



Kosmetiikkayrityksen perustaminen käytännössä

Mia Knudsen

2023 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Kosmetiikkayrityksen perustaminen käytännössä

Mia Knudsen
Kauneudenhoitoalan koulutus
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2023

Mia Knudsen

Kosmetiikkayrityksen perustaminen käytännössä

Vuosi

2023

Sivumäärä

27

Tässä opinnäytetyössä perehdyttiin kosmetiikkayrityksen perustamiseen käytännössä. Tavoitteena oli luoda yritystä perustavalle oppaan omainen paketti, joka on tehty helposti luettavaksi sekä ymmärrettäväksi. Työn keskeiset aihealueet olivat yhtiömuodon valinta, alkuvaiheen rahoitus, lanseeraus ja myyntikanavat sekä ostopalvelut. Työssä keskityttiin näihin aiheisiin erityisesti kosmetiikkayrityksen näkökulmasta. Työ suoritettiin käyttäen tietolähteinä henkilöhaastatteluja, kirjallisuutta ja verkkosivuja. Monet käsiteltävät aiheet olivat laajoja, joten niitä jouduttiin tiivistämään järkevämmän kokoisiksi. Jotkin aihealueet käsiteltiin vain pintapuolisesti. Työ kuitenkin antaa hyvän yleiskuvan ja pohjan syvemmälle tiedonhankinnalle.

Opinnäytetyön tuloksena havaittiin, että Suomalainen elinkeinopolitiikka tarjoaa yrityksen perustamiseen paljon tietoa ja apua. Kansallisella tasolla luodaan taloudellinen perusta ja sellainen toimintaympäristö, joka edistää yritystoiminnan syntymistä, kasvua ja kilpailukykyä. Alueelliset elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskukset, eli ELY-keskukset, hoitavat toimeenpano- ja kehittämistehtäviä. Merkittävää tukea tarjoavat myös kunnalliset yrityskeskukset. Yrityksen perustamiseen liittyy paljon asioita ja valtavasti tietoa, jota pitää olla, mutta sitä pitää hakea monesta eri paikasta. Ei ole olemassa vain yhtä paikkaa, mistä uusi yrittäjä voisi saada kaiken tarvittavan tiedon.

Laurea University of Applied Sciences
Degree Programme in Beauty and Cosmetics
Bachelor's thesis

Abstract

Mia Knudsen

Founding a cosmetics company in practice

Year 2023

Pages

27

This thesis delved into the practical aspects of establishing a cosmetics company, aiming to provide a user-friendly guide for business initiators. It covered key areas like legal structure selection, initial financing, launch strategies, sales channels, and outsourcing, with a specific focus on the cosmetics industry. The research drew from interviews, literature, and online sources, condensing broad topics for clarity. While some areas were superficially addressed due to their extensive nature, the thesis offered a comprehensive overview and acted as a foundation for further in-depth exploration.

The findings highlighted the wealth of information and support in the Finnish economic policy for aspiring entrepreneurs. Nationally, there is a robust economic foundation facilitating a business-friendly environment. The Centres for Economic Development, Transport and the Environment (ELY Centres) play a crucial role in implementation and development. Municipal business centres also offer significant support. Starting a business involves navigating various aspects and gathering information from diverse sources, as no single repository provides all necessary details for new entrepreneurs.

Keywords: establishing, company, financing, launch, business plan

Sisällys

1	Johdanto.....	7
2	Päätösvaltaa ja taloudellista vastuuta	7
2.1	Aloittavan yrityksen yritysmuoto	8
2.2	Osaakeyhtiö	8
2.3	Osaakeyhtiön perustaminen.....	9
3	Ensimmäisen toimintavuoden rahoitus	9
3.1	Pääomitus	10
3.2	Tuet ja avustukset	10
3.3	Lainarahoitus	10
3.4	Aloittavan yrittäjän vakuutukset ja toimeentulo	11
4	Ensimmäisen toimintavuoden riskien pienentäminen ostopalveluilla.....	12
4.1	Tilitoimistojen tarjoamat palvelut	12
4.2	Kosmetiikkatuotteiden tuotekehityspalvelut.....	12
4.2.1	Tuotekehitys ja protovalmistus.....	12
4.2.2	Tuotteen hyväksyntäprosessi	13
4.3	Tavaramerkki	14
5	Myyntikanavat ensimmäisenä toimintavuonna	14
5.1	Verkkokaupan pystyttäminen.....	14
5.2	Miten päästä vähittäiskaupan tuotevalikoimaan.....	14
6	Ennen oman tuotannon käynnistämistä	15
6.1	Sopimusvalmistus ja ODM	15
6.2	Toimitusketju	15
6.3	Kosmetiikkatuotteiden sopimusvalmistus Suomessa, Euroopan talousalueella, ETA:n ulkopuolella	17
7	Markkinoille uudella yrityksellä ja uudella tuotteella, kaksinkertainen haaste	19
7.1	Minkälaisella tuotteella liikkeelle	19
7.2	Muutamia trendikkäitä raaka-aineita.....	19
7.3	Liiketoimintasuunnitelma	20
8	Nouseminen kasvun polulle	21
8.1	Talous ja rahoitus	21
8.2	Myynti.....	21
8.3	Asiakkuudet	22
8.4	Tuottavuus	22
8.5	Rekrytointi	22
8.6	Kansainvälistyminen	22
9	Pohdinta	22

Lähteet.....	24
Kuviot	27
Taulukot	27

1 Johdanto

Nykypäivänä Suomessa sekä maailmalla toivotetaan tervetulleeksi monimuotoisia kosmetiikkayrityksiä. Pohjoismaissa erityisesti suositaan luonnollisia, puhtaita tuotteita ja Suomi ei ole tässäkään poikkeus. Uusia brändejä syntyy jatkuvasti ja vanhojen tuotekehitys etenee lupaavasti. Tällaisiin yritykseen lukeutuvat muun muassa uudemmat Inari Arctic Beauty, joka lanseerattiin vuonna 2018, sekä vuonna 2017 perustettu Henua Organics tai vaikkapa vanha tuttu Lumene joka on ollut myynnissä jo vuodesta 1970 (Sarén, 2019).

Yritystä kuvaillaan itsenäiseksi yksiköksi, joka tuottaa tavaroita sekä palveluita, joita voidaan myydä markkinoilla (Tilastokeskus). Teknologian kehittyessä on voitu tuoda markkinoille myriadi kosmetiikkatuotteita ja -palveluita, joista toisetkin voivat inspiroitua oman yrityksen perustamiseen. Monelle kuitenkin yrityksen konkreettinen aloittaminen on vaikeaa, sillä tietoa saa joka puolelta ja varsinkin nuoremmille yrittäjille tämä voi olla hämmentävää. Jos tieto pystyttäisiin keräämään samaan paikkaan helposti ymmärrettävässä muodossa, voisi siitä hyötyä moni yritystä perustava tai sen perustamista harkitseva.

Tämän opinnäytetyön tavoite on luoda pohja, josta alkaa rakentamaan omaa kosmetiikkayritystä Suomessa. Työn on tarkoitus olla oppaan omainen, jotta sitä voidaan sähköisesti jakaa muillekin aiheesta kiinnostuneille. Työ keskittyy ensimmäisen vuoden toimintasuunnitelmaan, sisältäen markkinointiin, rahoitukseen sekä tuotekehitykseen liittyvät teoriapohjat. Opinnäytetyö tehtiin vuoden 2023 syksyn aikana.

