiskauppa
- Tukkuporras Vähittäiskauppa
- Agentti Tukkuporras Vähittäiskauppa

Suoramyyntissä tuotetta tai palvelua tarjoava yritys myy tarjoamaansa suoraan kuluttajille ilman minkäänlaisia välikäsiä. Esimerkkeinä voidaan mainita tehtaanmyymälät, josta kuluttajat voivat suoraan ostaa tuotetta, tai esimerkiksi pienyrittäjän perustama verkkokauppa, jossa hän itse myy tarjoamaansa. Vähittäiskauppiaan käyttö tarkoittaa välikäden lisäämistä jakelukanavaan. Vähittäiskauppiaan kautta myynti on tilanne, jossa tuotteen valmistaja myy tuotettaan vähittäiskauppiaille, joka myy tuotetta edelleen kuluttajille. Vähittäiskauppiaita on useita, kioskeista suuriin tavarataloihin. Kun yrityksellä on resurssien puutteen takia vaikea tavoittaa laajaa kuluttaja-asiakaskuntaa, tai kun useisiin vähittäiskauppiihin on vaikeaa tavoittaa yrityksen toimesta yhteyksiä, voidaan jakeluketjuun lisätä tukkuporras. Tukkuporras on usein esimerkiksi maahantuoja, joka toimii välikätenä yrityksen ja vähittäiskauppiaan välissä. Agentin lisääminen jakeluketjuun voi olla tarpeen tapauksessa, jossa tarvitaan ulkopuolisen

toimijan ammattitaitoista kokemusta, tietoa ja suhdeverkostoa kohdemarkkinoihin liittyen. (Puusa ym. 2015, 137-139.)

Kun kyse on B2B markkinoista eli yritysasiakasmarkkinoista, ovat myös jakeluratkaisut usein hieman erilaisia. Näillä markkinoilla vuoropuhelulla, sekä tuotteen ostomäärällä on merkittävä vaikutus jakeluratkaisun valintaan. Yritysasiakasmarkkinoilla yleisimmin käytetyt jakelukanavat ovat seuraavat:

- Suoramyynti
- Jakeluliike
- Agentti
- Agentti Jakeluliike

Myös yritysasiakasmarkkinoilla käytetään suoramyyntiä. Suoramyyntiä käytetään usein tilanteissa, jossa tuotteen kustannukset ovat suuret ja yritys haluaa mahdollisimman suuren kateen. Välikäisien lisääminen maksaa, ja se on yrityksen voitoista pois. Jakeluketjun lisääminen jakelukanavaan tulee kysymykseen tilanteessa, jossa asiakasmäärä lisääntyy. Jakeluliike hoitaa siis jakelun yrityksen ja yritysasiakkaan välissä. Agenttia voidaan käyttää samanlaisessa tilanteessa, kuin kuluttaja-asiakasmarkkinoillakin. Agenttia käytetään, kun kohdemarkkinoilla tarvitaan erityistä alan osaamista, sekä erityistietoa markkinoista. Agenttia ja jakeluliikettä yhdessä voidaan käyttää kansainvälisillä markkinoilla. Tässä tapauksessa agentti koordinoi erityisosaamisensa vuoksi alueen markkinoita, ja jakeluliikkeet hoitavat tavaran saannin yritysasiakkaille. Oli kyse sitten myynnistä kuluttajille, tai yritysasiakkaille, on yrityksen valittava kannattavin ja järkevin jakelukanava omaa tuotetta varten. (Puusa ym. 2015, 139-140.)

Markkinointiviestinnällä tarkoitetaan toimenpiteitä, joilla yritys kertoo olemassaolostaan asiakkaille. Tämä on tärkeä osa yrityksen toimintaa, sillä näkyvyydellä on suuri merkitys potentiaalisten asiakkaiden hankkimisessa. Hyvin toteutetulla markkinointiviestinnällä yrityksellä on myös loistava mahdollisuus erottautua kilpailijoista, sekä vakuuttaa kuluttajat oman tuotteen tai palvelun paremmuudesta. Markkinointiviestintä voidaan jakaa viiteen eri osa-alueeseen. Näitä ovat:

- Mainonta
- Henkilökohtainen myyntityö
- Menekinedistäminen
- Suhde- ja tiedotustoiminta
- Suoramarkkinointi

Mainonta on maksettua massaviestintää, jolla tavoitetaan suuria kuluttajaryhmiä. Mainonnassa ei ole kyse henkilökohtaisesta myyntityöstä, vaan se tapahtuu eri kanavia hyödyntäen. Kaikille tuttuja mainonnan muotoja ovat muun muassa televisiomainonta, lehtimainonta tai

Facebook mainonta. Tämä on yritykselle yksi yleisimpiä tapoja saada näkyvyyttä, sekä erottautua kilpailijoista. (Puusa ym. 2015, 140-141.)

Toisin kuin mainonta, henkilökohtainen myyntityö tehdään kasvotusten henkilökohtaisesti. Henkilökohtaisessa myyntityössä joku yrityksen edustajista etsii potentiaalisia asiakkaita, jolle kertoo yrityksen tuotteista tai palveluista. Informoinnin lisäksi tulee toki houkutella mahdollista asiakasta tekemään ostopäätös. Tämä on asiakkaasta riippuen joko helppoa tai vaikeaa, mutta juuri henkilökohtaisella myyntityöllä voi vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen huomattavasti helpommin kuin mainonnalla, sillä myynti tapahtuu interaktiivisesti. Asiakas saa kaiken haluamansa tiedon, ja yrityksen edustajan tulee vakuuttaa asiakas siitä, että yrityksen tuote tai palvelu täyttää asiakkaan tarpeen. Asiakassuhteista huolehtiminen kuuluu myös henkilökohtaiseen myyntityöhön. Vaikka kaupat olisi jo tehty, on asiakkaasta tärkeää pitää huolta, jotta uusintaostoja tapahtuisi varmemmin. (Puusa ym. 2015, 142.)

Menekinedistämällä tarkoitetaan toimenpiteitä, joilla tehostetaan yrityksen myyntiä. Tavoitteena on luoda yrityksen tuotteelle tai palvelulle lisäarvoa erilaisia toimenpiteitä käyttäen. Tuttuja esimerkkejä tästä ovat muun muassa erilaiset tarjoukset kuten kaksi yhden hinnalla tuotteet, tai erillinen lisätuote, jonka kuluttaja saa ostaessaan toisen tuotteen. Tästä esimerkkinä voidaan mainita McDonald`sin ilmainen Coca-Cola-lasi tietyn aterian ostajalle. Menekinedistäminen on usein osa yrityksen suurempaa markkinointikampanjaa, joten aina kyseiset tarjoukset eivät ole voimassa. Menekinedistämisen tarkoitus on saada yritykselle lisää myyntiä. Se on houkutteleva tapa saada niin uudet, kuin myös nykyiset asiakkaat kiinnostumaan itse yrityksestä ja sen tuotteista tai palveluista. (Puusa ym. 2015, 143.)

Suhde- ja tiedotustoiminta, eli PR- toiminta, on yrityksen pitkäaikaista julkista toimintaa, jolla pyritään muovaamaan yleisön mielipiteitä, sekä yrityksen imagoa suotuisaksi. PR- toiminta on tarkasti suunniteltua, sillä tavoitteena on saada aikaan positiivinen julkisuuskuva. PR- toimintaa hoidetaan usein median välityksellä. Medialla on suuri vaikutus yleisön mielipiteisiin, joten yrityksen tulisikin julkistaa hyviä uutisia medialle niin paljon kuin mahdollista. Media ei kuitenkaan ole ainoa tiedotuskanava, josta yleisölle tiedotetaan. Muita tiedotuskanavia ovat esimerkiksi neljännesvuosikatsaukset, sekä vuosittaiset yhtiökokoukset. (Puusa ym. 2015 143-144.)

Viides markkinointiviestinnän osa-alueista on suoramarkkinointi. Suoramarkkinointi tapahtuu suoraan asiakkaan ja yrityksen välillä eri kanavia hyödyntäen. Suoramarkkinoinnin muotoja ovat muun muassa sähköpostimarkkinointi, kirjeposti ja puhelinmarkkinointi. Kirjepostin esimerkkejä ovat esimerkiksi postiluukusta tipahtelevat pizzalehtiset, jossa näytetään yrityksen tarjonta ja hinnat. Puhelinmarkkinointi on kaikille tuttua puhelimitse tapahtuvaa markkinointia, jossa yritys ottaa mahdolliseen asiakkaaseen suoraan kontaktin markkinoiden yritystä ja sen tarjontaa. Vaikka suoramarkkinointi nähdäänkin usein hieman ärsyttävänä markkinoinnin

muotona, on se yritykselle helppo tapa kertoa itsestään. Yrityksellä on siis useita tapoja kertoa olemassaolostaan markkinointiviestinnän kautta. Yrityksen tulee valita, mitä markkinointiviestinnän muotoa se haluaa käyttää erottuakseen kilpailijoista, saaden potentiaalisten asiakkaiden mielenkiinnon. (Puusa ym. 2015, 144.)

#### 3.4.4 Asiakassuhteiden hallinta


Yritystoiminnan alkuvaiheissa yrityksen tulisi keskittyä uusien asiakkaiden hankintaan. Se on menestyvän yritystoiminnan kannalta ehdotonta. Ilman asiakkaiden hankintaa, ei yritykselle synny myöskään tulosta. Uusien asiakkaiden hankinta ei kuitenkaan ole kuitenkaan ainoa osa-alue, kun puhutaan asiakassuhteiden hallinnasta. Yhtä tärkeää on myös ylläpitää asiakassuhteita. Pähkinänkuoressa tämä tarkoittaa yritykselle uusintaostoja. Mikäli asiakkaat pidetään tyytyväisinä, saattavat he myös suositella yritystä muille potentiaalisille asiakkaille. Tämä tuo yritykselle entistä enemmän asiakkaita. Yrityksen tulisi erottaa kannattavat asiakkaat kannattamattomista. Tämän erottelun avulla yritys voi kohdistaa toimenpiteitä halutun tuloksen saavuttamiseksi. Kannattavat asiakkaat halutaan pitää ja kannattamattomat asiakkaat halutaan tuottavammiksi. Kannattamattomat asiakkaat saadaan usein tuottavimmiksi resursseja säästämällä ja hintoja nostamalla tätä asiakasryhmää varten. (McKinsey&Company 1999, 83.)