2 Päätösvaltaa ja taloudellista vastuuta

Uutta yritystä perustettaessa on mietittävä eri yritysmuotoja ja niiden heikkouksia sekä vahvuuksia. Vaikka yrittämisen muotoja on monta, niistä ehdottomasti suosituimpia ovat osakeyhtiö, yksityinen elinkeinonharjoittaja tai paremmin tunnettu toiminimiyrittäjänä, kommandiittiyhtiö, avoin yhtiö ja osuuskunta. Aloittavan yrittäjän täytyy kysyä kysymyksiä itseltään, kuten kuinka laajaa liiketoiminnan haluttaisiin olevan, minkälaisia suunnitelmia yrityksen kasvuun on ja kuinka käyttää aikaa yrityksen parissa. Muita kysymyksiä joihin kannattaa miettiä vastauksia ovat yrityksen toimiala sekä perustajien lukumäärä, mutta tässä työssä keskitytään kosmetiikka-alan yritykseen jolla on vain yksi perustaja. (Yrityksen-perustaminen.net 2023.)

2.1 Aloittavan yrityksen yritysmuoto

Aloittavan yhtiön valittu toiminta-ajatus on kosmetiikkatuotteiden tuotekehitys, valmistus sekä tukku- ja vähittäiskauppa. Yrityksen sekä tuotteen ollessa markkinoilla uusia, on oletettavaa, että ensimmäisen - ja luultavasti myös muutaman seuraavankin - toimintavuoden tulorahoitus ei riitä kattamaan yrityksen kustannuksia. Ensimmäisen toimintavuoden riskienhallinnan kannalta on luontevinta, että yritys etsii ulkopuolista taloudellista pääomaa sekä intellektuaalista pääomaa. Näillä parametreilla kuvatulle yhtiölle soveltuvin yhtiömuoto on yksityinen osakeyhtiö (Oy). Osakeyhtiössä osakkaat eivät ole henkilökohtaisessa vastuussa yhtiön vastuista eikä veloista. Osakkuus yhtiössä tarkoittaa pääoman sijoittamista yhtiöön, mutta tarjoaa samalla osakkaalle mahdollisuuden osallistua päätöksentekoon yhtiökokouksessa. Paras tilanne on, jos osakkaista löytyy soveltuvia henkilöitä osakeyhtiön hallitukseen. Hyvä hallitus sekä menestyksekkäs osakashankinta ovat ensimmäisen toimintavuoden avainmenestystekijöitä. (Uusi-Ilkainen 2023.)

2.2 Osakeyhtiö

Osakeyhtiölaki (OYL) määrittää osakeyhtiölle kolme toimielintä: yhtiökokous, hallitus ja toimitusjohtaja. Yhtiökokous on ylin päättävä elin, jossa osakkeenomistajat mm. valitsevat ja erottavat hallituksen, päättävät voitonjaosta, hyväksyvät tilinpäätöksen ja valitsevat tilintarkastajan. Hallitus päättää yrityksen strategiasta, valvoo yhtiön toimintaa sekä nimittää ja erottaa toimitusjohtajan. Toimitusjohtaja johtaa päivittäistä liiketoimintaa hallituksen ohjeiden ja määräysten mukaisesti sekä valmistelee hallituksen kokoukset. Tilintarkastaja puolestaan tarkastaa yhtiön kirjanpidon raportoiden suoraan osakkeenomistajille. (Kajala 2023.)

OYL:n mukaan osakeyhtiöllä tulee olla 1-5 hallituksen jäsentä ja jos jäseniä on alle 3, tulee olla vähintään 1 varajäsen. Aloittavalle yritykselle on hyödyllistä saada paitsi pääomittavia omistajia, myös osaavia hallituksen jäseniä, jotka mielellään ovat myös omistajia (Eloranta 2018, 97). Esimerkkyritykselle luonteva hallituksen kokoonpano olisi esimerkiksi 2 ulkoista jäsentä sekä perustaja-omistaja-toimitusjohtaja, eli yhteensä 3 henkeä. Hallituksen puheenjohtajan tulee olla jompikumpi ulkoisista jäsenistä, ei toimitusjohtaja. Näin voidaan taata kaikkien osakkaiden yhdenvertainen kohtelu (OYL 624/2006 1 luku 7 §).

Osakeyhtiölle tulee laatia yhtiöjärjestys (OYL 624/2006 2 luku 2 §) sekä perustamissopimus (OYL 624/2006 2 luku 3 §). Osakkeenomistajien määräysvaltaa voi rajoittaa yhtiöjärjestyksessä. Koska aloittavan yhtiön on ensimmäisenä toimintavuotenaan näytettävä houkuttelevalta paitsi yhteistyökumppaneille ja asiakkaille, myös pääomittajille, ei ole mielekästä jakaa osakekantaa äänioikeudettomiin ja äänioikeudellisiin.

Ensimmäisenä toimintavuonna osakeyhtiön toimitusjohtajuus yleensä lankeaa yhtiö toiminta-ajatuksen hyvin tuntevalle perustajajäsenelle. Uusi yhtiö on todennäköisesti ollut toimitusjohtajansa pitkällisen harkinnan ja valmistelun tuotos. Näkökulma visiosta voi muodostua tällöin hyvin subjektiiviseksi ja lähestyminen hyvin operatiivista ja käytännönläheistä. Ulkopuoliset hallituksen jäsenet voivat tarjota toimitusjohtajalle korvaamattoman strategisen selkänöjan. (Hänninen 2023.)

2.3 Osakeyhtiön perustaminen

Osakeyhtiön perustaminen tapahtuu tekemällä perustamisilmoitus Patentti- ja rekisterihallituksen ylläpitämään Kaupparekisteriin kolmen kuukauden kuluessa perustamissopimuksen allekirjoittamisesta. Perustamisilmoituksesta tulee käydä ilmi perustamissopimuksen allekirjoittamispäivä, osakkeiden ja osakepääoman tiedot, yhtiöjärjestys, joka sisältää vähintään yhtiön toiminimen, kotipaikkana olevan Suomen kunnan ja toimialan. Perustamisilmoituksesta tulee käydä ilmi myös tilikausi, nimet ja suomalaiset henkilötunnukset seuraavista henkilöistä: Tosiasialliset edunsaajat (omistus yli 25%, edustaa yli 25% omistusta, muu tosiasiallinen määräysvalta esim.osakassopimus), hallituksen jäsenet, mahdollinen toimitusjohtaja, mahdolliset tilintarkastajat sekä mahdolliset prokuristit (yhtiön nimenkirjoitusoikeudelliset) tai muut edustusoikeudelliset. Lisäksi ilmoitukseen tulee liittää hallituksen ja mahdollisen toimitusjohtajan vakuutus lain noudattamisesta sekä jos yhtiöllä on osakepääomaa, kuitit osakepääoman maksusta. (Patentti- ja Rekisterihallitus 2023a.)

Yhtiön osakkeen merkintähinnan voi maksaa paitsi rahana, myös yhtiölle taloudellista arvoa omaavana omaisuutena. Tällöin puhutaan ns. apportista. Tällöin pitää ilmoitukseen liittää tilintarkastajan laatima apporttiselvitys, jossa yksilöidään apporttiomaisuus ja sillä suoritettava maksu sekä omaisuuden arvostamiseen vaikuttavat seikat ja arvostusmenetelmät. Apportti tarkoittaa aina omaisuutta, työsuoritus ei voi koskaan toimia apporttina. (OYL 624/2006 2 luku 6 §, 9 luku 12 §.)

Osakeyhtiön rekisteröimisen kustannus on Suomessa satasia, ei tuhansia euroja (Patentti- ja Rekisterihallitus 2023b).

3 Ensimmäisen toimintavuoden rahoitus

Yhtiön rahoitus perustuu kolmeen tukijalkaan: omaan pääomaan, avustuksiin ja vieraaseen pääomaan (Ollikainen 2023).

3.1 Pääomitus

Oman pääoman hankintaa kutsutaan usein pääomittamiseksi. Pääomittaminen tapahtuu myymällä omistusosuuksia yhtiöstä. Omistusosuuden myötä pääomittaja saa myös äänivaltaa yhtiökokouksessa. Aloittavan yhtiön pääomittamiseen sopivat hyvin ns. enkelisijoittajat. Enkelisijoittajia yritys voi hankkia esim. FIBANin (Finnish Business Angels Network) tai Nordic Pitch Eventsin kautta. Kun yhtiö on päässyt käyntiin, kasvaa pääomittajien kirjo huomattavasti. Mukaan tulevat aikaisen vaiheen pääomasijoittajat kuten Innovestor, Icebreaker, Gorilla, Vendep, Ventech, Redstone jne. (Uusi-Ilkainen 2023.)

Aikaisemmin hyvin suosittu joukkorahoituksen tarjonta on tätä nykyä romahtanut. Joukkorahoitus tarkoittaa yleensä oman pääoman ehtoista vaihtovelkakirjalainaa, joka esim. konkurssissa on etuoikeudetonta velkaa, joka harvoin oikeuttaa jako-osuuteen. Pääoman menettämisen riski kasvaa suhteettoman suureksi tuotto-odotuksiin nähden. (Ollikainen 2023.)

3.2 Tuet ja avustukset

Tukien ja avustusten viidakko on laaja. Niitä voi hakea kunnallisella, maakunnallisella, valtiollisella sekä EU-tasolla lukuisilta eri toimijoilta. Tuet ovat usein kohdennettuja eri avainteemoille, kuten digitalisaatio, uudet teknologiat, vihreä siirtymä, uudet teknologiat, kansainvälistyminen jne. Perusasioita avustuksiin liittyen ovat tyypillisesti: 50% omarahoitus hankkeelle, yrityksessä vähintään 2 henkeä työssä ja kasvutarina. Tärkeää on myös hakemusten huolellinen laadinta huomioiden avustuksen vaikuttavuus (liiketoiminnan kasvu, viennin kasvu, työllistäminen). (Ollikainen 2023.)

3.3 Lainarahoitus

Vierasta pääomaa, eli lainaa, yritys voi saada yrityslainoittajilta. Yrityslainojen saaminen yleensä edellyttää, että yrityksen toiminta on jo jonkin verran vakiintunutta ja lisärahoitusta tarvitaan jonkin tavoitteen saavuttamiseen. Tavoitteita voivat olla esim. investointi, kansainvälistyminen, innovaation tuotteistaminen. Yrityslainaa ei käytännössä ole mahdollista saada tuotekehityshankkeelle, vaan rahoituksen määrästä yli 50% täytyy olla suunnattu myyntiponnisteluihin. (Ollikainen 2023.)

Yrityslainoja tarjoavat niihin erikoistuneet lainoittajat esim. Fundu tai Fellow Finance. Yrityslainan saamiseksi tulee usein esittää esim. myyntisopimus, jonka täyttämiseksi rahoitusta haetaan. Pankit tarjoavat yrityslainoja käytännössä pelkästään Finnveran takauksella. Takauksesta yleensä 80% tulee Finnveralta ja 20% on omavelkaista. Business Finland tarjoaa halpakorkoista, vakuudetonta T&K-lainainstrumenttia hankkeisiin, joilla on selkeä kansainvälinen potentiaali.

Yrityksen ei ole järkevää olla 100% omavarainen. Vieras pääoma ei osallistu yhtiön johtamiseen tai päätöksentekoon, mikä suoraviivaistaa yrityksen toimintaa! (Ollikainen 2023.)

3.4 Aloittavan yrittäjän vakuutukset ja toimeentulo

Aloittava yrittäjä voi hakea KEHA-keskukselta (ELY-keskusten sekä TE-toimistojen kehittämis- ja hallintokeskus) starttirahaa. Starttiraha on siis yrittäjän henkilökohtaista toimeentuloa varten, ei yrityksen rahoitusta varten. (Työmarkkinatori 2023).

Vaikka toimeentulo onkin aluksi niukkaa, on aloittavankin yrittäjän huolehdittava vakuutusturvastaan, joista tärkein on Yrittäjien eläkelaki (YEL). YEL on lakisääteinen vakuutus, jolla yrittäjä vakuuttaa itseensä vanhuuden, työkyvyttömyyden ja kuoleman varalta. Vakuutukseen sisältyy myös perhe-eläke, joka yrittäjän kuoleman jälkeen tuo turvaa yrittäjän omaisille puolisolle ja alaikäisille lapsille. (Suomen Yrittäjät 2023.)

YEL vakuutus tulee ottaa viimeistään 6 kk yritystoiminnan aloittamisesta ja se on noin 25% vakuuttajan arvioimasta työtulosta työtulon alarajan ollessa hieman vajaat 9000€ vuodessa. Työtulolla tarkoitetaan yrittäjän yritykseen tekemän työpanoksen rahallista arvoa, jonka samaa tehtävää suorittava työsuhhteessa oleva saisi palkkana. Lain mukaan työtulo on yrittäjän itse ehdottama, mutta käytännössä vakuuttaja sanelee sen. YEL vakuutuksia myöntävät monet eri toimijat ja työtulon määräytymisperusteet vaihtelevat suuresti vakuuttajien välillä kunnollisen lainsäädännön puuttuessa. YEL-maksut voi maksaa joko yritys tai yrittäjä ja ne ovat ulosottokelpoisia heti, vaikka yrittäjällä ei olisi mahdollisuutta nostaa yrityksestään palkkaa senttiäkään. Työtulon tarkasteluväli on kolme vuotta. Aloittava yrittäjä voi hakea YEL-maksuun 22% alennusta neljän ensimmäisen toimintavuoden ajaksi. (Suomen Yrittäjät 2023.)

YEL-järjestelmä on ollut voimassa 1970-luvulta ja se poikkeaa suuresti työntekijän eläkejärjestelmästä. YEL-toimijoita on useita ja 50 vuoden aikana kerättyjä YEL-maksuja ei ole mitenkään rahastoitu, vaan eläkkeet maksetaan jakojärjestelmällä, jossa nyt maksetut YEL-maksut menevät suoraan nyt eläkkeellä oleville yrittäjille. (Ukko 2023.)

4 Ensimmäisen toimintavuoden riskien pienentäminen ostopalveluilla

4.1 Tilitoimistojen tarjoamat palvelut

Yrityksen kirjanpitovelvollisuus perustuu kirjanpitolakiin. Kirjanpidon tekemiseen vaikuttavat myös esim. arvonlisäverolaki, osakeyhtiölaki sekä laki elinkeinotoiminnan verottamisesta. Osakeyhtiössä hallitus vastaa siitä, että yhtiön kirjanpito ja varainhoito on asianmukaisesti järjestetty. Hallitus myös tyypillisesti tekee esityksen tilintarkastajasta yhtiökokoukselle, joka päättää tilintarkastajan valinnasta. Kokenut hallitus on aloittavalle yritykselle merkittävä apu yhtiön perustoimintojen kuntoon saattamisessa ja säästää yritystä ongelmilta. (Uusi-Ilkainen 2023.)

Pienelle yritykselle luontevaa on ulkoistaa taloushallinnon rutiinit tilitoimistolle.

Tilitoimistojen toimeksiantosopimuksissa on tavattomasti variaatioita, joita tässä ei lähdetä kaikkia avaamaan, mutta hyvänä yleisenä sääntönä pidetään sitä, että tilitoimiston kanssa sovitaan erikseen kustakin palvelusta, joita voivat olla esimerkiksi talustilannetta kuvaavat raportit, tilikartan ylläpito ja kirjanpito, käyttömajauskirjanpito ja poistojen laskenta, kassan sekä osto- ja myyntireskontran hallinta, tilinpäätös, palkanmaksu, työnantajavelvoitteet yhteiskuntaa ja työntekijöitä kohtaan sekä yrityksen velvoitteet verottajaa kohtaan. (Kajala 2023.)