### 3.5 Laskelmat

Ennen yritystoiminnan aloittamista yrittäjän olisi hyvä tehdä muutamia yleisiä laskelmia. Laskelmien avulla voidaan muun muassa selvittää onko liiketoiminta ylipäättänsä kannattavaa ja paljonko rahoitusta tarvitaan. Laskelmat auttavat yrittäjää hahmottamaan ja ennakoimaan yritystoimintaan liittyviä oleellisia lukuja ennen yritystoiminnan aloittamista. Laskelmat ovat myös työkalu yrityksen konkreettisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Seuraavissa alaluvuissa käyn läpi kolme yleistä laskelmaa, jotka olisi hyvä tehdä ennen yritystoiminnan aloittamista.

#### 3.5.1 Rahoituslaskelma

Rahoituslaskelmassa lasketaan yrityksen rahan tarve, sekä mistä rahaa saadaan yritystä varten. Alla olevassa taulukossa on esimerkki rahoituslaskelman rakenteesta. Rahan tarpeisiin kuuluvat esimerkkitaulukossa investoinnit kuten kalusteet ja perustamismenot, käyttöpääoma kuten laite- ja tilavuokrat, sekä vaihto- ja rahoitusomaisuus kuten alkuvarasto. Rahan lähteisiin kuuluvat oma- sekä vieras pääoma. Oma pääoma on yrityksen itse sijoittamaa rahaa, jota saadaan esimerkiksi liiketoiminnan tuotoista. Vieras pääoma taas on lainarahaa. Lainarahaa myöntävät rahoituslaitokset, kuten pankit. (Holopainen 2019, 18, 25.) Rahoituksesta kerrotaan lisää opinnäytetyön kappaleessa 7. Alla esitettyssä kuviossa on esimerkki rahoituslaskelmapohjasta (Kuvio 1).

Kiuruveden kaupunki elinkeinopalvelu		RAHOITUSLASKELMA	
OSA 1: RAHAN TARVE	<b>INVESTOINNIT</b>	kauppasumma (jos ostat yritystoiminnan)	_____
		työkalut ja -välineet	_____
		toimistotarvikkeet	_____
		tietotekniikka	_____
		puhelin	_____
		asennustyöt	_____
		kalusteet	_____
		auto	_____
		perustamismenot	_____
		<b>INVESTOINNIT YHTEENSÄ</b>	
KÄYTTÖPÄÄOMA (1-3 kk)	<b>KÄYTTÖPÄÄOMA</b>	Nettisivut, esitteet, mainokset	_____
		Tilojen vuokrat ja takuuvuokrat	_____
		Laitevuokrat / leasing-maksut	_____
		Työntekijöiden palkat	_____
		Yrittäjän oma toimeentulo	_____
	<b>KÄYTTÖPÄÄOMA YHTEENSÄ</b>		<b>0,00 €</b>
VAIHTO- JA RAHOITUSOMAISU	<b>VAIHTO- JA RAHOITUSOMAISU</b>	Alkuvaramasto	_____
		Kassa	_____
		<b>VAIHTO- JA RAHOITUSOMAISU YHTEENSÄ</b>	
	<b>OSA 1: RAHAN TARVE YHTEENSÄ</b>		<b>0,00 €</b>
OSA 2: RAHAN LÄHTEET	<b>OMA PÄÄOMA</b>	omat työvälineet	_____
		omat sijoitukset yritykseen	_____
		osakepääoma	_____
	<b>LAINAPÄÄOMA</b>	pankkilaina	_____
		Finnvera	_____
		Muut lainat	_____
	<b>OSA 2: RAHAN LÄHTEET YHTEENSÄ</b>		<b>0,00 €</b>
OSA 2 - OSA 1 =		<b>RAHOITUKSEN RIITTÄVYYS</b>	<b>0,00 €</b>
Kiuruveden kaupunki Harjukatu 2, 74700 KIURUVESI			

Kuvio 1: Esimerkkipohja rahoituslaskelmasta (Kiuruveden kaupunki)

### 3.5.2 Kannattavuuslaskelma

Kannattavuuslaskelmalla voidaan laskea, onko yritystoiminta kannattavaa ja paljonko tuotetta pitäisi myydä, jotta se olisi kannattavaa. Laskelmasta selviää paljonko tuotetta pitäisi myydä, jotta kaikki kulut, niin kiinteät, kuin muuttuvatkin saataisiin katettua, mutta tulosta ei vielä synny. Laskelmasta saadaan myös selville, millä myyntimäärien, kustannusten ja hintojen yhdistelmällä yritys pääsisi asetettuihin tavoitteisiinsa liiketoiminnassaan. (Holopainen 2019, 19.) Alla esitettyssä kuviossa on esimerkki kannattavuuslaskelmasta (Kuvio 2).

**ESIMERKKI KANNATTAVUUSLASKELMASTA (toiminimi)**

	Kk	Vuosi (12 kk)
<b>Tavoitetulos (netto)</b> (toiminimiyrittäjän oma palkkatavoite yksityisottoina)	1 500 e	18 000 e
+ lainojen lyhennys	100 e	1 200 e
<b>TULOT VEROJEN JÄLKEEN</b>	<b>1 600 e</b>	<b>19 200 e</b>
+ verot noin 22 % vrt. sivu 75	451 e	5 415 e
= Rahoitustarve	2 051 e	24 615 e
+ lainojen korot (+ mahdolliset takausprovisiot yms.)	27 e	324 e
<b>A. KÄYTTÖKATE (tarve)</b>	<b>2 078 e</b>	<b>24 939 e</b>
+ kiinteät kulut (alv 0 %)		
YEL-vakuutus 18,798 %* (vuosituotulo 12 564 e)**	197 e	2 362 e
vakuutukset (yrittäjän tapaturmavakuutus ja muut yritystoiminnan vakuutukset)	100 e	1 200 e
palkat		
palkan sivukulut		
toimitilakulut		
korjaus ja ylläpito	30 e	360 e
leasingmaksut		
viestintäkulut (puhelin, internet tms.)	80 e	960 e
toimistokulut	20 e	240 e
matka- ja autokulut, päivärahat	500 e	6 000 e
markkinointikulut	200 e	2 400 e
kirjanpito, tilintarkastus, veroilmoitus jne.	100 e	1 200 e
työttömyyskassa, yrittäjäjärjestö tms.	30 e	360 e
muut kulut (kaupparekisteri-ilmoituksen käsittelymaksu, työvälineet ja -vaatteet ym.)	100 e	1 200 e
<b>B. KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ</b>	<b>1 357 e</b>	<b>16 282 e</b>
<b>MYYNTIKATETARVE (A+B)</b>	<b>3 435 e</b>	<b>41 221 e</b>
+ ostot (aineet ja tarvikkeet) (alv 0 %)	425 e	5 100 e
<b>LIIKEVAIHTOTARVE</b>	<b>3 860 e</b>	<b>46 321 e</b>
+ alv 24 %	926 e	11 117 e
<b>KOKONAISMYYNТИ-/LASKUTUSTARVE</b>	<b>4 786 e</b>	<b>57 438 e</b>

Kuvio 2: Esimerkki kannattavuuslaskelmasta (Holopainen 2019, 19)

### 3.5.3 Myyntilaskelma

Myyntilaskelmasta selviää mistä raha tulee. Laskelmasta selviää myyntihinta, kokonaisyntimäärä, sekä kate (Holopainen 2019, 20). Alla esitetyssä kuviossa on esimerkki myyntilaskelmasta (Kuvio 3).

#### MYYNTELASKELMAESIMERKKI (KUUKAUSI)

TUOTE	Siivous (päivällä)	Siivous (ilta ja viikonloppu)	Ikkunan- pesu	Lattioiden vahaus	Suur- siivous	Muut työt	YHTEENSÄ
							<b>ALV 0 %</b>
Myyntihinta	24 e	30 e	35 e	40 e	120 e	28 e	
Kulut	3 e	3 e	4 e	10 e	9 e	0 e	
Kate	21 e	27 e	31 h	30 e	111 e	28 e	
Myyntimäärä	70 h	25 h	8 h	8 h	8 h	8 h	127 h
Kokonaisynti	1 680 e	750 e	280 e	320 e	960 e	224 e	4 214 e
Kokonaisostot	210 e	75 e	32 e	80 e	72 e	0 e	469 e
Kate							3 745 e

Kuvio 3: Esimerkki myyntilaskelmasta (Holopainen 2019, 20)

### 3.6 Riskit

Yrityksen perustamiseen ja liiketoimintaan liittyy aina riskejä. Riskit ovat osa liiketoimintaa ja se on jokaisen yrittäjän hyväksyttävä. Riskeillä tarkoitetaan epävarmuutta tulevaisuudessa. Asiat eivät siis suju aina niin kuin yritys odottaisi tai haluaisi. (Kinnunen, Laitinen, Laitinen, Leppiniemi & Puttonen 2004, 58.) Ne voivat syntyä niin yrityksen omasta toiminnasta, kuin myös toimintaympäristössä tapahtuvista muutoksista. Hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa käsitellään jo olemassa olevia, sekä tulevaisuudessa mahdollisesti ilmaantuvia riskejä. Tämä luo uskottavuutta niin mahdollisille yritykseen sijoittaville, kuin myös itse yrittäjälle. Pahimpaan on aina syytä varautua. Vaikka riskit ovat liiketoiminnalle riskitekijöitä, ei niitä kuitenkaan tulisi miettiä turhan yksityiskohtaisesti vielä ennen yrityksen perustamista. Tärkeintä on, että riskit pyritään ensin tunnistamaan. Riippuen liiketoiminnasta, voivat riskit olla hyvin erilaisia, mutta esimerkkinä yleisistä riskeistä voidaan mainita esimerkiksi myyntivaje tai uudet kilpailijat. Riskien tunnistamisen jälkeen on syytä koittaa hallita riskejä. (McKinsey & Company 1999, 123-124.) Riskienhallinnalla pyritään lisäämään ymmärrystä riskeistä, jotta mahdollisiin riskeihin osattaisiin vastata mahdollisimman tehokkaasti. Vaikka riskejä ei pystytä koskaan täysin poistamaan, voidaan niitä vähentää huolellisen suunnittelun avulla. (Ilmonen, Kallio, Koskinen, Rajamäki 2010, 124.)