Tilitoimiston tulee laskuttaa näistä töistä toimeksiantosopimuksen mukaisella erittelyllä ja hinnoittelulla. Jossain vaiheessa yritys saattaa päättää siirtää osan tai kaikki näistä toiminnoista yrityksen itsensä hoidettavaksi, jolloin taloushallinnon kulurakenteen on oltava selvillä. Tästä lisää kappaleessa 9 ”Kasvun polulle nouseminen”. (Uusi-Ilkainen 2023.)

4.2 Kosmetiikkatuotteiden tuotekehityspalvelut

Kosmetiikkatuotteiden tuorekehitys vaatii resursseja, joita aloittavalla yrityksellä itsellään ei ole. Teknokemian alueella toimii kuitenkin joukko tuotekehityspalveluja tarjoavia yhtiöitä, joiden palveluja käyttämällä yritys voi saada myyntikelpoisen tuotteen ilman pääoman sitomista tuotekehityksen vaatimiin esim. koneisiin ja laitteisiin.

4.2.1 Tuotekehitys ja protovalmistus

Tuotekehitys jaetaan kolmeen eri vaiheeseen: esisuunnitteluun, varsinaiseen suunnitteluun ja tuotantoon. Esisuunnitteluvaiheessa aloitetaan keräämällä informaatiota. On tärkeää tietää minkälaista tuotetta tuotetaan kenelle ja mihin hintaan, millä resursseilla ja miksi.

Seuraavaksi mennään esisuunnitteluvaiheen ideointivaiheeseen. Tällöin tuotteen konsepti optimalisoidaan. Esisuunnitteluvaihe loppuu, kun kaikki projektissa olevat henkilöt ovat yksimielisiä lopputuotteesta. Suunnitteluvaiheessa tehdään erilaisia osamalleja ja testataan prototyyppejä. Hyvin tehty suunnitteluvaihe helpottaa tuotantoon vientiä. (Koivurova 2021.)

Kosmetiikkapuolella tuotekehitystä ja protovalmistusta löytyy erinäisiltä firmoilta. Näitä firmoja ovat muun muassa Idea Nature, cate ja Transmeri. Idea Nature kertoo hoitavasta kosmetiikan tuotekehityspalveluissa ideariihä, kilpailija-analyysiä, reseptien hoitamista, pakkauksien suunnittelua, asiakastestauksia, turvallisuus selvityksiä, etikettermerkintöjä ja kosmetiikkaväittämiä tuottamista sekä tarkistamista (Idea Nature 2023). Caten ja Transmerin sivuilla ollaan hieman ympäröyempiä, mutta molemmissa mainitaan tuotteen päätyvän asiakkaan ideasta lopulliseksi tuotteeksi. Cate mainitsee myös tuottavansa tuotteensa vastuullisuus edellä (cate Cosmetics & Consulting 2023). Transmeri taas sanoo seuraavansa alan trendejä ja käyttävänsä uusimpia raaka-aineita, pakkausmateriaaleja sekä tuotemuotoja (Transmeri 2023).

4.2.2 Tuotteen hyväksyntäprosessi

Jotta tuote hyväksyttäisiin myytäväksi, täytyy sen käydä läpi hyväksyntäprosessi ja sen on oltava EU:n kosmetiikka-asetuksien sekä kosmetiikkalain mukainen. Kosmetiikan vaatimustenmukaisuuden voi varmistaa helposti seuraavin askelin. Selvitetään ensin tuotteen olevan kosmeettinen valmiste. Sitten vastuuhenkilö pitää huolen, että kosmeettinen valmiste on terveydelle turvallinen, eli muun muassa tarkistaa, että tuotteessa ei ole kosmetiikassa kiellettyjä ainesosia. Kaikki lain määräämät kosmetiikkatuotteen pakkausmerkinnät täytyy olla tuotteessa sekä suomeksi, että ruotsiksi. Sitten tuote menee jakeluun. Tukes ja Tulli valvovat markkinoilla olevan kosmetiikan turvallisuutta. (Tukes 2023.) Tarkemmin saa tietoa kosmetiikkalain 1223/2009, jossa muun muassa puhutaan mitä eri vastuuhenkilöt tekevät ja mitä eri kosmetiikan aineita on kielletty käytettävän (Kosmetiikkalaki 1223/2009/EY). Muita lakeja kosmetiikasta on myös Suomessa säilytettävien tuotetietojen kielivaatimuksien laki kosmeettisista valmisteista (492/2013) ja kosmetiikan sisältämien ainesosien ympäristövaikutuksien kemikaaliasetus REACH (1907/2006/EY) (Kosmetiikka- ja Hygieniaeollisuus 2023).

4.3 Tavaramerkki

Yrityksen kannattaa suojata tuotteensa tavaramerkillä. Tavaramerkkihakemus tehdään patentti- ja rekisterihallitukseen (PRH). Suomalainen sekä kansainvälinen tavaramerkkisuojaja on hyvin monimutkainen kokonaisuus ja sellaisenaan voisi olla kokonaisen opinnäytetyön aihe.

Aivan ensimmäiseksi tavaramerkkisuojaa tavoittelevan aloittavan yrityksen kannattaa lähteä liikkeelle PRH:n ylläpitämästä tavaramerkkitietopalvelusta, josta pääsee kootusti kansalliseen tavaramerkkitietopalveluun, EU:n tavaramerkkitietokantaan (eSearch Plus), yritystietokannan (YTJ) toiminimi ja aputoiminimihakuun, kansainväliseen tavaramerkkien koontitietokantaan (TMview), Virre-yritystietopalveluun sekä vahvan tavaramerkkisuojan tavaramerkkiluetteloon (suuret, laajalti tunnetut tavamerkit). Tavaramerkin hakemiseen löytyy hyvät ohjeet PRH:n palvelusta. (Patentti- ja Rekisterihallitus 2023c.)

5 Myyntikanavat ensimmäisenä toimintavuonna

5.1 Verkkokaupan pystyttäminen

Verkkokauppa on hyvin tärkeä nykyaikana, sillä monet ihmiset ostavat tuotteensa internetin välityksellä. Verkkokauppa-alustan valitseminen on prosessi, joka liittyy verkkokaupan pystyttämiseen. Alustoja on muun muassa hyvin tunnettu MyCashFlow, Vilkas, Shopify ja WooCommerce. Verkkokaupan voi myös perustaa itse. Monet verkkokauppiat haluavatkin perustaa omat sivunsa, mutta tämä vaatii kauppiaalta teknistä osaamista. Ulkopuolinen alustakumppani antaa paljon kaivattua teknistä tukea verkkokaupan pitämisessä. On kuitenkin selvää, että edellä mainitut alustat saavat valtavan asiakasmääränsä helppokäyttöisyydensä puolesta. Muita syitä, miksi juuri näitä alustoja suosittiin, oli niiden muokattavuus, hinnoittelu, suositukset ja yhteensopivuus omien järjestelmien kanssa. (Lintinen 2023.)

On kuitenkin tärkeää muistaa joitain perusasioita ennenkuin verkkokauppa-alusta valitaan. Näitä ovat esimerkiksi, mitä tavoitteita verkkokaupalla on, millaisella budjetilla toimitaan ja minkälaisia asiakkaita yrityksellä on tai millaisia asiakkaita halutaan saavuttaa. Kannattaa käydä läpi kaikkien verkkokauppa-alustakandidaattien hyvät ja huonot puolet yrityksen näkökulmasta. Muiden kokemusten kuunteleminen on myös erittäin hyvä tapa saada alustat tutuksi. (Paytrail 2023.)