### 3.6.1 Riskien tunnistaminen

Riskeistä puhuttaessa, olisi yrittäjälle tärkeää pyrkiä tunnistamaan mahdollisia riskejä. Mikäli riskejä ei osata tunnistaa, on niitä myös vaikea analysoida tai hallita. Riskien tunnistamisen jälkeen olisi riskejä hyvä myös luokitella. Luokittelun avulla riskejä voidaan paremmin vertailla toisiinsa, jotta saataisiin selkeä kuva siitä, mitkä ovat yritykselle pahimpia riskejä ja mitkä taas vähäisempiä. Tämä tehdään huolellisella arvioinnilla. Riskien luokitteluun ei ole mitään tiettyä mallia. Se saattaa vaihdella niin yrityksen, ajanjakson, kuin myös toimintaympäristön mukaan. Tärkeintä on, että jonkinlainen luokittelu tehdään, jotta riskejä olisi helpompi tunnistaa ja että niistä saataisiin vertailukelpoisia. Esimerkkinä riskien luokittelusta voidaan mainita jaottelu neljään eri riskilajiin, joita ovat strategiset riskit, operatiiviset riskit, taloudelliset riskit, sekä vahinkoriskit. (Ilmonen ym. 2010, 70.)

Strategiset riskit ovat riskejä, jotka liittyvät yrityksen pitkän aikavälin strategiaan tavoitteisiin. Yrityksen pitkän aikavälin tavoitteisiin saattavat vaikuttaa monet, niin sisäiset, kuin myös ulkoisetkin tekijät. Mikäli näitä riskejä ei kyetä tunnistamaan tai hallitsemaan, saattavat ne estää yritystä pääsemästä asetettuihin strategiaan tavoitteisiin. Ulkoisia strategisia tekijöitä ovat muun muassa kilpailijat liiketoiminnassa, asiakaskäyttäytymisen muuttuminen, sekä raaka-aineiden hinnanmuutokset. Ulkoiset riskitekijät tulevat siis yrityksen ulkopuolelta. Sisäiset strategiset riskitekijät taas ovat yrityksen toiminnasta aiheutuneita riskejä. Kyseessä voi esimerkiksi olla yrityksen strategian epäonnistuminen syystä tai toisesta. Pitkän aikavälin tavoitteisiin ei välttämättä päästä, jos yrityksen tuote tai palvelu ei vastaa asiakkaiden odotuksia, tai jos yritys ei ylipäättänsä ymmärrä asiakkaiden tarpeita ollenkaan. Kyse voi myös olla esimerkiksi yrityksen epäonnistuneesta kehityshankkeesta. (Ilmonen ym. 2010, 71.)

Operatiiviset riskit ovat yrityksen päivittäisiin toimintoihin liittyviä riskejä, jotka johtuvat niin yrityksen sisäisistä prosesseista, järjestelmistä, henkilöstöstä tai ulkoisista tapahtumista. Operatiivisia riskejä seuraa tilanteista, jossa jokin mainituista osa-alueista toimii epäonnistuneesti tai toimimattomasti. Operatiivisia riskejä on lukuisia ja osa niistä on hyvin samankaltaisia, kuin osa strategisista riskeistä. Yritykseen liittyviä riskejä ovat muun muassa riskit, jotka seuraavat epäonnistuneesta päätöksenteosta, suunnittelusta tai päätösten toimeenpanosta. Tuotantoon liittyviä riskejä voivat olla esimerkiksi tuotantotavoitteista jälkeen jääminen, sekä resurssien laadun puutteet. Muita yleisiä operatiivisia riskejä ovat muun muassa teknologian toimimattomuuteen liittyvät riskit, jonkin liiketoiminnan osa-alueen keskeytyminen, sekä kysynnän vaihteluun liittyvät riskit. Operatiivisten riskien realisoituessa osa liiketoiminnasta, tai pahimmillaan koko liiketoiminta saattaa hidastua, tai jopa pysähtyä. Tästä syystä yritykselle on erityisen tärkeää pyrkiä kartoittamaan pahimmat operatiiviset riskit, jotta niihin pystyttäisiin varautumaan. (Ilmonen ym. 2010 72-74.)

Taloudelliset riskit ovat riskejä, jotka vaikuttavat yrityksen rahaan ja talouteen. Myös taloudellisia riskejä on monenlaisia, mutta yleisimmät liittyvät esimerkiksi yrityksen velkoihin ja investointeihin. Yrityksen maksukyvykkyys saattaa vaihdella huonoon suuntaan riippuen tilanteesta. Korkeiden nouseminen investointien käypä hinta saattaa laskea ja myös rahoituskulut kasvavat. Muita potentiaalisia talousriskejä ovat muun muassa yritysten tekemien sopimusten osapuolten haluttomuus ja kyvyttömyys yritysten sopimien velvoitteiden hoitamiseksi, sekä jopa tietyt maariskit, kuten vieraan valtion lainsäädännön muuttuminen. Vieraan valtion lainsäädännön muuttuminen saattaa koskea yritystä riippuen tilanteesta huomattavasti. (Ilmonen ym. 2010, 74-75.)

Neljäntenä riskilajina tässä jaottelussa ovat vahinkoriskit. Vahinkoriskit liittyvät yleisesti turvallisuuteen ja ympäristöön. Vahinkoriskeihin luetaan tuttuun esimerkinä muun muassa työkyvyttömyyteen ja työtapaturmiin liittyvät riskit. Vahinkoriskeihin luetaan myös henkilöturvallisuusriskit. Uudelle yrittäjälle esimerkinä tästä on työvoiman puute. Mikäli yrityksessä on yrittäjän lisäksi toisia avainhenkilöitä, on heidän menettäminen myös henkilöturvallisuuteen kuuluva riski. Ympäristöriskit luetaan niin ikään vahinkoriskeihin. Ympäristöriskien esimerkinä voidaan mainita saastuminen, tautien tarttuminen, vaaratilanteet vaarallisten aineiden käsittelyssä, sekä yrityksen ympäristövastuun hoitaminen huolimattomasti. (Ilmonen ym. 2010, 75.)

Vaikka jotkin riskit riskilajien välillä muistuttavat hyvin vahvasti toisiaan, on tärkeintä kuitenkin, että riskit pyritään ylipäättänsä tunnistamaan. Kun riskit tunnistetaan ajoissa, on myös riskien vertailu, arviointi, sekä riskienhallinta huomattavasti helpompaa. (Ilmonen ym. 2010, 75.)

### 3.6.2 Riskien hallitseminen

Riskien hallinta, sekä riskien tunnistaminen on osa riskienhallintaprosessia. Riskienhallintaprosessissa tavoitteena on saada lisää oppia riskeistä, jotta riskejä voitaisiin hallita erilaisten toimenpiteiden ja päätösten turvin. Tässä vaiheessa on oleellista, että riskien tunnistaminen ja arviointi on tehty, sillä riskien hallitsemista varten nämä ovat oleellisia välietappeja. Riskienhallintatoimenpiteet eroavat riippuen yrityksestä, mutta pääasia on, että mahdollisia toimenpiteitä on jo mietitty valmiiksi. Kysymyksen tulevat esimerkiksi, mitä toimenpiteitä voidaan tehdä riskin sattuessa ja missä järjestyksessä, kuka vastaa toimenpiteistä, sekä miten toimenpiteiden vaikutuksia arvioidaan ja miten riskejä seurataan. Riskienhallintatoimenpiteet riippuvat myös yleisesti siitä, mikä on riskin vaarallisuus yritykselle tai liiketoiminnalle. Vaarallisia riskejä varten tulisi olla mietittynä tehokkaita toimenpiteitä, kun taas vähäisemmille riskeille myös toimenpiteet voivat olla vähemmän kriittisiä. Riskienhallintakeinot voidaan jakaa riskien hyväksymiseen, riskien poistamiseen, riskien pienentämiseen, sekä riskien siirtämiseen. Mainituista keinoista riskien siirtäminen on ainoa, joka ei ole itse yrityksen vastuulla. Riskien

siirtämisessä riskit voidaan siirtää toisen osapuolen vastuulle, esimerkiksi sopimuksella. (Ilmonen ym. 2010 124-128.)

Riskien hyväksyminen osana liiketoimintaa tapahtuu usein tapauksissa, joissa riskit ovat pieniä ja harvinaisia. Myös tämänkaltaisten riskien osalta on tärkeää, että niitä tunnistetaan ja seurataan. Pahimmillaan myös pienistä ja harvinaisista riskeistä voi tulla yritykselle haitallisia, tai jopa vaarallisia riskejä. Tämänkaltainen tilanne voi esimerkiksi seurata useamman pienen ja harvinaisen riskin sattuessa samaan aikaan. Omavastuun valinta sopimuksissa ja vakuutuksissa on myös osa riskien hyväksymistä. Yrittäjän tuleekin arvioida, mikä on saatu hyöty suhteessa omavastuussa piileviin riskeihin. (Ilmonen ym. 2010, 127.)

Riskien poistaminen ja pienentäminen tulee esiin tapauksissa, jossa riskistä on selkeää haittaa ja jopa vaaraa yritykselle, tai sen työntekijöille. Riskien poistaminen kokonaan on usein haastavaa, mutta tätä voidaan koittaa tehdä yrityksen toimesta pahimpia riskejä varten. Tämänkaltaisia riskejä ovat esimerkiksi henkilöriskit, muut turvallisuusriskit, sekä ympäristöriskit. Riskejä pyritään poistamaan ja pienentämään esimerkiksi toimintatavan muutoksilla, tai tavan kokonaan poistamisella, mikäli se todetaan liian haitalliseksi tai vaaralliseksi. Riskin sattuessa on kuitenkin tärkeää, että selvitetään riskin syy. Turvallisuusriskit johtuvat usein inhimillisistä virheistä henkilön osalta. Virheen sattuessa tulisikin selvittää miksi virhe tapahtui ja mikä siihen johti. Näin myös ymmärrys virheistä ja siitä seuraavista mahdollista riskeistä lisääntyy. Tavoite on, että samankaltaista virhettä ei enää tehtäisi uudelleen. Ennakoiva riskinhallintatyö on siis tärkeää, mutta yrityksen tulisi myös varautua pahimpaan. Mikäli riski aiheutuu, tulee yritykselle olla valmiina suunnitelma, jotta riskistä selvitetään. Vaikka usein riskien kokonaan poistaminen on mahdotonta, voidaan niitä useissa tapauksissa pienentää. Riskin pienentäminen on joko riskin todennäköisyyden pienentämistä tai riskin vaikutuksen vähentämistä. Tämä voidaan toteuttaa ennakoivalla koulutuksella, resursseja lisäämällä, sekä lisäämällä turvaavia toimenpiteitä. (Ilmonen ym. 2010, 127-128.)