5.2 Miten päästä vähittäiskaupan tuotevalikoimaan

Kun halutaan päästä vähittäiskaupan hyllyille, siihen on myös oma prosessinsa. Tämä prosessi lähtee käyntiin siitä, että tuotetta tarjotaan kauppoille. Tuotteella pitäisi tässä vaiheessa olla jo kysyntää, jotta vähittäiskauppiat kiinnostuisivat. Tuote tarvitsee myös jatkuvaa

markkinointia, jopa senkin jälkeen kun se on päässyt kaupan hyllyille. Täytyy olla rohkea tarjoamaan tuotteita kaupolle, pitää markkinoinnista huolta, kertoa tuotteen tarinaa ja konseptia markkinoinnin kautta niin kaupolle kuin asiakkaille, kysyä palautetta ja jatkaa tuotteen kehittämistä sen mukaan, mitä kuluttajat tarvitsevat ja kaipaavat. Tilaus-toimitusprosessissa on myös tärkeää mahdollistaa EDI-tilaaminen, eli sähköinen tilaaminen, tavarantoimittajalta. Tämä voi tuoda suuren etulyöntiaseman vähittäiskaupan valikoimaan hakiessa. (Tuomaala 2020.)

Sitten on tärkeää miettiä, mihin vähittäismyymälöihin tuotetta halutaan myytäväksi. Suomessa on olemassa monia kivijalkajälleenmyyjiä, joiden kautta on hyvä lähteä liikkeelle. Mahdollisuksena on myös saada tuote verkkojälleenmyyjille. Monilla kivijalkajälleenmyyjillä on myös verkkosivut, joihin tuote on mahdollista saada. Erinäisiä kivijalkajälleenmyyjiä kosmetiikalle Suomessa on muun muassa S-ryhmän Sokokset, K-ryhmän K-citymarketit, Stockmann ja Kicks. Kokonaan verkossa toimivia jälleenmyyjiä on taas muun muassa Eleven ja Lyko.

6 Ennen oman tuotannon käynnistämistä

6.1 Sopimusvalmistus ja ODM

Aloittavan yrityksen on harvoin mahdollista aloittaa tuotteen valmistustoimintaa omilla tuotannontekijöillä (raaka-aineet, laitteet, henkilöstö). Silloin luontevaksi vaihtoehdoksi syntyy sopimusvalmistus. Yksinkertaistettuna sopimusvalmistus määritellään liiketoimintamalliksi, jossa yritys maksusta valmistaa toisen yrityksen puolesta osia tai tuotteita. Tässä asetelmassa päämies ei omista tuotantoon tarvittavia tiloja ja laitteita; sen sijaan he luottavat sopimusvalmistajan asiantuntemukseen ja resursseihin. (European Chemicals Agency 2023.)

Sopimusvalmistusta ei pidä sotkea ODM:ään (Original Design and Manufacturing), jossa valmistava yritys suunnittelee ja valmistaa tuotteet, joita muut yritykset markkinoivat omilla tuotenimillään (Uusi-Ilkainen 2023).

6.2 Toimitusketju

Toimitusketjulla tarkoitetaan toimintojen kokonaisuutta, jolla tavarat liikkuvat raaka-ainevaiheesta lopulliselle käyttäjälle. Tässä kappaleessa tunnistetaan kosmetiikkatuotteen toimitusketjun osia sekä pohditaan niiden ulkoistamisen vaikutuksia. (Uusi-Ilkainen 2023.)



Kuvio 1: Kosmetiikkatuotteen yksinkertaistettu toimitusketju

Hankinnalla tarkoitetaan materiaalien, materiaalitoimittajien ja sopimusvalmistajien valintaprosessia, hintaneuvotteluita, laatuksiteereistä, toimitusmääristä ja -ehdoista sopimista. Hankintatoimi on keskeistä sekä tuotteelle, että yritykselle ja sitä harvoin voidaan ulkoistaa siten, että tuote pysyy ominaisuuksiltaan ja laadultaan päämiehen hallinnassa. (Uusi-Ilkainen 2023.)

Materiaaliostot tarkoittavat hankintaprosessissa määriteltyjen materiaalien toimituserien tilaamista hankintaprosessissa valituilta toimittajilta sopimusten mukaisilla ehdoilla. Materiaaliostot perustuvat yleensä valmistussuunnitelmaan. Materiaalin kiertonopeuden ja sitä kautta siihen sitoutuvaan pääoman kiertonopeuden optimoimiseksi tulisi materiaaliostot pitää lähellä valmistusta eli sopimusvalmistajalla. Materiaalien kuljetus, vastaanottotarkastus ja varastointi on hyvä pitää lähellä valmistusta eli sopimusvalmistajalla, jolloin mahdolliset muutokset materiaalien saatavuusajoissa tai valmistuksen ajoituksessa eivät muodosta yllätyksiä koko toimitusketjulle. Tuotteiden valmistus, laadunvalvonta ja pakkaus ovat sopimusvalmistajan tehtäviä. Aloittavan yrityksen kannattaa aluksi luoda luottamuksellinen yhteistyösuhde yhden alallaan merkittävän sopimusvalmistajan kanssa, vaikka pitkässä juoksussa se muodostaakin liiketoimintariskin. (Uusi-Ilkainen 2023.)

Sopimusvalmistajat usein miten keskittyvät tuotteiden valmistamiseen. Jos tuotteita menee usean jakeluketjun kautta ja mahdollisesti pieniä eriä kerrallaan, voi yritykselle olla toiminnallisesti varmempaa ja myös kustannustehokkaampaa hankkia omaa varastokapasiteettia ja tuoda valmiste-erät omiin tiloihin jatkokäsittelyä varten. Yrityksellä voi olla oma pieni tilaus-varasto-lähetys-laskutus -sovelluksensa, jolla oman varaston pyörittäminen on helppoa. Yritys voi tehokkaasti seurata varastossa olevien valmiste-erien kiertonopeutta, optimoida valmiste-erien parasta-ennen -päiväyksiä eri jakelukanavien suhteen sekä optimoida sopimusvalmistajalta tilattavien valmistuserien kokoa myyntiennusteen mukaan. Oman verkkokaupan pyörittäminen edellyttää aina omaa varastoa, josta tuotteita voidaan lähettää pienerissä suoraan loppuasiakkaille. (Uusi-Ilkainen 2023.)

Esimerkkiyritys ei omaa verkkokauppaa lukuun ottamatta muodosta omaa vähittäisjakelukanavaa, vaan tuotteet menevät loppuasiakkaille yhteistyökumppanien jakelukanavien kautta.

6.3 Kosmetiikkatuotteiden sopimusvalmistus Suomessa, Euroopan talousalueella, ETA:n ulkopuolella

Tässä kappaleessa punnitaan liiketoiminnallisia hyötyjä ja riskejä eri sopimusvalmistajia käytettäessä. Puhuttaessa liiketoimintakulttuurista tulee punnita esim. miten saadaan luotettava kuva sopimusvalmistajan taloudellisesta tilasta, miten saadaan luotettava kuva sopimusvalmistajan referenssipäämiehistä, miten saadaan luotettava kuva toimittajan tulevaisuudenkuvasta ja strategiasta, sopimuskäytännöt ja joustavuus sopimusten uudelleen neuvotteluissa sekä lainsäädännölliset kysymykset mahdollisissa riitatilanteissa. (Uusi-Ilkainen 2023.)

Yhteydenpito ja kieliongelmat voivat muodostaa käytännön haasteita yhteistyökuvion pyörittämisessä sopimusvalmistajan kanssa; aikaero, pyhät ja loma-ajat, yhteydenpito muihin, kuin sopimusvalmistajan myyntivastaavaan, organisaation kielitaito, onnistuuko keskustelu suoraan ostopäällikön, tuotantopäällikön tai laatupäällikön kanssa sekä sopimusvalmistajan kyvykyys hoitaa materiaaliostoja päämiehen valitsemista maista. (Uusi-Ilkainen 2023.)