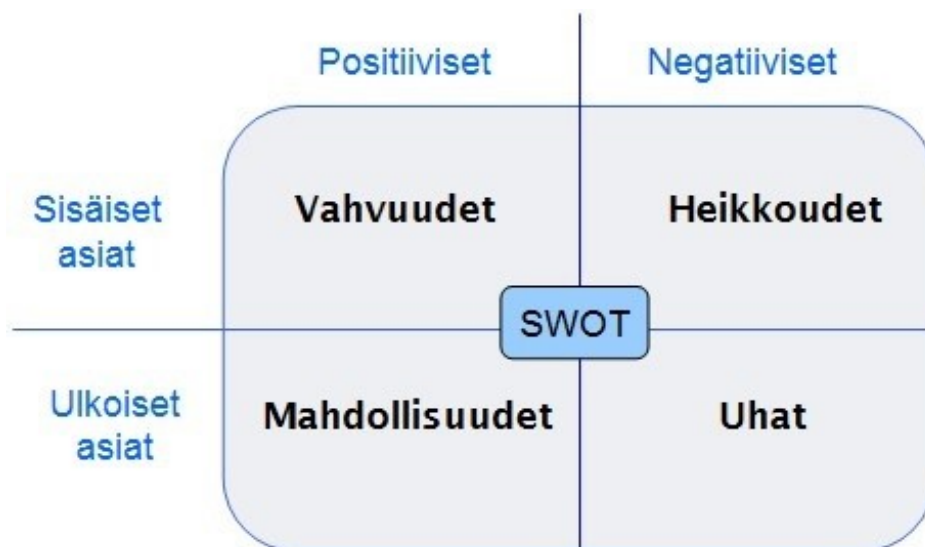
Riskejä voidaan myös siirtää toisille osapuolille pois yrityksen harteilta. Riskien siirtäminen tapahtuu usein sopimusten tai vakuutusten kautta. Toimintojen ulkoistaminen on yksi esimerkki riskin siirtämisestä sopimuksella. Useassa tapauksessa riski kuitenkin siirretään vakuutusyhtiölle. Pienemmät ja harvinaisemmat riskit yritykset kannattaa kantaa itse, mutta suuremmat, yleisemmät ja vaarallisemmat riskit kannattaa kuitenkin vakuuttaa. Tämä ei tietenkään tarkoita sitä, että vakuutusyhtiö kantaisi suuren riskin sattuessa kaiken vastuun. Omavastuu on aina yrityksellä itsellään. (Ilmonen ym. 2010, 128.)

Myös riskienhallinnassa huolellinen suunnittelu ja varautuminen on äärimmäisen tärkeää. Kun riskit ovat tunnistettu, arvioitu, sekä niihin on varauduttu erilaisten toimenpiteiden avulla, on riskin aiheuttamista vahingoista huomattavasti helpompi selvitä. On yrityksen vastuulla päättää toimintatavat riskin sattuessa, sekä toimintatavat riskien ennaltaehkäisemiseksi. Tämä

riippuu tietysti yrityksen luonteesta, sekä sen resursseista. Riskien kartoittaminen osana liiketoimintasuunnitelmaa on kuitenkin hyvä ratkaisu. Liiketoimintasuunnitelman osien huolellinen suunnittelu ehkäisee ongelmatilanteiden syntymistä niin liiketoimintaa aloittaessa, kuin myös liiketoiminnan myöhemmissä vaiheissa. Tämä pätee myös riskien tunnistamiseen ja hallintaan. (Ilmonen ym. 2010, 70-128.)

#### 4 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on yrityksen analysointityökalu, jolla voidaan kuvata yrittäjän ja yrityksen ominaisuuksia sen toimintaympäristössä. Se kuvataan usein nelikentässä, jossa kentän neljässä osassa ovat yrityksen vahvuudet, heikkoudet, uhat, sekä mahdollisuudet. Vahvuudet ja heikkoudet ovat yrityksen sisältä tulevia asioita. Vahvuuksina voidaan esimerkiksi nähdä yrityksen asiakassegmenttien tuntemus, sekä kokemus kyseiseltä alalta. Heikkouksia voisivat muun muassa olla verkostojen puuttuminen, sekä heikko rahatilanne. Uhat ja mahdollisuudet ovat yrityksen ulkopuolelta tulevia asioita. Uhkia yritykselle voisivat olla muun muassa uudet kilpailijat, sekä yleinen taloustilanne. Mahdollisuuksina voidaan taas nähdä esimerkiksi yrityksen kasvupotentiaali. (Puusa ym. 2015, 76-77.)



Kuvio 4: SWOT- analyysi (Suomen riskienhallintayhdistys)

Kuvion yläosasta voidaan nähdä, että se sisältää yrityksen sisäiset asiat ja nykytilan. Alaosa taas sisältää yrityksen tulevaisuuden ja yrityksen ulkopuolelta tulevat asiat. Vasen osio kuvioista esittää yrityksen positiiviset asiat ja oikea taas negatiiviset asiat. SWOT-analyysi on loistava työkalu yrittäjälle. Se auttaa yrittäjää muovaamaan yrityksen ja sen ulkopuolelta tulevia asioita itselle suotuisaksi, jotta yritys voisi menestyä mahdollisimman hyvin toimintaympäristössään. (Holopainen 2019, 21.)

## 5 Yritysmuodot

Tässä kappaleessa käyn läpi eri yritysmuotoja ja niiden mahdolliseen valintaan vaikuttavia osatekijöitä. Yritystä perustaessa tärkeimpiin tehtäviin kuuluu yritysmuodon valinta. Tämä valinta tulee tehdä harkiten, sillä se riippuu monista tekijöistä. Yrittäjän tai yrittäjien tulee kin valita yritysmuoto, joka sopii parhaiten yrityksen tarkoitusta varten. Osatekijöitä ovat muun muassa:

- Perustajien lukumäärä
- Rahan tarve
- Vastuunjako
- Joustavuus
- Voiton- ja riskinjako

Mikäli yrittäjä ei itse halua tai osaa valita yritykselleen sopivaa yritysmuotoa, saa apua muun muassa yrityskeskuksen asiantuntijoilta ja asiantuntijoilta. (Holopainen 2019, 46.) Kappaleessa käyn läpi eri yritysmuotoja, sekä niiden eroja ja samankaltaisuuksia.

### 5.1 Yksityinen elinkeinoharjoittaja (Toiminimi)

Yksityinen elinkeinoharjoittaja, eli Toiminimi, on yksi yritysmuodoista. Yksityisenä elinkeinoharjoittajana Suomessa voi toimia henkilö, jolla on pysyvä asuinpaikka Euroopan talousalueella. Mikäli henkilö asuu Euroopan talousalueen ulkopuolella, tarvitsee hän erikseen luvan yrityksen perustamiseen Patentti- ja rekisterihallitukselta. (Holopainen 2019, 46.)

Yksityisenä elinkeinoharjoittajana yrittäjä harjoittaa liiketoimintaansa yksin tai puolisonsa kanssa. Vaikka liiketoimintaa harjoitettaisiin yhdessä, rekisteröidään yritys vain toisen nimiin. Yksityisenä elinkeinoharjoittajana yrittäjä on itse vastuussa kaikista yrityksen asioista, sillä tämänkaltaisella yrityksellä ei ole hallitusta, eikä toimitusjohtajaa. Yrittäjällä on siis täysi päätäntävalta tehdä päätöksiä yritykseen liittyen. Vaikka yksityinen elinkeinoharjoittaja saa liiketoiminnasta saatavat voitot itselleen, on asiassa myös kääntöpuoli. Yrittäjä on nimittäin myös vastuussa yrityksen tappioista henkilökohtaisesti. Esimerkiksi veloista yrittäjä on vastuussa koko omaisuudellaan. (Holopainen 2019, 46.)

Yksityiset elinkeinoharjoittajat voidaan jakaa kahteen eri kategoriaan. Ammatinharjoittaja on toiminimiyrittäjä, joka ei työllistä muita, eikä tarvitse pysyvää toimipaikkaa harjoittaakseen omaa elinkeinotoimintaansa. Ammatinharjoittaja myy siis kirjaimellisesti omaa osaamistaan. Esimerkkinä ammatinharjoittajasta voidaan mainita valokuvaaja. Toinen yksityisistä elinkeinoharjoittajista on liikkeenharjoittaja. Liikkeenharjoittaja eroaa ammatinharjoittajasta siinä mielessä, että liikkeenharjoittajalla on pysyvä toimipaikka ja saattaa myös työllistää yrittäjän

itsensä lisäksi muuta henkilökuntaa. Esimerkkinä liikkeenharjoittajasta voidaan käyttää fysioterapeuttia, joka tarvitsee toiminnalleen erilliset tilat. (Holopainen 2019, 46.)

Toiminimi on yksinkertainen ja helppo perustaa. Siitä syystä se on yritysmuodoista aloittelijaystävällisin. Tämä yritysmuoto sopiikin parhaiten aloitteleville pienyrittäjille. Toiminimen perustamiseen ei tarvita erillisiä perustamisasiakirjoja vaan erillinen perustamisilmoitus riittää. Tämä voidaan hoitaa joko sähköisesti tai paperi-ilmoituksena käyttäen Yritystietojärjestelmän asiointipalvelua. Sähköistä perustamisilmoitusta käyttäen voidaan kuitenkin samalla ilmoittautua kaupparekisteriin, Verohallinnon arvonlisävelvollisten rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin, sekä työnantajarekisteriin. Paperi-ilmoitus riittää, mikäli yritys ilmoittautuu vain Verohallinnon arvonlisävelvollisten rekisteriin. Sähköistä perustamisilmoitusta tulee kuitenkin käyttää, mikäli yritys ilmoittautuu muun muassa kaupparekisteriin. Kaupparekisteriin tulee rekisteröityä, mikäli yrittäjä harjoittaa luvanvaraista elinkeinoa, harjoittaa toimintaansa erillisessä toimitilassa, työllistää muita henkilöitä kuin avopuolisoa tai alaikäistä lasta, haluaa suojata oman toiminimensä nimen, tai jos yrittäjä haluaa yritys kiinnitystä. (Holopainen 2019, 46-47.)

## 5.2 Avoin yhtiö

Avoin yhtiö on toinen henkilöyhtiöistä kommandiittiyhtiön lisäksi. Avoimen yhtiön perustamiseen tarvitaan vähintään kaksi yhtiömiestä. Yhtiömiesten, eli henkilöitten, ei tarvitse kuitenkaan olla varsinaisia luonnollisia henkilöitä, vaan myös oikeushenkilöt ovat päteviä. Oikeushenkilöihin kuuluvat yritykset ja yhteisöt. (Holopainen 2019, 47) Yhtiö katsotaan purkautuneeksi, mikäli jostain syystä yhtiön toiminnan aikana yhtiömiesten määrä tippuu yhteen, eikä se vuoden sisään tästä nouse enää takaisin vähintään kahteen. (Holopainen 2021, 27.)

Avoimessa yhtiössä ainakin yhdellä luonnollisella yhtiömiehellä tulee olla pysyvä asuinpaikka Euroopan talousalueella. Mikäli kyseessä on oikeushenkilö, tulee tällä olla kotipaikka Euroopan talousalueella. Muussa tapauksessa tulee kaikille yhtiömiehille hakea erikseen lupaa Patentti- ja rekisterihallitukselta yhtiön perustamista ja toimintaa varten. (Holopainen 2019, 47.)

Avoimessa yhtiössä kaikki yhtiömiehet päättävät yrityksen asioista yhdessä, mikäli toisenlaisia järjestelyitä ei olla päätetty. Yhtiömiehet vastaavat yhdessä myös yhtiön sitoumuksista, kuten velasta, henkilökohtaisella omaisuudellaan. Avoimessa yhtiössä yhtiömiesten tulee antaa yhtiölle yhtiöpanos. Avoimen yhtiön osalta riittää, että annettu yhtiöpanos on työpanos. Rahallinen panos ei ole tarvittava. (Uusyrityskeskus 2019, 47.) Minkäänlaisia pakollisia toimielimiä avoimessa yhtiössä ei tule olla. Yhtiöön voidaan kuitenkin valita erikseen toimitusjohtaja, hallitus ja yhtiömiesten kokous. Näistä on kuitenkin erikseen sovittava yhtiömiesten kesken. Mikäli yhtiöön valitaan toimitusjohtaja, tulee tämä erikseen ilmoittaa kaupparekisteriin. (Holopainen 2021, 27.)

Avoimen yhtiön perustamista varten yhtiömiesten on tehtävä kirjallinen yhtiösopimus. Yhtiösopimuksesta käy ilmi yhtiöön liittyviä tärkeimpiä asioita. Lain mukaan yhtiösopimuksesta täytyy löytyä yhtiön toiminimi, kotipaikkana toimiva Suomen kunta, yhtiön toimiala, sekä yhtiömiehet. Pakollisten mainintojen lisäksi yhtiösopimuksessa voidaan sopia myös muista asioista. Näihin kuuluvat muun muassa yhtiön edustaminen, voitonjako, yhtiösopimuksen irtisanominen, sekä yhtiöosuuden luovutus. (Holopainen 2021, 41-42.) Yhtiösopimus allekirjoitetaan kaikkien yhtiömiesten toimesta. Tämän jälkeen yhtiö tulee rekisteröidä kaupparekisteriin, sekä verohallintoon. Ilmoitus rekisteröitäväksi tulee hoitaa kolmen kuukauden sisällä yhtiösopimuksen allekirjoittamisesta. Muussa tapauksessa yhtiön perustaminen ei onnistu. (Holopainen 2019, 47.)

Avoim yhtiö on yritysmuoto, jossa yhtiömiesten välillä tulisi olla vakaa keskinäinen luottamus. Yhtiön tärkeimmistä asioista päätetään yhtiömiesten kesken, joten ventovieraan henkilön kanssa tulee vääjäämättä ongelmia. Tästä syystä Avoin yhtiö sopii muun muassa perheitten perheyrietykseksi tai muille henkilöille, joiden välillä vallitsee vakaa luottamus. (Holopainen 2019, 47.)

### 5.3 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiö on toinen henkilöyhtiöistä. Kommandiittiyhtiössä on paljon samankaltaisuuksia avoimeen yhtiöön verratessa, mutta myös eroja löytyy. Myös kommandiittiyhtiössä yhtiön perustamista varten tarvitaan kaksi yhtiömiestä. Yhtiömiehinä voivat toimia sekä luonnolliset, että oikeushenkilöt. Kommandiittiyhtiössä ainakin yhdellä vastuunalaisella yhtiömiehellä tulee olla pysyvä asuinpaikka Euroopan talousalueella. Oikeushenkilön tapauksessa tulee olla kotipaikka Euroopan talousalueella. Mikäli näin ei ole, tulee myös kommandiittiyhtiön tapauksessa lupaa hakea Patentti- ja rekisterihallitukselta kaikille vastuunalaisille yhtiömiehille. Äänettömien yhtiömiesten ei kuitenkaan tarvitse asua Euroopan talousalueella. (Holopainen 2021, 29.)

Yhtenä erona verrattuna avoimeen yhtiöön on siis yhtiömiesten erot. Kommandiittiyhtiössä yhtiömiehinä voi toimia joko vastuunalaisena yhtiömiehenä tai äänettömänä yhtiömiehenä. Vastuunalaiset yhtiömiehet ovat vastuussa yhtiön toiminnasta henkilökohtaisella omaisuudellaan. Heillä on myös päätäntävalta yhtiöön liittyvissä asioissa. Vastuunalaisella yhtiömiehellä yhtiöön sijoitettu työpanos riittää. Äänettömän yhtiömiehen rooli taas on hyvin erilainen. Heidän roolinsa yhtiössä on yhtiöön sijoittaminen rahallisesti. Pelkkä työpanos ei äänettömän yhtiömiehen tapauksessa riitä. Heillä ei ole päätäntävaltaa yhtiöön liittyvissä asioissa, eivätkä he ole vastuussa yrityksen toiminnasta tai sitoumuksista, ellei muuta ole erikseen sovittu. Kommandiittiyhtiössä tulee olla vähintään yksi vastuunalainen yhtiömiestä ja yksi ääneton yhtiömiestä. (Holopainen 2019, 47.)

Myös kommandiittiyhtiön perustamista varten yhtiömiesten on tehtävä kirjallinen yhtiösopimus. Yhtiösopimuksessa tulee myös tässä tapauksessa mainita yhtiön nimi, kotipaikkana toimiva Suomen kunta, yhtiön toimiala, sekä yhtiömiehet. Tämän lisäksi kommandiittiyhtiön yhtiösopimuksessa tulee mainita, ketä yhtiömiehistä ovat vastuunalaisia- ja ketkä äänettömiä yhtiömiehiä. Äänettömien yhtiömiesten osalta tarvitaan myös maininta rahapanoksen määrästä. Pakollisten mainintojen lisäksi yhtiösopimuksessa voidaan sopia myös muista asioista. Näihin kuuluvat muun muassa yhtiön edustaminen, voitonjako, yhtiösopimuksen irtisanominen, sekä yhtiöosuuden luovutus. Yhtiösopimuksen allekirjoittavat kaikki yhtiömiehet, mukaan lukien äänettömät yhtiömiehet. Myös kommandiittiyhtiön tapauksessa kolmen kuukauden sisällä yhtiösopimuksen allekirjoittamisesta on yhtiö ilmoitettava rekisteröitäväksi kaupparekisteriin, sekä Verohallintoon. Mikäli ilmoitusta ei hoideta ajoissa, peruuntuu yhtiön perustaminen. (Holopainen 2019, 47.)

Myös kommandiittiyhtiössä yhtiömiesten välillä tulisi vallita luottamus. Siksi se onkin avoimen yhtiön lisäksi toinen yritysmuoto, joka sopii hyvin perheyritykseksi tai muille henkilöille, joiden välillä vallitsee vakaa luottamus. (Holopainen 2019, 47-48.)

#### 5.4 Osakeyhtiö

Osakeyhtiö (Oy) on yritysmuoto, jossa osakkeenomistajat omistavat yhtiön erillisiä osakkeita. Osakeyhtiön voi perustaa vähintään yksi tai useampi luonnollinen tai oikeushenkilö. (Uusyri-tysskeskus 2019, 48.) Osakeyhtiöt voidaan jakaa yksityisiin-, sekä julkisiin osakeyhtiöihin. Yksityisen osakeyhtiön perustamista varten ei enää tarvita vähimmäispääomaa, sillä se poistettiin Eduskunnan toimesta vuoden 2019 heinäkuussa. Päätöksellä oli tarkoitus helpottaa yksityisen osakeyhtiön perustamista, sekä kannustaa yrittäjämielisiä yrittäjyyteen. (Saarinen, 2022.) Julkisen osakeyhtiön osalta vähimmäispääomavaatimus taas on 80 000 euroa. Julkisessa osakeyhtiössä osakkeet ovat julkisesti saatavilla ja kaupan arvopaperimarkkinoilla kaikille halukaille. Osakkeet ovat siis pörssissä. (Holopainen 2019, 48.)

Osakeyhtiössä päätäntävalta on osakkeenomistajilla. Osakkeenomistajat vastaavat yrityksen sitoumuksista vain sillä pääomalla, mitä he ovat yhtiöön sijoittaneet. Toisin sanoen, minkä määrän, tai minkä arvoisia yhtiön osakkeita he omistavat. Päätäntävalta, sekä sitoumukset ovat siis hajautettu. Osakkeenomistaja, jolla on paljon yhtiön osakkeita, saa siis enemmän päätösvaltaa yhtiöön liittyvissä asioissa. (Holopainen 2019, 48.) Osakkeenomistajat käyttävät tätä päätösvaltaa yhtiökokouksissa. Päätökset tehdään äänten enemmistöllä, eli osakkeiden määrällä, tai osakkeiden arvon mukaan. Yhtiökokouksessa voidaan muun muassa päättää toimintaohjeista hallitusta varten, sekä toimitusjohtajaa varten, mikäli toimitusjohtaja on valittu. (Holopainen 2021, 32.)