Aloittavan yrityksen ei ole mahdollista sitoa suuria pääomia valmistusvarastoon. Myyntiennuste tai materiaalisaahtavuus voi nopeastikin muuttaa valmistussuunnitelmaa ja edellyttää sopimusvalmistajalta ketteryyttä, eli agiiliteettia. Arvioitavia asioita ovat esimerkiksi sopimusvalmistajan mahdollisuudet pitää päämiehen materiaaleja omassa varastossaan, sopimusvalmistajan kiinni pitäminen alkuperäisistä tilausmääristä, valmistusohjelman joustavuus, kapasiteetin joustavuus sekä logistiikka- ja tullauskäsittelyistä aiheutuvat viipeet. (Uusi-Ilkainen 2023.)

Valmistuskustannukset ovat usein eniten painotettu osa sopimusvalmistusta punnittaessa; yleinen hintataso, mahdolliset vakuusmaksut, valuuttariski, poliittinen riski ja hintatason vakaus. Logistiikkakustannukset ovat toinen painava osa sopimusvalmistajaa valittaessa; materiaalien kuljetus- ja välivarastointikustannukset, materiaalien mahdolliset tulli- ja käsittelykustannukset, valmisteiden kuljetus- ja välivarastointikustannukset sekä valmisteiden mahdolliset tulli- ja käsittelykustannukset. (Uusi-Ilkainen 2023.)

Taulukko 1: Liiketoiminnalliset hyödyt vs. riskit eri talousalueilla (+2 = merkittävä hyöty, -2 = merkittävä riski)(Uusi-Ilkainen 2023.)

	Suomalainen sopimusvalmistus	Eurooppalainen sopimusvalmistus	ETA:n ulkopuolinen sopimusvalmistus
Liiketoimintakulttuuri	+2	0	-2
Yhteydenpito, kieliongelmat	+2	+1	-1
Agiliteetti	0	-1	-2
Valmistuskustannukset	-2	-1	+1
Logistiikkakustannukset	+2	-1	-2
Yhteensä	4	-2	-6

Kuten taulukosta voidaan huomata, sopimusvalmistus Suomessa on riskittömämpää kuin muualla Euroopassa tai ETA:n ulkopuolella. Suomessa on helppo neuvotella suomalaisten yritysten kanssa, sillä ne jakavat liiketoimintakulttuurin. Euroopassa on jo eroavaisuuksia. Lähimaissa, kuten Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa, toimitaan samalla tavalla kuin Suomessa, mutta kauemmas Eurooppaan mennessä eroja alkaa jo syntymään. Kun mennään kokonaan toiselle mantereelle, pitää opetella kokonaan uusi tapa tehdä liiketoimintaa.

Kieliongelmia Suomessa ei tietenkään ole ja kun ottaa huomioon, että toimitaan samalla aikavyöhykkeellä, vuorokausirytmikään ei ole haasteellinen. Suomessa myös kaikki pyhät ja lomamat ovat samaan aikaan. Euroopassa taas kieliongelmat ovat vähäiset, sillä sillä alueella pärjää useimmiten englannilla. Aikavyöhykekin on vain pari tuntia edellä tai perässä. ETA:n ulkopuolella aikavyöhyke-erot ovat valtavia ja kieliongelmat kasvavat, esimerkiksi yritettäessä toimia Kiinan kanssa. Myös pyhät ja lomamat eroavat toisistaan.

Suomessa sopimusvalmistajat voivat tehdä pienempiä, helposti säädeltäviä sarjakokoja, tehden niistä agiliteettisempiä. Euroopassa ei pystytä samaan, mutta ei olla silti Suomesta paljon jäljessä. Kaukomailla sarjakoot liikkuvat taas tuhansissa, sillä kuljetuskustannukset ovat suuria. Logistiikkakustannuksetkin ovat siis Suomessa alempia välimatkan takia ja ETA:n ulkopuolella liikutaan isommissa hinnoissa. Valmistuskustannukset taas ETA:n ulkopuolella ovat pienempiä maissa kuten Kiina ja Intia. Euroopassa on kalliimpaa, mutta Itä-Euroopan maista löytyy halvempiäkin vaihtoehtoja (esim. Romania). Suomi taas on kallis maa, joten valmistuskustannukset ovat korkeita.

Kun katsotaan taulukosta eri vaihtoehtojen yhteispisteitä, voidaan huomata että kaikkein kannattavin vaihtoehto yritykselle olisi käyttää suomalaista sopimusvalmistusta. Huonoin vaihtoehto taas olisi ETA:n ulkopuolinen sopimusvalmistus.

7 Markkinoille uudella yrityksellä ja uudella tuotteella, kaksinkertainen haaste

7.1 Minkälaisella tuotteella liikkeelle

Nykyaikana markkinoille sopivimpia tuotteita ovat sellaiset, joiden hinta-laatusuhde on hyvä. Asiakkaat haluavat tavaraa, joka on laadultaan korkeaa, mutta hinnaltaan matalaa. Tämä pätee myös kosmetiikkatuotteissa. Uusi yritys, joka tuo uuden tuotteen markkinoille on syytä miettiä, halutaanko tuotteen olevan premium luokan tuote vai markettitason tuote. Kun tuote käyttää korkeatasoisia raaka-aineita jotka asettavat sille korkeamman hinnan, sen myymisessä on myös omat haasteensa. Markettitason tuotteet saattavat myydä paremmin, mutta ne myös hukkuvat helposti muiden tuotteiden sekaan. Tärkeintä on pysyä trendien mukana, tai jopa myös mielummin niiden edellä. Kosmetiikkatuotteissa raaka-aineet sekä niiden trendien seuraaminen on erityisen tärkeää, sillä asiakaskunnasta on vuosien mittaan tullut paljon tietoisempia eri raaka-aineiden merkityksestä.

7.2 Muutamia trendikkäitä raaka-aineita

Yksi useista trendikkäistä kosmetiikkatuotteiden raaka-aineista on hyaluronihappo. Hyaluronihappo on kosteutta itsessään säilyttävä humektantti, joka pystyy sitomaan itseensä jopa yli tuhat kertaa oman painonsa verran vettä. Kosmetiikkatuotteissa käytettävää hyaluronihappoa tehdään pääosin laboratorioissa käyttäen prosessia jota kutsutaan biofermentaatioksi. Tooppisesti iholle tuotu hyaluronihappo tunkeutuu ihon läpi riippuen molekyylin koosta. Mitä isompi molekyyli, sitä lähempänä ihon pintaa kosteutus tulee olemaan. Pienemmät molekyylit tunkeutuvat syvemmälle ihoon. Parhain kosteutus iholle saadaan tuotteella, jossa on eri kokoisia hyaluronihappomolekyylejä. (Liu & Nassim 2020.)

C-vitamiini on myös haluttu raaka-aine. Se on yksi tavallisesti esiintyvistä antioksidanteista luonnossa. Useimmat eläimet ja kasvit voivat tuottaa sitä glukoosista, mutta ihmisiltä uupuu tarvittava entsyymi sen tuottamiseen. Ihmiset saavat C-vitamiininsa muunmuassa sitrushedelmistä. Tooppisesti C-vitamiinia käytetään dermatologiassa estämään uv-säteilyn aiheuttamaa ihon ikääntymistä sekä se auttaa hyperpigmentaation hoitamisessa. (Telang 2013.)

Niasiiniamidi, eli B3-vitamiini, on paljon käytetty nykyaikana. Niasiiniamidilla on monia hyötyjä ihonhoidossa. Se on esimerkiksi hyvä käytettynä aknen ja ihottuman hoidossa. Sitä on myös tutkittu paljon sen vanhenemisen eston puolesta. Ihminen ei pysty itse tuottamaan niasiiniamidia, vaan se täytyy saada se kehon ulkopuolisin tavoin. Se on vesiliukoinen, joka tarkoittaa että meidän täytyy joko syödä sitä tai levittää sitä tooppisesti ihollemme. (Kumar 2023.)