Osakeyhtiössä on oltava hallitus. Hallitus valitaan yhtiökokouksessa osakkeenomistajien johdosta huolehtimaan yhtiön hallinnosta ja edustamisesta. (Holopainen 2019, 48.) Hallituksen

jäsenen on kuitenkin täytettävä muutama kriteeri. Hallituksen jäsen ei voi olla oikeushenkilö, alaikäinen henkilö, henkilö jolla on edunvalvoja, henkilö jonka toimikelpoisuutta on rajoitettu, tai henkilö, joka on konkurssissa tai liiketoimintakiellossa. Vähintään yhdellä hallituksen jäsenellä ja varajäsenellä on oltava pysyvä asuinpaikka Euroopan talousalueella. Mikäli näin ei ole, on lupaa haettava Patentti- ja rekisterihallitukselta. Mikäli hallituksen jäseniä on vähemmän kuin kolme, tulee valita erikseen vähintään yksi varajäsen. Jos taas hallituksen jäseniä on useampi, tulee valita erikseen hallituksen puheenjohtaja. Puheenjohtajan valitsee hallitus, ellei toisin päätetä. Hallitus voi valita yhtiöön myös erikseen toimitusjohtajan. Toimitusjohtajan tehtävänä on hoitaa ja johtaa yhtiötä hallituksen antamien ohjeiden mukaisesti. (Holopainen 2021, 32.)

Osakeyhtiön perustamista varten on tehtävä perustamissopimus. Kaupparekisteriin on ilmoitettava kolmen kuukauden sisällä perustamissopimuksen allekirjoittamisesta. Perustamissopimuksen allekirjoittavat kaikki yhtiömiehet. Perustamissopimuksessa on mainittava yhtiöön liittyviä tärkeimpiä asioita. Pakollisia mainintoja ovat sopimuksen päivämäärä, osakkeenomistajat ja heidän merkitsemät osakkeet, osakkeen merkintähinta eli osakkeesta yhtiölle maksettava määrä, osakkeen maksuaika, sekä yhtiön hallituksen jäsenet. Perustamissopimuksessa tulee lisäksi mainita yhtiön toimitusjohtaja, mikäli yhtiöön on se erikseen valittu. Perustamissopimukseen tulee myös erikseen liittää yhtiöjärjestys. Yhtiöjärjestyksessä on mainittava pakollisena tietona yhtiön toiminimi, kotipaikkana oleva Suomen kunta, sekä toimiala. Tämän lisäksi voidaan mainita muun muassa tilikaudesta, joka on pakollisesti mainittava joko perustamissopimuksessa tai yhtiöjärjestyksessä. (Holopainen 2021, 44-48.)

Osakeyhtiötä perustaessa voidaan myös erikseen tehdä kirjallinen osakassopimus. Tämä ei ole pakollista, mutta suositeltavaa yhtiössä, jossa osakkeenomistajia on enemmän kuin yksi. Osakassopimuksessa on tarkoitus säännellä osakkeenomistajien välisiä suhteita, oikeuksia ja velvollisuuksia. Näihin lukeutuvat muun muassa voitonjako, työnjako, sekä yhtiön toimintojen järjestäminen. On tärkeää huomioida, että osakassopimuksessa voi osapuolena olla vain osa yhtiön osakkeenomistajista. Näin ollen osakassopimus sitoo vain heitä. Tärkeää kuitenkin on, että osakassopimus tehdään mahdollisimman selkeäksi kaikille osapuolille, jotta ristiriidoilta vältyttäisiin. Sopimuksen muuttaminen yhtiön toiminnan käynnistyttyä on hankalaa, sillä se vaatii kaikkien osapuolten yhteisen hyväksynnän. Tästä syystä se on oleellista tehdä huolellisesti heti aluksi. (Holopainen 2021, 46.)

Osakeyhtiö sopii lähes kaikenlaiseen liiketoimintaan. Hyvänä puolena ja houkuttelevana vaihtoehdona voidaan nähdä rajoitettu vastuu, sillä vastuu on sidottu sijoitettuun pääomaan. Jos kyse taas on julkisesta osakeyhtiöstä, sopii se paremmin suuria yrityksiä varten. (Holopainen 2019, 49.)

## 5.5 Osuuskunta

Osuuskunta on yritysmuoto, jonka voi perustaa yksi tai useampi luonnollinen, tai oikeushenkilö. Toisin kuin muissa käsitellyissä yritysmuodoissa, osuuskunnan jäsenien asuinpaikalla ei ole merkitystä perustamisen kannalta. Osuuskunnan asioista päättävät osuuskunnan jäsenet, joiden määrä voi yritystoiminnan aikana joko lisääntyä tai vähentyä. Perustajat ryhtyvät aina osuuskunnan jäseniksi. (Holopainen 2021, 36.)

Myös osuuskunnan voi perustaa ilman vähimmäispääomaa. Jäsenien on kuitenkin sijoitettava osuuskuntaan erikseen osuusmaksu, joka vaihtelee osuuskunnasta riippuen. Osuusmaksun määrä päätetään siis erikseen osuuskunnan säännöissä. Tämä määrä voi kuitenkin vaihdella yritystoiminnan eri vaiheissa. Jäsenet päättävät osuuskunnan asioista osuuskunnan kokouksissa. Toisin kuin osakeyhtiössä, osuuskunnan jäsenillä on tasapuolisesti käytettävissä yksi ääni per henkilö, ellei osuuskunnan säännöissä toisin mainita. Uusista jäsenistä päätetään myös yhdessä jäsenien kesken. Osuuskunnassa jäsenyyttä ei voi ostaa tai myydä. (Holopainen 2019, 52-53.)

Osuuskunnassa jäsenen vastuu rajoittuu vain osuuskuntaan sijoitettuun osuusmaksuun. Velkavastuussa on itse osuuskunta omana oikeushenkilönään. Myös yhtiön tuottamat voitot kuuluvat osakeyhtiölle. Säännöissä mainitaan erikseen, mikä on jäsenien osuus voitoista ja miten ne jäsenille maksetaan. Osuuskuntaa voidaan pitää hyvin vapaamuotoisena yritysmuotona, jossa asiat mahdollistetaan jäsenien kesken yhteisten päätösten turvin. (Holopainen 2019, 52-53.)

Osuuskuntaan on valittava toimiva hallitus osuuskunnan jäsenien toimesta. Hallituksen tehtävänä on valvoa yhtiön hallintoa, sekä toiminnan järjestämistä. Hallituksessa tulee olla vähintään yksi varsinainen jäsen. Mikäli jäseniä on alle kolme, tulee valita myös erikseen yksi varajäsen. Jos jäseniä taas on useita, tulee hallitukselle valita toimiva puheenjohtaja hallituksen toimesta. Hallituksen jäsenen tulee täyttää muutama pakollinen kriteeri. Hallituksen jäsen ei voi olla oikeushenkilö, alaikäinen, se jolle on määrätty edunvalvoja, se jonka toimikelpoisuutta on rajoitettu, tai se joka on konkurssissa tai liiketoimintakiellossa. Vaikka osuuskunnan perustajilla ei ole asuinpaikkakriteereitä yhtiötä perustaessa, hallituksen jäsenillä kuitenkin on. Vähintään yhdellä sekä varsinaisella, että varajäsenellä tulee olla asuinpaikka Euroopan talousalueella, ellei Patentti- ja rekisterihallituksesta anneta erityislupaa. Hallitus voi valita yhtiölle myös erikseen toimitusjohtajan, mikäli sitä pidetään tarpeellisena. Hallituksen jäsenet, sekä mahdollinen toimitusjohtaja on aina ilmoitettava kaupparekisteriin. (Holopainen 2021, 36-37.)

Osuuskunnan perustamista varten on tehtävä perustamissopimus. Perustamissopimuksessa mainitaan yhtiön perustamiseen liittyviä tärkeimpiä asioita. Pakollisia mainintoja ovat sopimuksen päivämäärä, perustajajäsenet ja näiden merkitsemät osuudet, osuudesta maksettava määrä, osuuden maksuaika, sekä hallituksen jäsenet. Mikäli osuuskuntaan on valittu

toimitusjohtaja, tulee tämä erikseen mainita perustamissopimuksessa. Perustamissopimuksen allekirjoittavat kaikki osuuskunnan jäsenet. Perustamissopimuksen osana tulee olla osuuskunnan säännöt. Osuuskunnan säännöissä on aina mainittava pakollisena tietona osuuskunnan toiminimi, osuuskunnan toimipaikkana oleva Suomen kunta, sekä osuuskunnan toimiala. Myös tilikaudesta tulee mainita joko säännöissä tai perustamissopimuksessa. Nämä ovat kuitenkin vain pakollisia tietoja. Osuuskunnan sääntöjen tulisi olla räätälöity tietyn osuuskunnan tarpeiden mukaan. Selkeästi tehdyt säännöt helpottavat yhtiön jäsenten toimintaa. Erillinen jäsen-sopimus voidaan kuitenkin tehdä, mikäli kaikkea ei haluta liittää osaksi osuuskunnan sääntöjä. Jäsen-sopimuksessa voidaan muun muassa sopia riitatilanteiden ratkaisemisesta, hallinnollisten asioiden hoitamisesta, sekä kilpailukiellosta. Jäsen-sopimusta ei kuitenkaan tarvitse liittää osaksi perustamissopimusta. (Holopainen 2021, 50-51.)

Osuuskunta on yritysmuotona erityisen tasa-arvoinen, sillä kaikki jäsenet ovat keskenään tasavertaisia. Se sopiikin yritysmuodoksi yritykselle, jossa jäsenten lukumäärän odotetaan vaihtelevan yritystoiminnan aikana ja jossa jäsenet pyrkivät toimimaan aktiivisesti ja tasavertaisesti tavoitteiden saavuttamiseksi. Osuuskunta on yritysmuodoista erityisen joustava. Siitä syystä se tuleekin pitää mielessä yritysmuotoa valitessa. (Holopainen 2019, 53.)

## 6 Rahoitus

Yrityksen perustamista varten tarvitaan lähes aina rahaa. Rahan tarpeen määrä riippuu paljon siitä, minkälaista yritystoimintaa yrittäjä harrastaa. Tietynlaiset toiminimen harjoittajat eivät esimerkiksi tarvitse välttämättä paljonkaan rahaa, jotta yritystoiminta saadaan käynnistettyä ja ylläpidettyä. Esimerkkinä voidaan mainita ompelija, joka harjoittaa ammattiaan kotoa käsin. Kustannuksiin kuuluvat ompelun kannalta tärkeät välineet, mutta kustannuksia ei välttämättä synny liiketilasta tai erilaisista jakelukustannuksista. Oman kuntosalin perustaminen taas vaatii huomattavasti enemmän rahaa. Tämänkaltaisessa yrityksessä kuntosalin laitteet itsessään maksavat jo huomattavan määrän. Kuntosalit tarvitsevat myös toiminnalleen isot tilat, jotka yrittäjän on vuokrattava. Oli rahan tarpeen määrä mikä tahansa, tulisi se selvittää rahoituslaskelmassa osana liiketoimintasuunnitelmaa. Rahoituslaskelmasta selviää rahan tarpeen määrä, sekä mistä raha tulee. (Holopainen 2019, 25.)

Yritystoiminnan tavoitteena on tehdä voittoa. Rahoituskysymyksissä tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen tekemät sijoitukset tuottavat yritykselle enemmän, kuin mitä niiden rahoittamisesta aiheutuu kustannuksia. Investointien tekeminen ei ole ilmaista. Yrittäjän tuleekin miettiä, minkälaisia investointeja halutaan tehdä, sekä miten niitä rahoitetaan. (Ikäheimo, Laitinen, Laitinen, Puttonen 2014, 85.)

Yritys tarvitsee pääomaa niin investointeihin, kuin myös käyttöpääomaksi (Pirnes & Kukkala 2002, 167). Yrityksen rahoitus voidaan jakaa erikseen omaan ja vieraaseen pääomaan. Omalla pääomalla tarkoitetaan yrittäjän omaisuutta, joka voidaan sijoittaa liiketoimintaan. Oma pääoma voidaan jakaa kahteen osaan. Aloittelevalle yrittäjälle tutumpi vaihtoehto on sisäinen pääoma, joka tarkoittaa liiketoiminnasta saatuja tuloja. Tuloja kertyessä yrittäjä voi siis itse rahoittaa yrityksensä toimintaa. Ulkoisella sisäisellä pääomalla tarkoitetaan osakeannin kautta hankittua pääomaa. Osakeannilla tarkoitetaan tilannetta, jossa yritys luo ja myy yhtiön uusia, sekä jo hallussa olevia osakkeita. Osakeannin voi suorittaa joko osakeyhtiö tai osuuskunta. (Ikäheimo ym. 2014, 85.)

Vieraalla pääomalla taas tarkoitetaan lainarahaa, joka on useassa tapauksessa pankin myöntämä laina (Uusyrittyskeskus 2019, 25.) Pankit eivät kuitenkaan ole ainoita rahoituslaitoksia. Toisena esimerkkinä voidaan mainita rahamarkkinarahastot (Minilex.) Mikäli yritystä varten tehdään investointeja, on lainarahan hakeminen usein oleellista. Lainasta on maksettava korkoa. Tämän lisäksi rahoittajat tarvitsevat lainan toimitusmaksun, sekä korkomarginaalin. Takaisinmaksuehdot kuitenkin vaihtelevat riippuen rahoittajasta. Pankit kuitenkin esimerkiksi vaativat usein reaalivaluutan lainapääomaa varten. Reaalivaluutena toimii tietyn omaisuuden panttaus, esimerkiksi asunnon panttaus. Rahoitusta voidaan hakea myös esimerkiksi maksuajan pidennyksillä, sekä luottokorteilla. Rahoituslaitokset eivät kuitenkaan ole valmiita myöntämään lainaa, mikäli yrittäjä ei osoita yrityksellä olevan potentiaalia. Myös tässä tapauksessa huolellisesti laadittu liiketoimintasuunnitelma on erittäin tärkeä elementti. Huolellisesti laadittu liiketoimintasuunnitelma avaa rahoittajille kuvan siitä mitä yritys haluaa tehdä ja ketkä ovat asiakkaita. Laskelmista taas selviää mihin ja miten rahaa käytetään, mikäli rahoituslaitos sellaista antaa. (Holopainen 2019, 25.)

Yrityksen rahoitustarpeet saattavat vaihdella riippuen yritystoiminnan vaiheesta. Yrityksen alkuvaiheissa perinteinen pankkilaina voi riittää, mutta yritystoiminnan edetessä voi rahoitusta hakea myös muualta. Rahoitusta voidaan saada esimerkiksi niin kutsutuilta bisnesenkeleiltä. Bisnesenkelit ovat yksityishenkilöiltä, jotka sijoittavat potentiaaliin uusiin ja kasvaviin yrityksiin. Rahasijoituksen lisäksi bisnesenkelit käyttävät myös omaa aikaansa yritykseen. Uudelle potentiaaliselle yritykselle ja yrittäjälle kokemus ja neuvot ovat elintärkeitä rahoituksen lisäksi. (Suomenyritykset.fi.)

Aloitteleva yrittäjä ei ole rahoituskysymyksissä yksin. Rahoituksen hakeminen voi olla alkuvaiheissa vaikeaa. Finnvera tarjoaa aloittavan yrityksen tueksi osittaista takausta, mikäli rahoitusta ei ole pankin kautta myönnetty. Osittainen takaus saattaa toimia ratkaisuna, kun yrittäjä tarvitsee rahoitusta pankilta. Myös ELY-keskus on aloittelevan yrityksen apuna. ELY-keskus voi myöntää pienelle tai keskisuurelle yritykselle kehitysavustusta yrityksen investointeja ja kehittämistoimenpiteitä varten. Kehittämistoimenpiteisiin kuuluvat yrityksen hankkeet, jotka kehittävät yritystä merkittävästi. Näihin kuuluvat muun muassa yrityksen

laajentaminen, sekä tuotannon lisääminen. Rahoitusta yritykselle voi siis saada monesta eri paikasta. Riippuu yrityksestä, paljonko rahaa ylipäättänsä tarvitaan, sekä mistä sitä haetaan. Tämä on yrittäjän valittavissa. Pääasia on, että yrittäjät tiedostavat erilaisten rahoituskanavien olemassaolosta. (Holopainen 2019, 25-26.)

## 7 Yrittäjän turva

Liiketoiminnassa saattaa sattua ja tapahtua. Tämä kuuluu tietysti myös yrittäjyyteen. Erilaiset riskit ja arvaamattomat tilanteet ovat yrittäjän arkipäivää. Tästä syystä myös näihin tulee varautua. Yrittäjä voi hakea yritystään, sekä itseään varten erilaista turvaa. Näihin kuuluvat erilaiset vakuutukset, sekä turvat, kuten sosiaaliturva. Mitä turvaa yrittäjä päättää hakea, riippuu täysin liiketoiminnan ja yrityksen luonteesta. Jotkin vakuutukset saattavat esimerkiksi olla erittäin oleellisia liiketoiminnan kannalta ja jotkin taas eivät. Yrittäjän tuleekin turvata itsensä ja yrityksensä sen mukaan, mikä on tärkeää. (Yrittajat.fi.)

Yrittäjän eläkevakuutus (YEL) on vakuutus, joka yrittäjän on pakko ottaa. YEL- vakuutusmaksujen maksaminen kerryttää yrittäjälle aina eläkettä. Vakuutus tulee ottaa viimeistään kuuden kuukauden kuluttua yritystoiminnan alettua. Yrittäjällä on täysi vapaus valita miltä vakuutusyhtiöltä hän YEL- vakuutuksen ottaa. Vakuutettavan YEL- työtulon on vastattava palkkaa, jonka ammattia harjoittava henkilö saisi vastaavasta palkkatyöstä. YEL- vakuutuksella yrittäjä vakuuttaa itsensä vanhuuden ja työkyvyttömyyden varalta. Yrittäjälle maksetaan tämän lisäksi kuntoutustukea. YEL-vakuutus määrittää myös Kelan päivärahojen suuruuden yrittäjälle, joka riippuu yrittäjän työtulosta. Yrittäjän on myös tehtävä töitä yrittäjänä vakuutuksen saamiseksi. Pelkkä yrityksen omistaminen ei siis tässä tapauksessa riitä. (Holopainen 2019, 63.) Yrittäjän tulee olla 18-67 vuotias Suomessa toimiva yrittäjä, jonka yritystoiminta on kestänyt vähintään neljä kuukautta ja jonka arvioitu työtulo on vähintään 8261,71 euroa vuodessa (vuonna 2022). YEL-vakuutusmaksuja maksetaan koko siltä ajalta, minkä vakuutus on voimassa. Maksut ovat tietty prosenttiosuus yrittäjän YEL- työtulosta. Maksun määrä vaihtelee esimerkiksi iästä, sekä riippuen siitä onko kyseessä aloitteleva yrittäjä. Keskimäärin maksun määrä kuitenkin on noin 20 % yrittäjän YEL-työtulosta. YEL-maksut voi vähentää omassa tai yrityksen verotuksessa. (Ilmarinen.fi.)

Muut yrittäjän hakemat vakuutukset ovat täysin vapaaehtoisia. Yritystoiminnan kannalta on kuitenkin usein tärkeää, että yrittäjä hakee liiketoiminnan kannalta oleellisia vakuutuksia. Yleisiä tärkeitä vakuutuksia ovat esimerkiksi keskeytysvakuutus, kiinteistö- ja omaisuusvakuutus, sekä vastuuvakuutus. Keskeytysvakuutus korvaa menetyksiä, jotka aiheutuvat liiketoiminnan keskeytymisen vuoksi. Näitä ovat esimerkiksi keskeytymisen vuoksi aiheutuneet kulut, sekä menetetty tuotto liiketoiminnasta. Kiinteistö- ja omaisuusvakuutus kulkevat usein käsi kädessä. Ne ovat tarkoitettu yrittäjälle, jolla on toimitilat ja yrityksen omaisuutta.

Omaisuusvakuutuksen lisäksi kiinteistövakuutukseen kuuluu toiminnan vakuutukset. Kiinteistö- vakuutukset siis kattavat kiinteistön omaisuusvahinkoja, sekä toiminnan vakuutuksia, kuten kiinteistön vastuuvakuutuksen tai kiinteistön oikeusturvavakuutuksen. Vastuuvakuutus taas kattaa vahinkoja, jotka johtuvat yrityksen toiminnasta. (Yrittajat.fi.)

Yrittäjän kannattaa myös harkita työterveyshuoltoa. Yrittäjän tulee jaksaa, jotta myös yritys voisi hyvin. Terveysongelmat saattavat pahimmillaan johtaa yritystoiminnan heikkenemiseen tai jopa loppumiseen. Yrittäjä saattaa myös yrityksen luonteesta riippuen joutua moniin työ- terveyttä vaarantaviin tilanteisiin, jolloin työterveyshuollon hakeminen on erityisen tärkeää. Työterveyshuoltoa voi hakea terveyskeskuksilta, sekä yksityisiltä lääkäriasemilta. Yrittäjä voi yhdessä työterveyshuollon kanssa pohtia, minkä laajuisen työterveyshuollon yrittäjä tarvitsee. Kela korvaa osan työterveyshuollosta aiheutuneista kustannuksista, mikäli yrittäjällä on YEL- vakuutus. Tämän lisäksi työterveyshuollosta aiheutuneita kuluja voi vähentää verotuksessa elinkeinotoiminnan kuluina. (Yrittajat.fi.)