Seuraavana raaka-aineena on retinoli, joka on aina ollut hyvin pinnalla kosmetiikkatuotteissa. Retinoli on A-vitamiinin muoto, retinoidi. Sitä käytetään tooppisesti aknen hoidossa ja ikääntymisen merkkien vähentämisessä. Se kasvattaa solujen produktiota ja kollageenin määrää kehossa, jolloin ihosta tulee näkyvästi tasaisempi. Se kuitenkin aiheuttaa ihon herkistymisen auringolle. Sitä käytetään muun muassa hyperpigmentaation hoidossa ja se myös vähentää ryppyjä. (Millhone 2023.)

Nämä raaka-aineet ovat olleet ja tulevat varmasti olemaan myös haluttuja. On kuitenkin myös mietittävä, minkälainen on tulevaisuuden trendikäs raaka-aine. Yksi esimerkki tästä voisi olla sieniuutteet. Sienet ovat täynnä antioksidantteja, vitamiineja sekä mineraaleja, jotka ovat tärkeitä iholle ja hiuksille. Nämä uutteet ovat myös kiinnostavia niiden luonnonläheisyyden ja puhtaan kosmetiikan leiman vuoksi, joka on todella valtavirran mukaista nykyään. (UpCircle 2023.)

7.3 Liiketoimintasuunnitelma

Alla käydään läpi esimerkkiyrityksen liiketoimintasuunnitelma ensimmäiselle toimintavuodelle. Liiketoimintasuunnitelmassa täytyisi tulla esiin tuotteet, asiakkaat, rahoitus, hinnoittelu ja markkinointitavat.

Yritys tulisi olemaan kosmetiikkayritys, joka tuottaa pohjoismaisista raaka-aineista kasvonhoitotuotteita. Kasvonhoitotuotteet tuotettaisiin lähellä, mieluusti pohjoismaissa, kuten Tanskassa, Ruotsissa ja Suomessa. Raaka-aineet olisivat puhtaita ja trendikkäitä. Ensimmäisinä tuotteina olisivat kasvovoide ja kasvon puhdistukseen tarkoitettu geeli. Tuotteiden olisi tarkoitus olla herkälle iholle ja sopia kaikenlaisille ihotyypeille. Voide olisi suunnattu sekaiholle, joka on suurin ihotyyppi kuluttajien keskuudessa. Ei ole kannattavaa lähteä tekemään isompia määriä eri tuotelaatuja, sillä menekki ensimmäisenä vuotena ei välttämättä ole niin laaja ja yritys ei välttämättä pysty hallitsemaan isompia myyntivolyymeja pienen kokonsa vuoksi. Tuotteita tulee kuitenkin kehitettyä kokoajan lisää. Tuotteiden pakkaukset olisi myös hankittu pohjoismaisilta yrityksiltä, mahdollisesti tuotekehitysfirman kautta, mutta yrityksen ideana olisi pitää mahdollisimman paljon tuotannosta pohjoismaiden sisällä. Tämä tietysti lisää kuluja, mutta tuotteiden pienet volyymit alussa pitäisivät kulut kohdillaan. Yritys toimisi alustavasti omilla verkkosivuillaan, mutta yrittäisi laajentaa vähittäiskauppojen valikoimiin.

Tuotteet olisi suunnattu kaiken ikäisille ja kaiken sukupuolisille kuluttajille. Enemmän ehkä taivuttaisiin teini-ikäisestä keski-ikäiseen ikähaarukassa, sillä tuotteessa ei olisi raaka-aineita joista olisi yli keski-ikäisen iholle hyötyä. Pakkaukset olisivat mahdollisimman sukupuolineutraaleja, jotta ei valikoiduttaisi pelkästään naisten tai miesten puolelle. Tuotteiden hinnoittelu olisi markettiluokkaa, sillä ei pyritä tekemään luksustuotetta yrityksen ensimmäiseksi tuotteeksi. Halutaan saavuttaa mahdollisimman monta kuluttajaa ja saada tuotteiden hinta-laatusuhde juuri oikeanlaiseksi. Markkinointi hoituisi alussa verkon kautta, paikoissa kuten Facebook, Instagram ja TikTok. Myös Google-mainonta olisi hyvästä, sillä sen avulla saataisiin yrityksen verkkosivuille liikennettä. Jotta ihmiset saataisiin kokeilemaan tuotetta, sitä voitaisiin myydä ja antaa koitettavaksi popup-myymlöissä ja kojuissa. Tuotetta yritettäisiin myös saada somevaikuttajien testattavaksi, jotta he voisivat omilla kanavoillaan puhua siitä. Mahdollisesti tuotetta voitaisiin myös saada naisten lehtien välissä tulevien testereiden välityksellä levitettyä. Nykyaikana kuitenkin somevaikuttajat tuntuvat olevan suurimmassa osassa uusien tuotteiden markkinointia.

8 Nouseminen kasvun polulle

Osakeyhtiön hallituksen tehtävä on päättää yhtiön strategiasta. Aloittavalle yhtiölle ensimmäinen strategia on vakiintumisstrategia, jonka jälkeen johdonmukaisesti vuorossa on kasvustrategia. Tässä kappaleessa esitetään pohdintoja haasteista, joita kasvava yritys saattaa kohdata.

8.1 Talous ja rahoitus

Kasvu tarvitsee eneneviä tuotannontekijöitä ja tuotannontekijöiden hankkiminen vaatii pääomia. Rahoituksen hankinta onkin monen yrityksen kasvun esteenä. Kasvurahoituksen saamisen tärkeimpänä ehtona pidetään yleisesti sitä, että yrityksen kustannusrakenne on optimoitu. Vaikka pienellä volyymillä kannattavuus voikin olla vaatimatonta, oikein optimoitu kulurakenne yleensä kasvattaa suhteellista kannattavuutta liiketoiminnan volyymin kasvaessa.

8.2 Myynti

Myynnin lisääminen yleensä tarkoittaa myös myynnin ja markkinoinnin laadun ja tavoitteellisuuden parantamista. Myynnin suoritusaso ei parane, jos sitä tehdään samalla tavalla, kuin aikaisemmin. Tuotteen ostamisen pitää olla entistä helpompaa silloin, kun myyntivolyyymiä halutaan kasvattaa.

8.3 Asiakkuudet

Asiakkuuden hoitomallin puuttuminen on monesti yksi kasvavan yrityksen suurimmista heikkouksista. Liiketoiminnan kasvattaminen edellyttää paitsi hyvää asiakaspitoa, usein miten myös uusasiakashankintaa. Yrityksen tulee jatkuvasti ja systemaattisesti kehittää asiakkuuksiaan sekä huolehtia siitä, että yrityksen lisäarvon näkyvyys asiakkaalle säilyy. Asiakaskokemuksen jatkuva mittaaminen ja kehittäminen tulee olla yrityksen yksi keskeisistä toiminnoista.

8.4 Tuottavuus

Kasvustrategian yksi keskeisiä haasteita on maksimaalisen operatiivisen tehokkuuden saavuttaminen. Tuotannon pitää olla paitsi kannattavaa, myös skaalautuvaa. Tällöin kysymykseksi saattaa nousta miten valmistuksen volyymin kasvattaminen olisi parasta hoitaa; sopimusvalmistajien kumppanuuksia kehittämällä vaiko ottamalla valmistus omiin käsiin. Tällaisten päätösten tekeminen vaatii paitsi tavatonta rohkeutta myös kokemusta ja huolellista perehtymistä vaihtoehtoihin.

8.5 Rekrytointi

Osaava ja sitoutunut henkilöstö on jokaisen yrityksen keskeisin voimavara. Kasvun polulle nouseminen edellyttää myös työnantajabrändin rakentamista, jolla edesautetaan paitsi osaajien löytämistä, myös varmistetaan henkilöstön pysyvyys. Yrityksen tulee kasvattaa tunnettuuttaan paitsi asiakkaiden, myös alan osaajien keskuudessa.