## 8 Yrityksen perustamisen vaiheet ja johtopäätökset

Opinnäytetyössä on käyty läpi yrityksen perustamisen vaiheita, sekä olennaisia asioita, joita yrittäjän tulisi yritystä aloittaessa tietää. Tässä kappaleessa kertaan ja tiivistän yrityksen pe- rustamisen vaiheet, sekä annan oman arvioni esimerkiksi siitä, onko yritystoimintaa Suomessa helppo lähteä toteuttamaan.

Yritys ei perusta itse itseään. Tähän tarvitaan aina yrittäjä, jolla on luonnetta lähteä toteut- tamaan unelmaansa. Yrityksen perustaminen lähtee siis yrittäjän päätöksestä. On yrittäjästä itsestään kiinni, mitä yritys lähtee tekemään ja mikä on sen tavoite. Tätä varten laaditaan lii- ketoimintasuunnitelma, jonka avulla yrittäjä itsekin pystyy paremmin suunnittelemaan, miten toimintaa lähdetään käytännössä toteuttamaan. Alkuun tarvitaan liikeidea, jossa pohditaan yrityksen tarjoamaa tuotetta tai palvelua, sekä miten se saadaan markkinoille asiakkaita var- ten. Markkinointisuunnitelmassa tähän keskitytään entistä enemmän. Huomiota tulee kohdis- ta myös kilpailijoihin, sekä yrityksen strategiaan, jotta tavoitteisiin päästäisiin. Laskelmien avulla yrittäjä pystyy yleisesti näkemään, onko yritystoiminta edes kannattavaa ja kannat- taako sitä lähteä toteuttamaan. Laskelmista selviää myös mihin rahaa tulee luultavasti kulu- maan, sekä mistä sitä saadaan. Liiketoimintasuunnitelmassa tulee huomioon ottaa myös yri- tystoiminnan kannalta mahdolliset riskit. Mikäli riskejä pystytään tunnistamaan, on niihin va- rautuminen huomattavasti helpompaa. Liiketoimintasuunnitelman laatimisen jälkeen yrittäjän tulisi laatia jonkinlainen analyysi yrityksestä, sekä yrityksen paikasta sen toimintaympäris- tössä. Tähän erinomainen työkalu on SWOT-analyysi, josta käy ilmi yrityksen vahvuudet, heik- koudet, uhat, sekä mahdollisuudet. Suunnittelun ja analysoinnin jälkeen, on yrittäjälle aika valita yritysmuotoa. Yritysmuodon valinta riippuu monesta tekijästä ja onkin yrittäjän tehtävä

valita yritystoiminnalle kaikista sopivin vaihtoehto. Yritystoiminnan valinnan jälkeen yritys voidaan rekisteröidä, jolloin yritys alkaa olemaan olemassa. Yritys on nyt olemassa ja tarvitsee luultavasti rahoitusta. Rahan tarve riippuu yrityksen luonteesta ja on jälleen kerran yrittäjän tehtävä valita paljonko yritys tarvitsee rahoitusta, ja mistä sitä haetaan. lopulta yrityksen tulisi turvata liiketoimintansa, sekä itsensä kaiken varalta. Tässä vaiheessa yrittäjän tulee hakea YEL-vakuutusta, sekä muita tarpeellisia vakuutuksia työterveyshuollon lisäksi. Vaiheitten järjestys ja määrä voi vaihdella tapauksesta riippuen, mutta tämä on hyvä esimerkki vaiheista, joita yrityksen perustamista varten joudutaan usein tekemään.

Yrityksen perustaminen on mielestäni Suomessa tehty helpoksi. Yritystoimintaa voi lähteä rakentamaan juuri ilman minkäänkokoista pääomaa, mikäli yrittäjä näin haluaa. Tästä syystä jokaisen yrittäjyyttä harkitsevan tulisi harkita yrittäjyyteen ryhtymistä. Yrittäjyyteen liittyy toki monia riskejä, joita palkkatyössä ei välttämättä tulisi vastaan. Voi olla niin, että yritys ei tee voittoa, jolloin myöskään tuloja ei kerry yrittäjälle. Palkkatyössä tästä ei tarvitse huolehtia. Yrittäjyys avaa kuitenkin valtavan määrän myös mahdollisuuksia. Yrittäjyyden tuoma vapaus houkuttelee monia, mukaan lukien itseäni. Kirjallisuutta lukiessani hahmotin myös, että huolellisesti suunniteltu yritystoiminta ja yrityksen perustaminen helpottaa huomattavasti alkavaa yritystoiminnan sujuvuutta. Etenkin liiketoimintasuunnitelmalla on tässä valtava merkitys. Tähän yrittäjän tulisi panostaa ja laatia se ajatusta käyttäen. Yritysmuodot mahdollistavat myös sen, että yritystoimintaa varten löytyy sopiva yritysmuoto. Rahoitusta yritys voi myös hakea suhteellisen helposti. Myös rahoitusta hakiessa tärkeässä osassa on huolellisesti laadittu liiketoimintasuunnitelma, josta rahoittajat näkevät yrityksen ja itse yrittäjän mahdollisen potentiaalin. Yrittäjän turvaksi on myös monia turvaverkkoja. Näistä turvista joutuu tietysti kuitenkin maksamaan. Itse näen kuitenkin, että se on tietty taakka yrittäjän harteilta pois, kun tietää, että osa toiminnasta ja yrityksestä on turvattu. Kaikkia riskejä ei siis tarvitse kantaa yksin. Yrittäjyys on kaikin puolin hieno asia, johon jokaisen sitä haluavan tulisi harkita ryhtyvänsä.

## Lähteet

### Painetut

Ackermann, F. 2011. Making Strategy. Mapping out Strategic success. 2. painos. London: SAGE Publications.

Holopainen, T. 2021. Yrityksen perustamisopas. 31. painos. Turenki: Hansaprint.

Holopainen, T. 2019 Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. Helsinki: Suomen Uusyrityskeskukset

Hopkin, P. 2017. Fundamentals of risk management. 4. painos. London: Kogan Page Limited.

Hyytinen, A. & Maliranta, M. Yritysjohdon taloustiede. Helsinki: Spillover Economics.

Ikäheimo, S., Laitinen, E., Laitinen, T. & Puttonen, V. 2014. Yrityksen taloushallinto tänään. Vaasa: Vaasan Yritysinformaatio.

Ilmonen, I., Kallio, J., Koskinen, J. & Rajamäki, M. 2010. Johda riskejä. Helsinki: Tammi.

Kinnunen, J., Laitinen, E., Laitinen, T., Leppiniemi, J. & Puttonen, V. 2004. Mitä on yrityksen taloushallinto?. Helsinki: KY-Palvelu.

McKinsey & Company 1999. Ideasta kasvuyritykseksi. Helsinki: WSOY.

Pirnes, H. & Kukkola, E. 2022. Kansainvälisen liiketoiminnan käsikirja. Helsinki: WSOY.

Puusa, A., Reijonen, H., Juuti, P. & Laukkanen, T. 2015. Akatemiasta markkinapaikalle. 6. painos. Helsinki: Talentum.

Salmenkari, M. & Ruotsi, E. 1994. Yrittäjästä voittajaksi. TT- Kustannustieto.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2002. Menestyvä yritys. 5. painos. Helsinki: Edita Publishing

#### Sähköiset

Saarinen, T. 2022. Osakeyhtiön vähimmäispääoma poistuu- yhtiön perustaminen helpottuu. Viitattu 28.10.2022. <https://www.rantalainen.fi/julkaisut/artikkelit/osakeyhtion-vahimmais-paaomavaatimus-poistuu-yhtion-perustaminen-helpottuu/>

Yrityksen-perustaminen 2022. Yrityksen arvot, missio ja visio. Viitattu 18.10.2022. <https://yrityksen-perustaminen.net/yrityksen-arvot/>

Minilex 2020. Mikä on rahoituslaitos? Viitattu 15.11.2022. <https://www.minilex.fi/a/mik%C3%A4-on-rahoituslaitos>

Suomen Yritykset. 2021. Bisnesenkeli. Viitattu 17.11.2022 <https://suomenyritykset.fi/bisnesenkeli/>

Suomen yrittäjät 2022. Turvaa yrittämiseen. Vakuutukset. Kiinteistövakuutus. Viitattu 19.11.2022. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/turvaa-yrittamiseen/vakuutukset/#kiinteistovakuutus>

Suomen yrittäjät 2022. Turvaa yrittämiseen. Yrittäjän Sosiaaliturva. Viitattu 19.11.2022. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/turvaa-yrittamiseen/yrittajan-sosiaaliturva/>

Suomen yrittäjät 2022. Turvaa yrittämiseen. Yrittäjän Työterveyshuolto. Viitattu 19.11.2022. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/turvaa-yrittamiseen/yrittajan-sosiaaliturva/>

Ilmarinen 2022. Yrittäjän eläkevakuutus eli YEL. Viitattu 20.11.2022. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/turvaa-yrittamiseen/yrittajan-sosiaaliturva/>

Ilmarinen 2022. YEL-maksut ja laskuasiat. Viitattu 20.11.2022. <https://www.ilmarinen.fi/yrittaja/yel-vakuutus/yel-maksut-ja-laskuasiat/>

Stockmann Oyj Apb 2022. Strategia lyhyesti. Viitattu 20.11.2022. <https://www.stockmanngroup.com/fi/strategia>

#### Kuviot

Kuvio 1: Esimerkki rahoituslaskelmapohjasta. (Kiuruveden kaupunki)

<https://www.kiuruvesi.fi/Suomeksi/Palvelut/Elinkeinopalvelut/Yrityksen-perustaminen/Kannattavuus,-rahoitus-ja-verot>

Kuvio 2: Esimerkki kannattavuuslaskelmasta (Holopainen 2019, 19)

Kuvio 3: Esimerkki myyntilaskelmasta (Holopainen 2020, 20)

Kuvio 4: SWOT- analyysi (Suomen riskienhallintayhdistys) <https://pk-rh.fi/tools/swot.html>