8.6 Kansainvälistyminen

Sanotaan, että kansainvälistyminen on kasvuyrityksen haasteista suurin. Onko tuote suunnattu pelkästään kotimaiseen markkinaan vai onko se myös kansainvälisesti sopiva. Onko kysyntä kansainvälisillä markkinoilla riittävän vakaata. Onko meillä riittävää markkinaosaamista kansainvälisillä markkinoilla. Minkälaisia rooleja ja vastuita kohtaamme kansainvälisten toimijoiden parissa.

9 Pohdinta

Yritystä perustaessa on muistettava monta asiaa. Tietoa löytyy internetistä laajasti, mutta sitä pitää etsiä monesta eri paikasta. Kosmetiikkayrityksiä perustetaan maailmassa jatkuvasti ja on vaikeaa saada omaa yritystä esille samalla tavalla kuin esimerkiksi julkimot saavat. On kuitenkin tärkeää saada hyvät ideat markkinoille, jotta kosmetiikka-ala pystyy kasvamaan uusien yrittäjien sekä yritysten myötä. Tämä opinnäytetyö on vain pieni pintakosketus

yrityksen perustamiseen, mutta aloittavalle yrittäjälle siitä voi olla paljon apua. Työ onnistui hyvin ja sen sisältö on helposti ymmärrettävää, jotta sitä voisi lukea kuka vain. Työstä olisi voinut tehdä laajemman käymällä läpi asioita yksityiskohtaisemmin, mutta silloin luettavuus olisi kärsinyt. Työtä voi kuitenkin käyttää antamaan suuntaa uudelle yritykselle tai luomaan ideaa yrityksen perustamisen laajuudesta uudelle yrittäjälle.

Lähteet

Painetut

Eloranta, J. 2018. Hallitus johdon tukena. 2. painos. Helsinki: Alma Talent.

Kosmetiikkalaki 1223/2009

Osakeyhtiölaki 624/2006.

Sähköiset

Business Finland 2019. Suomalainen ihonhoito on nyt huippuluokkaa. Viitattu 1.5.2023.

<https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/suomalainen-ihonhoito-on-nyt-huippuluokkaa>

cate Cosmetics & Consulting 2023. Kosmetiikan tuotekehitys. Viitattu 14.11.2023.

<https://www.catenordicbeauty.fi/konsultointi/tuotekehitys/>

European Chemicals Agency 2013. Factsheet. Viitattu 19.9.2023.

https://echa.europa.eu/documents/10162/17226/factsheet_toll_manufacturer_en.pdf/c0561d57-65b1-42d5-83f9-66767dbd109d

Harvard Health Publishing 2020. The hype on hyaluronic acid. Viitattu 14.11.2023.

<https://www.health.harvard.edu/blog/the-hype-on-hyaluronic-acid-2020012318653>

health 2023. The Main Benefits of Retinol. Viitattu 14.11.2023.

<https://www.health.com/retinol-benefits-7152524>

Idea Nature 2023. Tuotekehitys. Viitattu 14.11.2023.

<https://www.ideanature.fi/tuotekehitys/>

Kosmetiikka- ja Hygieniateollisuus 2023. Kosmetiikan lainsäädäntö. Viitattu 14.11.2023.

<https://www.kosmetiikkajahygienia.fi/kosmetiikka/kosmetiikan-lainsaadanto/>

MedicineNet 2023. What Does Niacinamide Do for Skin? Viitattu 14.11.2023.

https://www.medicinenet.com/what_does_niacinamide_do_for_skin/article.htm

National Library of Medicine 2013. Vitamin C in dermatology. Viitattu 14.11.2023.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3673383/>

OWS 2020. Miten saan tuotteeni kaupan hyllylle eli kaupan valikoimiin? Viitattu 15.11.2023.

<https://www.ows.fi/ows-blogi/miten-saan-tuotteeni-kaupan-hyllylle-eli-kaupan-valikoimiin>

Patentti- ja Rekisterihallitus 2023a. Osakeyhtiön perustamisilmoitus YTJ-palvelussa. Viitattu 19.9.2023.

<https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyhtio/perustaminen/perustamisilmoitus.html>

Patentti- ja Rekisterihallitus 2023b. Kaupparekisterin ilmoitusten ja hakemusten käsittelymaksuhinnasto. Viitattu 19.9.2023.

<https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/hinnasto/kasittelymaksut.html>

Patentti- ja Rekisterihallitus 2023c. Tavaramerkit. Viitattu 19.9.2023.

<https://www.prh.fi/fi/tavaramerkit.html>

patterist 2021. Tuotekehityksen vaiheet. Viitattu 14.11.2023.

<https://www.patteristo.fi/ajankohtaista/tuotekehityksen-vaiheet/>

Paytrail 2023. Verkkokauppa-alustat 2023. Viitattu 15.11.2023.

<https://www.paytrail.com/raportti/verkkokauppa-alustat-2023>

Paytrail 2023. Opas verkkokauppa-alustan valintaan. Viitattu 15.11.2023.

<https://www.paytrail.com/hubfs/ebook/Paytrail-Opas-verkkokauppa-alustan-valintaan.pdf>

Suomen Yrittäjät 2023. Mikä on YEL? Viitattu 19.9.2023.

<https://www.yrittajat.fi/tietopankki/turvaa-yrittamiseen/yrittajan-sosiaaliturva/yel/>

Transmeri 2023. Yhteistyössä asiakkaan kanssa. Viitattu 14.11.2023.

<https://www.transmeri.fi/palvelut/tuotekehitys/>

Tukes 2023. Kosmetiikka. Viitattu 14.11.2023.

<https://tukes.fi/kemikaalit/kosmetiikka#7ff909f2>

Työmarkkinatori 2023. Starttiraha - aloittavan yrittäjän tuki. Viitattu 19.9.2023.

<https://tyomarkkinatori.fi/palvelut/af2667af-e1b5-43dd-9b46-5e49ad1b1c9c/starttiraha---aloittavan-yrittajan-tuki>

Ukko.fi 2023. Yrittäjän eläkevakuutus - YEL - Kattavasti ja selkokielisesti selitettynä. Viitattu 19.9.2023.

https://www.ukko.fi/yrittajyyskoulu/mika-ihmeen-yel/?utm_term=&utm_campaign=%5B+BRAND%5B+...%5BCompany%5D+-+Performance+Max&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=4187901536&hsa_cam=17430658557&hsa_grp=&hsa_ad=&hsa_src=x&hsa_tgt=&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjAmNeqBhD4ARIsADsYfTfl_sMBN4MGade7ccoIuIF6kgrVr8AygQIFNvZs_NNIOgYPGSOorWlaAvWdEALw_wcB

UpCircle 2023. 2024 Beauty Trend Predictions: UpCircle. Viitattu 14.11.2023.

<https://upcirclebeauty.com/blogs/upcircle/2024-beauty-trend-predictions-upcircle>

Yrityksen-perustaminen.net 2023. Yritysmuodot. Viitattu 1.5.2023. <https://yrityksen-perustaminen.net/yritysmuodot/>

Julkaisemattomat

Accelerando, verkkoseminaari, Peter Ollikainen

Ambientia Group, verkkoseminaari, Asko Hänninen

Expericon Oy, haastattelu, Petri Uusi-Illikainen

Kauppakamari, puhelinhaastattelu, Ville Kajala

Kuviot

Kuvio 1: Kosmetiikkatuotteen yksinkertaistettu toimitusketju	16
--	----

Taulukot

Taulukko 1: Liiketoiminnalliset hyödyt vs. riskit eri talousalueilla (+2 = merkittävä hyöty, -2 = merkittävä riski)(Uusi-Ilkainen 2023.).....	18
---	----